

SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST FIRMY

VITALINA ŠKRDLANTOVÁ, BAKALÁŘSKÁ PRÁCE 2022, MASARYKŮV ÚSTAV VYŠŠÍCH STUDIÍ

ABSTRAKT

Tato bakalářská práce se zabývá problematikou společenské odpovědnosti vybrané firmy (CSR). Cílem této práce je charakterizovat postoj vybrané společnosti Lidl Česká republika ke společenské odpovědnosti a následně zhodnotit její CSR aktivity. Práce se člení na teoretickou a praktickou část. Teoretická část definuje historii a charakteristiku konceptu společenské odpovědnosti firmy, popisuje tři pilíře CSR a výhody a nevýhody CSR. V praktické části jsou shrnuty návrhy a doporučení na zlepšení současné společenské odpovědnosti, které vychází z výsledků dotazníkového šetření a vlastních myšlenek a nápadů.

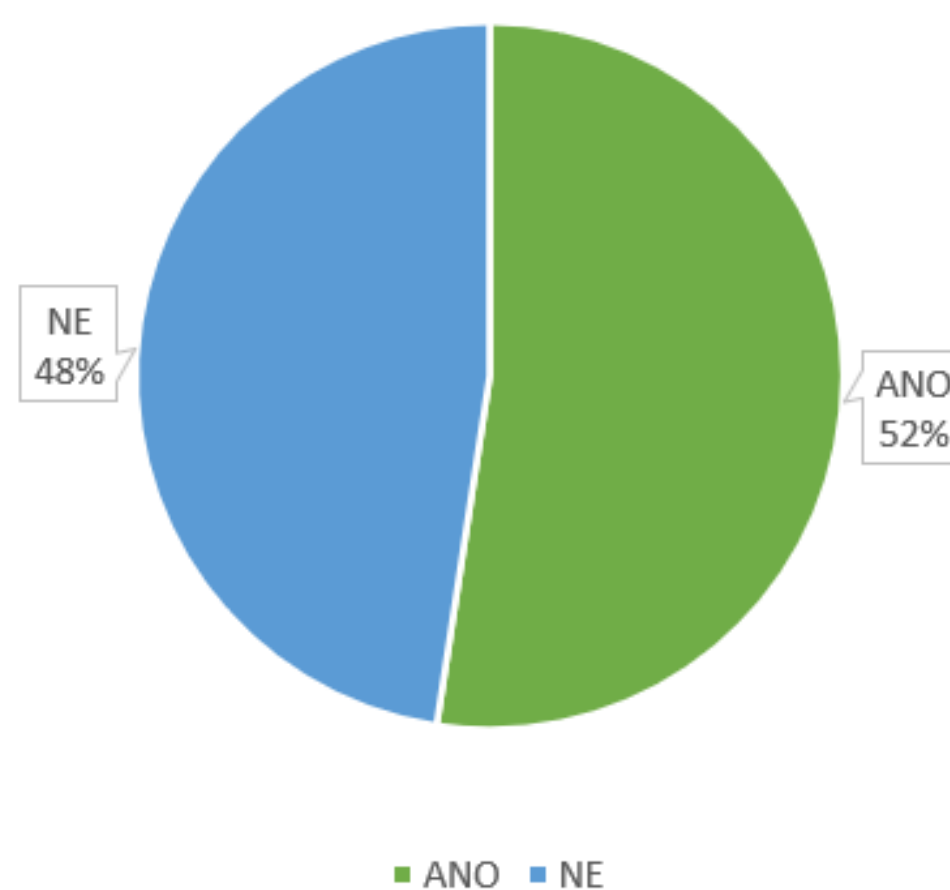
ABSTRACT

This bachelor thesis deals with the issue of corporate social responsibility of a selected company (CSR). The aim of this work is to characterize the approach of the selected company Lidl Czech Republic towards social responsibility and then to evaluate its CSR activities. The thesis is divided into theoretical and practical parts. The theoretical part defines the history and characteristics of the concept of corporate social responsibility, describes the three pillars of CSR and the advantages and disadvantages of CSR. The practical part summarises suggestions and recommendations for improving current CSR based on the results of the questionnaire survey and own thoughts and ideas.

ÚVOD

Víte co je to CSR (společenská odpovědnost firmy)?

v rámci bakalářské práce bylo provedeno dotazníkové šetření, jehož cílem bylo zjistit informovanost společnosti o společenské odpovědnosti firem (CSR), získat názory zákazníků na společenskou odpovědnost firmy Lidl a eventuální návrhy na zlepšení její úrovně CSR.



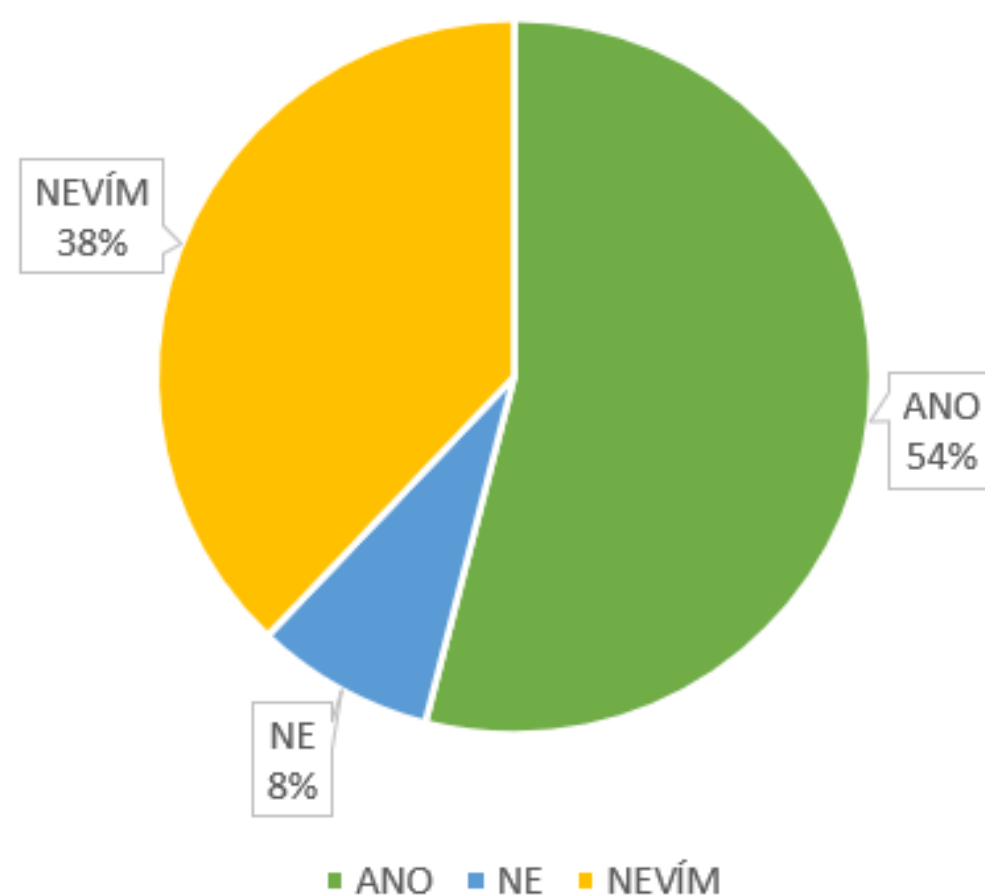
VÝSLEDKY GRAGU 1

Dotazníkové šetření vyplnilo 124 respondentů obou pohlaví, odlišných věkových skupin, s různým vzděláním a různým sociálním statusem. Celkem 52,4 % (65 osob) vědělo co tento pojem znamená, naopak 47,6 % (59 osob) nevědělo.

VÝSLEDKY GRAGU 2

Považujete firmu Lidl za společensky odpovědnou?

Celkem 54 % (67 osob) považuje Lidl za společensky odpovědný. Negativní postoj zaujímá 8,1 % (10 osob) a 37,9 % (47 lidí) si nebylo jisto, zda je vybraná společnost společensky odpovědná.



ZÁVĚR

Na základě dotazníku byla vyhodnocena znalost CSR respondentů. Z výzkumu vyšlo, že téměř polovina respondentů nevěděla, co CSR znamená. Tento koncept se v očích společnosti nejvíce pojí se sponzorstvím, charitou nebo jinými sbírkami, avšak jde o mnohem více, proto je zapotřebí koncept CSR rozšiřovat.