

Abstrakt

V roce 1953 dal Howard R. Bowen vzniknout debatě o společenské odpovědnosti firem, která se mezitím do současnosti velmi rozšířila. Koncept Corporate Social Responsibility získal během druhé poloviny dvacátého století mnoho podob a z akademické půdy se dostal do praxe a též do České republiky. V pozadí změn teoretického přístupu k CSR lze sledovat mj. změnu podnikatelského prostředí. Zejména ve změně v pojetí podniku – od shareholderského ke stakeholderskému. Stakeholderská teorie značně ovlivnila uchopení konceptu CSR. Rozdělila tak společnost na jednotlivé fragmenty. Na základě tématické analýzy a rozhovorů s aktéry jsem identifikovala 2 hlavní praktikované přístupy k CSR. Někteří aktéři chápou společenskou odpovědnost firem na pozadí morálních hodnot, někteří aktéři naopak chápou tento pojem na pozadí ekonomických zájmů firmy. Firmy mohou být odpovědné z obou důvodů na základě vnějších tlaků. Některé firmy si ovšem *hrají na společenskou odpovědnost*, což společnost pochopitelně nevnímá pozitivně a může tuto negativní zkušenost dále přenášet na další firmy s „nálepkou CSR“. Nicméně, řada výzkumů opakovaně ukázala, že občané očekávají od firem angažovanost ve společenských problémech a za jejich aktivitu je odmění nákupem. Firmy tak mohou skrze CSR aktivity získávat moc ve společnosti, kde původní hodnoty kapitalismu vystřídal hédonismus a kde se vyprazdňuje veřejný prostor. Cílem této práce je nejen popsat samotný pojem CSR, ale obsáhnout rovněž debatu týkající se jeho fundamentálních etických a filosofických základů.