

# **ŠKODA AUTO VYSOKÁ ŠKOLA o.p.s.**

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor/specializace: Specializace Mezinárodní marketing

## **Regionální podpora ze strany státu a CSR automobilek Diplomová práce**

**Bc. Robin Laitl**

Vedoucí práce:  
Ing. Eva Jaderná, Ph.D

*V tištěné verzi závěrečné práce tento list vyjměte a nahradte zadáním závěrečné práce. V elektronické verzi práce zde vložte oskenované zadání se všemi podpisy.*

Prohlašuji, že jsem závěrečnou práci vypracoval samostatně a použité zdroje uvádím v seznamu literatury. Prohlašuji, že jsem se při vypracování řídil vnitřním předpisem ŠKODA AUTO VYSOKÉ ŠKOLY o.p.s. (dále jen ŠAVŠ) směrnici OS.17.10 Vypracování závěrečné práce.

Jsem si vědom, že se na tuto závěrečnou práci vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon, že se jedná ve smyslu § 60 o školní dílo a že podle § 35 odst. 3 je ŠAVŠ oprávněna mou práci využít k výuce nebo k vlastní vnitřní potřebě. Souhlasím, aby moje práce byla zveřejněna podle § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách.

Beru na vědomí, že ŠAVŠ má právo na uzavření licenční smlouvy k této práci za obvyklých podmínek. Užiji-li tuto práci, nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, mám povinnost o této skutečnosti informovat ŠAVŠ. V takovém případě má ŠAVŠ právo ode mne požadovat příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila, a to až do jejich skutečné výše.

V Mladé Boleslavi dne 13. 05. 2022

Děkuji Ing. Evě Jaderné, Ph.D., za odborné vedení diplomové práce, poskytování cenných rad, připomínek a zařazení do programu SGS.

## Obsah

Úvod.....	7
1 Corporate Social Responsibility (společenská odpovědnost firem) .....	8
1.1 Historie CSR.....	9
1.1.1 CSR v České republice.....	10
1.1.2 Koncept stakeholder .....	12
1.2 Pilíře CSR.....	14
1.2.1 Ekonomický pilíř.....	15
1.2.2 Sociální pilíř .....	16
1.2.3 Enviromentální pilíř .....	20
1.3 Normy CSR .....	21
1.4 Přínosy CSR.....	23
1.5 Rizika CSR.....	23
1.6 CSR v automotive .....	24
2 Regionální rozvoj.....	26
2.1 Aktéři regionálního rozvoje.....	27
3 Analýza regionální podpory ve státní a soukromé sféře .....	29
3.1 Ministerstvo pro místní rozvoj.....	30
3.1.1 Regionální rozvoj.....	31
3.1.2 Akční plán Strategie regionálního rozvoje ČR .....	32
3.1.3 Podpora rozvoje regionů 2022.....	35
3.2 Nadační fond Škoda Auto .....	37
3.2.1 Grantové programy Nadačního fondu ŠKODA AUTO .....	38
3.3 Udržitelné aktivity firem v automotive .....	47
3.4 Průnik aktivit státní a soukromé sféry.....	50
4 Vnímání udržitelnosti ze strany spotřebitele .....	52
5 Shrnutí a doporučení .....	55
Závěr .....	56
Seznam literatury .....	57
Seznam obrázků a tabulek.....	61

## **Seznam použitých zkratk a symbolů**

CSR Corporate Social Responsibility

MMR Ministerstvo pro místní rozvoj

NFSA Nadační fond ŠKODA AUTO

SRR Strategie regionálního rozvoje

## Úvod

V dnešní době se požadavky zákazníků na firmy stále zvyšují, a to nejen na jejich produkty či služby, ale také na jejich udržitelnost a dopad na životní prostředí. Pojem společenské odpovědnosti neboli CSR se tak stává stále důležitějším. Firmy musí zohledňovat kromě ekonomických výsledků také environmentální a sociální dopady na společnost. I přesto že tento koncept v České republice poměrně nové firmy, A to především v automobilovém průmyslu ho již nějakou dobu implementují. Díky tomu dochází k pozvedání image společnosti a zároveň mohou být reflektovány požadavky spotřebitelů, které mají přímý dopad na širší veřejnost a prostředí ve kterém žijí.

Tato diplomová práce je součástí Studentské grantové soutěže (SGS) ŠKODA AUTO Vysoké školy, o. p. s., a jejím cílem je vymezení zásadní aspekty regionální podpory ze strany státu. Následně vymezení nejčastější aktivity CSR v automobilovém průmyslu a pokusit se o nalezení průniku a možností spolupráce státní a soukromé sféry v oblasti podpory regionálního rozvoje.

Diplomová práce je rozdělena na dvě hlavní části – teoretickou a praktickou. V teoretické části je zpracována rešerše vhodné literatury, která pojednává o společenské odpovědnosti firem s užším zaměřením na automobilový průmysl. Druhá kapitola teoretické části se dále věnuje teoretickým hlediskům regionálního rozvoje ze strany státu a jejím aktérům.

Praktická část diplomové práce se zaměřuje na aktivity soukromé a státní sféry, které jsou v současné době realizovány. Nejprve jsou v praktické části diplomové práce popsány aktivity, které jsou realizovány ze strany státu v rámci regionálního rozvoje. Dále praktická část identifikuje aktivity, které jsou předmětem podpory v soukromé sféře, konkrétně v automotive. Diplomová práce zohledňuje také vnímání těchto aktivit ze strany spotřebitele, vymezuje průnik mezi realizovanými aktivitami ze strany soukromé a státní sféry a navrhuje možná doporučení pro jejich spolupráci.

## 1 Corporate Social Responsibility (společenská odpovědnost firem)

Společenská odpovědnost firem nebo Corporate Social Responsibility (dále jen CSR) je čím dál tím více skloňované téma, a to nejen u velkých, korporátních firem. Na určitou formu zodpovědnosti je stále více nahlíženo již u středních či malých podniků.

I přesto, že s určitou formou CSR jsme se mohli setkat již v 50. letech minulého století, neexistuje žádná jednotná, všeobecně platná definice. Dle Kunze nemá společenská odpovědnost žádné striktně vymezené hranice, a to především, že její existence je založena na dobrovolnosti. To ovšem dává prostor jak k diskusi, tak k širokému chápání a interpretaci tohoto komplexního konceptu jednotlivými zájmovými skupinami (Kunz, 2012).

I přesto, že neexistuje jednotná definice, Alexandr Dahlsrud ve své práci *How Corporate Responsibility is defined: an Analysis of 37 definitions* definoval pět oblastí, které jsou obsaženy ve více než 50 % definic a je tedy méně pravděpodobné, že by se jednalo o nerelevantní, náhodou definici (Dahlsrud, 2008).

**Tab. 1 Oblasti CSR**

Oblasti	Procentuální zastoupení
Enviromentální oblast	88 %
Sociální oblast	88 %
Ekonomická oblast	86 %
Oblast dobrovolnosti	80 %
Enviromentální oblast	59 %

Zdroj: vlastní zpracování Dahlsrud, 2008

Dle Dahlsruda lze tedy tyto oblasti považovat relevantní, jelikož se vyskytují ve větším množství definic a definice jsou tím pádem v souladu.

Evropská unie definuje CSR jako „dobrovolné integrování sociálních a ekologických hledisek do každodenních firemních operací a interakcí s firemními stakeholdery“ (Evropská Unie, 2001).



Z definice Evropské Unie vychází, že CSR je v podstatě koncept, ve kterém firmy dobrovolně rozhodují o tom, jakým způsobem budou přispívat na rozvoj sociální sféry a zlepšení životního prostředí.

World Business Council for Sustainable Development tvrdí, že „společenská odpovědnost firem je závazek podniků přispívat k udržitelnému ekonomickému růstu, starat se zaměstnance a pracovat na zlepšení jejich života, rodinné situace a stejně tak napomáhat místní komunitě a společnosti jako celku“ (WBSCD, 2002).

Z výše uvedených definic lze odvodit princip dobrovolnosti. CSR totiž není přímo svázáno se zákonem a jeho existence je čistě na rozhodnutí firmy. Kunz tvrdí, že „společensky odpovědné firmy dobrovolně vyvíjejí aktivity a přijímají závazky, které jdou nad rámec jejich povinností vymezených legislativním ustanovením. K tomuto chování nejsou donuceny silou zákona, ale vychází z jejich vnitřního přesvědčení“ (Kunz, 2012).

Lze tedy shrnout, že společenská odpovědnost firem je soubor aktivit, které firma vyvíjí dobrovolně a nad rámec zákonných či smluvních povinností. Z těchto aktivit mají nadále prospěch nejen zaměstnanci a stakeholderi dané firmy, ale také širší okolí.

## **1.1 Historie CSR**

První zmínky o společenské odpovědnosti firem se objevují na počátku 20. století, kdy byly firmy často kritizovány za své „protispolečenské“ a „protikonkurenční“ praktiky. V té době byly přijímány zákony a nařízení jako byl například Shermanův protimonopolní zákon, které měly za úkol chránit zaměstnance, zákazníky, ale také širokou veřejnost.

Ve stejné době začínali také vznikat hnutí, které vyžadovali větší společenskou odpovědnost firem. Firmy byly proto nuceny přijmout fakt, že kromě cíle tvořit zisk a jednat v souladu se zákonem, musí brát v potaz také další zodpovědnosti. Děkan Harvard Business School, Wallace B. Dohham v roce 1929 řekl: „obchod se začal rozvíjet už před mnohými tisíci lety, ale obchod, jak ho známe dnes je nový – nový ve svém stále se rozšiřujícím rozsahu, a to i ve společenském významu. Problémem

ovšem zůstává, že podniky si stále neuvědomují důležitost své zodpovědnosti vůči budoucí civilizaci“ (Carroll, 2008).

Zlomovým rokem pro CSR se stal rok 1953, ve kterém ve své knize Social Responsibility of the Businessman (společenská zodpovědnost podnikatele) používá Howard Bowen poprvé pojem „corporate social responsibility“. Je tedy považován za „otce“ CSR. Bowen se ovšem ve své knize zaměřoval pouze na sociální odpovědnost, a to pouze z pohledu vlastníka nikoli firmy jako celku.

V šedesátých a sedmdesátých letech ovlivnilo očekávání společnosti v oblasti ochodu hnutí za občanská práva, konzumerismus a enviromentalismus. Na základě obecné myšlenky, že lidé s velkou mocí mají velkou odpovědnost, mnozí požadovali, aby byl svět podnikání proaktivnější, aby přestal způsobovat společenské problémy a začal se podílet na řešení těchto problémů. Bylo vydáno mnoho zákonných mandátů na podnikání související s rovnými pracovními příležitostmi, bezpečností výrobků, bezpečností pracovníků a životním prostředím. Společnost navíc začala očekávat, že se podniky budou dobrovolně podílet na řešení společenských problémů, ať už problémy způsobily sami či nikoli. To bylo založeno na názoru, že korporace by měly jít nad rámec svých ekonomických a právních odpovědností a přijímat odpovědnosti související se zlepšováním společnosti. Tento pohled na společenskou odpovědnost podniků je převládajícím pohledem na většinu dnešního světa (Barnett, online).

### **1.1.1 CSR v České republice**

#### **Historie**

Jako ústřední postavu vzniku jakékoliv podoby CSR můžeme zajisté označit Tomáše Baťu. Tento přední československý podnikatel věřil, že podnikání musí být založeno na morálních principech a ukázal, co to znamená být společensky odpovědnou firmou. Baťa razil názor, že podnikání musí posloužit člověku, jeho rozvoji a zdokonalování. V praktické rovině šlo například o důslednou péči o své zaměstnance. Známy je koncept stavby důstojného bydlení pro pracovníky Baťových závodů nebo rozvoj zaměstnanců prostřednictvím systému školení. Skrze férový přístup ke tvorbě mzdy a jejímu rozdělování, rovným příležitostem pro muže i ženy, získávaly Baťovy podnikatelské aktivity loajální a dobré pracovníky. Ve středu Baťova podnikání a podnikatelské filozofie stál též odpovědný přístup ke

komunitě, ve které působil. Jednalo se o podporu a tvorbu obchodní akademie, založení nemocnice pro občany i zaměstnance Zlína. Ve směru odpovědného přístupu k životnímu prostředí jmenujme například programy pro třídění a recyklaci odpadů (CSR Portal, 2012).

Vývoj CSR v rámci České republiky bychom mohli rozdělit do tří vývojových fází, přičemž na jejich konci stojí model velmi podobný Bat'ovu přístupu. První fáze se časově řadí na počátek devadesátých let a je pro ni charakteristické firemní dárcovství. Nicméně jsou hmotné a finanční dary přerozdělovány nesystematicky bez jasné synergie obdarovaného subjektu a činnosti firmy. Druhá fáze se zaměřuje právě na správné cílení darů. Firmy postupně přecházejí k podpoře specifických sektorů, jejichž subjekty jsou v přímé návaznosti na činnost firmy. Jako příklad lze uvést podporu ze stran farmaceutických firem do rozvoje zdravotnických škol nebo pořádání kurzů komunikace pro zdravotnický personál. Tím pádem má podpora dlouhodobější trvání a zvyšuje se s tím i efektivita celého procesu. Ve třetí fázi se firmy kromě dárcovství začínají zaměřovat i na více komplexní otázky společenské odpovědnosti firmy, a to především komplexní přístup k prostředí, v němž firma působí. Pro společensky odpovědnou firmu je tedy důležitá integrace sociálních, ekologických a ekonomických aspektů do všech činností firmy, a to v interakci se všemi zainteresovanými stranami podniku, tj. stakeholdery (CSR Portal, 2012).

### **Současný stav**

V současné době nejsou v České republice aktivity CSR nijak výrazně regulovány. Národním gestorem CSR je od roku 2013 Ministerstvo průmyslu a obchodu, jehož úkolem je vypracovávat strategický dokument Národní akční plán společenské odpovědnosti organizací v České republice (NAP CSR). Ministerstvo průmyslu a obchodu je zároveň pověřeno řízením Rady kvality ČR a organizačním zajištěním její činnosti. MPO ČR je hlavním subjektem, který zajišťuje propagaci a koordinaci aktivit v oblasti CSR na národní úrovni. Strategie v oblasti CSR je součástí strategických záměrů Rady od roku 2006.

Pro efektivnější koordinaci aktivit v oblasti CSR byla Radou kvality ČR v roce 2008 ustavena odborná sekce Společenská odpovědnost organizací. V roce 2015 na základě usnesení Rady kvality ČR došlo k reorganizaci této sekce. S ohledem na aktuálnost problematiky udržitelného rozvoje se rozšířila její působnost a revitalizovala členská základna. V současné době nese odborná sekce název

Kvalita a udržitelný rozvoj. Posláním sekce je podporovat a koordinovat koncept společenské odpovědnosti (CSR) a udržitelného rozvoje v ČR. Odbor podnikatelského prostředí a obchodního podnikání MPO v rámci procesu tvorby strategického dokumentu NAP CSR připravil jeho základní teze (záměry, existující priority a možné aktivity) i následnou aktualizaci tohoto strategického dokumentu.

Vedle MPO se na rozvoji a propagaci CSR v ČR podílejí i nevládní organizace, např. Asociace společenské odpovědnosti, Business Leaders Forum, Byznys pro společnost, Česká podnikatelská rada pro udržitelný rozvoj (Národní portál, 2022).

### **1.1.2 Koncept stakeholder**

Podle Tetřevové je zásadní otázkou, vůči komu má být firma společensky odpovědná. Již v roce 1966 Davis a Blomstrom uváděli, že podnikatelé mají být společensky odpovědní vůči těm, kteří mohou být ovlivněni jejich aktivitami, tedy v současném pojetí vůči tzv. stakeholderům (Tetřevová a kol., 2017).

Carroll a Buchholz tvrdí, že „stake“ je někdo, kdo má nějaký zájem ve společnosti a její činnosti, případně někdo, kdo ve firmě má nějaký podíl.

Primárně se může jednat o tyto dvě oblasti:

zaměstnanci a vlastníci – mají určité, zákonem dané, práva a očekávání spojené s firmou nebo její činností

ostatní – může se jednat o různé skupiny lidí, které nemají přímou zákonem danou návaznost na danou firmu, ale její činnost se jich přímo dotýká. Jako příklad můžeme uvést různá environmentální hnutí, které může firma ovlivňovat například nakládáním s přírodními zdroji a s tím spojeným dopadem na životní prostředí. Tyto skupiny nadále firmy motivují, aby se chovali odpovědněji.

Carroll a Buchholz nadále rozdělují stakeholdery do dvou skupin. A to na primární a sekundární stakeholdery, a to podle toho zájem mají skupiny v návaznosti na firmu. Primární skupina jsou především ty subjekty, které mají přímí či významný vliv na každodenní činnost podniku. Sekundární skupiny jsou potom veřejné nebo speciální zájmové skupiny, které jsou činností podniku ovlivněné (Carroll a Buchholz, 2011)

Podrobnější rozdělení primárních a sekundárních stakeholderů dokumentuje následující tabulka.

**Tab. 2 Primární a sekundární stakeholdeři**

<b>Primární stakeholdeři</b>	<b>Sekundární stakeholdeři</b>
Vlastníci	Místní úřady a vláda
Zaměstnanci	Regulační orgány
Zákazníci	Občanská hnutí
Obchodní partneři	Specifické zájmové skupiny
Komunity	Obchodní a průmyslové uskupení
Budoucí generace	Média
Životní prostředí	Konkurence

Zdroj: vlastní zpracování Carroll a Buchholz, 2011

Pro společensky odpovědnou firmu je důležité si svoje stakeholdery definovat, aby mohla naplňovat jejich potřeby, požadavky a očekávání.

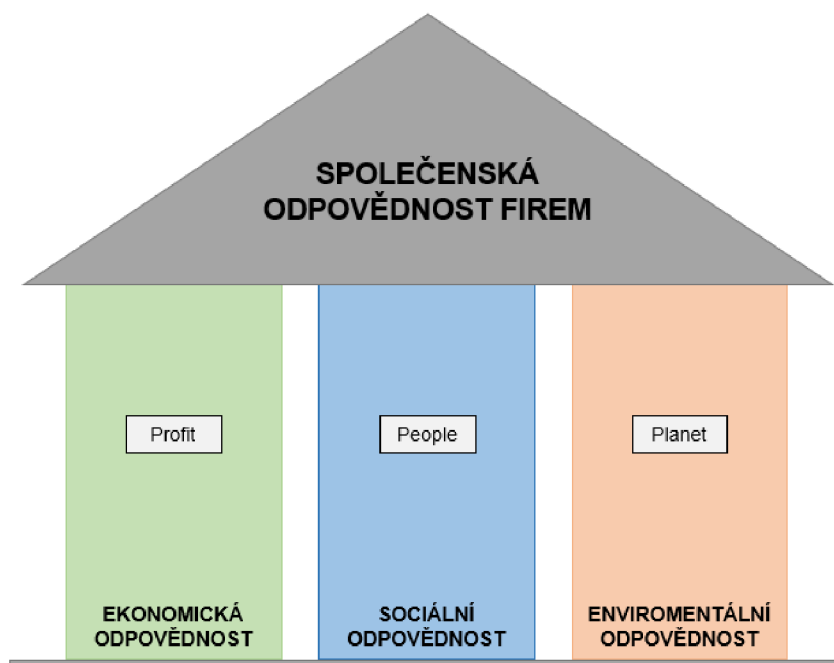
Cílem konceptu stakeholderů by mělo být nezvýhodňovat jednu skupinu (vlastníky) na úkor skupin ostatních a nezneužívat skupiny jako prostředek k dosažení jiných cílů. V této teorii Evan A Freeman navrhuje, že manažeři ve firmě by neměli být zodpovědní pouze vůči akcionářům, ale také vůči stakeholderům. Navrhuje také, aby se manažeři řídili dvěma principy: (Putnová, Seknička, 2007)

- 1) Vést podnik s cílem zisku pro své stakeholdery a spolupracovat na rozhodnutích ohledně budoucnosti firmy
- 2) Management má zodpovědnost nejen vůči stakeholderům, ale také vůči firmě a její dlouho době prestiže

Snaha firmy o větší naslouchání stakeholderům a rozvíjení spolupráce s nimi, včetně jejich systematického zapojení, může přinést řadu výhod, například v podobě řízení, resp. předcházení rizik, zajištění větší transparentnosti a odpovědnosti, získání cenných informací a vzájemné inspirace, lepšímu porozumění stakeholderům, stejně jako možnost překonat vzájemnou nedůvěru a budovat dlouhodobá přátelství (Kunz, 2012).

## 1.2 Pilíře CSR

Společenská odpovědnost firem je moderním konceptem podnikání, který vede k širšímu pohledu na podnikání a je postaven na třech základních pilířích tzv. **triple-bottom-line** (Kunz, 2012). Tyto tři pilíře, kterými jsou ekonomický (zaměřený na profit), sociální (zaměřený na lidi) a enviromentální (zaměřený na planetu) pilíř. Kombinace těchto základní témat (pilířů) společně tvoří základ společenské odpovědnosti firem, jak je patrné z obrázku níže.



Zdroj: vlastní zpracování Tetřevová a kol. 2017

**Obr. 1 Triple-bottom-line**

Triple-bottom-line lze využít také jako koncept, který v rámci udržitelnosti zohledňuje ekonomické, sociální a enviromentální dopady jakožto účetní nástroj (Conradie, 2018).

V posledních letech se věnuje značná pozornost "triple bottom line reportingu", který Elkington (1998) definuje jako reporting, který poskytuje informace o ekonomické, environmentální a sociální výkonnosti subjektu. Pojem reportingu podle těchto tří složek (neboli "bottom lines") je přímo spojen s konceptem a cílem udržitelného rozvoje. Pokud je reporting podle trojí linie správně zaveden, poskytne informace, které ostatním umožní posoudit udržitelnost činnosti organizace nebo komunity. Vychází se z toho, že má-li být organizace nebo komunita udržitelná,

musí být finančně zajištěna, což se projevuje například ziskovostí, musí minimalizovat nebo v ideálním případě eliminovat své negativní dopady na životní prostředí a musí jednat v souladu se společenskými očekáváními. Tyto tři faktory jsou samozřejmě vysoce provázané (Arowoshegbe, 2016).

Pod prvním pilířem si lze představit ekonomickou odpovědnost podniku, která je uplatňována především v transparentním podnikání, rozvíjení vztahů se stakeholdery a uplatňování principů dobrého řízení. Druhým pilířem se rozumí sociální odpovědnost, která se vyznačuje dobrými vztahy se zaměstnanci a veřejností. Třetí pilíř představuje odpovědnost environmentální, která se vyznačuje snahou o minimalizaci negativních dopadů na životní prostředí (Tetřevová a kol. 2017).

### **1.2.1 Ekonomický pilíř**

Primárním cílem společnosti by mělo být generovat zisk, respektive dlouhodobě dosahovat zisku a dlouhodobý nárůst ceny akcií. Za předpokladu, že firma plní tyto základní ekonomické atributy, může z vygenerovaných peněz financovat další, podpůrné, společensky odpovědné aktivity.

Tetřevová (2017) mezi specifické aktivity ekonomického pilíře řadí především schopnost uplatnit princip dobrého řízení s apelem na zachování kvality a bezpečnosti prodávaných výrobků zákazníkům. Podstatnou roli hraje v rámci ekonomického pilíře také tvorba a zavádění inovací a s tím spojené zajištění udržitelnosti produktů. V současné době jsou firmy nuceny vynakládat větší množství investic na míru udržitelnosti svých produktů, kdyby tak nečinily, riskují ztrátu zákazníků, jelikož i udržitelnost může být jedním z rozhodujících faktorů při rozhodování o koupi. S tím jsou spojené další aktivity, které jsou dle Tetřevové (2017) spojeny s ekonomickým pilířem. Tyto aktivity mají za cíl vybudovat a posilovat vztahy s partnery na všech úrovních. Ať už se jedná o vztahy se zákazníky, investory a akcionáři nebo posilování vztahů na dodavatelsko-odběratelské úrovni.

Podobný náhled na ekonomický pilíř uvádí ve své knize i Kunz (2012), který v oblasti CSR z pohledu ekonomického pilíře uvádí, jako klíčové aktivity ty, které vedou organizaci a její zaměstnance, aby se vyhýbali korupci a chovali se eticky – jako příklad těchto aktivit může být například etický kodex, bez jehož existence se v dnešní době již společensky odpovědná firma neobejde.

Další významnou aktivitou v rámci ekonomického pilíře triple-bottom-line je způsob správy a řízení firmy, podle kterých by si firmy měly osvojit a uplatňovat principy dobrého řízení. Ira Milton v souvislosti s tímto tématem uvádí, že „přiměřená správa ochotné společnosti znamená ochraňovat její tvořivost, svobodu a flexibilitu, a zajišťovat schopnost společnosti vytvářet bohatství a blahobyt, na kterém je občanská komunita závislá“ (Milstein, 2007).

Dalším předpokladem pro úspěšné působení a navenek dobře prezentované organizace je schopnost působit věrohodně a transparentně. Tyto hodnoty jsou vyžadovány stakeholdery daných firem, což může mít přímý vliv na výkonost a hodnotu firmy. Předpokládá se, že firmy jsou transparentní a poskytují o sobě a svém působení informace, byť negativní. Dubbink a Graafland tvrdí, že organizace je transparentní, zveřejňuje-li informace, které stakeholderům poskytují náhled do věcí, které se jich týkají (Dubbink a Graafland, 2008). Samozřejmě je jen a pouze na dané firmě, jakým způsobem jednotlivé zprávy, především ty negativní, prezentuje.

Stejně jako Tetřevová, považuje Kunz (2012) pro ekonomických pilíř za velmi důležité vztahy se zákazníky a dodavateli. Jedním z hlavních cílů by mělo být uspokojení zákazníků, a to především nabízením bezpečných a kvalitních výrobků za odpovídající cenu. Firmy by měly také dodržovat podmínky pro reklamace, dodacích dob a dob splatnosti. Stejný přístup by měla firma uplatňovat také ve vztahu ke svým dodavatelům a poskytovat jim stejné příležitosti při jejich výběru.

Kunz (2012) také uvádí, že je pro firmy zásadní způsob chování k vlastníkům a akcionářům, čímž je myšleno, že by firmy měli dbát na zájmy vlastníků a akcionářů a poskytovat jim potřebné a dostatečné informace. Do této oblasti patří především respektování ochrany duševního vlastnictví, inovace a udržitelnost či respektování pravidel českého konkurenčního boje.

### **1.2.2 Sociální pilíř**

V rámci sociální pilíře se společensky odpovědná firma stará především o zaměstnance, ale také o lidi v bezprostředním okolí a pracovní podmínky, které jsou ve firmě nastaveny. Podnik tak ovlivňuje životní úroveň, bezpečnost, zdraví a kulturní rozvoj lidí na pracovišti a v místních komunitách.

Sociální pilíř bychom tak mohli rozdělit do dvou oblastí – interní a externí. Interní oblast se věnuje primárně sociální politice podniku, zatímco externí potom



spolupráci s místní komunitou, altruismu a filantropii. V souvislosti s tématem této diplomové práce budou klíčové především aktivity z oblasti externí. Především ty aktivity, které se zaměřují na spolupráci s místní komunitou nebo mají vliv na obyvatele v dané oblasti. Spolupráce státního a soukromého sektoru na úrovni vnitřní oblasti sociálního pilíře není možná, jelikož stát nemá dostatečné kompetence, kterými by mohl tuto oblast ovlivnit.

Kunz (2012) tvrdí, že „představitelé podnikatelského sektoru by si měli uvědomit, že spokojený a motivovaný zaměstnanec je v dnešní znalostní společnosti klíčovým faktorem k jejich úspěšnému fungování“.

I z pohledu sociálního pilíře CSR lze identifikovat aktivity, které mají na tento pilíř přímý vliv. Firmy by se měly snažit o vytvoření vhodných podmínek k tomu, aby mohli zaměstnanci sladit svůj pracovní a osobní život – **work-life balance**. K dosažení tohoto cíle slouží různé benefity či nástroje, které zaměstnancům umožňují tyto dva životní aspekty skloubit. Mezi ty nejhojněji využívané patří například možnost využívání práce z domova (home office). Konkrétně home office se stal určitým standardem během posledních pár let ve spojení s korona krizí, kdy většina podniků byla nucena částečně či zcela uzavřít své pobočky a jejich zaměstnanci tak pracovali z domova. I přes zlepšující situaci ovšem velké množství firem implementovalo, do jisté míry, hybridní formu práce. Ta umožňuje využívat zaměstnancům kancelářské prostředí za předpokladu, že jim přenese další prospěch, zbytek času jim je umožněno pracovat z domova, což může mít za následek snížení nákladů na dopravu, jídlo a další.

Dalším z důležitých témat sociálního pilíře CSR je udržování kontaktu se zaměstnanci během rodičovské dovolené. I přes pokrok, který v této oblasti nastal v posledních letech, se může jevit odchod na rodičovskou dovolenou jako určité překážka v kariéerním postupu. Firmy by proto měli se zaměstnanci udržovat stálý kontakt i během této doby. Předchozím odstavci byla rozebírána problematika využívání home officu, což může být také jeden z vhodných způsobů, jak alespoň částečně začlenit zaměstnance na rodičovské dovolené do firemních procesů i v této době. S tímto tématem samozřejmě souvisí i opětovné začlenění vracejících se zaměstnanců.

V neposlední řadě je důležité, aby firmy podporovali své zaměstnance i po psychické stránce a poskytovali jim poradenství a právní služby v krizových situacích. Vhodným příkladem takovéto podpory mohou být příspěvky na

psychologickou či psychiatrickou pomoc, jelikož například vyhoření zůstává stále jedním z problémů, které se na pracovišti vyskytují.

Do sociálního pilíře CSR lze také zařadit aktivity pro **rozvoj lidského kapitálu**. Vhodným prostředkem je poskytnout zaměstnancům vhodné podmínky k dalšímu zvyšování kvalifikace a permanentního vzdělání, v čehož následně mohou benefitovat jak zaměstnanci (zvyšuje to jejich hodnotu na trhu práce, tak firma (kvalifikovanější pracovní síla). Nespadá sem pouze akademické vzdělání, ale také rozšiřování znalostí a dovedností zaměstnanců. Zaměstnancům by měl být také zajištěn kariérní postup, který opět vede k oboustranné spokojenosti.

Ke spokojenosti zaměstnanců může vést také Outplacement, který může mít vícero podob. Jedním ze způsobů je rekvalifikace propuštěných zaměstnanců. Firma tam může získat již částečně kvalifikované zaměstnance. Organizace poskytují i další druhy pomoci pro své zaměstnance, jimiž jsou například konzultační centra.

V organizacích vždy existuje určitá forma **zaměstnanecké politiky**. Jejím úkolem je zajistit zaměstnancům přiměřené mzdy, nadstandartní sociální a jiné zaměstnanecké výhody, kterými jsou například příspěvky na stravování a penzijní připojištění, příspěvky na dovolenou či různé programy zdraví. Hojně využívaný je také tzv. cafeteria systém – kreditový program, kde si zaměstnanci sami vybírají odměny. Mezi nejvyužívanější služby cafeteria systému patří například MultiSport karta nebo FlexiPass.

Samozřejmostí pro každé firemní prostředí by mělo být **respektování principu rovných pracovních příležitostí**. Detailněji, je nutno přistupovat ke každému zaměstnanci bez ohledu na jeho pohlaví, věk, etnický původ, sexuální orientaci, národnost, víru a další. Jedním z hlavních předpokladů je využívání silných stránek jednotlivých zaměstnanců bez ohledu na jejich individuální odlišnosti.

Součástí sociálního pilíře CSR je také **diversity management**. Termín "diversity management" označuje systematický a plánovaný závazek organizací přijímat a udržet si zaměstnance s různým původem a schopnostmi. Jedná se o činnost, kterou lze nalézt především v rámci vzdělávání a rozvoje v oblasti řízení lidských zdrojů v organizacích. V kontextu této diplomové je řízení rozmanitosti definováno jako souhrnný účinek subsystémů řízení lidských zdrojů, včetně nábory, odměňování, hodnocení výkonu, rozvoje zaměstnanců a individuálního manažerského chování při zajišťování konkurenční výhody prostřednictvím vedení a týmové práce (Basset-Jones, 2005).

Do určité míry jsou v sociálním pilíři zahrnuty i základní prvky pracovního prostředí jakými jsou například boj proti mobbingu, sexuálnímu harašení a obtěžování. Je třeba zařídit humanizaci práce, různorodost a obohacování práce, rotaci práce a další.

Organizace by také měly poskytnout zaměstnancům základní ochranu práce, péče o zdraví a bezpečnost zaměstnanců nebo pravidelné lékařské prohlídky. Ke zlepšení pracovních podmínek napomáhá **zdravá podniková kultura, otevřené a přátelské podnikové klima**, díky které má každý zaměstnanec právo a možnost vyjádřit svůj názor. Vedení uplatňuje participativní a demokratický styl řízení a práci v týmech. Na pracovišti jsou respektována a dodržována lidská práva, vyhodnocují se budoucí sociální důsledky firemních rozhodnutí a následné řízení rizik, zároveň musí být sociální situace v prostředí firmy neustále monitorována a reportována.

### **Interní oblast**

Hlavní složkou interní oblastní sociálního pilíře je sociální politika podniku, která představuje specifickou celopodnikovou činnost, která naplňuje myšlenku triple-bottom-line. Zároveň vyžaduje „strategickou provázanost s ostatními aktivitami firmy a cíle vytvořit preventivní politiku, která podporuje vazbu: znalosti pracovníka – výsledky jeho činností – schopnost vyhodnocovat – vliv na postavení pracovníka, což prostřednictvím uspokojení jeho přání a potřeb umožňuje dosáhnout celopodnikových cílů“ (Prskavcová, M., Maršíková, K., Řehořová, P., Zbránková, M., 2008).

Zodpovědnost za sociální politiku podniku nese management a jeho cílem je vytvořit partnerství se zaměstnancem, nabídnout mu možnost využití jeho schopností a dále je rozšiřovat.

Kromě sociální politiky podniku lze do interní oblasti zahrnout také aktivity jako jsou například zaměstnanecká politika, rozvoj lidského kapitálu, zajištění rekvalifikace, vzdělání, péče o propuštěné zaměstnance a jejich další uplatnění. Sociální pilíř by měl také reflektovat obecné sociální základy jimiž jsou rovné pracovní podmínky pro lidi jakéhokoliv genderu, etniky či lidí s různými typy postižení. Samozřejmostí je také dodržování základních lidských práv.

### **Externí oblast**

Tato část je zaměřena především na oblast filantropie a spolupráce s místní komunitou.

Mezi interní a externí sociální politikou nestojí bariéra, v praxi dochází často k velice zajímavému propojení těchto částí sociálního pilíře, a to např. zapojením zaměstnanců do strategie filantropie, která je ve firmě realizována jako proaktivní<sup>17</sup>. Toto propojení lze například prostřednictvím tzv. matchingového fondu. Tento fond pracuje na principu spolupráce zaměstnavatele a zaměstnance v oblasti filantropie firmy. Zaměstnanci prostřednictvím tohoto fondu mohou věnovat určitou částku na dobročinné účely (Prskavcová, 2008).

### **1.2.3 Enviromentální pilíř**

Enviromentální pilíř se zaměřuje na identifikace a dopady činností organizace na životní prostředí, dále zahrnuje šetrnou ekologickou firemní kulturu, ekologickou výrobu, úsporné zacházení s přírodními zdroji, investice a rozvoj ekologických technologií a dalších enviromentální aspekty (Kuldová, 2010).

Hlavním cílem enviromentálního pilíře je, aby si vedení forem uvědomovalo, že svojí činností působí a ovlivňuje i okolní prostředí. Jedná se o vzhled dané krajiny, využívání přírodních zdrojů, hluchost, emise, znečišťování životního prostředí odpadem nebo dopravní zátěž. Firmy by měly stále více usilovat tyto nepříznivé účinky týkající se jejich činnosti na okolní komunity co nejvíce snižovat, a to zejména systematickou proaktivní politikou v této oblasti. Enviromentální oblast společensky odpovědného podnikání je zaměřena zejména na činnosti spojené s ochranou přírodních zdrojů a ohleduplné zacházení s nimi, minimalizaci používání fosilních paliv, snižovat spotřebu energie a vody, používání náhradních obnovitelných zdrojů energie. Dále se snaží eliminovat negativní dopady na životní prostředí a kontrolovat vlivy na životní prostředí. Firmy se čím dál více musí zaměřovat na ekologicky šetrnou výrobu a vytváření ekologické politiky firmy. Obzvláště manipuluje-li při výrobě s rizikovými látkami je třeba dodržovat přísné bezpečnostní zásady a předpisy.

Zároveň je také nutno podotknout, že správně zvolená enviromentální politika společnosti může pozitivně ovlivnit spotřebitelské chování zaměstnanců, a to nejen v rámci organizace, ale také v jejich vlastních domácnostech (Kunz, 2012).

### **1.3 Normy CSR**

Ve spojitosti se společenskou odpovědností firem existuje i několik mezinárodně uznávaných norem.

#### **ISO 26000 – Společenská odpovědnost firem**

Mezinárodní organizace pro normalizaci ISO vydala novou mezinárodní normu, ISO 26000, která představuje průvodce společenskou odpovědností pro společnosti a organizace ze soukromého i veřejného sektoru. Norma představuje principy společenské odpovědnosti, doporučuje měření a rozebírá do hloubky 7 základních témat:

- Organizace a management,
- lidská práva
- pracovní podmínky,
- životní prostředí,
- korektní podnikání,
- péče o spotřebitele,
- zapojení a rozvoj místních komunit.

Norma ISO pojednává také o efektivním začlenění CSR do společnosti a stakeholderů do společnosti takových způsobem, aby se stali součástí firemní kultury a firemních procesů.

#### **SA 8000 – Sociální odpovědnost**

Mezinárodní norma SA8000 je celosvětově uznávána jako referenční norma pro zlepšování pracovních podmínek. Norma SA8000 vychází z úmluv a doporučení Mezinárodní organizace práce (ILO) a byla vydána organizací Social Accountability International (SAI).

#### **AA 1000 AccountAbility**

Tato norma vznikla ve Velké Británii již v roce 1999 s cílem vytvořit strukturu pro politiku společenské odpovědnosti, dialog mezi zainteresovanými stranami, sociální, etické a environmentální účetnictví, audit a reporting a profesionální výcvik. Přispívá k posilování důvěryhodnosti organizací.

## **ISO 14001 – Systém environmentálního managementu**

Zahrnuje široce využívané postupy pro environmentální řízení, klade velký důraz na postoj organizace k životnímu prostředí. Subjekt splňující podmínky normy ISO 14001 podporuje ochranu životního prostředí a prevenci znečišťování v rovnováze se sociálními a ekonomickými potřebami. Organizace se musí zavázat k neustálému zlepšování svého vlivu na životní prostředí.

Organizace určuje výchozí úroveň svého vlivu na životní prostředí, aby bylo možné nastavit řízení environmentálních aspektů. Všechny environmentální aspekty (aspekty s kladným, či záporným dopadem na životní prostředí) musí být snadno identifikovatelné a organizace je musí vyhodnocovat a u negativních snižovat jejich vliv na životní prostředí. Musí být vytvořen seznam ekologických havárií, které mohou potenciálně vzniknout při činnostech organizace a musí být vypracovány a ověřovány havarijní plány. Certifikaci podle této ISO normy mohou provést certifikační orgány akreditované např. u Českého institutu pro akreditaci.

## **OHSAS 18001 – Systém managementu bezpečnosti a ochrany zdraví při práci**

Tato mezinárodní norma byla vytvořena v roce 1999 ve Velké Británii. Text normy vytvářela řada národních akreditačních společností, certifikačních orgánů a konzultantských společností. Norma pomáhá odstranit nebo minimalizovat rizika pro zaměstnance nebo další osoby, které by byly vystaveny rizikům při činnosti podniku. Norma pomáhá prokazovat plnění právních požadavků a je významným krokem při vytváření a udržování prostředí, které je dobré pro zaměstnance i pro podnikání. Certifikaci podle této normy mohou provést certifikační orgány akreditované např. u Českého institutu pro akreditaci.

## **EMAS – Systém environmentálního řízení a auditu**

Určeno pro organizace na území států EU. Poprvé byl systém EMAS publikován v roce 1993. Toto schéma environmentálního managementu a auditu podniků je dobrovolný systém pro společnosti, které se rozhodly hodnotit a zlepšovat svůj environmentální profil. Organizace, která se pro toto schéma rozhodne, se také zavazuje k poskytování relevantních informací veřejnosti. Environmentální prohlášení společnosti musí být ověřeno akreditovanou třetí stranou (CSR-online; 2021).

## 1.4 Přínosy CSR

Řízení firmy na základě principů společensky odpovědného podnikání může firmě přinášet mnoho výhod nefinančního charakteru. Tyto výhody jsou následně významné pro perspektivní udržitelné fungování firmy. Na aktivity CSR se tedy nahlíží jako na investice, přičemž se jejich přínos hodnotí z dlouhodobějšího hlediska.

Kašparová (2013) uvádí jako nejdůležitější přínosy společensky odpovědného podnikání následující:

Kašparová (2013) uvádí řadu přínosů, které mohou plynout ze společensky odpovědného podnikání, a to například fakt, že se firma může stát oblíbeným zaměstnancem. Nejen, že je to pro firmu dobrá reklama, ale může díky tomu snadněji shánět zaměstnance (sami se ucházejí o místo ve firmě).

Vhodná implementace CSR může vést k podpoře růstu prodejů a věrnost zákazníků, a to díky snížení provozních nákladů a zvýšení provozní efektivity. Se zvýšenou efektivitou odpadávají také do jisté míry náklady na risk management a dochází jeho zlepšení. Výhody jsou znatelné i v oblasti obchodních partnerů. Vzniká zde možnost získání nových obchodních partnerů, díky čemuž se rozvíjí kvalitnější spolupráce se zájmovými skupinami díky lepšímu poznání jejich potřeb. Při maximalizaci přínosů CSR dochází ke zvýšení přitažlivosti a zajímavosti pro investory a zpřístupnění dalšího kapitálu pro investory. Kombinace těchto přínosů přispívá k získání lepšího jména na trhu a pozitivního obrazu v očích široké veřejnosti. Cílem těchto aktivit je vytvoření potřebné pozice k úspěšnému fungování a dlouhodobé udržitelnosti (Kašparová, 2013).

## 1.5 Rizika CSR

Při uplatňování společensky odpovědného podnikání se můžeme setkat i s riziky. Podle kritiků tohoto konceptu je jediným cílem firem produkovat zisk. Milton Friedman se stal v sedmdesátých letech kritikem společensky odpovědného podnikání a ve více článcích zdůrazňuje, že jedinou zodpovědnou úlohou firmy je maximalizovat zisk, a ne se věnovat jiným společenským aktivitám.

K zavádění společensky odpovědného chování přistupují větší a organizace a podniky mnohem odvážněji než malé a střední podniky. Hlavními úskalími přijetí společensky odpovědného podnikání malých a středních podniků patří zejména obavy z rostoucích provozních nákladů a negativní dopad na ziskovost a s tím

spojená nadměrná byrokracie, kterou si často menší či střední podniky nemohou dovolit z důvodu vyšších nákladů na pracovní sílu. Tím vyvstává další potenciální riziko CSR, čímž je nedostatek lidských zdrojů. Ve velkých korporacích jsou často zřízena dedikovaná oddělení pro správu CSR. Aktivita CSR totiž často vyžadují důkladné plánování a často také zvýšenou potřebu pracovní síly na jejich realizaci. Za další úskalí lze označit nízkou míru znalostí o společenské odpovědnosti a málo informací, jak postupovat při realizaci společensky odpovědného podnikání. Kombinace těchto „překážek“ může vést k nedostatku či ztrátě motivace tyto aktivity provozovat, jelikož vynaložené náklady (ať už lidské nebo finanční) nemusí převyšovat pozitivní důsledky.

Zvláště menší firmy se navíc mohou potkávat s nedostatečným vědomím o tom, že společenská odpovědnost je nezbytná součást podnikání a může mít pro podnikání pozitivní vliv (Bussard, 2005).

Můžeme tedy vyvodit, že implementace společensky odpovědného jednání sebou může nést i negativní stránky, které mohou firmy odradit od jeho implementování.

## **1.6 CSR v automotive**

CSR v automotive se skládá z většího množství problémů. Automobilky musí řešit problémy, které vznikají ve fázích výroby, používání, ale také likvidace. Zvláště poslední zmíněná fáze nabývá v poslední fázi na důležitosti vzhledem k současnému trendu elektrifikace aut. Jelikož stále nejsme schopni efektivně recyklovat baterie, které jsou v autech používány. Velmi ekologicky náročná je také výroba baterií. Dle Orsata (2007) by měly automobilky věnovat pozornost otázkám CSR ve všech fázích dodávek a přijmou přístup k automobilovému průmyslu na základě životního cyklu.

V současnosti se nejdůležitějším tématem v rámci CSR v automotive stává využívání alternativních technologií a zdrojů paliva. Alternativních paliv existuje mnoho, ať už se jedná o různé typy plynů (CNG, LPG) nebo nahrazování klasických fosilních paliv (nafta, benzín) alternativními (metanol, biopaliva), stejně tak jako nových technologií. Stále více využívané jsou pohony čistě elektrické nebo hybridní nebo pohony a palivovými články. Není jasné, která z těchto možností má schopnost snížit emise a nejlépe konkurovat na trhu konvenčním technologiím (Martinuzzi, 2011). V závislosti na okolnostech a postoji k inovacím (radikální/inkrementální) se mohou lišit. například širší zavedení biopaliv (etanolu) v Brazílii, první hybridní



automobil Toyota nebo malé rozšíření technologie vodíkových palivových článků. (Zapata, Nieuwenhuis, 2010).

Jedním ne zcela očividným důvodem implementace CSR v automotive jsou inovace. Asongu (2007) tvrdí, že by se měly inovace považovat jako platný argument pro CSR, a to především v souvislosti se čtyřmi tradičními argumenty pro společenskou odpovědnost, jimiž jsou morálka, reputace, licence k činnosti a udržitelnost. Vědci a tvůrci politik zároveň tvrdí, že inovace, které jsou způsobeny stále přísnějšími environmentálními regulacemi, mají za následek zvýšenou konkurenceschopnost firem. Zmíněné regulace totiž vedou k firmy ke stále zvyšujícímu se počtu výzkumných a vývojových činností, což vede k většímu počtu inovací v důsledku detailnějšího přehodnocování výrobních procesů a výrobků samotných (Porter, Kramer, 2011).

Inovace, konkrétně v automotive, lze rozdělit do dvou skupin – technické inovace (produktů a služeb) a netechnické inovace (tržní a organizační inovace). Environmentálně zaměřené technické inovace mají za cíl zvýšit počet výrobků a služeb se zlepšenými environmentálními vlastnostmi. Toho lze dosáhnout začleněním udržitelnosti a analýzy hodnocení životního cyklu do návrhu výrobku, takovým způsobem, aby nedocházelo ke snížení kvality, výkonosti nebo ceny výrobku na trhu. Příkladem technických inovací, které jsou založeny na CSR mohou být hybridní vozidla, elektromobily, vozidla využívající čistou naftu, biopaliva a další produkty. Cílem těchto technických inovací je poskytnout spotřebiteli co nejvyšší emocionální a funkční úroveň. Zároveň by nabízené produkty či služby měly minimalizovat spotřebu zdrojů a negativní dopad na životní prostředí (Butnariu, 2016).

McWilliams (2010) definoval CSR jako spolu specializované aktivum, které zvyšuje celkovou pověst firmy nebo posiluje její schopnosti a zdroje. Toto tvrzení lze aplikovat především na inovace, které vznikají na základě aktivit CSR. Předpokládá se tedy, že strategické aktivity CSR odkazují na inovační procesy, které přináší významný přínos pro ziskovost firmy a poskytuje příležitosti pro zvýšení hodnoty firmy. Kim (2013) v tomto smyslu odvozuje strategické aktivity CSR jako významné identifikátory pro hodnocení výkonosti.

Inovace se staly jednou z klíčových aktivit CSR, které napomáhají k pochopení vazby mezi CSR a sociální a finanční výkoností podniku, nicméně do povědomí akademických institucí se dosraly až v posledním desetiletí (Visser 2010). Rexhepi

(2013) navíc tvrdí, že v dnešní době jsou CSR a inovace základem podnikatelských kompetencí. Mezi CSR a inovacemi existuje vzájemný vztah a byl potvrzen předpoklad, že inovace jsou hnací silou politiky CSR (Norské ministerstvo 2009).

## 2 Regionální rozvoj

Maier a Tödtling (1997) ve své publikaci uvádí následující definici. „Rozvoj je pojem používaný v různých souvislostech, je přiměřeně víceznačný, těžko definovatelný, názorově a ideologicky protichůdný“.

Regionální rozvoj lze charakterizovat jako souhrn činností, které mají za úkol pozvednout současnou situaci v jednotlivých regionech, a to ať už po stránce ekonomické, sociální nebo jiné. Zásadní roli v rozvoji regionu hraje konkurenceschopnost. Díky ní lze dosáhnout v regionu vyšší životní úrovně obyvatel a zlepšit stav životního prostředí. Existují kritéria, díky kterým lze hodnotit potenciál jednotlivých regionů. Mezi tyto kritéria lze zařadit například, hrubý domácí produkt na obyvatele, průměrnou mzdu, míru nezaměstnanosti, úroveň vzdělání nebo dostupnost a kvalita infrastruktury.

Výše zmíněný postoj k chápání regionálního rozvoje je využíván především neakademickými institucemi, jakými jsou městské, obecní, krajské úřady a soukromé společnosti (Wokoun a kol., 2008, s. 11).

Nohlen a Nuscheler (1992) v souvislosti s regionálním rozvojem mluví o takzvaném magickém pětiúhelníku. Pět pilířů tohoto pětiúhelníku představuje jednotlivé oblasti regionálního rozvoje.

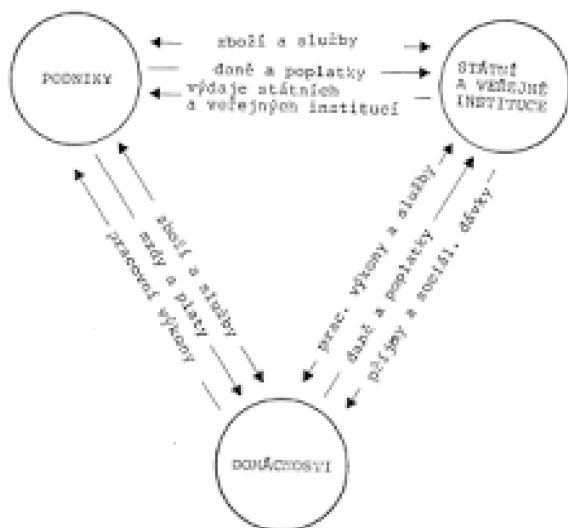
Za první pilíř označují udržitelný rozvoj, ten má představovat způsob rozvoje, který bude udržitelný napříč generacemi. Jako druhý pilíř označují práci. Na práci lze v kontextu regionálního rozvoje koukat dvěma pohledy. Buďto lze brát práci jako možnost využití lidských zdrojů nebo jakožto způsob seberealizace lidí žijících v daném regionu, a to skrze nabízené pracovní pozice. Třetí pilíř definuje Ježek (2014) jako princip rovnosti a spravedlnosti. Myšlenka spravedlnosti v kontextu podpory představuje rovnoměrné (spravedlivé) rozdělení příjmů a blahobytu. Ježek (2014) ovšem podotýká, že chápání spravedlnosti je subjektivní a může být chápáno více způsoby. Jako čtvrtý pilíř je označována participace. Předpokladem

participace by mělo být zastoupení potřeb lidu, a to jak v politickém, tak sociálním rozhodování. Klade tedy důraz na lidská práva a demokracii. Posledním pilířem je princip nezávislosti a svébytnosti. Zjednodušeně se jedná o eliminaci politického a ekonomického ovlivňování selektivními „výše“ postavenými skupinami.

## 2.1 Aktéři regionálního rozvoje

Dle Maiera (2012) jsou za aktéry regionálního rozvoje považováni jeho obyvatelé, firmy v regionech působící či do něj přicházející, veřejná správa a neziskové organizace, v nichž se obyvatelé za různými účely sdružují. Jednotliví aktéři dále mohou formovat specificky zaměřené zájmové skupiny dle jejich preferencí, zájmů nebo na základě společné představy o budoucnosti daných územních celků. Podle Maiera (2012) je na této úrovni zcela v pořádku, když nepanuje soulad mezi jednotlivci, jelikož se jedná o složitý, komplexní a mnohostranně podmíněný proces, který nemusí mít jasné a jednoznačné východisko.

Dle Ježka (2014) lze jednotlivé aktéry regionálního rozvoje rozdělit do tří nejdůležitějších skupin. Výsledek rozhodnutí těchto mnoha aktérů jde poté označit jako regionální rozvoj. Jako hlavní skupiny regionálního rozvoje označuje podniky, soukromé domácnosti (jednotlivci) a veřejný sektor (stát). V rámci této diplomové práce bude předmětem zkoumání především propojení podniků a veřejného sektoru. Vztahy mezi jednotlivými skupinami jsou stručně popsány na obrázku níže.



Zdroj: Regionální rozvoj, Ježek 2014

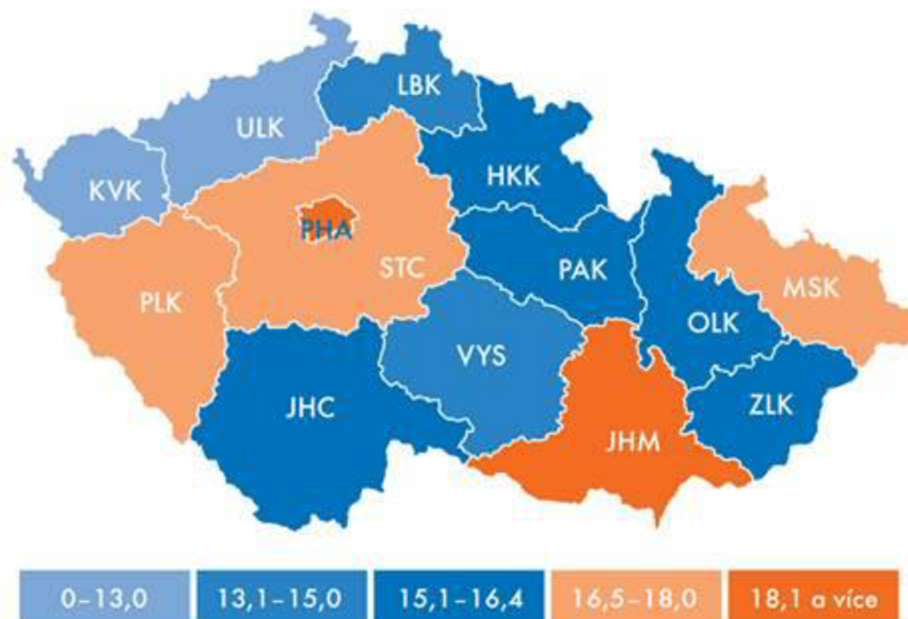
**Obr. 2 Aktéři regionálního rozvoje**

**Podniky** mají z hlediska regionálního rozvoje rozhodující slovo v rámci lokalizace. Je to právě vedení podniku, které rozhoduje o tom, na jakém místě bude vykonávat svou aktivitu. Ať už se jedná o výrobní haly, kanceláře nebo například skladovací prostory. Za předpokladu, že má podnik více organizačních jednotek, musí vzít v potaz jejich uspořádání. Například výrobní závod a sklady materiálu je vhodné umístit blízko sobě, byla zajištěna logistická kontinuita. Významnou roli hraje také mzdová politika podniků, jelikož tím ovlivňuje regionální důchod, následnou spotřebu zboží a měnovou politiku v daném regionu.

**Soukromé domácnosti (jednotlivci)** jsou schopny svým rozhodováním ovlivnit regionální strukturu. Z jednoho hlediska působí v regionu jako spotřebitelé zboží a služeb, z druhého hlediska mohou také působit jako zaměstnanci, investoři či podnikatelé. Soukromé domácnosti shodně s podniky ovlivňují regionální rozvoj v rámci svého působení, a to jednak z hlediska místa vykonávání zaměstnání, ale také svým bydlištěm a místem, ve kterém tráví svůj volný čas a utrácejí své důchody. Velký vliv na regionální rozvoj má také dojíždění za prací, v tomto případě utrácejí lidé primárně své důchody mimo oblast, ve které pracují. Podniky se tedy mohou snažit o zvýhodnění bydlení pro své zaměstnance v oblasti, kde je umístěna dané organizační jednotka podniku. Zprvu si tak podniky snaží zajistit dostatečnou pracovní sílu pro zajištění jejich produkce (vezmeme-li za příklad výrobní závod). Zadruhé zaměstnanci utrácejí větší poměr svého důchodu v regionu, kde působí daný podnik a nepřímo tak napomáhají k rozvoji regionu. Cestování za zaměstnání se k vzhledem k jeho větší dostupnosti, v souvislosti s rozvojem dopravy, stal jistým fenoménem a lidé tak často pracují mimo místo svého trvalého bydliště. Za příklad lze uvést Mladou Boleslav, kam za prací denně dojíždí výrazná část zaměstnanců buďto například z Prahy nebo libereckého kraje. Je to dáno relativně kvalitní infrastrukturou mezi těmito kraji a krátkými dojezdovými vzdálenostmi.

**Veřejný sektor (stát)** do jisté míry také ovlivňuje prostorové umístění svých institucí, a to například jednotlivých vědeckovýzkumných zařízení či vysokých škol. To může mít například za následek odliv produktivního obyvatelstva do jiných krajů, jelikož je tím také do jisté míry ovlivněn trh práce v daném regionu. Vysoké školy mají také přímý vliv na úroveň vzdělání pracovní síly v daném regionu, což vede k vyšší konkurenceschopnosti. Jedním z nejdůležitějších faktorů, který má veřejný sektor na starosti je vybavení regionů vhodnou infrastrukturou, to má přímý vliv na regionální vývoj. Výše v této práci je také zmíněn trend a význam dojíždění

zaměstnanců za práci. Horší vybavení kraje železniční, silniční a dálniční infrastrukturou může vést k poklesu potencionální pracovní síly v daném regionu. Jako příklad takového regionu lze uvést Karlovarský kraj, který jako jeden z mála dodnes nemá kvalitní dálniční spojení s ostatními kraji ČR, zároveň není v karlovarském kraji žádná státní vysoká škola. Kombinace těchto faktorů má za následek odliv produktivní části obyvatelstva nižší míru vzdělanosti viz obrázek níže.



Zdroj: Podíl vysokoškoláků máme nižší než EU, Český statistický úřad 2018

**Obr. 3 Podíl vysokoškolsky vzdělaných**

### 3 Analýza regionální podpory ve státní a soukromé sféře

Tato kapitola se zabývá aktivitami, projekty a grantovými výzvami, které jsou realizovány ze strany státu a ze strany soukromé sféry a mají přímý vliv na regionální rozvoj v daných regionech. Jako případ regionální podpory ze strany státu je v této kapitole představen akční plán Ministerstva pro místní rozvoj a projekt Podpora rozvoje regionů 2022. Představitel podpory ze strany automobilky je v této kapitole představen nadační fond ŠKODA AUTO, jehož aktivity a programy reflektují oblasti podpory regionu, ve kterých automobilky působí. Dále je v této kapitole představen výzkum, který byl uskutečněný v rámci práce s názvem Udržitelné

aktivity firem v automotive a zkoumá nejčastěji se vyskytující aktivity na příkladu 21 firem z oblasti automotive.

### **3.1 Ministerstvo pro místní rozvoj**

Ministerstvo pro místní rozvoj (dále jen „MMR“) bylo zřízeno s účinností od 1. listopadu 1996 je součástí systému ústředních orgánů státní správy v České republice v daných, právně vymezených, oblastech. Ministerstvo, prostředkem svých pravomocí, odpovědností za správu finančních prostředků a odpovědností, hraje významnou roli ve státní správě.

Ministerstvo představuje ústřední orgán státní správy, a to především za účelem řízení regionální politiky, rozvoje domovního a bytového fondu, politiky bydlení, nájmu a nebytových prostor, stavebního řádu, územního plánování, vyvlastnění, cestovního ruchu, investiční politiky, veřejné dražby a realitní činnosti nebo například pohřebnictví.

Mimo již výše zmíněných aktivit se MMR zabývá také správou finančních prostředků určených pro zabezpečení politiky bydlení a regionální politiky státu, současně koordinuje činnosti jednotlivých ministerstev a dalších ústředních orgánů státní správy za účelem zabezpečení politiky bydlení a regionální politiky státu. MMR se také stará o zabezpečení činností spojených s Kohezní politikou Evropské unie v České republice, která se zaměřuje na přiblížení ekonomické úrovně ČR k EU, a to především snižováním rozdílů mezi úrovněmi rozvoje jednotlivých regionů ČR. MMR zastává roli Národního koordinačního orgánu. Ten má za úkol stanovit jednotný rámec pro provádění a řízení pomoci, která je poskytována v rámci strukturálních fondů a Fondu soudružnosti v ČR. Mimo jiné poskytuje také informace a metodiku pro vyšší územní a samosprávné celky, obce a jejich sdružení, města, a to za účelem zajištění činností spojených s procesem začlenění územních a samosprávných celků do evropské regionální struktur. MMR má za úkol integraci ČR v Územní agendě EU, jejímž úkolem je vytvářet strategický a akční plán pro územní rozvoj Evropy svázané s národní koncepcí územního rozvoje (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2022).

### **3.1.1 Regionální rozvoj**

Jedna z oblastí MMR je regionální rozvoj. Prostřednictvím regionálního rozvoje vypracovává a uvádí do praxe koncepční strategie a dokumenty, prostřednictvím různých podpůrných programů poskytuje pomoc například při živelních nebo jiných pohromách mimořádného rozsahu, dále připravuje strategie obnovy jednotlivých postižených míst či území.

Cílem je zajistit regionům vhodný rozvoj za využití potenciálu a specifických geopolitických stránek regionu. Zvýšená pozornost v rámci regionální politiky je také kladena na subjektivní a specifické problémy rozvoje měst či venkovských oblastí. Výše zmíněné aktivity by měly přispět k rozvoji regionů, zvýšit soudružnost a zvýšit konkurenceschopnost jednotlivých krajů.

#### **Projekt Smart Cities**

Jedním z projektů regionálního rozvoje ministerstva pro místní rozvoj je projekt Smart Cities. Jeho cílem je zprostředkovat cestu k udržitelnému rozvoji měst, a to pomocí implementace moderních technologií do řízení města. Cílem je zlepšení kvality života ve městech a zefektivnění správy věcí veřejných. Největší míra uplatnění tohoto projektu tkví v oblasti dopravy, energetiky, a především zavedení komunikační a informační technologie (ICT). Aplikovat jej lze ovšem i v dalších oblastech jako je například vodohospodářství, odpadové hospodářství, krizových řešeních nebo e-governmentu. Projekt Smart Cities je spíše popis procesu než stavu jako takového.

Projekt Smart Cities má přinést lidem kvalitnější život, a to především díky úsporám na energii, implementace většího množství přírody ve městech, rychlejší a bezpečnější dopravy, chytrého řešení infrastruktur a snazší a rychlejší komunikace s úřady.

V posledních bodech posledního odstavce již lze nalézt možné propojení státní a soukromé sféry regionální podpory. Jelikož se jedná o problematiku, na které lze na jednotlivých úrovních spolupracovat. Zároveň se danou problematikou zabývají oba subjekty individuálně. Vezmeme-li si za příklad snahu o zrychlení dopravy a zvýšení její bezpečnosti, nabízí se zde spolupráce s jednotlivými automobilkami ve snaze implementovat nejnovější trendy v automotive, jakými mohou být například

autonomní vozy, ale také řešení mobility jako takové pomocí sdílených služeb mobility a dalších.

Tyto aspekty mohou dále napomoci zlepšovat prostředí měst po ekologické stránce a přispět k vybudování lepšího prostoru pro budoucí generace.

### **3.1.2 Akční plán Strategie regionálního rozvoje ČR**

Pro účely systematického rozvoje regionů v České republice byl vytvořen akční plán, který má sloužit jako implementační dokument pro Strategii regionálního rozvoje (dále jen SRR) 2021+ a Koncepti rozvoje venkova. Tento plán je zastřešován Ministerstvem pro místní rozvoj a opírá se o zákon o podpoře regionálního rozvoje a o kompetenční zákon. V rámci akčního plánu byly stanoveny strategické cíle, specifické cíle a typové opatření. Hlavní funkcí akčního plánu je poté tyto cíle kontrolovat a dohlížet na jejich naplňování, a to zejména definováním konkrétních implementačních aktivit, zdůvodněním potřeby, kalkulací finanční náročnosti projektů, ale také jejich měřitelnosti a určením hlavní odpovědnosti za dané aktivity – vytyčit nositele a realizátory těchto aktivit.

V rámci SRR bylo vytyčeno šest strategických cílů, které napomáhají regionálnímu rozvoji. Akční plán SSR 21+ pokrývá pět z nich, konkrétně se jedná o metropolitní území, regionální centra a jejich venkovské zázemí, aglomerace, veřejná správa v regionálním rozvoji a hospodářsky a sociálně ohrožená území. Společně s akčním plánem SSR jsou realizovány také Souhrnné plány restrukturalizace, které akční plán doplňují a jsou provázány se vnikajícími plány spravedlivé transformace. Nicméně v době, kdy Akční plán vznikal, území metropolí a aglomerací nebyli vymezeny.

Jednotlivé typy území se mohou dle principů SRR překrývat, může tedy docházet k tomu, že některá území spadají do více kategorií území, což jim umožňuje realizovat projekty z více územních kategorií, například regionálních center, aglomerací nebo hospodářsky a sociálně ohrožená území.

Vzhledem k faktu, že v průběhu tvorby Akčního plánu byla Česká republika zasažena pandemií Covid-19, klade Akční plán větší důraz na určité oblasti, které byly pandemií značně zasaženy. V návaznosti na pandemii vyvíjí Národní ekonomická rada vlády větší tlak na rozvoj digitalizace ve veřejné správě, ale také na míru digitalizace podniků, což se ukázalo být klíčovým faktorem ve schopnosti se adaptovat na opatření s pandemií související. Kromě digitalizace se Národní



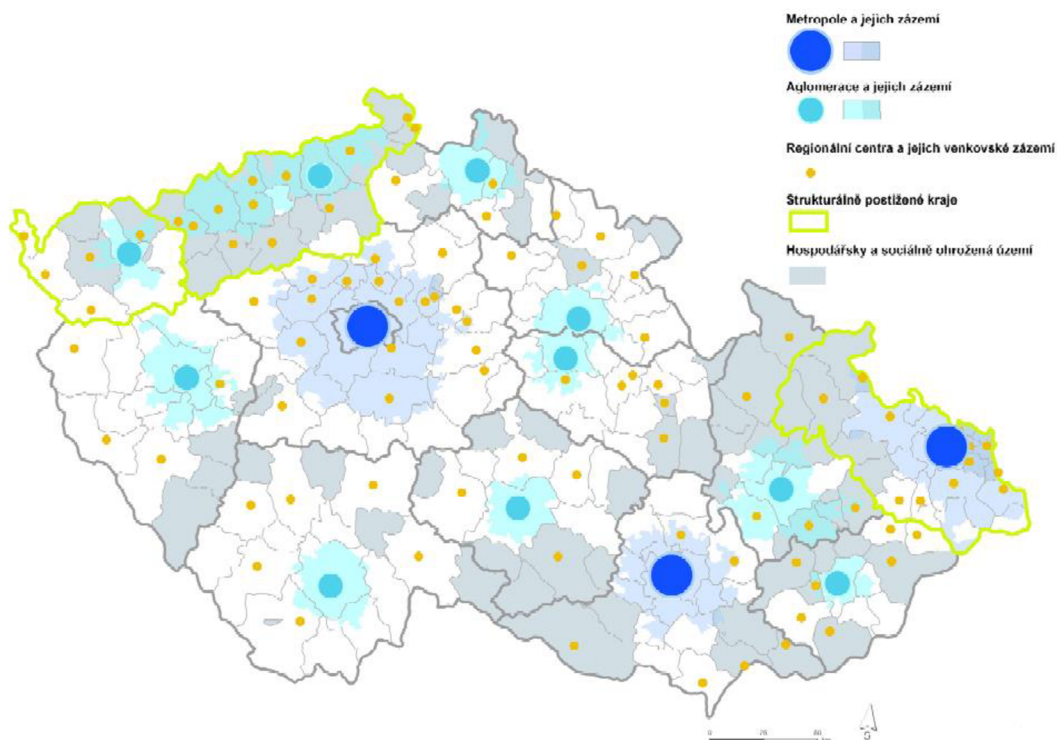
ekonomická rada zaměřuje také na zvýšenou spotřebu soukromé sféry, podporu exportu a klíčových podniků – jako příklad lze uvést finanční podporu pro firmy s velkým podílem na HDP, jako je například ŠKODA AUTO, ale také na veřejné a soukromé investice. Akční plán se v souvislosti s výše zmíněným zaměřuje především na oblasti, které označuje jako hospodářsky a sociálně ohrožené. Jedná se především o menší, ekonomicky slabší územní celky, kde je potřeba poskytnout větší finanční podporu. Je třeba průběžně sledovat vývoj v jednotlivých regionech a zajistit, aby byly eliminovány rozdíly v rychlosti vývoje a schopnosti reagovat na danou situaci v jednotlivých regionech.

Jako konkrétní aktivity, které mají za cíl eliminovat rozdíly a napomoci hospodářsky a sociálně ohroženým územím lze identifikovat především finanční a poradenskou podporu podnikání, využití moderních technologií při poskytování základních služeb – vhodným příkladem může být v tomto případě například elektronizace zdravotních služeb, což ve spojitosti s pandemií výrazně napomohlo k eliminaci dalšího šíření nákazy. Důležité je také zajistit prevenci sociálního vyloučení, čehož lze dosáhnout především zajištěním dostatečného vzdělání. Vymezení jednotlivých aktivit může být Akčním plánem aktualizováno, pokud se zásadním způsobem změní dopad na jednotlivé regiony. Je nutno ovšem říct, že doposud nebylo nutné přistoupit ke změnám, a to především díky zavedeným plošným opatřením.

Významným bodem Akčního plánu jsou územně zaměřené intervence, které zprostředkovávají podporu pro kraje v oblasti dostupnosti zdravotnictví, podpory podnikání, výzkumu a vývoje, dostupnosti sociálních a vzdělávacích služeb, kvalitní dopravní infrastruktury včetně její integrace. Nedílnou součástí akčního plánu je také důraz na kvalitu životního prostředí. Tyto intervence zahrnují téměř všechny oblasti, které jsou vyjádřeny pilíři udržitelného rozvoje, který do určité míry koreluje také s pilíři CSR v soukromé sféře. Paralelu těchto intervencí lze také nalézt v projektu Smart Cities organizovaný Ministerstvem pro místní rozvoj, který je detailněji popsán v přechodí kapitole diplomové práce.

Základním kamenem tvorby aktivit Akčního plánu jsou typová opatření SRR 21+, přičemž Akční plán pro roky 2021–2022 nepostihuje všechna témata, která jsou v SRR 21+ zmiňována. Zaměřuje se na takové aktivity, které vedou k podstatné nové změně – přichází s novým tématem či navrhuje územní zacílení existujících aktivit (Akční plán, 2022). Do jisté míry dochází k prolínání realizace specifických cílů napříč aktivitami implementačních a strategických dokumentů zhotovovaných

ostatními ministerstvy. Jak již bylo zmíněno výše v této kapitole, působnost jednotlivých projektů se může často prolínat a některé aktivity jsou dokonce záměrně cíleny na více územních celků zároveň – nejčastěji se jedná o metropole a aglomerace. Pro větší přehlednost lze vidět na obrázku níže klasifikace jednotlivých územních celků v rámci Akčního plánu.



Zdroj: Akční plán SSR, Ministerstvo pro místní rozvoj 2022

**Obr. 4 Územní vymezení strategických cílů SRR21+**

Financování těchto projektů se odvíjí od individuálních aspektů realizace jednotlivých projektů. Základní předpokladem ovšem zůstává využití jak národních zdrojů, tak zdrojů evropské unie. Předpokládané výdaje projektů, které budou ukončeny do roku 2022 by měly dosahovat výše 56,3 mld. Kč (souhrn realizovaných projektů prostřednictvím MS2014+), z národních zdrojů by mělo do těchto aktivit putovat 8,2 mld. Kč prostřednictvím nově vyhlášených dotačních programů. Je třeba podotknout, že tyto sumy jsou čistě indikativní a jejich celková výše bude upřesněna až po jejich realizování.

### **3.1.3 Podpora rozvoje regionů 2022**

V rámci regionálního rozvoje vyhlásilo Ministerstvo pro místní rozvoj program Podpora rozvoje regionů 2019+ pro rok 2022, který je tvořen dvěma podprogramy, a to podpora obnovy a rozvoje venkova a Podpora obcí s počtem obyvatel mezi 3 001 a 10 000.

#### **Podpora obnovy a rozvoje venkova**

Cílem podprogramu spadajícího pod hlavičku projektu Podpora rozvoje regionů 2022 má za cíl podpořit obnovu a rozvoj obcí do 3 000 obyvatel. Mimo zvýšení kvality života obyvatel v obci, má program za cíl také zvýšit kvalitu obecního prostoru. Specifikací tohoto podprogramu je v co největší možné míře zapojit do realizace programu místní obyvatele, sdružení a občanské spolky, díky kterým by mělo docházet k obnově a rozvoji obcí s respektem k zachování místních tradic a zvyklostí.

Podprogram podpora obnovy a rozvoje venkova se dále člení na dotační tituly, které se specifikují na určitou oblast programu jim nadřazenému. Prvním tímto titulem je podpora obnovy místních komunikací, který se, jak už z názvu vyplívá, zaměřuje na obnovu místních komunikací. Do komunikací jsou v rámci projektu zahrnuty veškeré konstrukční vrstvy vozovek a krajnic, přidružené a přídatné pruhy, odpočívky, parkovací zálivky, a to včetně zastávkových pruhů pro městskou hromadnou dopravu, dále také komunikace mostních objezdů – nadjezdy. Do projektu jsou zahrnuty také objekty, které s komunikací přímo souvisí, jakými mohou být například kanalizace, a to včetně úprav systému na odvádění vody z komunikace, obkladní zdi, násypy a svahy a další.

Podmínkou pro tento druh projektu je zastupitelstvem schválený strategický rozvojový dokument, který musí být platný k datu žádosti o dotaci. Dotace pokrývá 80 % skutečně vynaložených uznatelných nákladů, přičemž spodní hranice pro uznání dotace je 500 tis. Kč a horní limit je 10 mil. Kč.

#### **Podpora obnovy sportovní infrastruktury**

V rámci tohoto podprogramu mohou být podporovány pouze sportovní objekty, které jsou spojeny se školní tělovýchovou, jelikož na jiné sportovní objekty jsou vyčleněny další programy a dotace Ministerstva pro místní rozvoj. Předmětem dotací mohou být tedy školní hřiště, a to jak multifukční a víceúčelová, tak sportoviště nebo školní tělocvičny. Dotace pokrývá 80 % skutečně vynaložených

uznatelných nákladů, přičemž spodní hranice pro uznání dotace je 500 tis. Kč a horní limit je 5 mil. Kč. Výstupy musí sloužit primárně k hodinám tělesné výchovy, ale mohou být nadále používány i širší veřejností, ale pouze do maximálně 20 % časového vytížení sportoviště, zároveň nemohou být objekty využívány pro komerční účely.

### **Rekonstrukce a přestavba veřejných budov**

Podprogram Rekonstrukce a přestavba veřejných budov se zaměřuje na obnovu budov, které jsou v obecní správě a jejich provoz je hrazen z obecního rozpočtu. Předmětem programu mohou být rekonstrukce, přestavby, modernizace či přístavby daných objektů, jimiž jsou například kulturní domy, knihovny, budovy se sídlem obecních úřadů, školní budovy nebo multifunkční domy. Program se ovšem nevztahuje na budovy hasičských zbrojnic, budovy a objekty sakrálních staveb, zázemí technických staveb, informačních center, obřadních či výstavních sálů, informačních center nebo budov sloužících pro potřeby volnočasových aktivit pro děti a mládež, a to především kvůli zařazení těchto objektů do ostatních podpůrných programů vypsanych Ministerstvem pro místní rozvoj. Stejně jako u předchozích podprogramů, dotace může pokrývat až 80 % veškerých uznatelných výdajů, přičemž dolní hranice pro možnost čerpání tohoto programu je 500 tis. Kč a je zastrojován částkou 10 mil. Kč. Podmínkou zůstává také vynětí těchto objektů z provozování ekonomické činnosti a zákaz komorního využití.

Součástí Podpory rozvoje regionů jsou i další dotační tituly, které sice nejsou vypsány pro rok 2022, ale pro potřeby této diplomové práce jsou stále relevantně neboť poskytují přehled o širší záměru podpor, které jsou ze strany státu organizovány a byly podporovány v letech minulých. Jedná o programy, jejichž názvy jsou sebevysvětlující a podávají stručný obraz o jejich zaměření. Těmito programy jsou Podpory obnovy a zařízení dopravní infrastruktury, Revitalizace veřejných ploch v zastavěném území obce, Podpora vítězů soutěže Vesnice roku, Podpora dostupnosti služeb, Obnova drobných sakrálních staveb a hřbitovů, Podpora venkovské pospolitosti a spolupráce na rozvoji obcí a Sdílené vybavení komunální technikou. Nadřazeným cílem těchto projektů je zlepšit úroveň sociálních služeb v daných regionech a přispět tak ke zlepšení životní úrovně.

### **Podpora obcí s 3 001 – 10 000 obyvateli**

Tento podprogram vypisuje stejné dotační tituly jako více detailně rozepsaný podprogram Podpora obnovy a rozvoje venkova. Hlavním rozdílem je zaměření na obce s větším počtem obyvatel. Podstatným rozdílem, který stojí za zmínění je skutečnost, že náklady realizovaných projektů jsou financovány pouze do 70 % uznatelných nákladů. Seznam vypsaných dotačních titulů lze vidět níže:

- Podpora obnovy místních komunikací
- Podpora obnovy sportovní infrastruktury
- Rekonstrukce a přestavba veřejných budov (není realizován pro rok 2022)
- Podpory obnovy staveb a zařízení dopravní infrastruktury (není realizován pro rok 2022)
- Podpora budování a obnovy míst aktivního odpočinku (není realizován pro rok 2022)

### 3.2 Nadační fond Škoda Auto

Nadační fond Škoda Auto byl založen na konci roku 2018 za účelem podpory a spoluvytváření integrovaného rozvoje regionů, ve kterých působí zakladatel nadačního fondu, Škoda Auto a.s. Vniku nadačního fondu předcházelo v roce 2016 založení Výboru pro spolupráci. Ten měl fungovat jako platforma, která umožňovala spolupráci mezi Škoda Auto a všemi politickými stranami a uskupeními, které reprezentují město Mladá Boleslav a Okresní hospodářské komory. Nadační fond ihned od svého vzniku realizuje podporu a veřejně prospěšné iniciativy na Mladoboleslavsku, Vrchlabsku a Rychnovsku (ŠKODA AUTO Nadační fond, 2022).

Ve spolupráci se Středočeským krajem a vládou české republiky byl spuštěn také program Nové Boleslavsko, jehož cílem je přispívat k lepší životní úrovni v regionu. A to především díky spolupráci Nadačního fondu ŠKODA AUTO, jeho zakladatele ŠKODA AUTO, statutárního města Mladá Boleslav, města Kosmonosy, přilehlých obcí, Středočeského kraje a vlády České republiky.

V rámci programu Nové Boleslavsko se chtějí jeho partneři zaměřit v následujících letech na deset oblastí života v regionu. První z těchto oblastí je **doprava**. Cílem programu v oblasti dopravy je podpořit projekty, které mají přímý vliv na zajištění dostatečné a udržitelné dopravní infrastruktury a rozšíření veřejné dopravy. V oblasti **sociální péče** je program zaměřuje na aktivity, které zajišťují cenově dostupnou sociální péči na vysoké úrovni. Existujícím službám napomáhá s jejich rozšířením například o mobilní sociální služby nebo zřízením specializovaných

poraden. Další oblastí je **zdravotní péče**, zde je kladen důraz na zajištění profesionální a moderní zdravotní péče pro všechny skupiny obyvatel. Klade apel také na zajištění dostatečného množství specializovaných lékařů, modernizaci zastaralého zdravotního zařízení, ale také na podporu zdravého životního stylu. V oblasti **vzdělání** se program zaměřuje především na zajištění kvalitního vzdělávání za pomoci nejnovějších učebních metod a vybavení. Do programu je zahrnuto i vzdělávání pedagogů a snaha o jejich účast na stážích a odporných školeních. Součástí programu jsou také aktivity s cílem zlepšit podmínky pro **bydlení**, a to především rozšířením nabídky bydlení, ať už se jedná o podporu výstavby nových bytových jednotek nebo pronájem obecních bytů. Do programu je zahrnuto také ubytování pro zranitelné skupiny obyvatel a rozvoj stávajícího bytového fondu. Velmi důležitou oblastí na Mladoboleslavsku je **bezpečnost**, program proto podporu aktivity, které povedou k zajištění a prohloubení pocitu bezpečí v regionu, a to jak pro občany ve městě, tak pro řidiče na silnicích. Součástí programu jsou realizovány preventivní vzdělávací akce, a to zejména v oblasti dopravní bezpečnosti, podpory opatření pro zvýšení bezpečnosti chodců či zklidnění dopravy v obcích. Součástí programu jsou také aktivity na podporu volnočasových aktivit, které rozvíjejí **sportovní a kulturní vyžití v regionu**. Program chce také podpořit inovativní projekty, které povedou ke zlepšení **mobility a přepravy** osob nebo realizaci sdílených projektů na území města jeho okolí. V neposlední řadě se program zaměřuje na **budování občanské společnosti**, to chce dosáhnout propojením veřejnosti s rozvojem regionu. Mělo by docházet ke sdílení nových vizí a nápadů, vzdělávání třetího věku a podpory komunitního života. S tím souvisí také podpora vzniku **integrovaných urbanistických plánů**, které mají za cíl podpořit aktivity zajišťující rozvoj veřejného prostoru (Nové Boleslavsko, 2022). I díky tomuto programu podpořila firma ŠKODA AUTO Nadační fond ŠKODA AUTO částkou 30 milionů EUR.

### **3.2.1 Grantové programy Nadačního fondu ŠKODA AUTO**

V rámci regionálního rozvoje vypisuje Nadační fond ŠKODA AUTO granty, které mají za cíl podporovat rozvoj domovských regionů – Mladoboleslavska, Vrchlabska a Kvasinska. Pomoc prostřednictvím grantů probíhá pomocí finanční podpory, ale také nabídkou vzdělávání a pomocí s navazováním partnerských vztahů. O nadační příspěvky mohou žádat právnické osoby registrované v České republice. Nadační

fond však nabízí i stipendijní programy zaměřené na studijní pobyty, o které mohou žádat přímo studenti středních škol.

V současnosti si žadatelé mohou vybrat z nabídky šesti grantových výzev, které jsou vyobrazeny na obrázku níže.

**GRANTOVÉ VÝZVY 2022**  
NADAČNÍ FOND ŠKODA AUTO

**REGION BEZ BARIÉR**  
Zvýšení kapacit a kvality domácí péče, rozšíření a zkvalitnění forem paliativní péče, podpora sociálního začlenění a dobrovolnických aktivit.  
— ŽADATELÉ —  
poskytovatelé sociálních služeb, obce, příspěvkové organizace a nevládní neziskové organizace a specialisté poskytující psychologickou, terapeutickou a poradenskou podporu neformálně pečujícím  
**MAXIMÁLNÍ VÝŠE PODPORY**  
**300 000 Kč**

**TADY JSEM DOMA**  
Rozvoj komunitních a volnočasových aktivit, od koncertů a festivalů přes přednášky po úklid veřejného prostoru, podpora dobrovolnických aktivit.  
— ŽADATELÉ —  
nevládní neziskové a příspěvkové organizace, školy, církve  
**MAXIMÁLNÍ VÝŠE PODPORY**  
**1 000 000 Kč**

**NA DĚTECH ZÁLEŽÍ**  
Podpora dětí v mimoškolních aktivitách zaměřených na zdravý životní styl a osobní rozvoj.  
— ŽADATELÉ —  
nevládní neziskové organizace, církve, domovy dětí a mládeže  
**MAXIMÁLNÍ VÝŠE PODPORY**  
**100 000 Kč**

**DOPRAVNÍ BEZPEČNOST**  
Nejen edukativní činnost, ale také příprava a realizace projektů dopravní infrastruktury v regionu.  
— ŽADATELÉ —  
obce, nevládní neziskové organizace, školy  
**MAXIMÁLNÍ VÝŠE PODPORY**  
**500 000 Kč**

**OBEČNÍ VOLNOČASOVÁ ZAŘÍZENÍ**  
Vytvoření nových a zlepšení stávajících zázemí pro setkávání, volnočasové a sportovní aktivity občanů.  
— ŽADATELÉ —  
obce, města, dobrovolné svazky obcí a jejich příspěvkové organizace  
**MAXIMÁLNÍ VÝŠE PODPORY**  
**500 000 Kč**

**NOVÉ VIZE PRO KULTURU**  
Uskutečnění nových kulturních vizí a projektů realizovaných umělci.  
— ŽADATELÉ —  
právnícké a fyzické osoby  
**MAXIMÁLNÍ VÝŠE PODPORY**  
**1 000 000 Kč**

**ŠKODA AUTO** Nadační fond www.nfsa.cz

Zdroj: Granty, Nadační fond ŠKODA AUTO 2022

**Obr. 5 Grantové výzvy 2022**

### Principy grantové podpory

Hlavním předpokladem pro vypsání grantové výzvy je spolupráce. Jedním ze zkoumaných aspektů žádosti o grant je zapojení dalších partnerů či místní komunity. Mimo jiné je kladen důraz na **udržitelnost**, a to jak z hlediska sociálního, tak

environmentálního. Z tohoto důvodu jsou definované zásady, které by projekty měly splňovat. Jednou z těchto zásad je předpoklad **recyklace** – využívání repasovaného nebo renovovaného vybavení či regenerace brownfieldů. Mělo by také docházet k efektivnímu nakládání se zdroji, toho lze dosáhnout například značným omezováním emisí, pořádáním akcí, které jsou bezodpadové, případně za využití znovupoužitelného nebo rozložitelného nádobí. U všech akcí by mělo být zajištěno třídění odpadu. V rámci plánování projektů by měly být vždy upřednostňovány **lokální produkty a průmyslově nezpracované potraviny**. Pokud je to možné v rámci lokality a logistické náročnosti, je preferováno **využívání aktivních a alternativních způsobů mobility**. Akce by měly být co nejvíce inkluzivní, je třeba tedy brát ohled například na seniory a hendikepované, mimo to je také vhodné do nabídky prodávaných produktů zahrnout i výrobky z chráněných dílen. Vždy by měly být zohledněny potřeby místní komunity, vhodným řešením při organizaci akcí je spolupracovat přímo s organizacemi a dobrovolníky z místa akce. Je ovšem dbát a respektovat místní tradice a historické odkazy. Inspirovat se také lze již proběhlými akcemi, které se v rámci grantových soutěží Nadačního fondu ŠKODA AUTO uskutečnily (ŠKODA AUTO Nadační fond, 2022).

### **Tady jsme doma**

Grantový program nesoucí název Tady jsme doma má za cíl vylepšit sousedské vztahy, zmírnit anonymitu, vzbudit zájem o veřejné prostory a vytvořit nové či zlepšit stávající místa setkávání. Cílí na podporu aktivních lidí, jejichž veřejně prospěšné aktivity v rámci projektů v regionech Mladoboleslavsko, Rychnovsko a Vrchlabsko by mohly vést k rozvoji komunitního života a zájmu o jejich okolí.

Jako příklad lze uvést pořádání komunálních setkání, díky kterým mohou být posilovány sousedské vztahy. Hlavním cílem těchto setkání by měla být konverzace o možnostech pořádání koncertů, akcí, které by reflektovali místní tradice nebo podpora veřejného projevu, aktivity se mohou také zabývat oživením veřejných prostor, toho lze dosáhnout například uspořádáním pouličních slavností, komentovaných procházek či pikniků.

Pozornost věnuje program také výstavbě či revitalizaci prostor pro veřejné setkávání. Ať už se jedná o veřejné zahrady, parky, zákoutí nebo spolkové a komunitní prostory. Cílí také na zlepšení volnočasových aktivit prostřednictvím návrhů a realizací naučných stezek či relaxačních a sportovních zastávek. Nelze



opomenout také snaha o podporu komunitního a mezigeneračního učení a předávání znalostí. Harmonogram programu a výše možného příspěvku lze vidět na obrázku níže (ŠKODA AUTO Nadační fond, 2022).

<b>Termín příjmu žádostí</b>	Od <b>18. 4. 2022</b> do <b>31. 5. 2022</b>
<b>Výše příspěvku</b>	<b>max. 100.000 Kč</b> na 1 projekt /  <b>až 1.000.000 Kč + projektová podpora</b> pro projekty s potenciálním velkým dopadem na komunitní život nebo zásadně rozvíjející veřejný prostor <sup>1</sup>
<b>Uznatelné náklady</b>	<b>od dne podání žádosti do konce realizace projektu</b> , nejpozději však do <b>30. 6. 2023</b>
<b>Spolufinancování</b>	není povinné, může být přihlédnuto v hodnocení

Zdroj: Tady jsme doma, Nadační fond ŠKODA AUTO 2022

#### ***Obr. 6 Harmonogram – Tady jsme doma***

Jedním z hlavních kritérií tohoto programu je nutnost prokazatelnosti přínosu v rámci uvedeného zájmového území, jimiž jsou Mladoboleslavsko – okres Mladá Boleslav, Rychnovsko – okres Rychnov n. Kněžnou, Vrchlabsko – ORP Vrchlabí a ORP Jilemnice. Není ovšem podmínkou, aby měl žadatel o grant sídlo v daném území.

#### **Místo, kde se žije dobře**

Místo, kde se žije dobře je jedním z grantových programů, který cílí na zlepšení možností pro volnočasové aktivity v mladoboleslavském, rychnovském, nebo vrchlabském regionu. Program se zaměřuje především na vytvoření nových či zlepšení stávajících zázemí pro setkávání, volnočasové a sportovní aktivity. Cílem je výstavba či rekonstrukce veřejných komunálních prostor a nákup nebo revitalizace jejich vybavení. Tyto aktivity by měly vést k vytvoření co možná nejpřívětivějších míst k trávení volného času a podpořit tak mezilidské vztahy.

Příkladem aktivit či akcí, které vyhovují cílům programu může být například výstavba nebo kompletní rekonstrukce venkovních volnočasových objektů dostupných široké veřejnosti. Vhodným příkladem mohou být amfiteátry, venkovní přístřešky, komunální ohniště a místa pro grilování či komunální zahrady a parky. Předmětem grantových aktivit jsou samozřejmě i vnitřní prostory, které napomáhají budovat mezilidské vztahy na komunální úrovni. Příkladem prostor vhodných pro komunální

setkání mohou být kluby a sokolovny. Sportovní haly pak reprezentují vhodná místa pro pořádání sportovních a tělovýchovných akcí.

Veškeré projekty by měly být co nejvíce inkluzivní je tedy třeba zajistit například bezbariérové přístupy do všech výše zmíněných míst. Předmětem výstavby nebo kompletní rekonstrukce mohou být také dětská hřiště zaměřená na sportovní a víceúčelové aktivity. Nezbytnou podmínkou podpory je alespoň částečná veřejná přístupnost těchto zařízení. Harmonogram programu a výše možného příspěvku lze vidět na obrázku níže (ŠKODA AUTO Nadační fond, 2022).

<b>Termín příjmu žádostí</b>	<b>od 1. 4. do 31. 5. 2022</b>
<b>Výše nadačního příspěvku</b>	<b>Min. 100.000 – max. 500.000 Kč (resp. 1,5 mil. Kč<sup>1</sup>)</b>
<b>Uznatelné náklady</b>	<b>Od dne podání žádosti do konce realizace projektu, nejpozději však do 31. 3. 2023.</b>
<b>Spolufinancování</b>	<p><b>Spolufinancování z jiných zdrojů musí dosahovat minimálně 55% celkových uznatelných nákladů projektu.</b></p> <p>Náklady na projektovou dokumentaci nesmí přesáhnout 15 % z celkové výše nadačního příspěvku.</p> <p>Ke spolufinancování lze využít prostředky z jiných grantových / dotačních výzev.</p>

Zdroj: Tady jsme doma, Nadační fond ŠKODA AUTO 2022

#### ***Obr. 7 Harmonogram – Místo, kde se žije dobře***

### **Společně pro Ukrajinu**

Česká republika byla zasažena současnou válkou na Ukrajině, což mělo za následek velký příliv uprchlíků – především dětí a žen. Na základě tohoto faktu někoho grantová výzva s názvem Společně pro Ukrajinu, která má za cíl pomoci válečným uprchlíkům, a to jak nalezením ubytování, tak s jejich Integrací do občanského života a volnočasových aktivit. velký apel je taky na jejich vzdělání.

Tato grantová výzva je zaměřena především na tyto 3 oblasti:

- Podpora vzdělávacích pracovníků
- Podpora integrace dětí a dospělých
- Podpora vzdělávacích kapacit

Harmonogram programu a výše možného příspěvku lze vidět na obrázku níže (ŠKODA AUTO Nadační fond, 2022).

<b>Termín příjmu žádostí</b>	1. vlna od 22. 4. do 15. 5. 2022 2. vlna od 16. 5 do 15. 6. 2022
<b>Uznatelné náklady</b>	Od 1. 4. 2022 do konce realizace projektu, nejpozději však do 30. 6. 2023.
<b>Spolufinancování</b>	Není povinné, může být přihlédnuto v hodnocení.

Zdroj: Tady jsme doma, Nadační fond ŠKODA AUTO 2022

**Obr. 8 Harmonogram – Společně pro Ukrajinu**

**Péče o děti a mládež**

Program **Na dětech záleží** z kategorie péče o děti a mládež má za cíl podpořit volnočasové a neformálně vzdělávací aktivity pro děti a mládež od 6 do 20 let, především potom zvýšení jejich kvality a rozšíření nabídky. Především se zaměřuje na komplexní rozvoj dětí a mládeže, prevenci rizikového chování a duševních potíží. Součástí programu je také snaha o začlenění dětí ze znevýhodněných rodin do běžných klubů, kroužků a aktivit. Prostředkem pro podporu takového typu může být například pořádání akcí jako jsou příměstských a vícedenních táborů, sportovních a jazykových kempů, a to převážně pro děti ze znevýhodněných rodin. Do podobně cílených akcí mohou spadat také mimoškolní aktivity, které budou děti nadále vzdělávat a pomohou jim získat důležité dovednosti, které jsou nadále uplatnitelné nejen ve škole, ale i mimo ni. Jedním z vedlejších cílů je děti integrovat a pomoci jim navázat a posilovat vztahy s jejich vrstevníky a pomoci jim smysluplně trávit svůj volný čas a napomoci jim budovat zdravý životní styl. V neposlední řadě jsou vhodnými aktivitami pro tento program aktivity, které se věnují prevenci duševního zdraví a soustředí se na také na prevenci rizikového chování pro děti a dospívající. Harmonogram programu a výše možného příspěvku lze vidět na obrázku níže (ŠKODA AUTO Nadační fond, 2022).

<b>Termín příjmu žádostí</b>	od 22. 4. 2022 do 22. 5. 2022
<b>Výše příspěvku</b>	max. 100.000 Kč na 1 projekt
<b>Uznatelné náklady</b>	od dne podání žádosti do konce realizace projektu, nejpozději však do 30. 6. 2023
<b>Spolufinancování</b>	není povinné, může být přihlédnuto v hodnocení

Zdroj: Tady jsme doma, Nadační fond ŠKODA AUTO 2022

**Obr. 9 Harmonogram – Na dětech záleží**

Kromě projektu Na dětech záleží, nabízí Nadační fond ŠKODA AUTO také **stipendijní programy** cílené na zahraniční pobyty. Je míře na středoškolské studenty starší patnácti let, kteří mají ambice nabýt dalších vědomostí v zahraničí. Společně s NFSA spolupracuje na tomto projektu nezisková společnost AFS, která se zabývá multikulturním vzděláním a nabízí zahraniční programy pro studium středoškolských studentů v zahraničí (ŠKODA AUTO Nadační fond, 2022).

### Region bez bariér

Cílem tohoto grantového programu je zajistit podporu lidem, kteří se nacházejí v tíživých situacích. Aktivity spojené s tímto programem by měly reflektovat současnou situaci, aktuální témata související s uprchlickou krizí a duševním zdravím. Vhodnými adepty pro přihlášení do tohoto programu mohou být veřejně prospěšné organizace, ale i neregistrovaní jedinci vykonávající občanské aktivity, kteří napomáhají **eliminaci sociálního vyloučení a udržování sociálních vazeb, rozvoji a navýšení kapacit paliativní péče** a umožňují zkvalitnění **péče v domácím prostředí**. Podmínkou zůstává, že se musí jednat o aktivity provozované v regionech Mladoboleslava, Rychnovska a Vrchlabska. Harmonogram programu a výše možného příspěvku lze vidět na obrázku níže (ŠKODA AUTO Nadační fond, 2022).

<b>Termín příjmu žádostí</b>	<b>Od 25. 3. do 8. 5. 2022</b>
<b>Uznatelné náklady</b>	<b>Od 25. 3. 2022 do konce realizace projektu, nejpozději však do 31. 5. 2023.</b>
<b>Spolufinancování</b>	<b>Není povinné, může být přihlédnuto v hodnocení.</b>

Zdroj: Tady jsme doma, Nadační fond ŠKODA AUTO 2022

### **Obr. 10 Harmonogram – Region bez bariér**

#### Sociální začlenění a udržování sociálních vazeb

Cílem oblasti Sociálního začlenění a udržování sociálních vazeb je podpora osob, kterým hrozí sociální vyloučení a podpora začlenění cílových skupin jako jsou senioři, děti, hendikepovaní, cizinci atd., a to především občanskými iniciativy, podporou konkrétních sociálních služeb a implementací programů primární prevence a volnočasových aktivit.

Vhodnými aktivitami pro tuto oblast programu mohou být na příklad sociální služby zaměřené na komunitní formy a způsoby prevence sociálního vyloučení všech

ohrožených osob. Konkrétněji se jedná o sociálně aktivizační služby pro rodiny s dětmi, seniory a zdravotně postižené osoby.

### **Dopravní bezpečnost**

Cílem grantového programu s názvem dopravní bezpečnost je zvýšit bezpečnost na pozemních komunikacích, a to jak pro řidiče motorových vozidel, chodce a cyklisty. Tento projekt je založen na dlouhodobé spolupráci nadačního fondu ŠKODA AUTO Kooperativa pojišťovna a.s., Vienna Insurance Group. Těchto cílů lze dosáhnout jasně odůvodnitelnou aplikací preventivních opatření s důrazem na vzájemný respekt a ohleduplnost.

Program dopravní bezpečnost má tři podporované oblasti, kterými jsou:

- Prevence, sběr dat, komunikace
- Dopravní infrastruktura: příprava
- Dopravní infrastruktura: realizace

### **Dopravní prevence, komunikace, zapojení občanů, sběr dat**

V rámci této oblasti je snaha o iniciaci projektů, které by měly za následek snížení negativních dopadů dopravní zátěže pro občany daného regionu. Tyto projekty by měly probíhat v rámci místních škol a neziskových organizací, aby docházelo k co nejširšímu zacílení. Projekt je do velké míry zaměřen na vzdělávání občanů v rámci dopravní prevence ale také nás sběr dat prostřednictvím zpětné vazby od občanů. díky této zpětné vazbě může docházet k identifikaci rizik v rámci silniční bezpečnosti. Příkladem řešení může být například snížení maximální povolené rychlosti v rizikových oblastech.

Příkladem podporovaných aktivit může být vytvoření výchovného programu, jehož podmínkou je že, využívá reálná data a informuje veřejnost o dopravní bezpečnosti. Dalším příkladem podporovaných aktivit může být také např. organizace lokální osvětové akce, která by měla za cíl vzdělávat veřejnost se zvláštním zaměřením na děti a mladistvé. Výhodou pořádání takovéto akce je možnost sběru již zmíněné zpětné vazby. Kromě zpětné vazby od občanů je také potřeba zajistit profesionální sběr dat o dopravní situaci, což lze zařídit pořízením či pronájmem statistického sběrného boxu, který je vhodně umístěn v rizikové oblasti.

### **Dopravní infrastruktura: projekční příprava**

Cílem této oblasti je zajistit obcím dostatečnou finanční podporu která zajistí kvalitní projektovou dokumentaci a expertní konzultaci, což bude mít za následek dlouhodobé zvýšení bezpečnosti dopravy.

Podporované aktivity v rámci této oblasti by měly by měly zajistit zahájení projekčních příprav a obstarání veškeré potřebné projektové dokumentace. Dalším příkladem těchto aktivit může být zajistit experty kteří jsou schopni poskytnout odbornou konzultaci, vyhodnotit současný stav a navrhnout možné řešení.

### **Dopravní infrastruktura: realizace**

Cílem této oblasti je realizace výše zmíněných projektu, které by měly být vhodně připravené a odůvodněné. Projekty se mohou zaměřovat jak na menší úpravy bezpečnosti dopravního prostoru nebo doplnění nezbytných bezpečnostních prvků, tak na rozsáhlejší dlouhodobější stavební projekty.

Vhodnými aktivitami v rámci této oblasti mohou být například úpravy nebo doplnění současného bezpečnostního značení, a to za využití moderních technologií jakým jsou například LED světla. Mezi projekty s vhodným zaměřením lze také zařadit méně náročné úpravy pozemní komunikace, a to například přechodů pro chodce a úpravy křižovatek. V neposlední řadě lze mezi vhodné aktivity zařadit pořízení informativních ukazatelů rychlosti které mohou zároveň sbírat data a dopravní situaci v daném úseku. Harmonogram programu a výše možného příspěvku lze vidět na obrázku níže (ŠKODA AUTO Nadační fond, 2022).

<b>Termín příjmu žádostí</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- prevence, sběr dat, komunikace: od 18. 4. do 31. 5. 2022</li> <li>- dopravní infrastruktura: od 18. 4. do 30. 6. 2022</li> </ul>
<b>Výše nadačního příspěvku</b>	<b>max. částka závislá dle konkrétní oblasti podpory</b>
<b>Uznatelné náklady</b>	<p><b>od dne podání žádosti do konce realizace projektu, nejpozději však do stanoveného data:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- prevence, sběr dat, komunikace: do 30. 6. 2023</li> <li>- dopravní infrastruktura: do 30. 9. 2023</li> </ul>
<b>Spolufinancování</b>	<b>min. míra závislá dle konkrétní oblasti podpory přihlíží se v rámci hodnocení, ideálně vícezdrojové</b>

Zdroj: Tady jsme doma, Nadační fond ŠKODA AUTO 2022

**Obr. 11 Harmonogram – Dopravní bezpečnost**

## **Kultura má zelenou**

Projekt kultura má zelenou vznikl ve spolupráci nadačního fondu ŠKODA AUTO a nadačního fondu Bohemian Heritage Fund. Cílem je podpořit kulturní projekty, a to formou přímé podpory umělců z české republiky kteří mohou dále teď to projekty nabídnout obyvatelům Mladoboleslavska, Rychnovská a Vrchlabska. V rámci tohoto projektu jsou vypsány dvě grantové výzvy. Jsou jimi Zapomenuté příběhy Mladoboleslavska, Rychnovska a Vrchlabská 2022 a Nové vize pro kulturu 2022 která bude otevřena později v tomto roce.

### 3.3 Udržitelné aktivity firem v automotive

Jaderná (2021) se ve své práci s názvem Udržitelné aktivity firem v automotive zabývá nejčastěji se vyskytujícími se aktivity, kterými se v rámci CSR zabývá 21 vybraných firem z oblasti automotive. Aktivity jsou rozděleny do tří kategorií dle triple-bottom-line, která je podrobněji rozebrána v teoretické části této diplomové práce. V níže přiložených tabulkách lze nalézt výčet aktivit, které se vyskytují v dokumentech alespoň 75 % zkoumaných firem. Aktivity jsou rozříděny do jednotlivých kategorií dle triple-bottom-line a následně do podkategorií, které slouží k bližší specifikaci jejich zaměření. Hodnoty v tabulce představují absolutní hodnoty počtu firem, které zmiňují aktivity ve svých dokumentech (z 21 zkoumaných firem).

**Tab. 3 Environmentální Aktivity CSR v automotive**

<b>Odpady:</b>	
redukce odpadů	20
recyklace a znovuužití součástí	17
recyklace produktu	16
sustainable waste management	17
zásady cirkulární ekonomiky	16
<b>Produkt:</b>	
vývoj udržitelných produktů	19
kontrola dopadu na ŽP	20
dopady v rámci celého životního cyklu	18
eco-friendly součástky	16
ekologická řešení stávajících produktů	17
<b>Produkce:</b>	
šetření vodou	18
šetření energiemi	20
snížení emisí CO <sub>2</sub>	18
transformace, zlepšení výroby – ekologie	17

využití udržitelných materiálů	17
<b>Dodavatelské vztahy:</b>	
udržitelné dodavatelské vztahy	20
dodavatelé TIER 1 certifikovaní	17
obalové hospodářství	20
<b>Ostatní:</b>	
environmentální management	21
certifikace ISO 14001	20
dodržování norem a ekologických opatření	21

Zdroj: Udržitelné aktivity firem v automotive, Jaderná 2021

V environmentální oblasti je dle průzkumu pro firmy nejdůležitější apel na udržitelnost jejich produktů a jejich dopad na životní prostředí. Dalo by se ovšem polemizovat na tím, že ze zvýše uvedených aktivit se firmy nejvíce zaměřují na ty, které jim umožňují snížení nákladů, vhodným příkladem by proto mohly být aktivity jako jsou redukce odpadů, obalové hospodářství nebo šetření energiemi. Z druhé strany aktivity, které mohou být pro firmu finančně náročnější jako například využívání eco-friendly součástí nebo recyklace produktu. Je třeba ovšem zopakovat, že všechny výše zmíněné aktivity se vyskytují ve 75 a více % všech dotazovaných firem. Jejich významnost je tedy značná.

**Tab. 4 Ekonomické Aktivity CSR v automotive**

snížování nákladů – snížování spotřeby	21
antikorupce	16
inovace v odvětví	19
podpora zaměstnanosti v regionu	19
zaměstnávání znevýhodněných skupin	19
eliminace nerovných příležitostí	18
ochrana zdrojů	17
řádné placení daní	21
férové vztahy s dodavateli	21

Zdroj: Udržitelné aktivity firem v automotive, Jaderná 2021

V prvních místech v zastoupení aktivit jsou takové aktivity, které přímo vedou k maximalizaci finanční výkonnosti firmy a na širší veřejnost mají spíše nižší dopad. Z jejich těsném zastoupení se ovšem nalézají aktivity, jakou jsou podpora nezaměstnanosti v regionu, zaměstnávání znevýhodněných skupin nebo eliminace nerovných příležitostí, které mají velký přesah do širší společnosti a celkově pozvedají rozvoj regionu.



**Tab. 5 Sociální Aktivity CSR v automotive**

<b>Zaměstnanci:</b>	
rovné příležitosti	20
speciální programy (vzdělávání, rekvalifikace...)	21
diverzita	19
inkluze	16
work-life-balance	18
gender	17
respekt k lidským právům	19
prevence zdraví	20
NE – otrocká a dětská práce	18
NE – diskriminace	19
spokojenost zaměstnanců (monitoring)	20
benefity	20
péče o zdraví a bezpečnost	20
<b>Společnost:</b>	
dárcovství	18
podpora místní komunity	18
dopravní bezpečnost	16
zdraví a bezpečnost zákazníka	19
respekt k lidským právům	20
kooperace se vzdělávacími institucemi	17

Zdroj: Udržitelné aktivity firem v automotive, Jaderná 2021

Aktivity ze sociálního odvětví lze souhrnně označit za přínosné pro veřejnost v regionu působnosti dané firmy. Za zmínku ovšem v rámci sociální oblasti stojí aktivity, které nejsou obsaženy v tabulce výše, jelikož dosáhli poměrně nízkého zastoupení v aktivitách firem. Za zmínku stojí například COVID-19 pomoc, kterou do svých dokumentů zahrnuje pouze 66 % firem nebo například IT security, jehož zastoupení je pouze v 24 % firem. Jelikož průzkum byl publikován v roce 2021, kdy byla Česká republika stále pod relativně přísnými opatřeními v návaznosti na COVID-19, se může zdát, že firmy nevěnovali dané problematice v rámci CSR příliš pozornosti. IT security se zdá být firmami také značně podceněno, je třeba ovšem podotknout, že se jedná o IT security v rámci udržitelných aktivit, nemusí to tedy nutně znamenat nedostatečné zabezpečení firem v rámci IT jako takové, ale spíše nižší důraz na IT aktivity s přesahem na širší veřejnost.

V celkového pohledu je ovšem zastoupení sledovaných aktivit CSR v automotive poměrně vysoké. Otázkou ovšem zůstává, do jaké míry jsou tyto aktivity

naplňovány. Firmy totiž povětšinou tyto údaje nereportují. Další otázkou může také být jaké aktivity jsou firmami provozovány, ale nebyli součástí tohoto výzkumu. Rozdíl mezi udržitelnými aktivitami, které firmy reportují navenek a skutečně vykonávají může být markantní. Problematika plnění CSR aktivit by mohla být podkladem pro další výzkum Jaderná (2021).

### **3.4 Průnik aktivit státní a soukromé sféry**

V této podkapitole jsou shrnuty jednotlivé aktivity, které jsou realizovány ve státní a soukromé sféře. Dále tato podkapitola identifikuje aktivity, které jsou realizovány v obou sférách zároveň a je zde potenciál pro možnou spolupráci.

Aktivity, které jsou realizovány ze strany státu a jsou detailněji popsány v kapitolách Akční plán strategie regionálního rozvoje ČR a podpora rozvoje regionů 2022, se primárně zaměřují na zlepšení životního prostředí v regionech. Jsou tedy cílené na oblasti, jakými jsou obnova a revitalizace veřejných prostor, sportovišť a prostor, které jsou využívány širší veřejností nebo například školních a vzdělávacích institucí. velký důraz se také klade na dopravní infrastrukturu a dopravní bezpečnost. Obecně lze tvrdit, že tyto aktivity jsou cílené na co nejširší veřejnost žijící v daném regionu.

Jsou podobnost programového obsahu lze nalézt v kapitole s názvem Nadační fond ŠKODA AUTO, která detailně popisuje grantové výzvy, které jsou momentálně prostřednictvím nadačního fondu realizovány. Aktivity, které jsou prostřednictvím těchto výzev podporovány cílí na stejnou cílovou skupinu jako aktivity podporované ministerstvem pro místní rozvoj, s tím rozdílem že je zde jsou aktivity cíleny výhradně na oblast Mladoboleslavská, Rychnovská a Vrchlabská. Jejich náplň je ovšem velmi obdobná. Jsou cíleny na zlepšování veřejných prostor, vzdělání, sportovního vyžití a dopravní infrastruktury. Aktivity podporované nadačním fondem mohou být označeny za více inkluzivní, kladou totiž větší apel na rizikové skupiny, seniory, děti a tělesně postižené. Právě tato oblast by mohla být tématem možné budoucí spolupráce mezi soukromou a státní sférou.

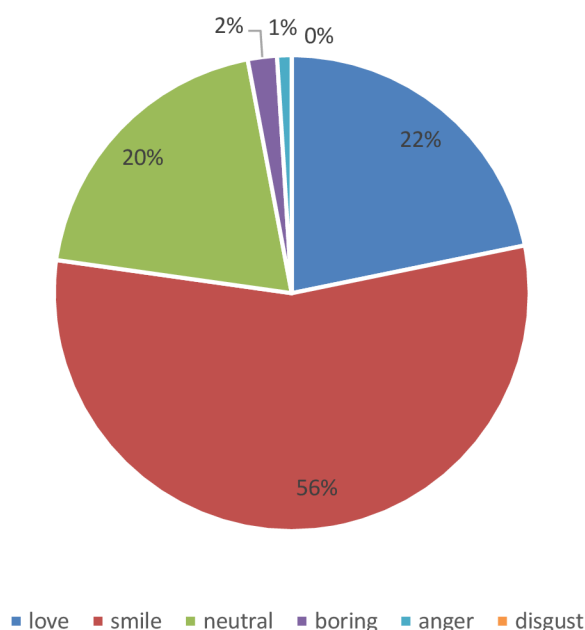
Další oblast, ve které se aktivity podporované jak státní, tak soukromou sférou potkávají jsou aktivity, které reagují na současnou situaci. V obou sférách jsou programy na podporu veřejnosti v návaznosti na krizi Covid-19. Nadační fond škoda auto dokonce zohledňuje současnou uprchlickou krizi ve spojitosti s válkou na

Ukrajíně. Absence podpory ve sledovaných programech na rozvoj regionu ze strany státu je pochopitelná, jelikož je tato problematika momentálně řešena jinými státními orgány a implementace do těchto plánů může přijít v příštích letech.

V podkapitole s názvem Udržitelné aktivity firem v automotive je na příkladě 21 z firem Zkoumána četnost aktivit, které firmy provozují v rámci udržitelnosti potažmo CSR. I přesto, že většina těchto aktivit je přímo spojena s provozem firmy i tady lze najít průnik mezi soukromou a státní sférou, a to především v ekonomické a sociální oblasti. Jako příklad průniku těchto aktivit můžeme uvést například podporu nezaměstnanosti v regionu, zaměstnávání znevýhodněných skupin, podporu místní komunity, dopravní bezpečnost či kooperaci se vzdělávacími institucemi. Je nutno podotknout, že i přesto, že většina aktivit, které jsou firmami provozovány v rámci environmentální oblasti jsou spojené s produkty těchto firem, mohou mít z dlouhodobého hlediska vliv na širší veřejnost. Příkladem těchto aktivit může být redukce odpadu, recyklace produktů a materiálu, snižování emisí CO<sub>2</sub> a další ekologické aktivity.

## 4 Vnímání udržitelnosti ze strany spotřebitele

V této kapitole jsou představeny výsledky dotazníkového šetření, které bylo součástí projektu SGC 2020 a reflektují vnímání spotřebitelů v oblasti udržitelnosti a ekologické šetrnosti. Výsledky tohoto šetření mohou být oboustranně prospěšné jak pro firmy, tak pro spotřebitele, potažmo širší veřejnost. Firmy je mohou použít k lepšímu zacílení svých CSR aktivit a reflektovat tak zájmy spotřebitele. Z druhé strany, pro spotřebitele to může mít za následek zvýšení životní úrovně v daném regionu.

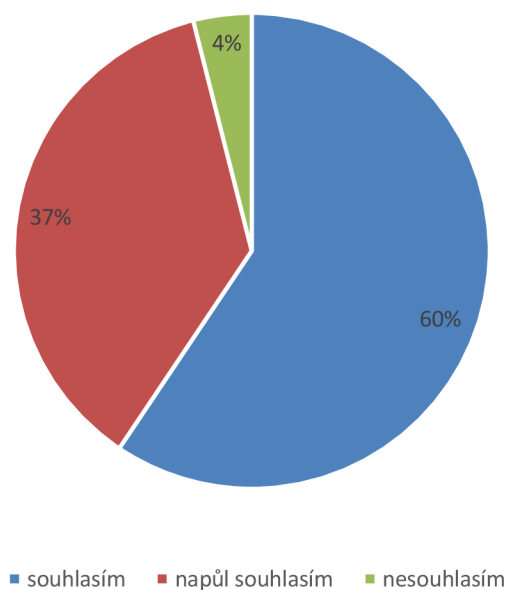


**Obr. 12 Graf – Udržitelná firma**

Na výše vyobrazeném grafu lze vidět, jakým způsobem spotřebitelé vnímají pojem „udržitelná a firma“. V dotazníkovém šetření bylo na výběr z možností love, smile, neutral, boring, anger, disgust, díky kterým mohli respondenti nejlépe reflektovat jaké pocity nebo emoce v nich tento pojem zanechává.

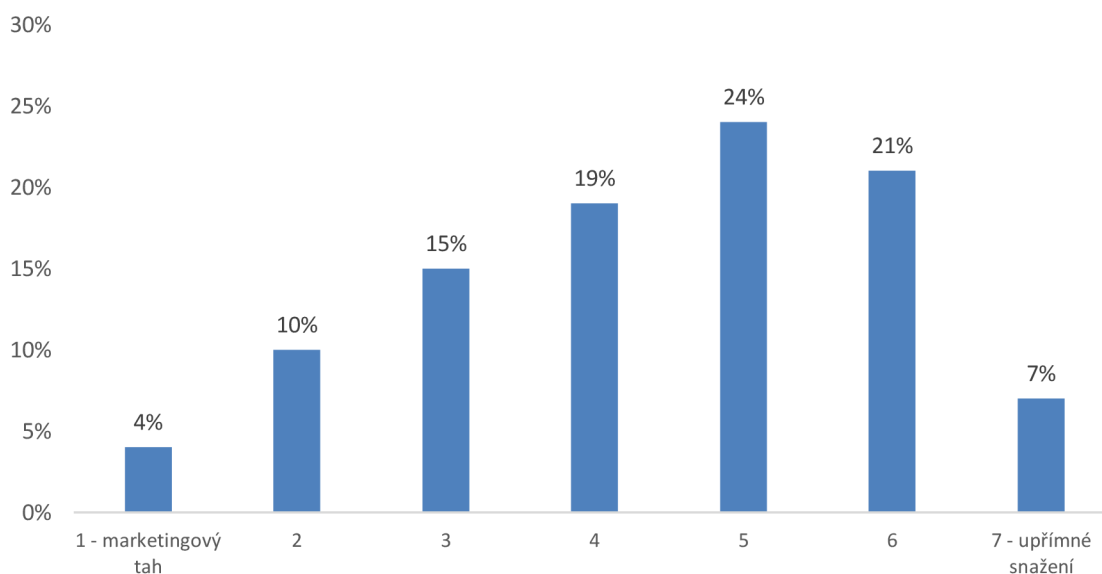
Dle výsledků lze usoudit, že více než 78 % respondentů vnímá pojem „udržitelná firma“ velmi kladně nebo kladně, 20 % respondentů vnímá tento pojem spíše neutrálně a pouze u 3 % respondentů vyvolává tento pojem negativní emoce.

Lze tedy tvrdit, že udržitelnost a potažmo CSR aktivity automobilových firem hrají podstatnou roli ve vnímání značky či firmy ze strany spotřebitele.



**Obr. 13 Graf – Ekologická řešení**

Výše uvedený graf zobrazuje míru souhlasu s tvrzením, že by se firmy „měly samy zapojit do hledání ekologických řešení“. A to především podporováním lokálních dodavatelů, výstavbou energeticky úsporných budov nebo recyklací. Reakce k tomuto tvrzení jsou převážně kladné. 60 % respondentů plně souhlasí s tímto tvrzením, 37 % na půl souhlasí a pouze 4 % respondentů se s tímto názorem neztotožňuje. Výsledky této otázky tedy, stejně jako u té předchozí, potvrzují významnost ekologických řešení ve vnímání značky či společnosti.



**Obr. 14 Graf – Ekologická řešení – vnímání**

Výše zobrazený graf, který zobrazuje výsledky vnímání ekologického řešení, navazuje na předchozí otázku. Respondenti v této otázce měli možnost vyjádřit na škále od 1 do 7, do jaké míry si myslí, že jsou ekologická řešení pouze marketingovým tahem nebo upřímné snažení firmy o dopad na životní prostředí. Z výsledků lze tvrdit, že respondenti vnímají aktivity spojené s ekologickými řešeními spíše jako upřímné snažení. Počet respondentů, kteří jsou ovšem toho názoru, že jde pouze o marketingový tah, není zanedbatelný. Úkolem firem tady zůstává prokázat sociální a ekologický přesah těchto aktivit.

## 5 Shrnutí a doporučení

Na základě rešerše teoretických hledisek dané problematiky, identifikace jednotlivých aktivit, které jsou realizovány ze strany státu a ze strany soukromé sféry a nalezení průniku těchto aktivit, je možné vytvořit souhrn zmíněných aktivit a navrhnout doporučení na spolupráci soukromé a státní sféry.

Možným doporučením pro spolupráci by mohlo být lepší regionální zacílení daných aktivit, jelikož jak bylo zmíněno v předcházejících kapitolách, aktivity v rámci regionální podpory se napříč soukromou a státní sférou prolínají. Plány regionální podpory ze strany státu jsou totiž tvořeny obecně pro celé území České republiky, přičemž jediným rozlišením je velikost daných územích celků. Firmy, které působí v jednotlivých regionech mají větší přehled o problémech v dané lokalitě a mohou tak účelněji cílit své podpůrné aktivity pro potřeby daného regionu.

Výsledky dotazníkového řešení v rámci projektu CSG 2020 poskytují firmám detailnější přehled o vnímání udržitelných aktivit spotřebiteli, což jim dává možnost tyto aktivity lépe zacílit, přehodnotit jejich význam a zaměřit se na oblasti s největším sociálním přesahem. V návaznosti na tento fakt je nutno poukázat na důležitost zpětné vazby, tato problematika je také zmiňována v předchozích kapitolách a výsledky dotazníkové šetření zdůrazňují její důležitost. Zohlednění zpětné vazby je opět oboustranně výhodné. Firmám dává možnost realizovat prostřednictvím svých aktivit přání spotřebitelů, díky čemuž může dojít ke zvýšení povědomí o firmě a její popularitě. To může mít za následek jak například zvýšení prodeje, tak nárůst zájmu v dané firmě pracovat. Z druhé strany pro spotřebitele to znamená zlepšení prostředí, ve kterém žijí, potažmo pracují.

Jo ovšem nutné podotknout že relativně velké procento respondentů stále vnímá no udržitelné aktivity firem pouze jako marketingový tah. Firmy by proto měly být v tomto ohledu co možná nejvíc transparentní a průběžně reportovat míru naplnění daných projektů.

Vhodným doplněním této diplomové práce by podle výše zmíněných doporučení mohl být výzkum zaměřený více do detailu na vnímání jednotlivých aktivit, zmíněných v rámci této diplomové práce, českými spotřebiteli společně s analýzou míry plnění a skutečně realizovaných projektů.

## Závěr

Tato diplomová práce se zabývá problematikou Regionální podpory ze strany státu a společenské odpovědnosti firem. Jejím hlavním cílem je vymezit nejčastější aktivity CSR v automobilovém průmyslu a aktivity realizované ze strany státu v rámci regionálního rozvoje.

Na základě rešerše vhodné literatury v teoretické části je definována možnost podpory rozvoje regionu ze strany státu. Dále je analyzována společenská odpovědnost firem, zvláštní důraz je kladen na triple-bottom-line, která definuje tři nejdůležitější oblasti, ve které mohou firmy přispívat k rozvoji regionů v sociální, enviromentální a ekonomické oblasti.

V praktické části byly rozeznány nejdůležitější aktivity, které jsou realizovány ze strany státu a soukromé sféry a mají přímý vliv na rozvoj regionu. Ve státní sféře byly analyzovány aktivity regionální podpory, které realizuje Ministerstvo pro místní rozvoj, a to prostřednictvím Akčního plánu Strategie Regionálního Rozvoje ČR a Podpory rozvoje regionu 2022. Jako předmět zkoumání v soukromé sféře byl vybrán Nadační fond ŠKODA AUTO, jehož aktivity byly v rámci praktické části analyzovány.

Prostřednictvím dotazníkového řešení, které bylo zpracováno jako součást Studentské grantové soutěže (SGS) ŠKODA AUTO Vysoké školy, o. p. s., dále poskytlo bližší náhled na vnímání těchto aktivit ze strany spotřebitele.

Diplomová práce dále nabízí shrnutí aktivit z obou sfér a návrh doporučení pro možnou spolupráci společně s návrhem na možnost dalšího výzkumu této problematiky.



## Seznam literatury

AROWOSHEGBE, Amos O.; EMMANUEL, Uniamikogbo; GINA, Atu. Sustainability and triple bottom line: An overview of two interrelated concepts. *Igbinedion University Journal of Accounting*, 2016, 2.16: 88-126.

Asongu J.(2007), Innovation as an Argument for Corporate Social Responsibility, *Journal of Business and Public Policy*, Volume 1, Number 3.

Barnett, T.: Corporate social responsibility; In Reference for Business; [2021-05-22], dostupné z:

<http://www.referenceforbusiness.com/management/Comp-De/Corporate-Social-Responsibility.html>

BASSETT-JONES, Nigel. The paradox of diversity management, creativity and innovation. *Creativity and innovation management*, 2005, 14.2: 169-175.

BUSSARD, A., MARKUŠ, M., BUNČÁK, M., MARČEK, E., 2005: Spoločensky zodpovedné podnikanie. Prehľad základných princípov a príkladov. [online]. Bratislava: Nadácia Integra, Nadácia Pontis, Nadácia PANET, p. 6. [cit. 2021-05-25]. Dostupné z: <https://acta.mendelu.cz/pdfs/acu/2013/07/112.pdf>

BUTNARIU, Anca; FILIPEANU, Dumitru. Does CSR enhance market performance for automotive companies?. *SEA: Practical Application of Science*, 2016, 4.3.

Carroll, A. B. (2008). A History of Corporate Social Responsibility. *Oxford Handbooks* [Online]. Dostupné z: <https://doi.org/10.1093/OXFORDHB/9780199211593.003.0002>

Carroll, Buchholz. *Business and Society: Ethics, Sustainability, and Stakeholder Management*. Cengage Learning, 2011. 768 s. ISBN 9780538453165.

CONRADIE, Pieter (2018). Triple Bottom Line. In *The International Encyclopedia of Strategic Communication* [online]. 22. 8. 2018 [cit. 2022-04-25]. Dostupné z: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/9781119010722.iesc0193>.

Corporate Governance Institute [online]. Praha: Corporate Governance Institute (CGI), 2007 [2021-05-24]. Dostupné z: <https://governance.cz/spatna-corporate-governance-vede-ke-spatne-vykonnosti/>

CSR PORTAL. Společenská odpovědnost firem v České republice. 2012. [online]. [cit. 2021-05-23]. Dostupné z: <http://www.csrportal.cz/cz/spolecenska-odpovednost-firem/spolecenska-odpovednost-v-ceske-republice/spolecenska-odpovednost-firem-v-ceske-republice>

Český statistický úřad [online]. Praha: Český statistický úřad, 2018 [18.04.2022]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/podil-vysokoskolaku-mame-nizsi-nez-eu>

World Business Council for Sustainable Development [online]. New York: WBCSD, 2002 [2021-05-22]. Dostupné z: [https://www.globalhand.org/system/assets/f65fb8b06bddcf2f2e5fef11ea7171049f223d85/original/Corporate\\_Social\\_Responsability\\_WBCSD\\_2002.pdf](https://www.globalhand.org/system/assets/f65fb8b06bddcf2f2e5fef11ea7171049f223d85/original/Corporate_Social_Responsability_WBCSD_2002.pdf)

Dahlsrud, A. (2008), How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions. Corp. Soc. Responsib. Environ. Mgmt, 15: 1-13.

Dubbink, W., Graafland, J. & van Liedekerke, L. CSR, Transparency and the Role of Intermediate Organisations. J Bus Ethics 82, 391–406 (2008). <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9893-y>

ELKINGTON, J.: Cannibals with forks: The Triple Bottom Line of 21 st century. Business new society publishers. 1998. 407 S. ISBN 0865713928.

Evropská Unie. 2001. Zelená kniha EU, 2001. 8. ISBN 92-894-1478-2

FOLTA, M. -- JADERNÁ, E. -- PECHOVÁ, J. -- STAŠ, D. -- VELINOV, E. Udržitelné aktivity firem v automotive. In: Automobilový průmysl v soudobé ekonomice – pozice, trendy a udržitelnost. 1. vyd. Mladá Boleslav, ČR: ŠKODA AUTO Vysoká škola o.p.s., 2021. s. 145--222. ISBN 978-80-7654-041-5. URL: <https://www.savs.cz/vyrocní-studie-savs-94lp>

JEŽEK, Jiří a kolektiv. Regionální rozvoj. 1.vyd. Západočeská univerzita v Plzni, 2014. ISBN 978-80-261-0462-9

KAŠPAROVÁ, Klára a Vilém KUNZ. Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování. Praha: Grada, 2013. Management (Grada). ISBN 978-80-247-4480-3.

Kim P., You J. (2013), Strategic CSR through Innovation and Top Management Team Decision Making: Evidence from Eco-Friendly Automobile Industry Case Analyse, Journal of Advanced Management Science Vol. 1, No. 4.

KUNZ, V. Společenská odpovědnost firem. Praha. Grada Publishing. 2012. 208 s. ISBN 978-80-247-3983-0

MÁDLOVÁ, Lucie. Společenská odpovědnost firem: [etické podnikání a sociální odpovědnost v praxi]. Kanina: OPS, 2010. ISBN 978-80-87269-12-1.

MAIER, Karel. Udržitelný rozvoj území. 1.vyd. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4198-7.

MAJER, G a E TÖDLING. Regionálná a urbanistická ekonomika 1: teória lokalizace a priestorová štruktúra. 1.vyd. Bratislava: Iura Edition, 1997. ISBN 80-8044-044-1.

MARTINUZZI, André, et al. CSR activities and impacts of the automotive sector. Research Institute for Managing Sustainability (RIMAS), Vienna University of Economics and Business Franz Klein Gasse, Vienna, Austria, 2011, 1-1190.

McWilliams A., Siegel D.(2010), Creating and capturing value: Strategic corporate social responsibility resource-based theory, and sustainable competitive advantage, Journal of Management, Special Issue: Twenty Years of Resource-Based Theory.

Dostupné z: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0959652606003490>

Ministerstvo pro místní rozvoj [online]. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2022 [2022-04-03]. Dostupné z: <https://www.mmr.cz/cs/ministerstvo>

Nové Boleslavsko [online]. Mladá Boleslav: 2022 [2022-04-30]. Dostupné z: <https://www.noveboleslavsko.cz/>

NOHLEN, Dieter a Franz NUSCHELER. Handbuch der Dritten Welt. 3.vyd. Berlin: JHW Dietz Nachf, 1993. ISBN 380-12-0201-1.

Oficiální portál rady kvality ČR, Společenská odpovědnost organizací. 2022 [online]. [cit. 2022-04-30]. Dostupné z: <https://www.narodniportal.cz/spolecenska-odpovednost-organizaci/>

Orsato, R.J., Wells., P. (2007a) The Automobile Industry & Sustainability: Introduction. Journal of Cleaner Production, Vol. 15, No. 11-12, pp. 989-993. [23.04.2022]. Porter, M., Kramer, M. (2011), Creating Shared Value, Harvard Business Review, January – February.

PUTNOVÁ, Anna a Pavel SEKNIČKA. Etické řízení ve firmě: nástroje a metody : etický a sociální audit. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1621-3.

Prskavcová, M., Maršíková, K., Řehořová, P., Zbránková, M.: Společenská odpovědnost firem, lidský kapitál, rovné příležitosti a environmentální management s využitím zahraničních zkušeností: monografie. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2008. ISBN 978-80-7372-436-8.

ŠKODA AUTO Česká republika [online]. Mladá Boleslav: ŠKODA AUTO, a.s., 2019 [2019-07-15]. Dostupné z: <https://www.skoda-auto.cz/>.

ŠKODA AUTO Nadační fond, Jsme Nadační fond ŠKODA AUTO [online]. Mladá Boleslav: ŠKODA AUTO Nadační fond, 2022 [2022-04-30]. Dostupné z: <https://www.nfsa.cz/o-nas/>

TETŘEVOVÁ, L. Společenská odpovědnost firem společensky citlivých odvětví. Praha: Grada, 2017. 224 s. ISBN 978-80-271-0285-3.

Visser, W. (2010), The Age of Responsibility CSR 2.0 and the New DNA of Business, Journal of Business Systems, Governance and Ethics, vol. 5, no. 3.

WOKOUN, René, Pavel MATES a Jaroslava KADERÁBKOVÁ. Základy regionálních věd a veřejné správy. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2011. Monografie (Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk). ISBN 978-80-7380-304-9.

Zapata, C., Nieuwenhuis, P. (2010) Exploring innovation in the automotive industry: new technologies for cleaner cars. Journal of Cleaner Production, Vol. 18, No. 1, pp. 14-20.

## Seznam obrázků a tabulek

### Seznam obrázků

Obr. 1 Triple-bottom-line.....	14
Obr. 2 Aktéři regionálního rozvoje .....	27
Obr. 3 Podíl vysokoškolsky vzdělaných.....	29
Obr. 4 Územní vymezení strategických cílů SRR21+ .....	34
Obr. 5 Grantové výzvy 2022.....	39
Obr. 6 Harmonogram – Tady jsme doma .....	41
Obr. 7 Harmonogram – Místo, kde se žije dobře .....	42
Obr. 8 Harmonogram – Společně pro Ukrajinu .....	43
Obr. 9 Harmonogram – Na dětech záleží .....	43
Obr. 10 Harmonogram – Region bez bariér .....	44
Obr. 11 Harmonogram – Dopravní bezpečnost.....	46
Obr. 12 Graf – Udržitelná firma .....	52
Obr. 13 Graf – Ekologická řešení .....	53
Obr. 14 Graf – Ekologická řešení – vnímání.....	54

### Seznam tabulek

Tab. 1 Oblasti CSR .....	8
Tab. 2 Primární a sekundární stakeholdeři.....	13
Tab. 3 Environmentální Aktivity CSR v automotive .....	47
Tab. 4 Ekonomické Aktivity CSR v automotive.....	48
Tab. 5 Sociální Aktivity CSR v automotive .....	49

## ANOTAČNÍ ZÁZNAM

<b>AUTOR</b>	Bc. Robin Laitl		
<b>STUDIJNÍ PROGRAM/OBOR/SPECIALIZACE</b>	Specializace Mezinárodní Marketing		
<b>NÁZEV PRÁCE</b>	Regionální podpora ze strany státu a CSR automobilek		
<b>VEDOUCÍ PRÁCE</b>	Ing. Eva Jaderná, Ph.D.		
<b>KATEDRA</b>	KMM - Katedra marketingu a managementu	<b>ROK ODEVZDÁNÍ</b>	2022
<b>POČET STRAN</b>	63		
<b>POČET OBRÁZKŮ</b>	14		
<b>POČET TABULEK</b>	5		
<b>POČET PŘÍLOH</b>	0		
<b>STRUČNÝ POPIS</b>	<p>Práce se zaměřuje na podporu regionu ze strany státu a CSR automobilek. Cílem práce je vymezit zásadní aspekty regionální podpory ze strany státu. Následně vymezit nejčastější aktivity CSR v automobilovém průmyslu a pokusit se o nalezení průniku a možností spolupráce státní a soukromé sféry v oblasti podpory regionálního rozvoje.</p> <p>V teoretické části jsou identifikovány možnosti rozvoje regionů ze strany státu a CSR se zvýšeným zaměřením na oblast českého automotive.</p> <p>V praktické části jsou identifikovány jednotlivé aktivity, které jsou realizovány ze strany státu a ze strany automobilek. Práce také poskytuje náhled na vnímání těchto aktivit ze strany spotřebitele.</p> <p>V závěru práce shrnuje tyto aktivity a identifikuje jejich průnik napříč sférami. Navrhuje také možnost spolupráce a možnost dalšího výzkumu v této problematice.</p>		
<b>KLÍČOVÁ SLOVA</b>	CSR, regionální podpora, rozvoj regionu, grantové výzvy, udržitelnost, vnímání spotřebitele, triple-bottom-line, životní prostředí		

## ANNOTATION

<b>AUTHOR</b>	<b>Bc. Robin Laitl</b>		
<b>FIELD</b>	<b>Specialization International Marketing</b>		
<b>THESIS TITLE</b>	<b>Regional support from the state and CSR of automakers</b>		
<b>SUPERVISOR</b>	<b>Ing. Eva Jaderná, Ph.D.</b>		
<b>DEPARTMENT</b>	<b>KMM - Department of Marketing and Management</b>	<b>YEAR</b>	<b>2022</b>
<b>NUMBER OF PAGES</b>			
	<b>63</b>		
<b>NUMBER OF PICTURES</b>			
	<b>14</b>		
<b>NUMBER OF TABLES</b>			
	<b>5</b>		
<b>NUMBER OF APPENDICES</b>			
	<b>0</b>		
<b>SUMMARY</b>	<p>The thesis focuses on the support of the region by the state and the CSR of the automakers. The aim of the thesis is to define the main aspects of regional support from the state. Subsequently, to define the most common CSR activities in the automotive industry and to try to find the intersection and possibilities of cooperation between the state and the private sphere in the field of regional development support.</p> <p>In the theoretical part, the possibilities of regional development by the state and CSR are identified, with an increased focus on the Czech automotive sector.</p> <p>The practical part identifies the individual activities that are implemented by the state and by automotive companies. The thesis also provides an insight into the consumer's perception of these activities.</p> <p>The thesis concludes by summarizing these activities and identifying their intersection across spheres. It also suggests the possibility of collaboration and the possibility of further research on this issue.</p>		
<b>KEY WORDS</b>	<b>CSR, regional support, regional development, grant calls, sustainability, consumer perception, triple-bottom-line, environment</b>		