

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra řízení



Diplomová práce

CSR ve společnosti Mondi Štětí

Bc. Lenka Macková

© 2019 ČZU v Praze

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Bc. Lenka Macková

Veřejná správa a regionální rozvoj

Název práce

CSR ve společnosti Mondi Štětí

Název anglicky

CSR at company Mondi Štětí

Cíle práce

Cílem diplomové práce je zhodnotit dopad konkrétních nástrojů CSR společnosti Mondi Štětí a.s. na povědomí vybraných klíčových stakeholderů. Zvláštní pozornost bude věnována environmentálnímu pilíři.

Metodika

Výzkum bude proveden jak studiem sekundárních dat (analýza firemních pilotních projektů v oblasti CSR, analýza internetových stránek společnosti, analýza interních prezentací a interního firemního časopisu, analýza KPI- Key Performance Indicators), tak sběrem primárních dat kde bude proveden výzkum základních pilířů CSR (ekonomický, sociální a environmentální) formou strukturovaného dotazníku. Dotazníky budou distribuovány vedení společnosti, střednímu managementu, zaměstnancům ve výrobě, zákazníkům, dodavatelům, představitelům místní samosprávy a blízké veřejnosti. Vyhodnocení sebraných dat bude provedeno kvantitativně.

Doporučený rozsah práce

60-70

Klíčová slova

Společenská odpovědnost firem, CSR, společnosti Mondi, kvalita, zaměstnanci, filantropie, životní prostředí, stakeholders

Doporučené zdroje informací

- ARMSTRONG M., TAYLOR S., 2015, Řízení lidských zdrojů, 13. Vydání Moderní pojetí a postupy, Praha: Grada Publishing, a.s., ISBN 978-80-247-9882-0
- DYTRT Z., 2006, Dobré jméno firmy, Praha: Alfa Publishing, s.r.o., ISBN 80-86851-45-1
- CHOUINARD Y. & STANLEY V., 2014, Zodpovědná firma, Praha: PeopleComm, , ISBN 978-80-87917-12-1.
- JONES D., 2014, Společensky odpovědné chování se firmám vyplácí, Praha: Management Press, ISBN 978-80-7261-269-7
- KAŠPAROVÁ K., KUNZ V., 2013, Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování, Praha: Grada Publishing, a.s., ISBN 978-80-247-4480-3
- KUNZ V., 2012, Společenská odpovědnost firem, Praha: Grada Publishing, a.s., ISBN 978-80-247-3983-0
- PUTNOVÁ A., SEKNIČKA P., 2007, Etické řízení ve firmě, Praha: Grada Publishing, a.s., ISBN 978-80-247-1621-3
- TETŘEVOVÁ L. a KOLEKTIV, 2017, Společenská odpovědnost firem společensky citlivých odvětví, Praha: Grada Publishing, a.s., ISBN 978-80-271-9686-9
- TETŘEVOVÁ L. a KOLEKTIV, 2017, Společenská odpovědnost firem společensky citlivých odvětví, Praha: Grada Publishing, a.s., ISBN 978-80-271-9687-6
-

Předběžný termín obhajoby

2018/19 LS – PEF

Vedoucí práce

Ing. Jiří Čerkasov

Garantující pracoviště

Katedra řízení

Elektronicky schváleno dne 25. 2. 2019

prof. Ing. Ivana Tichá, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 26. 2. 2019

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 28. 03. 2019

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci CSR ve společnosti Mondi Štětí jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 29. 3. 2019

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala vedoucímu práce Ing. Jiřímu Čerkasovovi, za odborné rady při zpracování této práce, dále zaměstnancům společnosti Mondi Štětí, především však Mgr. Michale Proškové za poskytnuté materiály, informace a nápady a v neposlední řadě děkuji za pomoc svému příteli a rodině.

CSR ve společnosti Mondi Štětí

Souhrn

Diplomová práce se zabývá tématem společenské odpovědnosti firem. Teoretická část se zaměřuje na základní principy CSR dle odborné literatury, dále na vývoj CSR jak v České republice, tak i ve světě. Dále je v teoretické části popsán historický vývoj CSR a zmínka o významných osobnostech, které se podíleli na implementaci konceptu CSR. Teoretická část obsahuje jednotlivé pilíře CSR, přínosy a pozitivní vlivy CSR do společnosti.

Praktická část je zaměřena na společnost Mondi Štětí a.s. a její aktivitu v oblasti CSR. Zaměřuje se především na společensky odpovědné aktivity vůči zaměstnancům, dodavatelům, zákazníkům, ale i širokému okolí. Pro zjištění pozitivních či negativních vlivů CSR společnosti Mondi je využito dotazníkové šetření zaměřené především na základní pilíře CSR. Dotazníky budou distribuovány zaměstnancům společnosti, zákazníkům, dodavatelům a širokému okolí.

Klíčová slova: Společenská odpovědnost firem, CSR, společnost Mondi Štětí, kvalita, zaměstnanci, filantropie, životní prostředí, zainteresované skupiny

CSR at company Mondi Steti

Summary

Diploma thesis deals with the topic of corporate social responsibility. The theoretical part focuses on the basic principles of CSR according to specialized literature, further on the development of CSR in the Czech Republic as well as in the world. The theoretical section also describes the historical development of CSR and the mention of important personalities involved in the implementation of the CSR concept. The theoretical part contains the individual pillars of CSR, the benefits and the positive effects of CSR in society.

The practical part is focused on the company Mondi Steti A.S. and its activities in the area of CSR. It focuses primarily on socially responsible activities towards employees, suppliers, customers, as well as wide surroundings. To find out the positive or negative effects of the CSR of Mondi, a questionnaire survey focused mainly on the basic pillars of CSR is used. Questionnaires will be distributed to the company's employees, customers, suppliers, and the wider environment.

Keywords: Corporate social Responsibility, CSR, company Mondi Steti, quality, employees, philanthropy, environment, stakeholders

Obsah

1 Úvod.....	12
2 Cíl práce a metodika	14
2.1 Cíl práce	14
2.2 Metodika	14
Dotazníkové šetření.....	14
3 Charakteristika a vývoj CSR.....	17
3.1 Historický vývoj a významné osobnosti v oblasti CSR v České republice	21
4 Charakteristické rysy, přístupy a nástroje CSR.....	23
4.1 Charakteristické znaky CSR	24
4.2 Strategie CSR.....	25
4.3 Moderní trendy v oblasti CSR.....	27
4.4 Pilíře CSR.....	29
4.4.1 Ekonomický pilíř	29
4.4.2 Sociální pilíř.....	30
4.4.3 Environmentální pilíř.....	31
4.5 Zainteresované strany, neboli stakeholders.....	33
4.6 Metody hodnocení společenské odpovědnosti.....	35
4.6.1 Global Reporting Initiative (GRI).....	37
4.7 Nástroje pro komunikaci a reportování o CSR	41
4.8 Přínosy CSR.....	44
5 Vlastní práce	47
5.1 Představení společnosti Mondi Group	47
5.1.1 Bezpečnost práce	50
5.1.2 Zdraví.....	51
5.1.3 Trvalý udržitelný rozvoj	51
5.2 Představení společnosti Mondi Štětí a.s.....	52
6 Projekty Mondi Štětí v rámci CSR.....	54
6.1 Region	54
6.1.1 Dotační program Patriot.....	54
6.1.2 Environmentální oblast	56
6.1.2.1 Odpadové hospodářství	56
6.1.2.2 Ochrana ovzduší	57
6.1.2.3 Monitorování a měření v životním prostředí.....	58
6.1.2.4 Smogový řád.....	59
6.1.2.5 Havarijní plán pro nakládání se závadnými látkami	61

6.1.2.6	Havarijní připravenost	63
6.1.2.7	Ekologická újma	64
6.1.2.8	Zdroje hluku	65
6.1.2.9	Environmentální dny	66
6.1.3	Vzdělávání	66
6.1.4	Nástroje externí komunikace	67
6.1.5	Krizová komunikace	67
6.2	Zaměstnanci	69
6.2.1	Benefitní programy z Mondi (for)Life.....	69
6.2.2	Odměňování a benefity	71
6.2.2.1	Odměňování	71
6.2.2.2	Benefity	72
6.2.3	Zaměstnanecký průzkum	73
6.2.4	Nástroje interní komunikace	74
7	Zhodnocení výsledků a doporučení	76
7.1	Zhodnocení výsledků	76
7.1.1	Struktura respondentů	76
7.1.2	Zhodnocení výsledků dotazníku	78
7.2	Návrhy a doporučení pro Mondi Štětí.....	94
8	Seznam použitých zdrojů	99
9	Elektronické zdroje.....	101

Seznam obrázků

Obrázek 1 - Graf četnosti odpovědí na otázku týkající se pohlaví	77
Obrázek 2 - Graf četnosti odpovědí na otázku týkající se věku respondentů	77
Obrázek 3 - Graf četnosti odpovědí na otázku týkající se vzdělanosti respondentů	78
Obrázek 4 - Graf četnosti odpovědí na otázku týkající se dojmu, který společnost Mondi Štětí vyvolává na dotazované	79
Obrázek 5 - Graf četnosti odpovědí na otázku týkající se poskytování informací	80
Obrázek 6 - Graf četnosti odpovědí na otázku týkající se prostřednictvím jakých zdrojů jsou získávány informace o společnosti Mondi.....	81
Obrázek 7 - Graf četnosti odpovědí na otázku týkající se poskytování dobrých pracovních příležitostí pro místní obyvatele z hlediska přímého zaměstnání	82
Obrázek 8 - Graf četnosti odpovědí na otázku týkající se poskytování dobrých pracovních příležitostí prostřednictvím dodavatelů	83
Obrázek 9 - Graf četnosti odpovědí na otázku týkající se doporučení společnosti	83
Obrázek 10 - Graf četnosti odpovědí na otázku týkající se diskriminace při přijímání nového uchazeče.....	84
Obrázek 11 - Graf četnosti odpovědí na otázku týkající se ekonomického hlediska	85
Obrázek 12 - Graf četnosti odpovědí na otázku týkající se sociálního hlediska	86
Obrázek 13 - Graf četnosti odpovědí na otázku týkající se zdraví	86
Obrázek 14 - Graf četnosti odpovědí na otázku týkající se pojmu CSR	87
Obrázek 15 - Graf četnosti odpovědí na otázku týkající se, zda je společnost Mondi společensky odpovědnou firmou	88
Obrázek 16 - Graf četnosti odpovědí na otázku týkající se aktivit v rámci společenské odpovědnosti, které mají dopad na město Štětí a jeho obyvatelstvo	89
Obrázek 17 - Graf četnosti odpovědí na otázku týkající se dialogů o negativních a citlivých jevech.....	90
Obrázek 18 - Graf četnosti odpovědí na otázku týkající se získávání informací o jevech.....	91
Obrázek 19 - Graf četnosti odpovědí na otázku týkající se snahy společnosti Mondi o prevenci znečišťování.....	92
Obrázek 20 - Graf četnosti odpovědí na otázku týkající se využití Linky Mondi.....	92
Obrázek 21 - Graf četnosti odpovědí na otázku týkající se řešení příchozích stížností	93

Seznam tabulek

Tabulka 1 – Oblasti odpovědného podnikání	20
Tabulka 2 - Zainterесované strany podle jednotlivých oblastí společenské odpovědnosti firem	34
Tabulka 3 - Technická opatření pro monitorování a zjišťování úniku závadných látek	61
Tabulka 4 - Odměny při zaměstnaneckém výročí	72
Tabulka 5 - Příspěvek na dopravu	72

1 Úvod

Společenská odpovědnost firem je pojem, který se u nás objevil již před pár lety, nicméně je pro širokou veřejnost stále pojmem novým a často veřejnost tápe, co si vlastně pod tímto pojmem představit. I když se jedná o koncept s nejasně stanovenými pravidly, řada společností již pochopila, že zavedení společensky odpovědného chování může být pro společnost přínosné. Neustálý konkurenční boj mezi společnostmi má pozitivní dopad i na zájem společností směrem ke společenské odpovědnosti k jejich podnikání. Díky tomu se pak společensky odpovědné společnosti dostávají do konkurenční výhody. Tato výhoda pak může být klíčová při rozhodování zákazníků, dodavatelů, investorů a dalších zainteresovaných subjektů, u které společnosti utratí peníze, se kterou společností začnou spolupracovat, nebo kam vloží svůj kapitál. Podniky jsou vázány na globální vývoj, a proto je v jejich zájmu napomoci ke zlepšení stavu tohoto světa. Uplatňování přístupů společenské odpovědnosti přispívá ke zlepšení sociálního a environmentálního prostředí společnosti, a tím dochází k ovlivňování života jednotlivců a společnosti a dělají naši Zemi mnohem šťastnější. Nemělo by se také zapomínat na důležitou skupinu, tzv. zainteresované subjekty, které jsou schopny aktivně jednat či konat při vzniklém problému. V podstatě se společenská odpovědnost snaží o zajištění kladného dopadu na společnost, okolí, ekonomiku a životní prostředí. CSR se snaží sjednotit tři nejvíce diskutované oblasti – sociální, ekonomickou a environmentální.

Téma diplomové práce bylo zvoleno na základě neustále zvyšujícího se zájmu o společenskou odpovědnost globálně, výjimku netvoří ani mezinárodní společnost Mondi Štětí a.s., která zaimplementovala CSR do firemní strategie a snaží se tak o zlepšení firemní image a tím i o zlepšení své pozice v konkurenčním prostředí. Cílem této diplomové práce je zaměření se na analýzu společnosti Mondi Štětí a.s., především ve vztahu ke svým zaměstnancům, zainteresovaným skupinám, životnímu prostředí, výrobě a kvalitě výrobků a zaměření se na společenskou odpovědnost obecně. V samostatném závěru práce je navrženo řešení, které společnosti v rámci CSR přinese prospěch a především konkurenční výhodu.

Teoretická část se zabývá vymezením základních pojmů společenské odpovědnosti ve světě, ale i v České republice, včetně jejich historie a jednotlivých oblastí konceptu CSR, na základě nastudované analýzy dokumentů.

Praktická část je primárně zaměřena na analýzu společenské odpovědnosti ve vybrané společnosti Mondi Štětí a.s., která se zabývá zpracováním a výrobou papíru. Obsáhleji jsou

zde popsány společensky odpovědné aktivity, kterým se společnost věnuje. Tyto aktivity tvoří jednotlivé projekty, které společnost realizuje, a které zde budou blíže představeny a popsány.

V závěrečné části budou navržena opatření, která by měla vybraná společnost akceptovat pro udržení dlouhodobé konkurenční výhody. K těmto navrženým opatřením budou využity poznatky a výsledky vlastního výzkumu.

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíl práce

Hlavním cílem diplomové práce je charakterizovat a zhodnotit dopad nástrojů společenské odpovědnosti v rámci společnosti Mondí Štětí a.s. a navrhnout taková řešení, Díky kterým společnost získá konkurenční výhodu, případně zvýší svůj podíl na trhu a udrží a posílí kladné povědomí společnosti ze strany veřejnosti a dalších zainteresovaných subjektů.

2.2 Metodika

Teoretická část byla vypracována na základě podrobného studia odborné literatury a internetových zdrojů vztahující se k danému tématu. Kompletní seznam použitých zdrojů se nachází v závěru práce.

Praktická část se zakládá na analýze a vyhodnocení dat týkajících se společnosti Mondí Štětí a.s. a je rozdělena do dvou kapitol. První kapitola se zaměřuje na obecné informace o společnosti získané z interních a internetových zdrojů společnosti. Na základě oficiálních internetových stránek byly prostudovány základní informace o společnosti. Bylo také umožněno nahlédnout do interních materiálů společnosti v papírové podobě, které byly poskytnuté na základě pravidelných schůzek se zaměstnancem společnosti. Dále byl umožněn přístup na intranet, kde bylo možno získat informace týkající se profilu společnosti, identifikace aktivit plynoucí ze společenské odpovědnosti, mezi které se řadí program Patriot, Environmentální dny a následně programy týkající se přímo zaměstnanců. Druhou kapitolu pak tvoří kvantitativní výzkum, metoda dotazování.

Dotazníkové šetření

Pro výzkumnou část práce byla využita metoda dotazování formou strukturovaného dotazníku. V dotazníku mohli respondenti u několika odpovědí využít odpovědi sestavené na základě sémantického diferenciálu, Likertovy škály a metody NSP. Dotazník byl sestaven tak, aby se dotýkal především sociální a environmentální oblasti. Tento typ dotazování probíhal na základě přímého kontaktu s respondenty v období leden a únor 2019, převážně v odpoledních hodinách, kdy je ve městě Štětí největší pohyb obyvatel. Ke sběru dat docházelo na území

města Štětí. Výzkumu se zúčastnilo celkem 70 respondentů, z nichž ochotně odpovědělo 58. Jednalo se o muže a ženy, kteří byli rozděleni podle vzdělání bez ohledu na jejich věk. Respondenti byli osloveni: „*Vážená paní, mohla byste mi prosím věnovat pár minut svého času pro vyplnění dotazníkového šetření týkající se společnosti Mondi Štětí?*“ a „*Vážený pane, mohl byste mi prosím věnovat pár minut svého času pro vyplnění dotazníkového šetření týkající se společnosti Mondi Štětí?*“

Při zpracování výsledků byl využit program Microsoft Excel, převážně jeho funkce pro tvorbu grafů a tabulek.

Účelem výzkumu bylo zjistit, jakým způsobem respondenti vnímají společenskou odpovědnost společnosti Mondi Štětí a.s. a zda jsou do této oblasti dostatečně zapojováni.

Příklady otázek, které byly pokládány v dotazníkovém šetření:

Poskytuje společnost Mondi včasné, pravidelné, jasné a přesné informace?

Myslíte si, že společnost Mondi poskytuje pro místní obyvatele dobré pracovní příležitosti z hlediska přímého zaměstnání?

Doporučil/a byste společnost Mondi jako zaměstnavatele pro své přátele či rodinu? Proč byste doporučil (a)/nedoporučil (a) společnost Mondi?

Řekl/a byste, že společnost Mondi při výběru nového uchazeče nediskriminuje z hlediska pohlaví, národnosti, postižení a věku?

Víte, co si představit pod pojmem společenská odpovědnost, neboli CSR?

Společnost Mondi vede dialogy o negativních a citlivých jevech, které mají dopad na (životní prostředí, obyvatelé).

Ze strany široké veřejnosti bylo zaznamenáno mnoho stížností týkající se znečišťování ovzduší. Společnost Mondi se snaží o prevenci znečišťování.

Při jaké příležitosti jste využil/a „Linku Mondi“, na které je možnost se informovat o případných problémech či problémy řešit.

V závěru výzkumu je shrnutí získaných odpovědí s návrhy a doporučeními, která by mohla znamenat přínos jak pro společnost, tak hlavně pro veřejnost. Na základě vyhodnocených dat jsou navrženy konkrétní kroky a aktivity s cílem získání konkurenční výhody na trhu a pozitivního vstoupení do povědomí všech zainteresovaných stran.

3 Charakteristika a vývoj CSR

Pojem společenská odpovědnost firem je převzatým překladem z anglického názvu Corporate Social Responsibility (zkráceně CSR). Kořeny CSR sahají až do 19. století, kdy obchodní magnát a významný filantrop Andrew Carnegie, uvedl, že lidé jsou povinni dělit se o svůj majetek s ostatními. CSR se začal rozvíjet v polovině 20. století, kdy se o tuto koncepci začali více zajímat teoretici managementu. Zlomovým rokem byl rok 1953, kdy Howard R. Bowen položil základy tím, že se ve své knize *Social Responsibilities of the Businessman* pokusil CSR definovat. V roce 1979 se Archie B. Carroll, profesor z Terry College of Business univerzity v Georgii, se pokusil navrhnout definici CSR, která se zaměřovala především na čtyři základní oblasti, které byly považovány za navzájem se vylučující¹:

- zákonná odpovědnost
- ekonomická odpovědnost
- dobrovolná odpovědnost
- etická odpovědnost

V roce 1992 předseda Evropské komise Jacques Delors přispěl k definování postupů v oblasti společenské odpovědnosti, které by firmy měli dodržovat. Podniky byly vyzvány, aby přijaly dokument tzv. Evropskou deklaraci proti sociálnímu vyloučení, která byla schválena v roce 1995. Schválení této deklarace přispělo v roce 1996 ke vzniku Evropské podnikatelské sítě pro sociální kohezi, která se snažila o možnost rozšíření společenské odpovědnosti v Evropě. Tato deklarace byla v roce 2000 přejmenována na CSR Europe, která měla za úkol²:

- přispět k rozšíření a pochopení konceptu CSR v Evropě
- poskytovat poradenství, školení a vzdělávání v oblasti CSR
- stát se evropskou centrálou na problematiku CSR

¹ CSR – *Společenská odpovědnost firem*. [online]. 2001 [cit. 2017-09-16]. Dostupné z <https://www.edunews.cz/a-136/csr-spolecenska-odpovednost-firem>.

² KUNZ V., 2012, *Společenská odpovědnost firem*, str. 60

Další významný pokrok v oblasti CSR přinesl zejména tzv. **Lisabonský summit** Evropské unie v roce 2000. Na tomto summitu byl vymezen strategický cíl: „*stát se do roku 2010 nejkonkurenceschopnější a nejdynamičtější znalostní ekonomikou na světě, schopnou udržitelného hospodářského růstu s větším počtem a lepšími pracovními místy a větší sociální soudržností*“³. V roce 2001 byla založena tzv. **Zelená kniha** o CSR, která zahrnovala základní nástroje a principy o CSR, a ve které můžeme nalézt první oficiální definici o CSR postavenou na třech pilířích. Tento dokument dále potvrdil, že Evropská unie podporuje dobrovolný, nikoliv nucený rámec společenské odpovědnosti. V Zelené knize lze najít i aktivity, jimiž lze CSR rozvíjet a propagovat. V listopadu 2001 byla spuštěna konference o CSR s názvem **CSR Business Marathon**. Hlavní myšlenkou tohoto konceptu bylo seznámit účastníky o principech a přístupech CSR a přínosech, které firmě může přinést. Další významná instituce vznikla v roce 2002, která nese název **European Multistakeholder Forum**, a ve které docházelo k výměně názorů a zkušeností ve vztahu k CSR. V roce 2006 byla založena velmi významná instituce **Evropská aliance pro CSR**, která se pokoušela přispět k širšímu pojetí společenské odpovědnosti mezi podniky. CSR Europe v roce 2010 otevřela nový projekt **Enterprise 2020**. Dle Kunze se Enterprise 2020 snaží reflektovat celosvětové trendy a podporovat úspěšnost rozšiřování CSR do každodenní praxe podniků. Hlavními cíli Enterprise 2020 se staly⁴:

- podpora firem při budování dlouhodobě udržitelné konkurenceschopnosti
- podpora úzké spolupráce mezi podniky
- posílení celosvětové vedoucí pozice Evropy v oblasti CSR

V současné době představuje společenská odpovědnost firem populární a stále se rozvíjející koncept. CSR je považována za jeden z moderních konceptů podnikání, který sahá do většiny oblastí působení firmy se zaměřením na dlouhodobé cíle. Pojem společenská odpovědnost firem je chápán pojem, kdy se firmy vyznačují svým odpovědným jednáním a aktivitám vůči okolí. O konceptu CSR vznikla celá řada definic. CSR s sebou nese řadu benefitů, nejen podnikům samotným, ale také zainteresovaným skupinám. V první polovině 21. století bylo CSR více rozšířeno mezi investory a společnostmi. Zájem o tuto problematiku rostl zejména v médiích a akademických obcích, dále se pak tomuto tématu také začaly více

³ Pavlík M., Bělčík M. a kolektiv, 2010, *Společenská odpovědnost organizace*, str. 23

⁴ Kunz V., 2012, *Společenská odpovědnost firem*, str. 63

věnovat i ekonomické fakulty. Pojem CSR je chápán jako komplexní, a to především proto, že spojuje otázky životního prostředí, ekonomiky a společnosti. Pokud se podnik chová společensky odpovědně, pak přináší svému podniku mnoho výhod. Mezi nejčastější a nejdůležitější přínosy podniků patří:

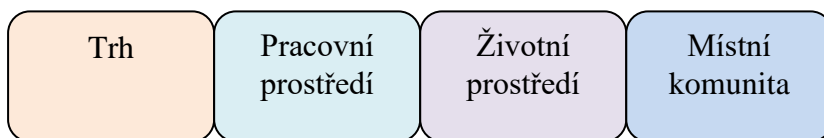
- **Spolupráce s investory** – investoři oceňují společensky odpovědné chování firmy
- **Vytváření dobrého podnikového klimatu** – zaměstnanci se cítí více motivováni, společensky odpovědné firmy mají lepší postavení na trhu práce
- **Pozitivní image v očích široké veřejnosti** – výsledkem dlouhodobého procesu je dobrá image v očích široké veřejnosti

Dobrá pověst podniku napomáhá k získání lepších vztahů se svými zainteresovanými skupinami (odběratelé, dodavatelé, zákazníci) a zlepšuje či usnadňuje komunikaci. Zainteresované skupiny by měly být pravidelně informovány o naplnění CSR cílů podniku. Díky společenské odpovědnosti mají podniky mnohem větší šanci získat nové obchodní partnery s cílem dlouhodobé spolupráce. Je ovšem jasné, že i tito potenciální obchodní partneři budou při výběru společnosti zohledňovat kvalitu výrobků, termíny dodání, platební podmínky a další. Podniky by měly zvyšovat i standardy svých CSR aktivit a cílů a tím a získat tím konkurenční výhodu. Společensky odpovědné chování firem také posiluje rostoucí prodej a loajalitu zákazníků. Odpovědné chování posiluje hodnotu značky podniku, což s sebou přináší i větší zájem zákazníků. Důležitou a efektivnější environmentální firemní politikou je snižování provozních nákladů s cílem nárůstu zisku.

V červenci 2010 byl společností GfK Czech, která se trhem a spotřebiteli zabývá, uspořádán dotazníkový výzkum mezi tisíce respondenty ČR na téma společensky odpovědného chování společnosti. Z výsledků vyplývá, že pro více než 80% dotazovaných je důležité a věnují pozornost tomu, zda je společnost společensky odpovědná. Více než 55% respondentů přiznalo, že dávají přednost podnikům, které z výtěžků ze svých produktů věnují část na společensky prospěšnou věc. Pro většinu zaměstnanců je velmi důležité, aby byl podnik, ve kterém pracují společensky odpovědný.

Odpovědné chování firmy lze rozdělit do 4 oblastí:

Tabulka 1 – Oblasti odpovědného podnikání



Zdroj: Koncept CSR v praxi, vlastní zpracování

Trh

V rámci trhu se od společnosti očekávají pozitivní vztahy s investory, zákazníky, dodavateli a dalšími partnery. Dlouhodobým cílem podniku je nejen tvorba zisku, ale také udržení obchodních sítí a odpovědný přístup k partnerům. Koncept CSR umožňuje podnikům nové obchodní příležitosti. Mezi aktivity a přínosy trhu řadíme např.: včasné splácení faktur, marketingová etika, poskytování co nejpresnějších informací o výrobcích a službách, odlišení se od konkurence.

Pracovní prostředí

Pracovní prostředí je zaměřeno převážně na zaměstnance společnosti, ve kterém tráví nejvíce svého času, ovlivňuje jejich soukromý i pracovní život a může mít vliv i na jejich zdraví. Dlouhodobý úspěch firmy závisí zpravidla na kvalitě jeho zaměstnanců, kteří vytvářejí hodnoty, jsou motivováni a tím i více produktivní. Soužití zaměstnance se společností musí být velmi výhodné. Mezi aktivity a přínosy pracovního prostředí řadíme např.: vzdělávání a rozvoj zaměstnanců, zdraví a bezpečnost zaměstnanců, eliminování diskriminace, nízká fluktuace zaměstnanců.

Místní komunita

Společensky odpovědná firma vyvíjí snahu o navázání kontaktu s místní komunitou a tím dochází ke snížení negativních dopadů a k řešení vzniklých problémů. Cílem je pozitivní přijetí a navázání kontaktů s místní komunitou, jež pomůže společnosti ztotožnit se s novým trhem. Mezi aktivity a přínosy místní komunity řadíme např.: vzdělávání občanů, firemní dárcovství, spolupráce se školami, dobré jméno podniku.

Životní prostředí

Pokud firma dokáže snížit negativní vlivy na životní prostředí, může získat nové obchodní příležitosti. Prevence znečišťování, snižování plýtvání energiemi a minimalizace odpadu může firmě přinášet finanční úspory. Dle Steinerové (2008) patří mezi aktivity a přínosy životního prostředí řadíme např.: recyklace, ochrana přírodních zdrojů, redukce odpadů, úspora nákladů, minimalizace odpadů.

3.1 Historický vývoj a významné osobnosti v oblasti CSR v České republice

V poslední době roste zájem o podporu CSR v České republice, a to nejen samotným vstupem ČR do EU. V České republice je možné nacházet prvky CSR již v první polovině 20. století, kdy se tento pojem zabývá budováním vztahů a vedením firmy, a vede k navýšení důvěryhodnosti společnosti. V souvislosti se společenskou odpovědností firmy bývá často zmiňována osobnost **Tomáše Bati**, jež svými aktivitami podpořil město Zlín, jež se stalo moderním městem. Hovoří se, že principy společenské odpovědnosti patří mezi nejdůležitější znaky jeho firmy a staly se tak integrální součástí její vize.

Mezi další a významné osobnosti patří významný český filantrop, architekt a nadšený mecenáš české vědy a umění **Josef Hlávka**. V roce 1854 byl Hlávka přijat do kanceláře firmy stavitele Šebka. U tohoto zaměstnavatele Hlávka poznal, že je možné svým zaměstnancům nabídnout něco více než jen výplatu. Josef Hlávka se podílel na mnoha stavebních projektech, mezi nejznámější se řadí např. výstavba Dvorní opery ve Vídni, stavba pražské Zemské porodnice, stavba kostela Lazaritů ve Vídni. Proslavil se i mimo jiné nejvýznamnějšími počiny jako je financování překladu Shakespearova díla, příspěvek 15.000 zlatých na Myslbekovu sochu sv. Václava v Praze, zřízení studentských kolejí v roce 1904, ale také prosazením a finanční podporou obnovy Karlova mostu po velké povodni v roce 1890.

Za zmínku také stojí moravský šlechtic a podnikatel hrabě **Hugo František Salm**, který se zabýval vědeckými výzkumy a ovládal několik cizích jazyků. Hugo cestoval po celém světě a tím získával nové poznatky v moderní technologii. Tyto poznatky mu pomohly při založení několika strojírenských továren, například v Brně, nebo v Blansku. V roce 1817 byl jedním ze zakladatelů Moravskoslezského Františkova muzea v Brně.

Dalším českým průmyslníkem a podporovatelem rozvoje vědy byl **Josef Jan Frič**, který vybudoval hvězdárnu v Ondřejově a v roce 1928 ji věnoval státu, avšak s podmínkou, že bude sloužit Karlově univerzitě.

Český podnikatel **Jindřich Waldes**, který si vysloužil přezdívku „král knoflíků“, se věnoval rozšiřování své firmy, která se stala největší v Rakousku-Uhersku. Firma se zabývala výrobou kovové galanterie, mezi nejznámější patří knoflík tzv. patentka Koh-i-noor. Jindřich Waldes byl také velkým sběratelem umění a v roce 1916 založil muzeum knoflíků a šatních spínadel. Waldes si svých zaměstnanců velmi vážil, a tak založil podpůrný fond, který zahrnoval například příspěvky v mateřství, při narození dítěte, na stěhování apod. Velkou péčí věnoval výchově svých zaměstnanců⁵.

Vývoj CSR u nás byl po roce 1948 přerušen, kdy došlo ke sjednocení hospodářství a v Československu začal být více využíván pojem podniková sociální politika⁶. Na počátku 90. let 20. století došlo k pochopení, že CSR v České republice by mělo být založeno na třech pilířích, tzv. triple bottom line. Kašparová a Kunz (2013) uvádí, že povědomí o konceptu společenské odpovědnosti firem se v ČR zejména v novém tisíciletí postupně zvyšovalo a získávalo si mezi podnikatelskou veřejností stále rostoucí sympatie. Řada podniků v ČR zapracovala CSR do své podnikové struktury, ovšem v zahraničí je koncept CSR stále rozšířenější. Reakce podniků na CSR v ČR jsou poměrně odlišné, a to zejména v závislosti na velikosti podniku.

Mezi významné aktivum podniku patří možnost stát se velmi vyhledávaným zaměstnavatelem, avšak tím nejdůležitějším a nejefektivnějším motivem je pro podniky snaha o získání mnohem lepšího renomé neboli reputace, kterou mohou podniky docílit informováním o svém CSR. Nejvíce k předávání informací využívají firemní časopisy, intranety, letáky, prospekty, ale prezentace o CSR na školeních a akcích pro své zaměstnance či širokou veřejnost.

⁵ Kunz V., 2012, *Společenská odpovědnost firem*, str. 66

⁶ Kašparová K., Kunz V., 2013, *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*, str. 27

4 Charakteristické rysy, přístupy a nástroje CSR

Nová metoda, která byla ve světě vyvíjena od poloviny minulého století, se nazývá Společenská odpovědnost firem. „Metoda prakticky vychází z předpokladu, že úspěch z každé organizace závisí na etických postojích pracovníků k zaměstnavateli a naopak. Na jejich odbornosti, kvalitě práce a na osobní zodpovědnosti. Mimořádnou důležitost proto získalo vedení zaměstnanců, zejména stimulace k odpovědnosti a adekvátní pracovní motivaci“⁷. Tuto metodu je nutno považovat za významnou inovaci v manažerské praxi. CSR je vnímáno jako nutnost, nikoliv jako móda, která upozorňuje veřejnost, kdy si organizace uvědomuje potřebu revitalizace managementu. Dytrt (2006) uvádí, že společenská odpovědnost projevuje integrací pozitivních postojů, praktik či programů do podnikatelské strategie firmy na úrovni jejich nejvyššího vedení. Kašparová a Kunz (2013) uvádí, že v současné době neexistuje žádná všeobecně platná a jednotná celosvětová definice. To může být způsobeno tím, že společenská odpovědnost firem je založena na dobrovolnosti a nemá striktně vymezené hranice. Společenská odpovědnost firem sahá nejen do oblasti lidských zdrojů, ale také do oblasti životního prostředí. CSR nemůže nahrazovat ani přijímat povinnosti státu, ale může zvyšovat konkurenceschopnost organizace. Za zmínku určitě stojí říci, že CSR má významný vliv na celkové hodnocení organizace. Níže jsou uvedeny některé neznámější definice CSR:

Evropská unie ve své Zelené knize z roku 2001 popisuje CSR jako „dobrovolné integrování sociálních a ekologických hledisek do každodenních firemních operací a interakcí s firemními stakeholdery“⁸.

Nevládní organizace Business for Social Responsibility naopak uvádí, že „CSR je způsob podnikání, který odpovídá, respektive jde nad rámec etických, zákonných, komerčních a společenských očekávání“⁹.

Podle World Business Council for Sustainable Development je „CSR kontinuální závazek podniků chovat se eticky a přispívat k ekonomickému růstu a zároveň se zasazovat o

⁷ Dytrt Z., 2006, *Dobré jméno firmy*, str. 100

⁸ Kašparová K., Kunz V., 2013, *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*, str. 14

⁹ Dytrt Z., 2006, *Dobré jméno firmy*, str. 109

*zlepšování kvality života zaměstnanců a jejich rodin, stejně jako lokální komunity a společnosti jako celku*¹⁰.

Pojmem odpovědné podnikání není chápáno jen úspěšně podnikat, ale také myslet na ekologické a sociální zájmy. Pro odpovědný podnik je důležité uspokojovat nejen zájmy zákazníků, ale i dalších osob, se kterými spolupracuje. Business Leaders Forum (2008) uvádí, že odpovědné podnikání přináší firmě přímý i nepřímý prospěch a zajišťuje dlouhodobou konkurenční výhodu oproti firmám, které se takto nechovají¹¹.

4.1 Charakteristické znaky CSR

Vilém Kunz (2012) se domnívá, že vzhledem ke komplexnosti a šíři konceptu CSR je možné stanovit základní znaky konceptu CSR¹²:

- **Princip dobrovolnosti** – firmy dobrovolně přijímají aktivity CSR, ke kterým nejsou donuceny zákonem a jsou tak nad rámec jejich povinností.
- **Aktivní spolupráce** – společnost se chová odpovědně ke svým zaměstnancům, zákazníkům i dodavatelům. Součástí aktivní spolupráce je i spolupráce se širokou veřejností. Tato spolupráce s výše uvedenými skupinami se nazývá tzv. „win-win“ situace, aby k této situaci mohlo dojít, musí být odpovědné obě strany.
- **Důvěryhodnost** – nejen média, ale i zákazníci a široké okolí se domnívají, že firmy poskytují pouze některé a zkrácené informace o svém odpovědném chování. Proto je velice důležité, aby firmy poskytovaly opravdové a věrohodné informace.
- **Fungování firmy na základě „triple-bottom-line business“** – CSR společnosti stojí převážně na třech pilířích: sociální, ekonomický a environmentální, a proto je důležité, aby se firmy orientovaly nejen na zvyšování

¹⁰ Dytrt Z., 2006, *Dobré jméno firmy*, str. 109

¹¹ Business Leaders Forum. *Průvodce CSR*. [online]. 2012, [cit. 2017-09-16]. Dostupné z http://csr-online.cz/wp-content/uploads/2012/11/BLF_Pruvodce_CSR.pdf.

¹² Kunz V., 2012, *Společenská odpovědnost firem*, str. 17

svého zisku a ekonomického růstu, ale svou pozornost by měly věnovat i sociálním a environmentálním oblastem.

Společensky odpovědná firma by měla vycházet ze zásad, které bývají vyjádřeny jako tzv., Trojí zodpovědnost, neboli třemi „Pé“ – people (sociální odpovědnost), profit (ekonomická odpovědnost), planet (environmentální odpovědnost):

- **sociální odpovědnost podniku** (people) – založeno na odpovědném chování podniku vůči svým zaměstnancům
- **environmentální odpovědnost podniku** (planet) – snaha o minimalizaci negativních dopadů na životní prostředí
- **ekonomická odpovědnost podniku** (profit) - rozvíjí pozitivní vztahy se zainteresovanými skupinami

Pro naplnění společenské odpovědnosti podniku by mělo být využito těchto třech hlavních pilířů vyvážené, ovšem každý z pilířů se vyznačuje odlišnými činnostmi, ze kterých podnik může vybírat.

4.2 Strategie CSR

Velmi zásadním a vysoce důležitým krokem, který by měl být zásadně v rukou TOP managementu je vytvoření aktivní strategie CSR. Tato strategie by měla být postavena na analýze firemních zainteresovaných stran a cílech podniku. Je nezbytné identifikovat klíčové oblasti CSR. Je na každém podniku, jaké klíčové oblasti a priority si dle své činnosti zvolí. Vždy je lepší vybrat oblast, která bude mít pro podnik přínos a užitek. Dle Michaela E. Portera by podniky měly analyzovat možnosti CSR stejným způsobem, jakým vybírají podnikatelské příležitosti, resp. by se při CSR měly zabývat převážně problémy, které mají největší potenciál přinést sdílenou hodnotu jejich byznysu i společnosti¹³. Pro podnik je nezbytné sestavit cíle CSR strategie, jichž by mělo být dosaženo, nejlépe při využití pravidel SMART:

- specifické

¹³ Kunz V., 2012, *Společenská odpovědnost firem*, str. 16

- měřitelné
- dosažitelné
- realizovatelné
- termínované

K výše uvedeným cílům je potřebné analyzovat konkrétní aktivity, které povedou podnik k dosažení cílů, které byly stanoveny v oblastech CSR. Tímto úkolem nazýváme tzv. akční plán. Po vytvoření akčního plánu teprve dochází k realizaci aktivit, vedoucí k naplňování CSR strategie.

Pro vytvoření východisek strategie CSR může být soustava schopností, kterou uvedli M. Armstrong, S. Taylor a vypracovali tak podle CSR Academy šest základních charakteristik¹⁴:

- **Porozumění společnosti** – pochopení kontextu chodu společnosti a poznání sociálních a ekologických dopadů na společnost.
- **Rozvíjení schopností** – snaha o rozvíjení schopností druhých, kteří se podílejí a zajišťují správný chod společnosti a podílejí se na efektivním řízení společnosti. Např. dodavatelé pochopí, jakým způsobem přistupuje organizace k životnímu prostředí.
- **Běžná komunikace** – ze strany jednotlivců jsou vysloveny pochybnosti a připomínky týkající se zlepšování kvality života a životního prostředí, na které je potřeba umět adekvátně reagovat.
- **Zainteresané strany** – je důležité si uvědomit, kdo představuje zainteresané strany a jaká rizika s sebou přinášejí; navázat s nimi spolupráci a brát v úvahu jejich připomínky a názory.
- **Strategický přístup** – nutné zajistit, aby se ekologické a sociální záležitosti staly součástí konkurenční strategie.
- **Využití diverzity** – potřeba uvědomit si, že lidé jsou různí a je nutné toto projevit ve spravedlivém a transparentním způsobu podnikání.

¹⁴ Armstrong M., Taylor S., 2015, *Řízení lidských zdrojů*, str. 156

4.3 Moderní trendy v oblasti CSR

Tato kapitola se zaměřuje převážně na moderní trendy, které jsou předmětem zájmu. Níže jsou popsány čtyři nejdůležitější části v oblasti moderních trendů CSR – koncepce sdílených hodnot, rovnováha mezi pracovním a soukromým životem, zapojení podnikové komunity a odpovědné investování.

Koncepce sdílených hodnot

Tuto koncepci výrazně ovlivnili dva profesoři Michael E. Porter a Mark R. Kramer. V prvním příspěvku časopisu Harvard Business Review se výše zmínění autoři věnují spojení konkurenční výhody a společenské odpovědnosti. V další části časopisu se zaměřují na problematiku strategické CSR. CSR není podniky tak efektivně využívána. Dle Portera a Kramera vznikly programy CSR jen jako reakce na vnější tlak s cílem zlepšit pověst podniků a náklady, které jsou spojené s konceptem CSR chápou podniky spíše jako vynucené. Sdílené hodnoty je možné vytvářet třemi cestami:

- **vnímání produktů a služeb** – vylepšování služeb na stávajících trzích
- **vylepšování místních podmínek** – provázanost podniku s vnějším okolím
- **redefinování hodnotových řetězců** – zdokonalování kvalitních, nákladových aspektů

Rovnováha mezi pracovním a soukromým životem

Jedním z moderních trendů je skloubit pracovní a osobní život. Podporu rovnováhy by měly podniky zohledňovat při vytváření a přípravě personálních a podnikových politik. Hlavními výhodami sladování pracovního a osobního života jsou redukce stresu, vyšší spokojenost zaměstnanců, zvýšení kvality osobního života a zkvalitnění podmínek výkonu práce. Toto sladování pracovního a osobního života může podnikům přinášet mnoho výhod – snižování nákladů, udržení kvalitní pracovní síly, zvýšení motivace a nepřímá reklama. Podporu můžeme rozdělit do dvou skupin¹⁵:

- **mimoekonomické** – loajalita, motivace, kvalitní pracovní síly
- **ekonomické** – vliv na výkonnost podniku

¹⁵ Kašparová K., Kunz V., 2013, *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*, str. 77

Rozsah nástrojů pro podporu vyváženosti pracovního a osobního života je velmi různý a odvíjí se především od potřeb zaměstnanců. V posledních letech je v České republice kladen důraz na sladování pracovního a osobního života. Mezi hlavní nástroje rovnováhy řadíme především:

- **Zkrácené úvazky** – možnost sladit pracovní a rodinný život. Tuto práci uvítají především ženy po mateřské dovolené. Obvykle bývá stanovena pracovní doba na 20 hodin týdně.
- **Pružná pracovní doba** – zaměstnanec si sám volí příchod a odchod z pracoviště. Mezi tuto volitelnou pracovní dobu je vložen časový úsek, v němž je zaměstnanec povinen být na pracovišti. Výhodou této pružné pracovní doby je, že nedochází ke snížení finančních příjmů.
- **Práce z domova** – je vhodná např. pro osoby pečující o seniory, osoby pečující o děti atd.
- **Stlačený pracovní týden** – jedná se o variantu, kdy je pracovní doba stlačena do čtyř dnů. Pracovní dny jsou sice delší, naopak pracovní týden kratší.
- **Volno z kolektivní smlouvy** – některé podniky nabízejí variantu volného dne z kolektivní smlouvy. Zaměstnanec má nárok na dva volné dny v roce nad rámec řádné dovolené. Zaměstnanec si tento den může vybrat například pro řešení soukromých záležitostí.
- **Sick leave** – ve většině společností je nabízen tzv. sick leave, neboli den, kdy si zaměstnanec může vzít neplánové placené volno nad rámec řádné dovolené, například v případě náhle nevolnosti.
- **Firemní školky** – V dnešní době je velkým problémem nedostatek míst ve školkách a proto jsou firemní školky ideálním zázemím pro péči a vzdělávání dětí zaměstnanců. Jedná se o novou možnost, jak skloubit profesní kariéru s péčí o dítě. Mezi výhody takovéto firemní školky patří prázdninový provoz a delší otevírací doba.
- **Příspěvek na sport a pohybové rekreace** – u některých podniků se můžeme setkat s pravidelným investováním do pořádání sportovních a pohybových akcí. Pořádání pravidelných, převážně víkendových akcí, například na hory či wellness.

Zapojení podnikové komunity

Zapojení podnikové komunity lze charakterizovat jako pojem pro aktivity, jimiž se společnost zapojuje do života komunity. Mezi nejznámější důvody, proč se podnik zapojuje do externího života, patří získání souhlasu v komunitě, budování pozitivní image firmy či pozitivní vztahy s dodavateli, odběrateli a veřejností. Na základě výše uvedených důvodů podnik dokáže překonat negativní události a stává se atraktivnějším podnikem.

Mezi aktivity podnikové komunity lze řadit firemní dobrovolnictví, finanční či sponzorské dary. Určitě stojí za zmínku tzv. strategická filantropie. Tímto pojmem se rozumí vedení filantropických aktivit strategicky, čímž si podnik zlepšuje své prostředí, ve kterém podniká. Tato strategická filantropie se zaměřuje převážně na nezacílené aktivity ve spolupráci s určitým typem skupin a tím nezahrnuje produkci a cíle podniku. Blízkým pojmem ke strategické filantropii je příčinně související marketing, který je navázán na sociální cíle¹⁶. Jedná se o peněžní formu dárcovství, kdy si podnik předem vybere charitativní projekt a z prodeje svých produktů odvádí část svých financí právě na předem vybraný projekt. Související marketing vyplývá z tzv. partnerství veřejného a soukromého sektoru, který lze definovat jako spolupráci podniků s podnikem z odlišného ekonomického sektoru.

Kašparová a Kunz (2013) uvádí, že společenské aktivity podniku vedou ke zlepšení konkurenceschopnosti podniku, ovšem pouze tehdy, pokud je k nim přistupováno ze strategického hlediska. Aktivity tedy musí být svázány s klíčovými hodnotami a kompetencemi¹⁷.

4.4 Pilíře CSR

4.4.1 Ekonomický pilíř

V tomto pilíři se od podniku očekává vytváření pozitivních vztahů a zřetelné podnikání s obchodními partnery a zájmovými skupinami, které mají vliv na ekonomickou činnost firmy (médiá, vládní instituce, aj). Dále je tato oblast zaměřena na zodpovědný postoj k zákazníkům, marketing a reklamu a v neposlední řadě na správu a řízení firmy. Business Leaders Forum (2008), uvádí možné aktivity patřící do ekonomické oblasti, na které by se měly podniky zaměřit¹⁸:

¹⁶ Kašparová K., Kunz V., 2013, *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*, str. 80

¹⁷ Kašparová K., Kunz V., 2013, *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*, str. 81

¹⁸ Business Leaders Forum. *Průvodce CSR*. [online]. 2012 [cit. 2017-09-16]. Dostupné z http://csr-online.cz/wp-content/uploads/2012/11/BLF_Pruvodce_CSR.pdf

- **transparentnost** – zveřejňování informací finančního či nefinančního charakteru
- **zjišťování zpětné vazby** – průzkum spokojenosti
- **informace o produktech** – poskytování informací o službách a výrobcích
- **vytvoření etického kodexu** – pravidla chování
- **dobré dodavatelsko-odběratelské vztahy** – včasné splácení faktur, ochrana dat
- **kvalitní služby a produkty**

4.4.2 Sociální pilíř

Sociální pilíř se více zaměřuje na principy vytvářející vztahy a péči o své zaměstnance. Představuje celopodnikovou činnost firmy, která je součástí interních aktivit. Firmy by si měly uvědomit, že spokojený a motivovaný zaměstnanec je pro firmu velice úspěšným přínosem a může tak získat pověst dobrého zaměstnavatele. Především by se měli zaměřit na zdraví, bezpečnost, životní úroveň, vyváženost pracovního a osobního života neboli tzv. Work-life-balance, rovné příležitosti mužů a žen, zvyšování rekvalifikace svých zaměstnanců. V sociálním pilíři můžeme nalézt dvě hlavní prostředí, pracovní, interní prostředí a místní, externí komunitu.

V sociální oblasti můžeme dle Business Leaders Forum (2008) nalézt tyto aktivity¹⁹:

Aktivity v rámci interního prostředí:

- **vzdělávání a rozvoj** – zajištění vzdělávacích programů napomáhající vyššímu výkonu zaměstnanců
- **zdraví a bezpečnost** – zdravotní péče, příspěvek na rekreační pobyty
- **rozmanitost na pracovišti** – zaměstnávání etnických minorit, žen, starší a handicapovaní lidé
- **podpora propuštěných zaměstnanců** – neboli outplacement, je pomoc zaměstnanci při hledání nového zaměstnání
- **finanční a nefinanční ohodnocení** – kulturní vyžití, odpovídající platové ohodnocení, příspěvek na dopravu

¹⁹ Business Leaders Forum. *Průvodce CSR*. [online]. 2012 [cit. 2017-09-17]. Dostupné z http://csr-online.cz/wp-content/uploads/2012/11/BLF_Pruvodce_CSR.pdf

Místní komunity, která se dělí na neziskové organizace a odbory:

- **podpora kvality života zaměstnanců a občanů** – zabezpečení v rámci kulturních a sportovních programů
- **firemní dobrovolnictví** – podpora podniku při vykonávání dobrovolných akcí během, ale i mimo pracovní dobu
- **firemní dárcovství** – finanční dary, materiální dary (reklamní předměty)
- **spolupráce a podpora studentů** – praxe, exkurze, pomoc při psaní bakalářské a diplomové práce

Filantropie

Filantropie je velice široký pojem. Firemní filantropií rozumíme zapojení firem do veřejně prospěšných aktivit, aniž by za své dobrovolnictví očekávaly protihodnotu. Zahrnuje činnosti, jejich úkoly je podporovat druhé osoby, zejména neziskové organizace. Mezi dvě základní aktivity patří firemní dobrovolnictví a firemní dárcovství, zahrnující firemní sponzoring a právě firemní filantropie bývá často zaměňována s pojmem firemní sponzorství. Hroník (2012) uvádí, dva základní přístupy firem k filantropii²⁰:

- **Proaktivní přístup** – přizpůsobení sobě; přístup je zaměřen na vytváření příležitostí
- **Reaktivní přístup** – přizpůsobení se; zabezpečení flexibility lidí a firem v reakci na změnu prostředí

4.4.3 Environmentální pilíř

Environmentální pilíř na sebe klade čím dál tím větší pozornost. V této oblasti si podnik uvědomuje své dopady na životní prostředí. Od firmy se očekává, že vůči životnímu prostředí bude zodpovědná a především bude mít zájem na omezování negativních vlivů na životní prostředí i pro budoucí generace. Hlavním cílem podniku v environmentální oblasti je především snížení negativního dopadu na životní prostředí, dále snaha o ochranu přírodních zdrojů, omezování emisí, ale patří sem i ochrana zdraví zaměstnanců či obyvatel s cílem získat konkurenční výhodu.

Environmentální oblast dle Kunze (2012) zahrnuje především tyto aktivity²¹:

²⁰ Hroník F., 2007, *Rozvoj a vzdělávání pracovníků*, str. 30

²¹ Kunz V., 2012, *Společenská odpovědnost firem*, str. 24

- **snižování spotřeby energie a vody**
- **hospodaření s odpady** – využití obnovitelných zdrojů
- **recyklační program** – třídění plastů, papíru, skla, baterií, tonerů, aj.
- **balení a přeprava** – vytváření podmínek vedoucí k minimalizaci dopravní zátěže
- **ekologicky šetrná výroba** – výrobky s ekoznačkou
- **ochrana přírodních zdrojů** – zabudování odpadních čističek, neznečišťování vod
- **soulad s národními a mezinárodními standardy** (ISO 14001, EMAS, aj.)

Systém ekologického řízení a auditu

Pojem systém ekologického řízení a auditu je převzat z anglického názvu Eco Management and Audit Scheme (zkráceně EMAS). Jedná se o dobrovolný nástroj ochrany životního prostředí, který byl zřízen Evropskou unií. EMAS představuje normu, která je zřízena na principu dobrovolnosti a je tedy jen na podniku, zda tuto normu přijme. Tato norma představuje pozitivní přístup organizace ke snižování negativních vlivů na životní prostředí. EMAS normu můžeme považovat za nadstavbu systému ISO 14001.

ISO 14001 normy

ISO norma 14001 je světově nejuznávanější a nejpoužívanější normou používanou pro systémy životního prostředí. Tato norma vyžaduje od společnosti, aby uvedla všechny environmentální dopady na životní prostředí. Cílem tohoto managementu je prevence škod a snížení dopadů na životní prostředí, především však zlepšení chodu společnosti.

Hlavními prvky této normy jsou:²²

- plánování
- environmentální politika
- zavedení a provoz
- hodnocení managementem
- kontrola a nápravná opatření

²² ManagementMania [online]. 2018 [cit 2018-11-27]. Dostupný z <https://managementmania.com/cs/iso-14001>

4.5 Zainterесované strany, neboli stakeholders

V 80. letech 20. století se americký profesor R. Edward Freeman zasloužil v rozvoji stakeholderské koncepce. Dle Putnové a Sekničky (2007) se pod pojmem zainterесované strany rozumí teorie podnikatelské organizace, má širší odpovědnost než jen vůči svým vlastníkům²³. Podle této teorie jsou převážně manažeři povinni řídit společnost s cílem maximalizace zisku, o ostatních skupinách se hovoří jako o podřadných. Zainterесovanými stranami jsou míněni ti, jejichž aktivity se dotýkají společnosti, tedy jednotlivci, nebo subjekty, které pozitivně či negativně ovlivňují fungování firmy. Za relevantní stakeholdery podniku lze také považovat subjekty, které představují pro organizaci buď určitou příležitost, nebo určité ohrožení. Dle Tetřevové (2017) je důležité klást významnou otázku diferenciacе přístupu k jednotlivým relevantním stakeholderům. Setkat se lze jak s názorem, že nelze preferovat jednu skupinu zainterесovaných stran před druhou, tak s názorem, že je třeba uplatňovat rozdílný přístup k jednotlivým stakeholderům²⁴. Podnik by měl být schopen identifikovat klíčové strany, např. následujícími otázkami:

- Které strany jsou pro podnik klíčové?
- Které strany ovlivňují podnik?
- Které strany ovlivňuje podnik?

²³ Putnová A., Seknička P., 2007, *Etické řízení ve firmě*, str. 128

²⁴ Tetřevová L., 2017, *Společenská odpovědnost firem společensky citlivých odvětví*, str. 20

Mezi tyto strany řadíme:

Tabulka 2 - Zainterесované strany podle jednotlivých oblastí společenské odpovědnosti firem

Oblast CSR	Zainterесované strany
Trh	Vlastníci a investoři
	Zákazníci
	Obchodní partneři
	Dodavatelé
	Konkurenti
	Vládní instituce
	Zaměstnanci a jejich rodiny
Pracovní prostředí	Odbory
	Veřejnost
	Neziskové organizace
Místní komunita	Média
	Vzdělávací instituce
	Neziskové organizace
Životní prostředí	Vládní instituce
	Veřejnost

Zdroj: Koncept CSR v praxi 2008, vlastní zpracování

- **Zákazníci** – jejich zájem je směřován na kvalitu produktů, nebo poskytované služby
- **Zaměstnanci** – podnik je odpovědný zajišťovat či vytvářet pracovní místa, za ochranu a zdraví při práci, zkvalitňování dovedností a schopností zaměstnanců a jejich motivování vůči zaměstnancům
- **Manažeři** – úkolem manažerů je sladit zájmy všech hlavních skupin
- **Dodavatelé** – úkolem podniku je dodržovat předem domluvené podmínky, dodržovat předem smluvené podmínky a včasné splácení faktur.
- **Akcionáři** – mají zájem převážně na růstu a prosperitě organizace
- **Komunita** – úkolem komunity je zájem o životní prostředí a rozvoj lokality.

Zainterесované strany dále můžeme dělit na dvě skupiny, dle jejich vlivu, který mají na činnost firmy²⁵:

²⁵ Kunz V., 2012, *Společenská odpovědnost firem*, str. 29

- **Primární stakeholderi** – významný vliv na podnik, bez jejichž působení nemůže podnik přežít. Jedná se zejména o zaměstnance, dodavatele, zákazníky, investory a veřejně zainteresované strany (vláda na národní, nadnárodní i regionální úrovni).
- **Sekundární stakeholderi** – nevstupují přímo do obchodování s podnikem a z hlediska přežití podniku nejsou důležití. Do této zájmové skupiny lze zařadit především občanská sdružení, vládu, média a obchodní asociace.

4.6 Metody hodnocení společenské odpovědnosti

Aby mohla být společnost úspěšná, je potřeba, aby úspěšně řídila svou odpovědnost a společenská odpovědnost byla pro společnost jen přínosem. Hodnotit společnost se možné interně, ale i externě. Převážně externí hodnocení je vnímáno jako velice důležité, jelikož poskytuje informace, které se dají považovat za přesné. Podnik pomocí externího hodnocení získá zpětnou vazbu, firma se může stát důvěrnější a poskytovat či získat užitečné informace. Pozitivní hodnocení CSR zvyšuje společnosti důvěryhodnost v očích veřejnosti a širokého okolí. V podstatě existují hlavní dva typy metod:

- **Indexové a benchmarkingové metody hodnocení CSR** – Decock-Good rozděluje metody hodnocení a měření celkem do pěti skupin:
- **Koncepce měření na základě analýzy obsahu výročních zpráv** - mezi hlavní faktor této koncepce se řadí způsob hodnocení snadno dostupných informací. Na druhé straně se toto hodnocení setkává s odlišným rozsahem veřejně dostupných zpráv. Tyto zprávy mohou obsahovat neúplné a zkreslené údaje či nemají jednotný obsah.
- **Koncept měření na základě informací získaných z dotazníkového šetření** - existují dva přístupy pro tvorbu dotazníku:
 - **Ekonomický přístup** - má stručnou podobu a zakládá se na jasné formulaci. Dotazník vytvořený na základě ekonomického přístupu musí být srozumitelný a zachovávat pravidla slušnosti.
 - **Sociologický přístup** - cílem je probrat co nejvíce návazností a oblastí. Tento typ dotazníku je příliš rozsáhlý.

U metody dotazníkového šetření je výsledkem zvolená metodologie. Dotazníkem je chápán soubor otázek, který je sepsán v určitém formuláři, může se jednat i o formulář elektronický. Dotazník by měl být konstruován tak, abychom získali co nejvíce informací o předem stanovených cílech, někdy může mít podobu přímého rozhovoru. V úvodu dotazníku by měl být krátký text, který žádá respondenty o vyplnění a seznámení, za jakým účelem je dotazník vyplňován. Vhodné je také sdělit k čemu budou zjištěná data použita. U většiny dotazníků jde o anonymní zodpovězení otázek. Pokud by však dotazník nebyl anonymní, je třeba získat souhlas respondenta pro zveřejnění dat. Délka dotazníku není striktně určena. Především závisí na zkoumaném tématu, na použitém typu dotazování, na době a místě dotazování. Ovšem pro respondenty bude sympatičtější kratší dotazník. Podle zadání výzkumu bychom měli volit správný stupeň strukturovanosti dotazníku. V této koncepci je pravděpodobné, že se můžeme setkat se zkreslováním odpovědí respondentů. Pro zmírnění zkreslování odpovědí je možné zařadit různé testy sestavené z kontrolních otázek.

Podle možnosti odpovědí se dotazník dělí na 3 typy: uzavřené otázky, polouzavřené otázky a otevřené otázky. U uzavřených otázek respondent vybírá pouze z předem připravených odpovědí, které jsou „ano“ nebo „ne“. Výhodou těchto otázek je rychlost, jednoduchost a lehké zaznamenávání a vyhodnocování odpovědí. U polouzavřených otázek má respondent možnost vybrat z předem připravené odpovědi, nebo se volně vyjadřovat a tím můžeme zjistit více individuálních rozdílů. Tato otázka bývá jako poslední z nabídnutých a může být označena například jako JINÉ. Otevřené otázky umožňují respondentům odpovídat vlastními slovy a vedou je k tomu, aby poskytli úplnou odpověď, nenabízí žádné alternativy odpovědí. Otevřené otázky mohou poskytnout spoustu informací, ale nemusíme se vždy dozvědět to, co bychom chtěli. Je důležité být stále v pohotovosti a mít rozhovor pod kontrolou.

- **Indexy znečišťování** – toto hodnocení indexu znečišťování provádí nezávislé organizace a tím se snižuje riziko zkreslování výsledků. Nevýhodou tohoto měření je fakt, že se indexy vztahují na výkonnost společností jen v některých odvětvích.

- **Indexy hodnotící pověst podniku** - z různých výzkumů vyplynulo, že se za jedno z důležitých měřítek výkonnosti v oblasti CSR považuje umístění organizace v různých žebříčcích (např. pověst). Většinou bývají zkoumány názory různých skupin z okolí podniku. Může se také objevit kritika, kdy se do těchto žebříčků dostávají pouze velké a známé podniky, které dosahují dobrých výsledků.

- **Informace získané od ratingových agentur** - ratingové agentury se zabývají hodnocením různých oblastí odpovědného chování podniků. Hodnocení je možné považovat za záruku platnosti a propracovaných závěrů. Ovšem ratingové agentury neposkytují svou metodologii hodnocení, jelikož jí považují jako své know-how.

- **Exaktní metody hodnocení CSR** - existuje mnoho exaktních metod hodnocení společenské odpovědnosti, níže budou uvedeny pouze některé.

4.6.1 Global Reporting Initiative (GRI)

GRI vznikla v roce 1997, kdy byla založena Koalicí pro environmentálně odpovědnou ekonomii neboli CERES, společně s Programem OSN na ochranu životního prostředí. Hlavní sídlo CERES se nachází v Amsterdamu. Pod záštitou GRI vznikly celkem 4 koncepce²⁶:

- v roce 2000 Guidelines 2000
- v roce 2002 druhá verze Sustainable Reporting Guidelines
- v roce 2006 vznikla třetí verze G3 Guidelines
- posledním dokumentem v roce 2013 vznikla G4 Sustainability Reporting Guidelines

GRI nabízí mnoho principů, které pomohou organizaci získat ekonomickou, sociální a environmentální výkonnost. Koncept GRI charakterizuje tyto pojmy: transparentnost, odpovědnost, podávání zpráv a udržitelný rozvoj. GRI je nejrozšířenější koncept, který pomáhá organizacím vytvářet návody pro udržitelný rozvoj. Cílem tohoto konceptu je poskytnout informace o aktivitách společnosti v CSR.

- **AA 1000 AccountAbility (zodpovědnost) / Assurance Standard (záruka standardu)**

AA 1000 je norma využitelná pro všechny typy organizací, jejichž cílem je kvalita zpráv CSR o organizaci a důvěryhodnost v oblasti ekonomické, sociální a environmentální. Norma vznikla v Anglii a jejím vlastníkem je AccountAbility. Mezi nedostatky normy patří převážně náročnost na implementaci. AA 1000 se skládá celkem ze třech úrovní. Nejstarší úroveň vznikla v roce 1999 a obsahuje návod, jak se firma může stát společensky

²⁶ Metody hodnocení společenské odpovědnosti. [online]. 2017 [cit. 2017-09-16]

odpovědnou. Tyto úrovně neboli standardy jsou založeny na hodnocení kvality podniku a nejsou na sobě nijak závislé, tedy mohou být využity i samostatně²⁷.

- **AA 1000 APS (Principles Standard – principy standardu)**

Tento standard z roku 2008 obsahuje základní informace a priority, jak identifikovat výzvy udržitelnosti. Tímto standardem se rozumí opatření, která bude organizace schopna přijmout, aby:

- vypracovala vhodnou strategii na základě zjištění, významnou pro organizaci
- stanovila cíle, pomocí nichž dosáhne své strategie
- zveřejnila důvěryhodné informace všem zahrnutým stranám pomocí zpráv

- **AA 1000 AS (Assurance Standard – záruka standardu)**

Toto druhé vydání vyšlo v roce 2008 a blíže se orientuje na věrohodnost poskytovaných zpráv, komplexnost indikátorů a v neposlední řadě na externí hodnocení zpráv. Zabývá se především vyhodnocením, jak moc jsou v organizaci dodržovány postupy a kontroluje základní manažerské přístupy a postupy.

- **AA 1000 SES (Stakeholder Engagement Standard – zapojení zainteresovaných stran)**

Standard z roku 2011 se více zaměřuje na metody komunikace. Je doplněním standardu AA 1000 AS a je určen pro organizace, pro které je cílem spolupráce se zainteresovanými stranami.

- **London Benchmarking Group (LBG)**

Tato metoda se zabývá měřením filantropických aktivit. Organizace mají možnost jasněji definovat náklady vložené do dárcovských aktivit. Metoda umožňuje porovnávat výsledky v oblasti firemní filantropie a CSR s ostatními organizacemi. Tento model je čím dál tím více využíván malými a středními podniky, i když byl především vyvinut pro velké organizace a rozlišuje tři formy²⁸:

²⁷ Metody hodnocení společenské odpovědnosti. [online]. 2017 [cit. 2017-09-17]

²⁸ Metody hodnocení společenské odpovědnosti. [online]. 2017 [cit. 2017-09-17]

- **Firemní investice do místní komunity** – spolupráce a partnerství s neziskovými organizacemi. Cílem podniku je zvýšení své image a zlepšení reputace organizace.
- **Firemní dárcovství** - nepravidelná podpora veřejných akcí bez nároku na zpětnou vazbu pro organizaci.
- **Komerční aktivity v místní komunitě** – tyto aktivity jsou propojené s prezentací značky podniku. Cílem je přímá konkurenční výhoda podniku ze své činnosti, např. sponzoring.

Mezi vstupy modelu LBG se dají řadit například poskytnuté finanční dary neziskovou organizací, materiální příspěvky (pronájem prostoru, zařízení), nebo také spolupráce zaměstnanců při podpoře komunity. Naopak mezi výstupy se mohou řadit například poskytnuté dotace, příspěvky zaměstnanců, nebo také přínosy plynoucí z podpory komunity, nebo z firemní pomoci.

- **ISO 26000**

Metoda ISO 26000 obsahuje základní informace o společenské odpovědnosti. Rozlišuje společenskou odpovědnost, otázky a témata navazující na společenskou odpovědnost a zapojení spolupracujících stran. Cílem této metody je zlepšení organizace v oblasti CSR. Tato norma není určena k certifikaci, ovšem ve světě vznikají standardy, podle kterých lze CSR certifikovat. Česká republika se zařadila do normy ČSN 01 0391 – Systém managementu společenské odpovědnosti organizací.

- **KORP**

Metoda pro hodnocení CSR KORP byla vytvořena Sdružením pro oceňování kvality ve spolupráci se Sdružením Korektního podnikání. Metoda KORP se zabývá vznikem přístupů CSR a umožňuje posuzovat zprávy o CSR. Metoda vychází z²⁹:

- **Model excellence European Foundation for Quality Management** neboli Evropská nadace pro management kvality (zkráceně EFQM) – jedná se o moderní přístup pro hodnocení trvale udržitelného rozvoje podniku.

²⁹ Metody hodnocení společenské odpovědnosti. [online]. 2017 [cit. 2017-09-16]

- **Model sebehodnocení Common Assessment Framework 2006**, neboli Společný hodnotící rámec (zkráceně CAF 2006) – model byl vytvořen pro potřeby veřejné správy.

- **Soustava ukazatelů GRI** - tento model byl vytvořen pro řešení určitých nedostatků metody GRI., jelikož uvedená metoda GRI se zabývá pouze výsledky. Rizikem pro podnik mohou být tyto jednorázové výsledky bez zpětné vazby podniku, nebo také negativní sledování bez viditelnosti zlepšení či zisku. Metodou KORP rozumíme vedení organizace k tomu, aby výše zmíněné prvky byly správně naplánovány. Tuto metodu dělíme na interní a externí hodnocení. Interním hodnocením se zabývají členové týmu, jehož výstupem je zpráva o CSR, která je nadále podkladem pro externí hodnocení a měla by prezentovat odpovědnost podniku navenek.

Při externím hodnocení se využívají dvě fáze:

- hodnocení u žadatele externím hodnotitelem
- hodnocení zprávy CSR externím hodnotitelem

Metoda KORP umožňuje hodnocení na stupnici v rozmezí od 0 do 100bodů.

- **Bodové hodnocení klasické** – toto hodnocení je určeno spíše pro malé podniky a pro podniky, které nemají s CSR mnoho zkušeností a jejichž cílem je seznámit se s principy CSR. Získané body slouží pro externí hodnocení a jako podklad pro zlepšování podniku.

- **Bodové hodnocení s jemným rozlišením** – jedná se o metodu hodnocení, která se blíže zabývá realizací formy CSR, vyjma dostatečného předběžného plánování. Toto hodnocení se jeví v oblastech, ve kterých je potřeba se zlepšit. Výsledkem této metody jsou jak trendy, tak i cíle a jejich uskutečnění.

Diference mezi těmito dvěma skupinami spočívá převážně v zaměření na cílové skupiny, nebo v míře jejich metodiky.

4.7 Nástroje pro komunikaci a reportování o CSR

Pokud firma navázala spolupráci se zainteresovanými stranami, je na čase, aby o svém odpovědném chování informovala nejen okolní prostředí, ale také své zaměstnance. Při vytváření konceptu CSR je důležité se zabývat budoucí strategií komunikace, neboť výrazně přispívá ke zlepšení a zkvalitnění CSR v rámci firmy. Daná komunikace by měla být zaměřena nejen na zaměstnance společnosti, ale především také na stakeholdery a širokou veřejnost.

Společnost využívá ke komunikaci s interními a externími stakeholdery následující komunikační kanály:

- letáky, brožury
- webové stránky společnosti, intranety
- firemní časopisy, nástěnky
- prezentace CSR, CSR reporty
- školení zaměstnanců

Mezi nástroje pro komunikaci je možné řadit i výroční zprávy o CSR společnosti, které přináší komplexnější informace o fungování společnosti.

Při tvorbě těchto zpráv by měly být dodrženy určité základní principy: úplnost informací, podstatnost, spolehlivost, transparentnost, porovnatelnost, srozumitelnost, a především pravidelnost zveřejňování. V neposlední řadě by měla být pozornost věnována vhodné formě reportingu CSR, zejména pak to, zda budou zprávy zveřejňovány pouze v tištěné formě, nebo budou umístěny i na webové stránky společnosti.

Reportování o CSR

Tento proces lze také definovat jako komunikování sociálních a environmentálních dopadů zájmovým skupinám³⁰. Report můžeme považovat jak za výstup, tak ale i jako vstup pro řadu dalších aktivit. Může pomoci identifikovat budoucí rizika či vést ke zvýšení konkurenceschopnosti podniku. Jako první se v reportech začaly objevovat environmentální témata, jelikož dopady podniku jsou zaměřeny především na životní prostředí. Dle CorporateRegister.com patří mezi nejrozšířenější reporty zprávy o udržitelném rozvoji a zprávy o odpovědnosti podniku. V současné době zprávy o reportování rostou. Dle KPMG,

³⁰ Kašparová K., Kunz V., 2013, *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*, str. 59

největší poradenské a auditorské firmy v České republice, reportuje o CSR až 95% z 250 podniků zabývajících se globálním prostředím a přibližně 64% podniků na národní úrovni³¹. Velikost podniku stále patří mezi významný vliv reportování. Malé a střední podniky jsou se svými stakeholdery v užším kontaktu než podniky velké, neboť velké podniky už musí využívat neosobní formy komunikace, např. CSR reporty. Dalším významným vlivem pro reportování je typ vlastnictví. Dle KPMG více o CSR reportují státní podniky a veřejně obchodovatelné podniky, než podniky rodinné a družstva. Největším vlivem na reportování má odvětví. Mezi nejvíce reportující podniky patří podniky z environmentálně citlivých odvětví, jako jsou například podniky zpracovávající dřevo, výroba papíru a celulózy, nebo těžba nerostných surovin. Velkým celosvětovým problémem je různorodá kvalita reportů. Dle výzkumů KPMG vyplývá, že nejvíce využívaným standardem je Směrnice GRI.

Významnou roli v reportování hraje výše zmíněná společnost KPMG, která se zabývá důvody, které vedou podniky k CSR reportování. Reakce podniků na změny v jednání některých stakeholderů může být způsobena silnými etickými důvody či finančními, sociálními, nebo environmentálními skandály. Výše bylo zmíněno pouze reportování o CSR, ale existuje i celá řada důvodů, proč podniky o svých aktivitách nereportují. Je to způsobeno především³²:

- **Neznalost problematiky** - je především důležité si uvědomit, že koncepce CSR je zcela nové téma. Realizaci komplikuje neznalost výkladu CSR, neboť existuje mnoho vysvětlení a standardů upravujících proces CSR. Podniky netuší, jaké téma si přesně pod pojmem CSR představit, a proto nemohou reportovat. Tím však přichází o celou řadu benefitů.
- **Vnímaná citlivost údajů** - podniky mnohdy nereportují o svých aktivitách CSR, neboť mají obavy z uveřejňování informací, které mohou vést k tlaku nevládních organizací, poškození dobrého jména firmy či k možným soudním příjm.
- **Očekávání zvýšení nákladů** - aby mohl podnik o CSR reportovat, je zapotřebí, aby měl nastaven monitorovací systém napříč odděleními. Pokud tento

³¹ Kašparová K., Kunz V., 2013, *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*, str. 60

³² Kašparová K., Kunz V., 2013, *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*, str. 62

system nemá nastaven, automaticky argumentuje tím, že započítí s reportováním mu navýší náklady na pořízení. Ovšem v budoucnu může podniku přinést úspory a následně podpořit konkurenceschopnost.

V současné době se stále více využívá report v elektronické verzi ve formátu pdf, který společnost vyvěšuje na svých webových stránkách. Výhodou této elektronické formy je dostupnost informací při minimálních nákladech, navíc formát pdf může zobrazit každý v jakémkoliv operačním programu. Na webových stránkách by se také měla nacházet sekce věnující se CSR. Cílem je poskytnout významné informace, v přiměřeném rozsahu tak, aby nebyli čtenáři zahlceni zbytečnými informacemi, které by jej mohly dovést k nezájmu o dané téma. V současné době se začíná hovořit o využívání tzv. eXtensible Business Reporting Language. Jedná se o standard, který umožňuje automatické zpracování dat a informací. Informace a data jsou označeny štítkem, který umožní jednodušší vyhledávání, nahrávání a úpravu.

Dalším trendem v reportování jsou tzv. integrované reporty. Těmto reportům se dostává větší pozornosti v roce 2009, kdy Charles (princ z Walesu) vstoupil do organizace Accountability for Sustainability (dále jen A4S) a předložil výzvu pro založení organizace, která by dohlížela nad vytvářením přístupů k reportování. Pro mnohé účastníky se nejednalo o až tak velké překvapení, jelikož již v roce 2007 vydala společnost A4S reportingový rámec vztahující se k této problematice. Následně v roce 2010 vytvořila A4S Mezinárodní radu pro integrované reportování. Současně reportování nese dle organizace plno odlišných metod pro sestavení reportů, a to z důvodu odlišných národních nařízení. V současné době došlo také k nárůstu délky reportů, jelikož jsou do reportů dodatečně doplňovány podrobnější informace, ovšem v některých reportech chybí jednoznačné vysvětlení problému, který má vliv na existenci podniku. Z tohoto důvodu bylo cílem organizace IIRC (International Integrated Reporting Council) vytvořit takový reportingový rámec, který bude obsahovat sociální, environmentální a finanční oblasti.

Dle IIRC integrované reportování spojuje významné informace o strategii podniku. Obsahuje výstižný a jasný pohled na podnik při vytváření hodnot.

Integrovaný reportingový rámec se zabývá určováním obsahu integrovaného reportu a pomáhá tak podnikům rozhodnout se, jakým nejlepším způsobem informovat o vytváření hodnot. Rámec obsahuje základní hodnoty a koncepce o tvorbě a zveřejňování reportů.

Publikování ověřených a skutečných informací zvyšuje důvěryhodnost v očích stakeholderů, přesto vytváření reportů příliš neroste. Dle výzkumu je při sestavování reportů

patrná regionální rozdílnost. Zatímco v České republice je přibližně 57% ověřených reportů, v USA je to pouze 10%.

4.8 Přínosy CSR

Mezi přínosy CSR se zahrnují udržení si dobré pověsti, odlišení se od konkurence, důvěra ve vztahu k zákazníkům a zaměstnancům, budování si důvěryhodnosti a v neposlední řadě poslání a získání souhlasu k vlastní činnosti organizace³³.

Dle Kašparové a Kunze (2013) je CSR považován za moderní koncept podnikání, který vyjadřuje orientaci podniku na dlouhodobé cíle a zasahuje do všech oblastí působení firmy³⁴. Zavedení principů společenské odpovědnosti je nutné zahrnout i do základních firemních hodnot. Úspěšné propojení ekonomických cílů a přijetí principů CSR může firmám přinášet synergický efekt a pomáhat získávat konkurenční výhody. Přijetí konceptu CSR přinese firmám mnoho výhod, které mají většinou podobu nefinančního charakteru, ale i tyto výhody vedou k ovlivnění zisku. Mezi nejdůležitější aktiva, která mohou firmy realizovat lze řadit: možnost být stále více a více vyhledávaným zaměstnavatelem, rostoucí prodej, věrnost zákazníků a ocenění a přilákání partnerů. Zainteresované strany očekávají od podniku nejen důvěryhodnost, ale také zřetelné podnikání a reakce na jejich potřeby.

Mnoho firem se obává, že zavedení konceptu CSR je velice nákladné a časově náročné, ale v konečném důsledku se jedná o dlouhodobou investici s návratností a změna nemusí být tak velká, jak předpokládali. Níže jsou popsány přínosy CSR³⁵:

- **Růst zisku** - Byl dokázán přímý vztah mezi společensky odpovědnou praxí a finančním výkonem. Ze studie z roku 1997 vyplynulo, že společnosti, které staví do popředí etické principy, jsou na tom lépe než společnosti, které tak doposud neučinily. Studie Harvard University poukazuje na to, že společnosti, které se zaměřují na rovnováhu účastněných stran, mají 4x vyšší tempo růstu a 8x větší zaměstnanost oproti společnostem, které se zaměřují jen na stakeholdery.

³³ Armstrong M., Taylor S., 2015, *Řízení lidských zdrojů*, str. 156

³⁴ Kašparová K., Kunz V., 2013, *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*, str. 17

³⁵ Deset hlavních přínosů přijetí společenské odpovědnosti firem Business case. [online]. 2012 [cit. 2017-09-17]. Dostupné z http://csr-online.cz/wp-content/uploads/2012/11/Radley_Yeldar_10_hlavnich_prisnosu_CSR.pdf

- **Přístup ke kapitálu** - společnosti, které přijaly koncept CSR a mají nárůst společensky odpovědného financování, mají vyšší přístup ke kapitálu, ke kterému by jinak neměly možnost. Činnosti firem v rámci společenské odpovědnosti sleduje Dow Jones Group Sustainability Index, který využívají investoři se zájmem zjistit informace o firmě zapojené do společenské odpovědnosti.
- **Snížení nákladů, zvýšení efektivity** - k dosažení inovací mohou vést různé aktivity CSR, například zvýšením efektivity dochází ke snížení produkce odpadů a spotřeby vody, které vedou k účelnějšímu využití energií. Své náklady může firma snížit tím, že si uvědomí dopady na své činnosti, např. znečišťování vod a může tak být přínosem životnímu prostředí.
- **Zlepšení image a pověsti značky** - společnosti, které přijaly koncepty CSR se jeví jako zodpovědné společnosti a dávají tím najevo, že jim ochrana životního prostředí není lhostejná, což zvyšuje důvěru v očích stakeholderů a širokého okolí.
- **Růst prodeje a věrnosti zákazníků** - mnoho výzkumů prokázalo, že zákazníci mají větší zájem o dobré a bezpečné výrobky od společnosti, která je odpovědná k životnímu prostředí. Dle Europe/MORO z roku 2007, pokládá přibližně 70% zákazníků společenskou odpovědnost firmy za důležitou při svém nákupu.
- **Růst produktivity a kvality** - snahou firmy zlepšit své pracovní podmínky a více motivovat své zaměstnance ke zvýšení své výkonnosti, dochází ke snížení podílu výroby vadného a neprodejného zboží.
- **Zvýšení schopnosti získávat a udržovat své zaměstnance** - přijetí CSR napomáhá k udržitelnosti a získávání zaměstnanců. Lidé chtějí pracovat pro takovou firmu, která má dobrou pověst a disponuje vlastními hodnotami, čímž pak nestaví kariérní postup a výši platu do absolutního popředí svého

hodnotového žebříčku spokojenosti v zaměstnání. Dokonce může docházet i ke snížení fluktuace.

- **Shovívavost orgánů v případě pochybení** - čím více dává firma najevo přijetí CSR, dodržuje legislativu a postupuje nad její rámec, o to více k ní budou příslušné orgány shovívavější. Pokud bude firma žádat o určitý souhlas, mohou tyto orgány její žádosti přednostně vyhovět.
- **Snížení rizika a růst řízení rizik** - čím více firma přijímá koncept společenské odpovědnosti, tím menší obchodní rizika jí hrozí. Mnoho firem zahrnuje informace o společenské odpovědnosti do svých zpráv a zdůrazňuje ten typ informace, který se očekává.
- **Konkurenceschopnost a odbyt** - přijetí konceptu společenské odpovědnosti vede k dobrému obchodnímu myšlení a firmy tak mohou snáze získávat obchodní možnosti a konkurenční výhody. Stakeholdeři vyvíjí tlak na podniky, aby fungovaly způsobem, který se od nich v rámci společnosti a životního prostředí očekává.

5 Vlastní práce

V této části práce je bližší představení společnosti Mondi Group, se zaměřením na závod Mondi Štětí a její společenské odpovědnosti.

5.1 Představení společnosti Mondi Group

Mondi je mezinárodní skupina zabývající se výrobou papíru a balení. Zaměstnává přibližně 25.400 zaměstnanců ve více než 30 zemích, převážně ve střední Evropě, Rusku, Severní Americe a Jižní Africe. Skupinu Mondi tvoří Mondi Jihoafrická republika, která byla založena v roce 1967 a společnosti Frantschach a Neusiedler, které byly založeny v Rakousku. Níže jsou uvedeny nejdůležitější kroky společnosti Mondi Group:

- 1997 - vznik akvizice Mondi Swiecie Polsko, zabývající se výrobou obalů z vlnité lepenky a průmyslových sáčků
- 2000 - 50% akvizice Ružomerského závodu, v roce 2006 navýšena o další 1%
- 2002 - zvýšené vlastnictví Mondi Syktyvkar až na necelých 98%
- 2003 – rekonstrukce papírenského stroje v Ružomberoku
- 2004 – rozšíření buničiny v Ružomberoku
- 2005 – rozšíření drtiče v závodu Richards Bay (Jižní Afrika)
- 2006 – akvizice závodu Mondi Stamboljisky Bulharsko
- 2007 – akvizice většinové podílu v Tire Kutsan Turecko, výroba přepravních obalů
- 2009 – dokončení recyklovaného kontejnerového stroje v Swiecie Polsko
- 2010 – modernizace závodu Mondi Swiecie, převzetí 25,1% podílu v Hadera Izrael
- 2012 – akvizice Nordenia International (spotřebitelské balení)
- 2013 – recyklační kotle Frantschach Rakousko
- 2014 – úspěšné uvedení běleného kraftového papíru do provozu ve Štětí
- 2015 - zahájení provozu projektu Swiecie pro obnovu a biopaliva ve výši 166 mil. EUR

- 2016 – akvizice Uralplastic (spotřební obal) a SIMET (vlnité obaly)
- 2017 – modernizace a rozšíření závodu ve Štětí ve výši 470 milionů EUR – došlo k rekonstrukci obvodového pláště hlavní budovy Mondi Štětí, výstavba nové expediční haly, nejvíce finančních prostředků bylo pak použito na tzv. Ecoflex. Ecoflex je zastřešujícím pojmem ke krokům, ke kterým se společnost Mondi Štětí chystá, aby se podnik stal „evropským hlavním městem pytlového a speciálního papíru.

Mondi je plně integrováno do obalového a papírového hodnotového řetězce – od řízení lesů a výroby buničiny, papíru a plastových fólií až po vývoj a výrobu efektivních, průmyslových a spotřebitelských obalových řešení. Udržitelnost je zakotvena ve všem, co společnost Mondi dělá, s jasně definovanými závazky napříč 10 akčními oblastmi. Zákazníci spoléhají na inovativní technologie a produkty, mezi které patří například osobní péče, maloobchodní krabice a kancelářský papír. Zákazníci Mondi se nachází v následujících průmyslových odvětvích:

- **Zemědělství** - pro toto odvětví nabízí společnost sáčky s vynikajícími vlastnostmi, které skvěle chrání svůj obsah při manipulaci, přepravě a skladování.
- **Automobilový průmysl** - Mondi vyrábí obalové řešení pro automobilový průmysl. Sortiment zahrnuje materiálové kombinace pro kapotu, střešní nosiče, koberce a panely podvozků. Dále vícevrstvé pytle pro balení objemového zboží.
- **Chemické látky a nebezpečné zboží** - výroba spolehlivých technik uzavírání a certifikovaných konstrukcí pro chemické, citlivé a často nebezpečné látky. Sortiment zahrnuje řadu kontejnerů, kraftového papíru, tištěné fólie a kapesníky.
- **Stavební práce** - výroba obalového řešení pro agregáty a cement. Do této skupiny se řadí i výroba izolačních materiálů, silikonizované bariérové a podlahové fólie. Patří sem velmi populární pytel SplashBag, který odolává vlhkosti, když jsou pytle s cementem vystaveny venkovním podmínkám.
- **Jídlo a nápoje** - výroba obalového řešení pro pekárenské a mléčné výrobky, cukrovinky, kávu, ovoce a zeleninu, mraženou zeleninu. Tyto výrobky splňují hygienické normy.

- **Domáci a osobní péče** - výroba obalového řešení pro čisticí prostředky, péče o vlasy a kosmetiku, výroba ženské hygieny a pružné komponenty pro plínky.
- **Lékařství a farmaceutické** - řešení pro zdravotnické přístroje, pláště a léky. Tyto zmíněné operace splňují nejvyšší standardy kvality a hygieny, včetně ISO 9001, HACCP, DIN 15593, ISO 11607 a další.
- **Kancelářský a profesionální tisk** - výroba kancelářského papíru a papíru pro grafický tisk. Vysoce kvalitní papír využívající se pro digitální tisk a ofsetové aplikace. Nejznámějším kancelářským papírem společnosti Mondi je Color Copy – papír pro barevný laserový tisk.
- **Zpracování papíru a obalů** - výroba vlnitých krabic, průmyslových, spotřebních a nosných tašek, ochranné obaly a etikety.
- **Péče o mazlíčky** - obalové řešení pro suché a mokré krmivo pro domácí zvířata. Výroba produktů pečující o domácí zvířata.

Produkty společnosti Mondi Group:

- **Obalový papír** - z tohoto typu papíru jsou vyráběny především nákupní tašky, které můžeme najít v supermarketech a výroba vlnitých produktů. Výrobou vlnitých produktů se rozumí kartonové krabice, tvarové výseky, které se využívají pro přepravu jogurtů.
- **Obaly z vláken** - z těchto vláken se vyrábějí produkty pro izolace budov, obaly na potraviny a průmyslové pytle.
- **Spotřební obaly** - obaly jsou využívány převážně k výrobě obalů na zmrzliny a k výrobě plastový pytlů pro zvířecí krmiva.

- **Nepotažený jemný papír** - z tohoto typu papíru jsou vyráběny klasické kancelářské nebo tiskové papíry.
- **Obal SKOG for food** - jedná se o ekologicky šetrný obal pro ovoce, zeleninu. Tento obal je vyroben z certifikovaného udržitelného papíru s dvouvrstvým potahem. Obal je prodyšný a udržuje ovoce a zeleninu vždy čerstvé.
- **Obal FlexziBox** - tento obal se používá převážně pro krmiva domácích mazlíčků. Tento pytel je navržen s ohledem na pohodlí, může být opakovaně otevírán zavírán a produkt tak zůstane vždy čerstvý.
- **Skládací krabice z vlnité lepenky Watermelon's Dream** - krabice se využívá pro přepravu melounů. Díky této krabici, která je stohovatelná a snadno se sestaví, se do kamiónu vejde až o 50% více melounů.
- **Péče o dítě** - plenkové a kalhotové komponenty
- **SteamFast** - jedná se o funkční obaly, které lze používat pro vaření v páře v mikrovlnné troubě.

Strategií Mondi je poskytovat vysoce kvalitní obalové a papírové řešení, čímž dosáhnou čtyřmi strategickými hodnotami: optimalizace produktivity a efektivity, investice do kvalitních nákladů a udržení konkurenceschopnosti, spolupráce se zákazníky, rostoucí odpovědnost a inspirace zaměstnanců. Tyto zmíněné hodnoty umožňují získat co největší konkurenční výhodu a stanovit konkurenční rámec pro vyváření a zkvalitňování těchto hodnot v budoucnosti.

5.1.1 Bezpečnost práce

S pojmem bezpečnost práce se pojí Koordinátor bezpečnosti a ochrany životního prostředí (zkráceně SHE), který je pevnou součástí společnosti Mondi. Tato osoba se zaměřuje především na snižování rizik spojených s každodenní činností a jeho cílem je zcela zamezit pracovním úrazům. *„Naším cílem je zajistit, aby všichni naši zaměstnanci a dodavatelé měli potřebné povědomí o bezpečnosti práce a byli proškoleni na to, aby*

*rozpoznali rizika a rizikové chování a vyvarovali se jich*³⁶. V oblasti bezpečnosti práce se monitoruje výkon prostřednictvím celkového počtu nahlášených případů (TRCR – Total Recordable Case Rate), včetně úmrtí, pracovní neschopnosti, případně léčení a nemoci z povolání. Bezpečnost práce je ve společnosti Mondi vyjádřena ve třech bodech³⁷:

- Chceme se vzájemně podporovat a učit se.
- Netolerujeme žádné kompromisy při bezpečnosti na pracovišti.
- Dokážeme se rozhodovat a jsme si vědomi odpovědnosti.

5.1.2 Zdraví

Společnost klade velký důraz na zdraví všech svých zaměstnanců. V některých závodech byly pro své zaměstnance zavedeny zdravotní programy, např. program odvykání kouření.

5.1.3 Trvalý udržitelný rozvoj

Společnost Mondi je odpovědna za hospodaření s vlastními lesními plochami, které zajišťují suroviny pro budoucí potřebu. Společnost je otevřena ekologickým a společenským výzvám, úzce spolupracuje se Světovou obchodní radou pro trvale udržitelný rozvoj, neziskovými organizacemi, ale také přihlíží k názorům zainteresovaných stran. Všechny lesní plochy, které jsou spravovány společností Mondi jsou certifikovány dle standardů Správy lesní rady, přeloženo z anglického jazyka Forest Stewardship Council, zkráceně FSC®. Rostoucí odpovědnost je základem pro dlouhodobý úspěch skupiny Mondi. Rizika spojená s dopady na životní prostředí zvládá společnost Mondi pomocí interních standardů, politik a řídicích systémů.

Na základě trvalé udržitelnosti vznikl odpovědně rostoucí model, který poukazuje na 10 akčních oblastí odrážející aspekty udržitelnosti, které jsou pro Mondi nejrelevantnější:

- Bezpečnost zaměstnanců a dodavatelů
- Kvalifikovaná a angažovaná pracovní síla
- Spravedlnost a rozmanitost na pracovišti
- Udržitelné vlákno
- Klimatické změny

³⁶ Mondi Štětí a.s. [online]. 2018 [cit 2018-11-27]. Dostupný z <http://www.mondijobs.cz/cs/desktopdefault.aspx/tabid-1909/>

³⁷ Interní zdroje Mondi Štětí a.s.

- Omezené zdroje a dopady na životní prostředí
- Biologická rozmanitost a ekosystémy
- Chování dodavatelů a zodpovědné zadávání zakázek
- Vztahy s komunitami
- Řešení, která vytvářejí hodnotu pro zákazníky

5.2 Představení společnosti Mondi Štětí a.s.

Skupina Mondi spravuje celkem 3 závody ve Štětí. Společnost Mondi Štětí a.s. je předním světovým výrobcem buničiny, papíru a papírových obalových materiálů, ale i největším výrobcem buničiny a papírových obalů na českém trhu. Továrenský komplex se nachází v krajině Českého středohoří, asi 50 km severně od Prahy. Rozkládá se na 132 hektarech v bezprostřední blízkosti řeky Labe. Závod ve městě Štětí byl založen roku 1949 jako národní podnik Papírny Štětí.

Po roce 1989 došlo k mnoha vlastnickým změnám firmy:

- 1989 Severočeské papírny
- 1993 SEPAP Štětí
- 1997 Assidomän SEPAP
- 2001 Frantsch Pulp and Paper a.s.
- 2004 Mondi Packaging Paper Štětí a.s.
- 2008 Mondi Štětí a.s.

S téměř sedmdesáti lety zkušeností hraje zdejší papírna důležitou roli v papírenském průmyslu České republiky a je oporou místní ekonomiky v regionu Štětí. Vznik společnosti Mondi Štětí se datuje od února roku 2000, přičemž v letech 2000 až 2004 zaznamenala velký růst. V roce 2004 se papírna ve Štětí stala součástí skupiny Mondi, mezinárodní skupiny působící ve výrobě obalů a papírenství. Papírna ve Štětí se řadí mezi 100 nejvýznamnějších společností v České republice a je jedním z největších zaměstnavatelů v Ústeckém regionu.

Hlavním výrobním programem společnosti je výroba pytlového papíru, výroba kartonů na vlnitou lepenku a výroba bělené a nebělené sulfátové buničiny. Společnost přijímá vstupní surovinu v podobě drceného dřevního odpadu, primárně se jedná o smrk a borovici. Tato vstupní surovina je do areálu dopravována autodopravou, či prostřednictvím vlečky.

Společnost má dvě výrobní linky sulfátové buničiny. První z nich je kontinuální varna Kamyř, která produkuje více než 210 tisíc tun nebělené buničiny za rok. Nebělená buničina se používá pro výrobu pytlového papíru. Další varnou je diskontinuální varna Superbatch (bělirna a sušící stroj), která vyrobí ročně 190 tisíc tun bělené buničiny. Od roku 2000 je certifikována podle standardu ČSN EN ISO 14001. Společnost pro své potřeby odebírá vodu z řeky Labe. Mondi Štětí dále provozuje vlastní skládku odpadu a kalové pole. Převážná část odpadů při zpracování dřeva a dalších surovin je využívána jako palivo pro fluidní kotel.

Společnost hledí i na zdraví a spokojenost svých zaměstnanců, důkazem pak mohou být například programy Patriot a Mondi (for) Life, které jsou popsány níže. Dále pak společnost také každoročně podporuje projekty v oblasti školství, vědy, vzdělávání, apod.

Nejdůležitější vizí společnosti je postavit mlýn, který bude produkovat více než jeden milión tun ročně kvalitního a obalového papíru. Společnost Mondi zapojuje kvalifikované a obětavé zaměstnance do hledání lepších řešení a zajišťuje růst silných vůdců, kteří povedou organizaci.

Společnost Mondi Štětí se v roce 2017 účastnila soutěže Cena Ústeckého kraje za společenskou odpovědnost. Soutěž byla vyhlášena pro subjekty podnikatelského sektoru, které působí na Území Ústeckého kraje. Před konáním samotné soutěže byl společnosti zaslán dotazník, ve kterém musela společnost zvážit, jakými aktivitami se bude zabývat. Nejvyšší ocenění v kategorii nad 250 zaměstnanců získala společnost Mondi Štětí, která porotu zaujala projektem Patriot, který je určen pro podporu činnosti neziskových organizací.

6 Projekty Mondí Štětí v rámci CSR

6.1 Region

6.1.1 Dotační program Patriot

Projekt Patriot je chápán jako dotační program, prostřednictvím něhož lze zažádat o finanční podporu pro projekty týkajících se neziskových organizací, měst a obcí v regionu.

Program Patriot se řídí následujícími oficiálními hesly:

„Jsme Patrioty našeho regionu“³⁸.

„Posloucháme hlas komunity a budujeme dobré jméno naší společnosti prostřednictvím podpory regionálních projektů“³⁹.

„Společně s Vámi tvoříme místo, kde nás baví žít“⁴⁰.

Projekt Patriot zahrnuje projekty týkající se rozvoje a podpory regionu, včetně investičních projektů. Tento projekt se zaměřuje i na žádosti zaměstnanců. Společnost Mondí se snaží o vybudování místa, kde si lidé pomáhají, kde mají nebo mohou nalézt zázemí pro svou rodinu, kde je zdravé životní prostředí a místo, kde je a bude vždy bezpečno. Program Patriot je rozdělen do tří skupin: podpora měst a obcí, podpora organizací a jednotlivců a žádosti zaměstnanců Mondí.

Podpora měst a obcí

Tento projekt je zaměřen pouze na podporu měst a obcí v regionu. Pokud se organizace (Městský úřad, Obecní úřad) chystají k podání žádosti, je důležité, aby byly dodrženy pravidla programu Patriot. Pravidla programu Patriot jsou popsány níže, viz Jak zažádat o podporu v rámci projektu Patriot. Tyto žádosti následně schvaluje Generální ředitel Mondí Štětí a Manažer pro společenskou odpovědnost.

³⁸ Mondí Štětí a.s. [online]. 2018 [cit 2018-11-28]. Dostupný z <http://www.zitmebavi.cz/patriot>

³⁹ Mondí Štětí a.s. [online]. 2018 [cit 2018-11-28]. Dostupný z <http://www.zitmebavi.cz/patriot>

⁴⁰ Mondí Štětí a.s. [online]. 2018 [cit 2018-11-28]. Dostupný z <http://www.zitmebavi.cz/patriot>

Podpora organizací a jednotlivců

Tato podpora je zaměřena převážně na fyzické osoby a organizace. V případě podání žádosti je nutné dodržet pravidla programu Patriot. Pravidla programu Patriot jsou popsány níže, viz Jak zažádat o podporu v rámci projektu Patriot. Žádosti opět schvaluje Generální ředitel Mondi Štětí a Manažer pro společenskou odpovědnost.

Žádosti zaměstnanců Mondi

Tato část je určena zaměstnancům, kteří jsou aktivními členy neziskových organizací. Zaměstnanci mají určené období, ve kterém mohou žádosti podávat. Například pro rok 2018 bylo období od 12.3 do 15. 5. 2018. Následně jsou žádosti schvalovány komisí projektu Patriot.

Na základě projektu Patriot byla poskytnuta finanční podpora ve výši 6,5 milionu korun. V roce 2017 byly projekty na podporu měst a obcí rozdělovány celkem do třech částí: zaměstnanecké žádosti, environmentální projekty a ostatní projekty. Ze zaměstnaneckých žádostí byla finanční pomoc poskytnuta převážně sportovním klubům, jako jsou fotbalové kluby (TJ Sokol Horní Počaply), mažoretkové kluby (SK Nephilim Štětí), florbalové kluby (SK Štětí, z.s.), dále Český svaz chovatelů Rovné, nebo Sbor dobrovolných hasičů Vědomice. Z environmentálních projektů byla podpořena realizace dětského hřiště v mateřské škole v obci Vrbice u Roudnice nad Labem, nebo podpora Ekologického programu Žijeme s přírodou ve spolupráci s Mozaika z.s. Lovosice. Do třetí skupiny financovaných projektů patří například pomoc oddílu Dračích lodí Mondi Štětí, společnosti UMPA-umění z papíru, nebo poskytnutí finančního daru třem základním školám ve Štětí.

Jak zažádat o podporu v rámci projektu Patriot?

V rámci programu Patriot je možné poskytnout pouze finanční dar, na dary nefinančního charakteru nebude brán zřetel. O finanční dar mohou požádat obce, města, nebo právnické osoby, jež nebyly založeny za účelem získání zisku, působící na území do vzdálenosti v okruhu 30 km od společnosti Mondi Štětí a.s. Finanční dar je poskytnut pouze za účelem k podpoře projektů v oblastech vědy, kultury, vzdělávání, ekologie, rekultivace ploch k výstavbě veřejných ploch, naopak nebude dar poskytnut politickým stranám ani politickým hnutím. V případě, že žadatel žádá o finanční prostředky, měl by mít k dispozici převážně své finanční zdroje a projekt, na který finanční pomoc žádá, musí být realizován do konce kalendářního roku, ve kterém byl finanční dar poskytnut. Žadatel by měl mít plán, jakým způsobem bude provádět dlouhodobé udržování majetku (provoz, financování,

údržba). Finanční dar může a nemusí být schválen. Schválení prochází rukami Generálního ředitele společnosti Mondi a manažerovi společenské odpovědnosti. Veškeré podané žádosti jsou posuzovány jednotlivě. Společnost vybírá projekty, které napomáhají k naplnění vize společnosti a jsou součástí sociální oblasti odpovědnosti. Důraz je především kladem na podporu regionálních projektů, které budou realizovány v bezprostřední blízkosti od společnosti Mondi Štětí, především ve městě Štětí, Roudnice nad Labem, Hoštka, Mělník a v ostatních spádových obcích.

O podporu v rámci programu Patriot mohou žádat i zaměstnanci společnosti Mondi Štětí a.s., kteří se podílí na realizaci a podpoře projektu a jsou tuto skutečnost ochotni potvrdit svým podpisem. Ostatní pravidla jsou stejná, jako pravidla pro poskytování finančního daru veřejnosti.

6.1.2 Environmentální oblast

6.1.2.1 Odpadové hospodářství

Cílem společnosti Mondi Štětí a.s. v environmentální oblasti je zajištění účinného systému pro zneškodňování a nakládání s nebezpečnými a ostatními odpady. Nejen každý zaměstnanec společnosti, ale i zaměstnanci dodavatelských firem a zákazníci jsou povinni předcházet vzniku odpadů nebo minimalizovat vznik odpadů v areálu Mondi Štětí a.s. Pro shromažďování vzniklých odpadů jsou zřízena speciální střediska a je povinností každého odpad třídit. Vzniklý odpad je také důležité zabezpečit před dalším znehodnocením, odcizením nebo jiným nežádoucím únikem.

Zneškodnění odpadů ve společnosti probíhá dle stanovených priorit:

- **Termické zneškodnění materiálů s využitím tepla ve společnosti** - jedná se o spalování biopaliv v kotli, který je k tomu předem určen. Povolení ke spalování vhodných materiálů dle vydaných Rozhodnutí správními úřady.
- **Recyklace** – využití odpadu jako suroviny. Například využití papírových odpadů v rozvláknění sběrového papíru odrážky.
- **Skládkování** – společnost Mondi Štětí má svou vlastní skládku.
- **Nabízení odpadů k využití externím firmám** – recyklace, materiálové využití odpadu.
- **Předání jiné oprávněné osobě**

Pro nakládání s nebezpečnými odpady platí velice přísný režim. Nakládání s nebezpečnými odpady je povoleno v rámci IPPC Krajského úřadu v Ústí nad Labem. Nebezpečné odpady je zakázáno zneškodňovat skládkováním. O nakládání s nebezpečnými odpady se stará Odpadový hospodář. Tato osoba je oprávněna provádět roční audit u externích firem, které zajišťují odstranění odpadů.

V administrativní části společnosti je každý zaměstnanec povinen třídit odpad do předem připravených nádob: modrá barva – papír, žlutá barva – plast, hnědá barva – ostatní odpad. Nerecyklovatelný papír z administrativy je možné využívat jako palivo pro kotle.

V rámci investičních akcí může vzniknout stavební odpad (cihly, beton). Tyto odpady jsou likvidovány mimo areál společnosti dle platné legislativy. Stavební odpad je nutné vytrídít, dočasně uložit na předem vyhrazené místo a v první řadě zajistit jeho materiálové využití.

Mondi Štětí provozuje Centrální skládku odpadů a kalové pole. Centrální skládka odpadů slouží ke skladování nevyužitelných odpadů a kalové pole pro skládkování odpadů dopravovaných v hydrosměsi, tzv. kaly.

6.1.2.2 Ochrana ovzduší

Cílem je vymezení činností způsobujících znečišťování ovzduší, zejména se zřetelem na omezení úniku škodlivých látek do životního prostředí a dodržování stanovených cílů v ochraně ovzduší. Provozovatelé jsou povinni dodržovat stanovené emisní limity a přípustnou tmavost kouře tak, aby nedocházelo k znečišťování ovzduší. Do hodnot posouzení emisního limitu se nezapočítávají hodnoty, které byly zjištěné v době najíždění, odstavení či poruchy zdroje. Evidenci a měření emisí provádí tzv. Environmentální manažer. Tento manažer má za úkol vést evidenci o množství vypouštěných znečišťujících látek do ovzduší a podává výsledky měření správním úřadům. Společnost Mondi Štětí, jakož-to provozovatel velkých zdrojů znečišťování ovzduší je povinen vypracovat pracovní instrukci tzv. Provozní předpis. Pokud by došlo ke změně používaných paliv a surovin, které by značně vedly ke znečištění ovzduší, je vedoucí provozu povinen tuto změnu navrhnout v Provozním předpisu, který musí být schválen Českou inspekcí životního prostředí a Krajským úřadem. Ovšem tato žádost musí obsahovat zdůvodnění, proč má dojít ke změně paliv a surovin a zahrnovat také zdůvodnění nejvýhodnějšího řešení z hlediska ochrany ovzduší. Pokud by nedošlo ke schválení žádosti, je vedoucí provozu neboli Environmentální manažer odpovědný za dodržování aktuálního Provozního předpisu. Za změnu provozních podmínek, která musí být schválena příslušným orgánem státní správy, se považuje:

- změna paliva
- změna výkonu
- změna zařízení na snižování emisí

Pokud dojde ke dvojnásobku překročení emisního limitu nebo nedodržování podmínek provozu, jedná se o incident, na který musí být zpracován havarijný protokol. Tento protokol musí obsahovat řízení incidentů, definice, evidence činnosti a v neposlední řadě nápravná a preventivní opatření. Výše zmíněný protokol je podkladem pro řešení incidentu a dokladem pro Českou inspekci životního prostředí. Operátor zdroje, při jehož provozu došlo k překročení emisního limitu, je povinen do 24 hodin zpracovat Havarijný protokol.

V areálu Mondi Štětí je mnoho mobilních zdrojů emisí. Mezi nejčastější patří dopravní a mechanizační prostředky v areálu, zejména u expedic výrobků. Údržba je zajištěna pronájemem manipulační techniky s tzv. Plným servisem. Kontrola emisí neboli technická kontrola je prováděna a zajištěna pravidelným servisem. Jedná se o vyškoleného pracovníka – technika servisu, který je v areálu denně přítomen. Dalším zdrojem mobilních emisí je provoz a údržba služebních aut včetně technických a emisních prohlídek. Za tyto pravidelné prohlídky zodpovídá oddělení Nákupu.

V areálu se vyskytuje mnoho chladících zařízení a klimatizační jednotky, které obsahují regulované látky, značně poškozující ozónovou vrstvu. Evidence těchto zařízení, servis a další povinnosti s tím související vyplývají z Nařízení vlády č. 117/2005.

6.1.2.3 Monitorování a měření v životním prostředí

Stanovení postupů a odpovědnosti při měření a monitorování jednotlivých složek životního prostředí. Společnost Mondi Štětí si klade za cíl zajistit sledování a měření klíčových znaků činností ovlivňujících životní prostředí. Toto měření vychází z Registru environmentálních aspektů, právních předpisů a dalších interních předpisů. Dále se na toto měření vztahují pravidla Metrologickým řádem společnosti. Monitorování a měření je v rámci společnosti zajištěno: vlastními laboratořemi, kontinuálními analyzátory, kontinuálními měřidly množství (voda, energie) a externími organizacemi.

- **Monitorování vod:**
 - **Povrchové a odpadní vody** – u těchto vod jsou sledovány ukazatele, které vycházejí ze stanovených limitů nebo z klíčových ukazatelů, charakteristické pro environmentální dopad. Kvalita povrchových vod je odebírána z řeky Labe a

monitorována laboratoří vodního hospodářství. Kvalita odpadních vod odtékajících do řeky Labe a přítékajících z jednotlivých provozů monitoruje centrální laboratoř. Nepřetržitě je sledována hodnota pH v odpadních vodách a na závodní výpusti.

- **Podzemní vody** – 2x ročně se pomocí hydrogeologických vrtů sleduje kvalita podzemních vod v okolí Centrální skládky odpadů a kalového pole. Tato činnost je poněkud náročnější, a tak je prováděna prostřednictvím odborné hydrogeologické firmy. Výsledky z tohoto měření jsou uloženy u specialisty ochrany životního prostředí a dále pak předkládány Krajskému úřadu.

- **Vnější vody z Centrální skládky odpadů** – vody z dešťových svodů skládky jsou shromažďovány ve vsakovacím rybníčku, ze kterého jsou 4x ročně odebírány vzorky a zjišťovány analýzy těchto vod.

• **Monitorování a měření v oblasti ochrany ovzduší:**

- **Kontinuální měření emisí** – prostřednictvím Integrovaného povolení a interních předpisů se sleduje koncentrace a množství emisí u velkých zdrojů znečištění. Výsledky z měření jsou zobrazovány na tzv. Tal-boxech a na jednotlivých velínech. Systém měření emisí provádí sledování hodnot emisí a porovnává je s emisními limity. Systém je schopen vyhodnocovat půlhodinové koncentrace emisí, denní, měsíční a roční koncentrace měřených emisí. Správnost měření je ověřována alespoň 1x ročně nezávislou laboratoří. Výsledky slouží k posouzení stavu a správné funkce jednotlivých technologických zařízení s ohledem na snižování dopadů na životní prostředí.

- **Monitorování imisí** – tyto imise jsou měřeny ve městě Štětí. Automatický imisní monitoring provádí měření na stanici Knihovna a na stanici Učiliště ve městě Štětí. Tyto výsledky jsou k dispozici na webových stránkách města Štětí. Kalibrace těchto stanic je prováděna 1x za 24 hodin.

Pravidelné hodnocení souladu s právními požadavky provádí Environmentální manažer alespoň 1x měsíčně a výsledky jsou předkládány Řediteli kvality a životního prostředí.

6.1.2.4 Smogový řád

Cílem tohoto řádu je omezování znečišťování ovzduší prachovými částicemi. Pro společnost Mondi Štětí jsou závazné signály Ústředního regulačního řádu pro suspendované částice PM10, SO₂ a NO₂.

- PM10 – frakce prachových částic o velikosti 10 μ m. Tato frakce má podle hygienických studií významnější vliv na zdraví obyvatel.
- Frakce PM10 tvoří cca 70% celkového prachu z regeneračního kotle.
- SO₂ – oxid siřičitý
- NO₂ – oxid dusičitý
- μ m – mikrogram
- μ g/ m³ – mikrogram na metr krychlový

Činnost Ústředního regulačního řádu nepřetržitě zajišťuje Český hydrometeorologický ústav. Kontrolu plnění regulačních opatření provádí Česká inspekce životního prostředí. Řídící pracoviště ČHMÚ Ústí nad Labem vypracovává předpověď rozptylových podmínek a vydává signály pro společnost Mondi Štětí. Při překročení Informativní prahové hodnoty (tj. 24. hodinový průměr) vyhláší ČHMÚ místně platné následující typy signálů⁴¹:

Pro PM10:

- Signál UPOZORNĚNÍ: nad 100 μ g PM10/m³
- Signál REGULACE: nad 150 μ g PM10/m³

Pro NO₂:

- Signál upozornění: nad 200 μ g/m³ ve třech po sobě následujících hodinách na stanici ULLTA Litoměřice
- Signál regulace: nad 400 μ g/m³ ve třech po sobě následujících hodinách na stanici ULLTA Litoměřice

Pro SO₂

- Signál upozornění: nad 250 μ g/.m³ ve třech po sobě následujících hodinách na stanici ULLTA Litoměřice
- Signál regulace: nad 500 μ g/.m³ ve třech po sobě následujících hodinách na stanici ULLTA Litoměřice

⁴¹ Interní zdroje Mondi Štětí a.s.

Odvolání signálů: Krajský úřad odvolává signály po 3-12 hodinách v případě, že již nejsou překročeny imisní limity pro SO₂ a NO₂ a jsou příznivé meteorologické podmínky pro rozptyl znečišťujících látek.

6.1.2.5 Havarijní plán pro nakládání se závadnými látkami

Jedná se o vymezení činností, odpovědností a pravidel při nakládání se závadnými látkami a úniku závadných látek do životního prostředí. Tento plán se nevztahuje jen na společnost Mondi Štětí, ale také na skládku odpadů a kalové pole, které jsou umístěné mimo areál.

Závadnými látkami se rozumí látky, ohrožující kvalitu odpadních, podzemních a povrchových vod a mohou způsobit kontaminaci zemin. Závadnými látkami jsou především:

- **Ropné látky** – benzín, nafta, těžký topný olej, hydraulické oleje a rozpouštědla
- **Jiné závadné látky** – kyseliny, jedy, kaly a popeloviny

Odpadní vody a dešťové vody z rizikových prostor (varny, regenerace apod.) jsou svedeny do chemické kanalizace a následně do čistírny odpadních vod. Do stejné kanalizace by v případě požáru na tomto provozu odtékaly hasební vody. Srážkové vody z nerizikových oblastí jsou svedeny do nezávadné kanalizace. Pro monitorování a zjišťování úniku závadných látek jsou ve společnosti zavedeny následující technická opatření⁴²:

Tabulka 3 - Technická opatření pro monitorování a zjišťování úniku závadných látek

Aspekt, zařízení	Monitoring	Zodpovídá
Ochrana podzemních vod	Monitoring kvality podzemních vod, 2x ročně	Environmentální manažer
Zásobníky a pracovní nádrže	Kontinuální snímání hladiny vody, alarmy proti přetečení	Vedoucí příslušného střediska
Potrubní rozvody	Vizuální (senzorká) kontrola nadzemních rozvodů	Vedoucí příslušného střediska
Záchytné a segregáčnické jímky, kanalizace	Kontinuální snímání vodivosti, pH nebo výskytu ropných látek	Vedoucí příslušného střediska
ČOV, nátok, odtok, výpust do Labe	Kontinuální snímání vodivosti, pH, pravidelná laboratorní kontrola	Vedoucí VH

Zdroj: Interní zdroje Mondi Štětí a.s., vlastní zpracování

⁴² Interní zdroje Mondi Štětí a.s.

Každý z uživatelů závadných látek, se musí řídit podle Vodního zákona č. 254/2001 Sb. Především musí činit taková opatření, aby ropné látky nevnikly do půdy či do povrchových a podzemních vod nebo aby neohrozily zdravotní nezávadnost. Havarijní a provozní plán je zpracován a aktualizován vedoucím příslušného střediska nebo pověřeným zaměstnancem, kde jsou ropné nebo jiné závadné látky užívány. Tento plán je zpracován v souladu s potřebami ČSN 75 3415. Místní havarijní a provozní plán by měl být prověřen vodohospodářem a schválen příslušným vedoucím hlavní organizační jednotky, v konečné fázi by pak měl být schválen příslušným vodoprávním úřadem.

Havarijní a provozní plán by měl obsahovat zejména:

- jmenování osoby, která bude zodpovědná za nakládání se závadnými látkami
- pravidelné školení stálé havarijní skupiny daného provozu
- popis místa a způsob nakládání se závadnými látkami
- postup při havarijním úniku závadných látek

Při nakládání s ropnými látkami v areálu Mondi Štětí a.s. je striktně zakázáno zejména:

- používat pro odmašťování nebezpečné látky s obsahem chlorovaných uhlovodíků
- provádět jakékoliv manipulace se závadnými látkami na místech, která k tomu nejsou určena
- vylévat závadné látky do kanalizace nebo na nezabezpečené plochy
- skladovat ropné látky a závadné látky v prostorech, které nejsou k tomuto účelu určeny

Prostředky pro zdolávání havárie jsou uloženy ve skladu, případně v zásahovém vozidle společnosti M2C (ostraha závodu), která zajišťuje nepřetržitou službu v oblasti likvidace havárií. Kdokoliv zjistí nebo způsobí únik závadných látek do kanalizace nebo do terénu, je povinen neprodleně ohlásit tuto skutečnost směnovému technikovi. S ohledem na ohlašovací povinnost orgánům státní správy je za havárii považován každý únik ropných a

závadných látek do odpadních vod nebo terénu, který může mít za následek závažné ohrožení kvality vod nebo kontaminaci zemin.

Povinnost ohlášení havárie podle §41 zákona č.254/2001 Sb. plní Environmentální manažer, a to neprodleně po zjištění havárie. Podle § 41 zákona 254/2001 Sb. je nutné havárii neprodleně hlásit Hasičskému záchrannému sboru České republiky nebo jednotkám požární ochrany nebo Policii České republiky, případně správci povodí.

Záznamy o poruchách a haváriích jsou ukládány pouze v elektronické podobě. Vodohospodář a vedoucí jednotlivých provozů provádí pravidelné vyhodnocení havarijních stavů, okamžitých a nápravných opatření.

S havarijním plánem jsou seznámeni všichni pracovníci, kteří zacházejí se závadnými látkami, a to formou školení při nástupu do zaměstnání a s četností 1 x za rok. Při havárii a její likvidaci musí všichni pracovníci i povolání zástupci firem spolupracujících na zásahu dodržovat zásady ochrany a bezpečnosti práce.

6.1.2.6 Havarijní připravenost

Jde o povinnosti předcházení při vzniku havárie, incidentu nebo poruchy s dopadem na životní prostředí a upravující náležitosti jejich šetření a řízení. Cílem je stanovení jednotných pravidel pro řízení a prevenci incidentů. Stanovení pravidel pro tvorbu a udržování TOP v oblasti ochrany životního prostředí.

- **Porucha v ochraně ovzduší** - porucha je odchylka od normálního provozu, způsobená závadou, při níž do doby jejího odstranění nemohou být dodrženy emisní limity nebo kdy dochází k poruše zařízení pro snižování emisí. Odstraňování příčiny poruchového stavu je prováděno v souladu se schváleným provozním řádem zdroje emisí.
- **Havárie v ochraně ovzduší** - havárie je nenadálý nebo neočekávaný stav, při němž bezprostředně a výrazně vzrostou emise znečišťujících látek a zdroj nelze zpravidla regulovat ani zastavit běžnými technickými postupy. Za havarijní stav je u všech zdrojů znečišťování ovzduší považováno překročení dvojnásobku emisního limitu a neplnění ustanovení příslušného provozního řádu zdroje.
- **Havárie v ochraně vod** - havarijním zhoršením jakosti vod je závažné zhoršení, popř. ohrožení jakosti vod. Je zpravidla náhlé, nepředvídané a projevuje se zejména závadným zabarvením, zápachem, vytvořením usazenin, olejovým povlakem hladiny nebo pěnou, popřípadě úhynem ryb a jiných organismů. Za mimořádné

závažné ohrožení jakosti vod se považuje ohrožení vzniklé vniknutím závadných látek.

- **Bezpečnost práce** - v případě závažné, život ohrožující havárie nebo události týkající se bezpečnosti práce je prvořadá záchrana osob a prevence vzniku poranění. Pokud dojde k události, kdy bude nutné provádět vyproštění osob nebo jejich vyvedení z ohroženého prostoru, je nutné provádět tyto úkony tak, aby nemohlo dojít k ohrožení dalších osob.
- **Náprava** - náprava je okamžité opatření vedoucí ke stabilizaci provozu, zajištění bezpečnosti a snížení zatížení životního prostředí, zajištění provozuschopnosti a bezpečného provozu zařízení.
- **Preventivní opatření** - opatření vedoucí k odstranění potenciálních příčin, které mohou vést k obdobné neshodě.

6.1.2.7 Ekologická újma

Ekologická újma je tzv. nepříznivá změna přírodního zdroje nebo měřitelné zhoršení jeho funkcí, která se může projevit přímo nebo nepřímo. Jedná se o změnu na:

- Chráněných druhích volně žijících živočichů či planě rostoucích rostlin, která má nepříznivé účinky na dosahování nebo udržování příznivého stavu ochrany.
- Podzemních nebo povrchových vodách, která má nepříznivý účinek na ekologický, chemický nebo množství stav vody.
- Půdě znečištěním, jež představuje závažné riziko nepříznivého vlivu na lidské zdraví v důsledku zavedení látek.

Společnost má zaveden systém dle ČSN EN ISO 14001.

- **Vliv na chráněné druhy volně žijících živočichů a rostlin** - v oblasti společnosti, v samotném areálu či v těsné blízkosti Mondi Štětí se nenachází výskyt chráněných druhů.
- **Vliv na podzemní vody** - skládky odpadu jsou vybaveny tzv. monitorovacími vrty, kde je v pravidelných intervalech sledována kvalita podzemní vody. Výsledky a hodnocení jsou předávány Krajskému úřadu.

- **Vliv na povrchové vody** - odběr vody společnosti je značný, který ale s ohledem na průtoky vody v Labi, nepředstavuje riziko ovlivnění vodních poměrů řeky. Koncentrace vypouštěného znečištění splňuje požadované limity.
- **Vliv na půdu** - v některých oblastech uvnitř areálu se dá předpokládat znečištění půdy z důvodu dřívějšího úniku chemických látek. Vliv na oblast mimo závod či vliv na zdraví je vyloučeno.

6.1.2.8 Zdroje hluku

Cílem je omezování emisí hluku do venkovního prostředí, snižování celkové imise mimo areál závodu, v tzv. ochranném venkovním prostoru, zejména v zástavbě města Štětí. V chráněném venkovním prostoru je limit hluku nastaven následovně:

- Den (6:00 – 22:00) – 50 dB (decibelů)
- Noc (22:00 – 6:00) – 40 dB (decibelů)

Tyto požadavky se vztahují na zařízení emitující, nebo přenášející hluk, zejména pak na čerpadla, motory, ventilátory, potrubí vzduchotechniky a otvory ve fasádách (žaluzie). Hlučná zařízení musí být vybavena hlukovou izolací, protihlukovým krytem, nebo tlumičem hluku. Zmíněné izolace a kryty musí umožňovat bezproblémový přístup k zařízení, snadnou demontovatelnost, dostatečnou ventilaci a splňovat požadavky na kvalitu materiálu. V případě nových zařízení, je maximální přípustná hladina hluku povolena 60 – 85 decibelů. Měření hlučnosti se provádí za účelem zjištění:

- výchozího stavu hladiny hluku v daném prostoru
- hlučnosti nových zařízení
- účinnosti protihlukových opatření
- posouzení vlivu na emisi hluku mimo areál závodu

O výsledcích měření zpracuje autor měření záznam, případně protokol o měření. Záznam musí obsahovat zejména účel měření, čas měření, použitý zvukoměr, výkon zařízení, stručný popis měřicího místa, rušivé vlivy a nejistoty, vyhodnocení výsledků měření.

6.1.2.9 Environmentální dny

Ve společnosti Mondi Štětí se pořádají dva druhy environmentálních dnů, které budou níže blíže představeny.

- **Environmentální den pro úřady** – tento den pořádá zaměstnanec společnosti, který je zodpovědný za environmentální oblast. Na tento den jsou zváni zastupitelé Ústeckého kraje a zastupitelé škol v Ústeckém kraji. Environmentální den v roce 2018 byl zahájen programem pořádaným v lese, kde mohli účastníci shlédnout ukázky z lesního hospodářství. V odpoledních hodinách následovala diskuze na téma “Studie dopravní zátěže“. Dále na této diskusi byli účastníci obeznámeni s vývojem projektu Ecoflex a s aktualitami k rekonstrukci štětského mostu, který bude od dubna 2019 uzavřen a pro mnoho zaměstnanců společnosti zkomplikuje dopravu vedenou několika objíždkami. Dalším tématem na této diskusi bylo vyhlášení výzvy pro Environmentální mikroprojekty.
- **Environmentální mikroprojekty** – výzva je zaměřena na pomoc při realizaci mikroprojektů v rámci zlepšení životního prostředí v obcích a nastartování další úrovně spolupráce s místními komunitami, spolky a sdruženími. Žadatelé navrhnou projekt zaměřený na lokální zlepšení životního prostředí, na který mohou získat spolufinancování od společnosti Mondi Štětí až do výše 30.000,- Kč.
- **Environmentální dny pro zaměstnance a jejich rodiny, neboli Rodinné EKO dny** – tyto dny se pořádají dvakrát ročně, vždy na jaře a podzim. EKO dny jsou pořádány vždy v sobotu a to z důvodu, že se jedná o zcela dobrovolnickou akci, které účastníci věnují čas ve svém volnu. Před konáním a organizací těchto dnů se vytipuje nejlepší místo, které je vhodné zrekultivovat a obohatit. Příklad: Na jaře 2017 byla uklizena černá skládka na cyklostezce, kde na podzim stejného roku bylo umístěno odpočívadlo pro cyklisty. Na jaře 2018 bylo zasazeno přes 900 keřů před areálem Mondi Štětí. Na podzim roku 2018 byl zrekultivován úsek na břehu řeky Labe ve Štětí, který byl doplněn o dřevěné lavičky, domeček pro děti a ohniště.

6.1.3 Vzdělávání

Společnost Mondi je stabilním a dobrým zaměstnavatelem, který poskytuje kvalitní vzdělání a praxi pro absolventy. Společnost Mondi hledá podporu budoucích a potencionálních uchazečů na základních, středních a vysokých školách, popřípadě propojení

s firmami stejného, nebo částečně podobného zaměření. Aby společnost mohla začít blíže spolupracovat se školami a univerzitami, musí být stabilní společností se silnou značkou. Toto propojení je pak pro region oboustranně výhodné, jak z hlediska zaměstnanosti v regionu, tak z hlediska obsazení pracovních míst z pohledu společnosti.

Společnost Mondi se zabývá podporou technického a chemicko-technologického vzdělávání v regionu. Ve spolupráci se základními, středními a vysokými školami se zabývají problémy s nedostatečnou kvalifikací absolventů pro budoucí uplatnění v oboru práce. Mondi Štětí na základě této problematiky bude otevřeno absolventům a uchazečům tím, že i nadále bude pořádat exkurze a zapojovat studenty do firemních akcí. Společnost také začala pravidelně organizovat motivační kampaně a Dny pro studenty, aby zaujala ještě více studentů jakožto své potenciální zaměstnance. Cílem Mondi Štětí je podpořit zaměstnatelnost v regionu a zajistit kvalifikovanou pracovní sílu.

6.1.4 Nástroje externí komunikace

Informace, které jsou určeny pro veřejnost společnost Mondi propaguje třemi způsoby:

- **Mondi TV v knihovně** - jedná se o obrazovku, která je umístěna v Městské knihovně ve Štětí. Obrazovka je vidět z veřejného prostranství, tudíž si ji může všimnout každý kolemjdoucí. Obsahem jsou aktuality poskytované ze společnosti Mondi, informace o odstávkách a aktuální stav emisí. Tato obrazovka má svůj obsah, tedy není závislá na obsahu obrazovek ve společnosti Mondi TV a areálu Mondi.
- **Schůze s vedením města** – schůze jsou pořádány pravidelně, kde zástupce společnosti Mondi představí obsah s plánovanými odstávkami, podá informace o budoucích plánech společnosti apod.
- **Sociální sítě** – Mondi Štětí komunikuje s veřejností také prostřednictvím Facebookových a Instagramových stránek.

6.1.5 Krizová komunikace

Cílem této normy je stanovit pravidla a postupy v komunikaci, kdy dojde ke krizové situaci a zajistit odpovědnost společnosti při řešení těchto situací. Krizová situace je pojem, který je vyvolán krizovým jevem na základě působení negativních sil mimo společnost,

způsobených například provozními vlivy, nebo činností člověka, které významně ohrožují činnost, životy a zdraví nejen zaměstnanců, ale také dotčených osob.

V rámci krizové situace jsou o vývoji ihned informováni cílové skupiny: zaměstnanci, příbuzní zaměstnanců, veřejnost, média, regionální úřady a instituce a obyvatelé regionu. Tyto skupiny jsou informováni prostřednictvím kanálů o haváriích a rizik dle krizové situace.

- **Základní krátká informace pro nejbližší okolí závodu** – do 15 minut od obdržení informace je na internetových stránkách a intranetu společnosti tato krizová situace vyvěšena. Město Štětí je o této situaci informováno prostřednictvím SMS servisu. Informace jsou v průběhu vzniklé škody neustále obnovovány dle vývoje situace.
- **Základní informace pro média** – média jsou průběžně osobně nebo telefonicky informovány o průběhu vzniklé situace. Tuto informaci také obdrží regionální TV.
- **Úplná tisková zpráva o vzniku škody** – tiskové konference probíhají osobně, telefonicky, nebo emailem. Na základě rozsahu škody může být tisková zpráva i v tisku či médiích. Tato úplná tisková zpráva se vydává po schválení tiskové zprávy krizovým štábem.

V případě, že se jedná o havárii většího rozsahu je nutné neprodleně kontaktovat média. Klíčovým médiem je Česká tisková kancelář, která slouží jako jeden z nejdůležitějších zdrojů pro novináře. Dalším zdrojem je regionální kabelová televize.

O krizové události je vždy informováno písemně; písemné vyjádření má podobu vhodnou pro média. Ovšem při informování zástupců regionu bude upřesněno osobní setkání. O negativních událostech je informováno co nejdříve a aktivně a to v případech, kdy událost negativně ovlivní bezpečnost okolí, životní prostředí a město.

Krizová komunikace se rozděluje na přímé a nepřímé formy komunikace. Přímá komunikace je vnímána jako osobní setkání, popřípadě prostřednictvím telefonu či emailu. Nepřímou komunikací je myšleno sdílení informací prostřednictvím intranetu, podnikové elektronické pošty, nebo písemnou informací, která převážně bývá distribuována do jednotlivých závodů, nebo je k dispozici ihned u vchodů do společnosti Mondí.

Krizové scénáře jsou pro účely krizové komunikace děleny do dvou skupin: Rychlé krize a Pomalé krize.

6.2 Zaměstnanci

6.2.1 Benefitní programy z Mondí (for)Life

Program Mondí (for) Life se řídí následujícím oficiálním heslem:

„Příznivý duševní a zdravotní stav je podmínkou úspěšné práce, výkonu a bezpečnosti“⁴³.

Nový zaměstnanecký projekt, který byl představen roku 2014, se zaměřuje na podporu zdravého životního stylu ve společnosti Mondí Štětí a.s. Myšlenkou tohoto projektu je přimět zaměstnance, aby své způsoby chování změnili ve vztahu k životnímu stylu. Tento program je určen pro zaměstnance Mondí Štětí a.s. a jejich rodiny, ale také zájemcům, kteří se stanou členy Mondí (for) Life Club.

Projekt je rozdělen do tří hlavních klíčových oblastí:

- **Aktivace** – hlavní myšlenkou týmu Mondí (for) Life je, že každý zaměstnanec si v rámci rozvoje zdraví a duševního stavu zaslouží zájem a úsilí společnosti. Na základě výsledků průzkumu a interní komunikace se zaměstnanci byly definovány základní oblasti, kterým by měla společnost věnovat pozornost. Jedná se o stravovací návyky, zdravotní péči a rovnováhu mezi pracovním a soukromým životem. Společnost na základě těchto oblastí zrealizovala řadu aktivit – vzdělávací kampaň, formy zpětné vazby, zdravá výživa ve společnosti, prodejní automaty se zdravější nabídkou občerstvení.
- **Zapojení** – zapojení zaměstnanců v Mondí (for) Life do projektů. Pro společnou komunikaci byl založen portál www.zitmebavi.cz, kde mohou zaměstnanci předkládat své návrhy a kde jsou zveřejňovány informace. Na základě této oblasti byla založena kampaň Mondí (for) Life dětem s cílem zapojit děti zaměstnanců do aktivit.

⁴³ Interní zdroje Mondí Štětí a.s.

- **Podpora** – každý člen se může stát trenérem činnosti, kterou si sám zvolí. Trenéři si sami připravují a organizují aktivity pro své kolegy. Od ledna 2015 rozšířil tým Mondí (for) Life svou škálu o podporu skupiny trenérů.

Cílem tohoto projektu je především seznámit zaměstnance se zdravým životním stylem, přimět je, aby aktivně provozovali tento styl a aby se o danou problematiku více zajímali. Toto vše jim umožní zvýšit a zlepšit jak fyzickou, tak i duševní kondici. Mezi cíle se řadí:

- **obecné cíle** – předejít negativním trendům ve společnosti
- **odpověď na aktuální situaci** – zdůraznit zásady péče o životní prostředí při velkých projektech s výrazným zvýšením pracovní zátěže
- **zvláštní cíle** – změna v chování zaměstnanců ve vztahu ke zdravému životnímu stylu, motivace zaměstnanců k přijetí zodpovědného přístupu k sobě, ale i okolnímu prostředí

Mondí (for) Life Club

Jedná se dobrovolný klub zaměstnanců Mondí Štětí, kteří prostřednictvím tohoto klubu mohou získat nabídky na aktivity spojené se zdravým životním stylem. Mondí (for) Life Club zahrnuje aktivity jako jsou například výlety pro členy klubu a jejich rodiny na lyže, příměstské tábory pro děti ve spolupráci s DDM Štětí, nebo také měsíc relaxace – zájezdy do divadel, keramické workshopy v DDM Štětí a mnoho dalších.

Mondí (for) Life Club dětem

Tento projekt se snaží do aktivit více zapojit děti členů Mondí (for) Life. Na základě tohoto projektu byly vytvořeny maskoti, tým zajíce a veverky. Obě tato zvířata byla vytvořena za účelem zdravého životního stylu – obě jsou čiperná, zdravě se stravující a děti je mohou vidět v lese.

Klubovna Mondí (for) Life

Členové Mondí (for) Life Clubu mohou požádat o finanční příspěvek na zaměstnancem organizované aktivity týkající se zdravého životního stylu. Podmínkou pro získání finančního příspěvku formou daru k podpoře aktivit a akcí je, že o tento příspěvek

může zažádat “kouč“, ke kterému se připojí minimálně 5 dalších členů Mondí (for) Life Clubu nebo jejich dětí.

6.2.2 Odměňování a benefity

6.2.2.1 Odměňování

Zaměstnanci společnosti Mondí Štětí a.s. mají smluvní mzdu stanovenou dle dohody o mzdě. Zaměstnanci se dělí do čtyř kategorií: SP II dělnické profese, SP I technicko - administrativní profese, SP vyšší technické profese, MS I a MS II manažerské profese. Základní mzda je podkladem pro výpočet prémie. Zaměstnancům, kteří pracují ve směnném provozu, tedy i v noci a o víkendu náleží paušální příplatek ve výši 3 500 Kč. V případě práce přesčas je dle Zákoníku práce příplatek ve výši 25%, za pracovní pohotovost 20% a příplatek za Vánoce či Silvestr činí 750 Kč/směnu.

Zaměstnanci v kategorii SP I a SP II mají nárok na prémie, a to ve výši 10 % ze základní mzdy, která je jim vyplácena čtvrtletně. Na bonus mají nárok zaměstnanci v kategoriích SP, MS II a MS I. Jedná se o nenárokovou částku ve výši 25 % ze základní mzdy. Pro kategorie SP je bonus vyplácen čtvrtletně, pro kategorie MS II a MS I ročně.

Mimořádné prémie ve výši 2,5 % ze základní měsíční mzdy jsou vypláceny pouze v případě splnění zisku společnosti (EBIT), nebo na základě rozhodnutí generálního ředitele. Další možné odměny jsou popsány níže:

Odměny:

- **Výkonnostní odměny** - náleží zaměstnancům v kategoriích SP, SP I a SP II. Odměny jsou uděleny na měsíční, nebo čtvrtletní bázi. Maximální odměna je udělena ve výši 2 000 Kč v daném měsíci, případně čtvrtletí.
- **Odměny při zaměstnaneckém výročí** – odměna se vyplácí všem zaměstnancům společnosti Mondí po nepřetržitém odpracování daných let, vyjma mateřské a rodičovské dovolené.

Tabulka 4 - Odměny při zaměstnaneckém výročí

Odpracované roky	Odměna
3 roky	5 000 Kč
5 let	8 280 Kč
10 let	10 810 Kč
15 let	13 340 Kč
20 let	15 870 Kč
25 let	18 400 Kč
30 let	20 930 Kč
35 let	23 460 Kč
40 let	25 990 Kč
45 let	28 520 Kč

Zdroj: Interní zdroje Mondy Štětí a.s., vlastní zpracování

- **Odměny při skončení pracovního poměru odchodem do důchodu** – odměna se vyplácí všem zaměstnancům při odchodu do důchodu. Výše odměny je stanovena dle hrubých průměrných mezd odpracovaných let.
- **Odměna za doporučení nového zaměstnance** – pro stávající zaměstnance, kteří doporučí nového kolegu na volnou pracovní pozici, ten nastoupí do pracovního poměru a jeho pracovní poměr neskončí ve zkušební době, je vyplácena jednorázová odměna ve výši 10 000 Kč čistého.

6.2.2.2 Benefity

- **Příspěvek na dopravu** – příspěvek pro zaměstnance, kteří denně dojíždějí do zaměstnání 8 km a více. Výše měsíčního příspěvku v hrubém.

Tabulka 5 - Příspěvek na dopravu

Vzdálenost	Příspěvek
8 -20 km	500 Kč
21 - 40 km	1 000 Kč
Nad 40 km	2 000 Kč

Zdroj: Interní zdroje Mondy Štětí a.s., vlastní zpracování

- **Příspěvek na zdravotní prevenci, sport a dovolenou** – po dobu platnosti tzv. Kolektivní smlouvy činí příspěvek ve výši 7 000 Kč ročně. Novým zaměstnancům je tento příspěvek vyplácen až po zkušební době.
- **Příspěvek na dětskou rekreaci** – pro děti zaměstnanců, kteří neukončili školní docházku, náleží příspěvek ve výši 200 Kč/den, např. na dětské tábory, školy v přírodě, ozdravné pobyty aj.

- **Dovolená 5 týdnů** – každý zaměstnanec má nárok na 5 týdnů dovolené v jednom kalendářním roce.
- **Zkrácená pracovní doba** – zaměstnanci Mondí Štětí mají zkrácenou pracovní dobu na 37,5 hod/týdně.
- **Akce pro celou rodinu** – na základě podpory souladu pracovního a rodinného života, pořádá společnost akce pro zaměstnance a jejich rodiny, např. bezplatný příměstský tábor, sportovní akce, aj.
- **Bezúročné půjčky** – pro zaměstnance, kteří ve společnosti pracují déle než 1 rok, jsou v případě potřeby připraveny půjčky s nulovým úrokem. Jedná se o půjčky za účelem: pořízení bytu či domu do 100 000 Kč, stavební úpravy domku a bytu do 50 000 Kč, obnovy bydlení v případě živelné pohromy do 500 000 Kč, překlenutí mimořádné finanční tísně do 10 000 Kč, úhrady školného do výše 10 000 Kč a úhrady za lékařský zákrok zaměstnance do 20 000 Kč. Splatnost půjčky je od jednoho roku do šesti let.

6.2.3 Zaměstnanecký průzkum

Každé dva roky se ve společnosti Mondí provádí zaměstnanecký průzkum, který je zaměřen na spokojenost / nespokojenost zaměstnanců. Pomocí tohoto průzkumu se zjišťuje, zda společnost přispívá ke zkvalitnění a plnění projektu a k dosažení pokroku, který klade důraz na firemní hodnoty a kulturu. Na základě zpětné vazby byla, nebo jsou přijata různá opatření. Připomínky zaměstnanců jsou pro firmu velmi důležité a cenné, jelikož právě pomocí těchto připomínek je zjištěno, jakého pokroku bylo dosaženo či naopak, kde je potřeba více snahy. Průzkum obsahuje přibližně 50 otázek, dle kterých se zjišťují kulturní charakteristiky a hodnoty. Zaměstnanci tento průzkum vyplňují online formou a zcela anonymně.

Porovnání výsledků zaměstnaneckého průzkumu z roku 2016 a 2018.

V roce 2016 se průzkumu zúčastnilo celkem 71% zaměstnanců, což bylo o 11% méně než v roce 2018, kdy se průzkumu zúčastnilo 82% zaměstnanců. Společnost má zájem o další nárůst účastníků v průzkumu v dalších letech, aby byly výsledky ještě více vypovídající.

Na základě průzkumu z roku 2016 lze vidět zlepšení v mnoha oblastech, ale v několika bodech i přes pozitivní posun jsou znát příležitosti pro další zlepšení. Jaké jsou hlavní příležitosti pro zlepšení?

- **informace** – společnost aktivně nevyhledává dostatek informací
- **pravomoci** – nedostatečná pravomoc pro výkon své práce
- **spolupráce** – vidina zlepšení spolupráce mezi jednotlivými úseky
- **odpovědnost** – neochota připustit osobní odpovědnost

Příklady akčního plánu společnosti Mondi Štětí a.s.⁴⁴:

- Zavedeme den otevřených dveří manažerů.
- Zveřejníme ucelený program zaměstnaneckých výhod.
- Zavedeme náhodné testy na alkohol při vstupu do areálu.
- Obsadíme volná pracovní místa a snížíme přesčasy.

6.2.4 Nástroje interní komunikace

Mondi Štětí využívá mnoho metod pro předávání informací vně podniku.

- **Email** - nejčastější nástroj pro šíření aktuálních informací a kampaní.
- **Mondi TV** - po areálu společnosti jsou rozmístěné televizory, na kterých mohou zaměstnanci shlédnout aktuální obsah, od kampaně, událostí, výsledků firmy až po dny bez úrazu.
- **Časopis SÍTO** - magazín, který vychází čtvrtletně, kde se zaměstnanci dozvídají o událostech, které již proběhly. Dále jsou zde pozvánky na události, které se

⁴⁴ Interní zdroje Mondi Štětí a.s.

chystají, výsledky a výročí společnosti, rozhovory s generálním ředitelem a zaměstnanci, soutěže a v neposlední řadě také přílohy pro děti.

- **Billboardy** – v areálu společnosti se nachází celkem tři billboardy, které se využívají k propagaci aktuálních kampaní a bezpečnosti.
- **SharePoint** – jedná se o interní web, kde jsou k dispozici veškeré interní dokumenty, aplikace, seznam zaměstnanců, aktuální obsah TV Mondí. Na tento portál se může přihlásit každý zaměstnanec prostřednictvím svých přihlašovacích údajů, které mu byly přiděleny.
- **Setkání se zaměstnanci** – toto setkání se koná každý rok v podzimních měsících. Této akce se může zúčastnit každý zaměstnanec společnosti Mondí Štětí. Vedení společnosti představí shrnutí roku, aktuální informace a plány do budoucna. Na konci každého setkání je prostor pro dotazy, které mohou zaměstnanci pokládat osobně, nebo anonymně před setkáním.
- **Den otevřených dveří manažerů** – každý měsíc má jeden člen z vedení společnosti tzv. Den otevřených dveří. Zaměstnanci si mohou domluvit osobní setkání a projednat s daným manažerem dotazy, o které se zajímá.
- **Infocentrum Mondí** – infocentru bylo zřízeno v roce 2017. Slouží nejen zaměstnancům, ale i veřejnosti.
- **Kampaně na osobní vrátnici** – v případě, že chce společnost Mondí více zviditelnit svou kampaň, jsou na osobní vrátnici hostesky, které danou kampaň po dobu jednoho až třech dnů propagují.

7 Zhodnocení výsledků a doporučení

Následující kapitola je věnována kvantitativnímu výzkumu, které probíhalo na základě dotazníkového šetření, pomocí něhož byly získány informace potřebné k vyhodnocení vhodných návrhů, opatření a opravných prostředků pro společnost Mondi Štětí a.s. Tato navržená opatření by měla vést ke spokojenosti respondentů a zvýšení konkurenční výhody společnosti. Výzkumné šetření probíhalo mezi veřejností ve městě Štětí, ale také mezi zaměstnanci společnosti Mondi Štětí.

7.1 Zhodnocení výsledků

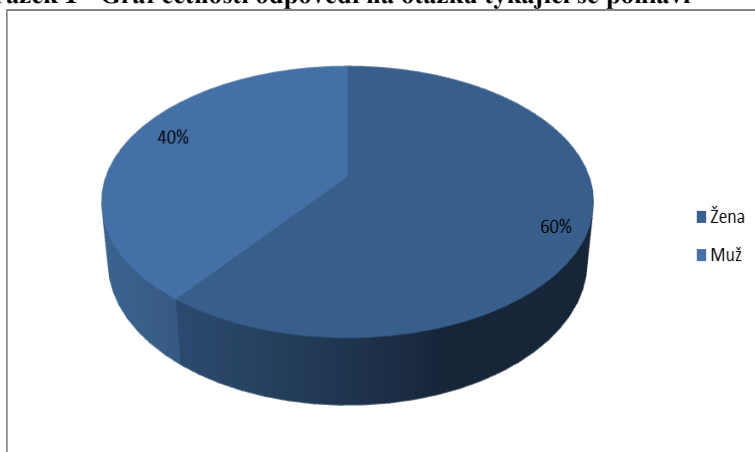
Cílem výzkumného šetření bylo zjistit a zhodnotit, jakým způsobem je vnímána společenská odpovědnost firmy. Výzkum probíhal v měsících leden a únor roku 2019. Pro sběr odpovědí bylo zvoleno osobní dotazování. Většina dotazníků byla předávána a konzultována osobně. Otázky v dotazníku byly formulovány tak, aby byly všem dotazujícím srozumitelné.

Při zpracování výsledků byl použit program Microsoft Excel, který napomohl při vytváření grafů a tabulek.

7.1.1 Struktura respondentů

Pro účely tohoto výzkumu byla vybrána cílová skupina, kterou tvořili respondenti, převážně obyvatelé města Štětí či dotazovaní z blízkého okolí. Celkem bylo osloveno 70 respondentů. Z celkového počtu 58 platných responsí dotazník vyplnilo 35 žen (60 %) a 23 mužů (40 %). Viz obrázek č. 1.

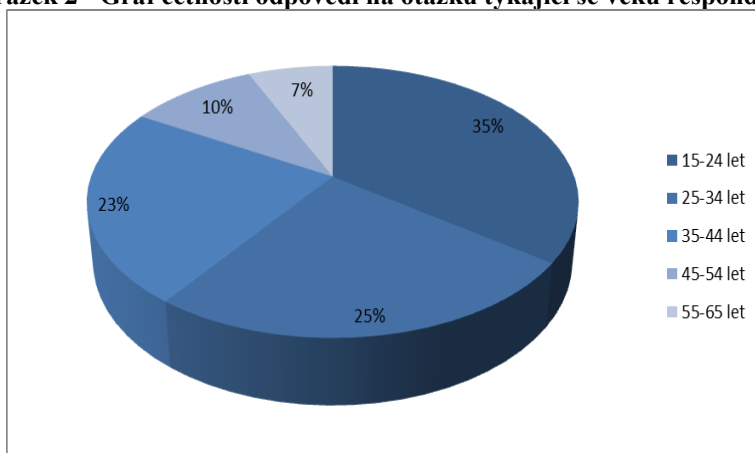
Obrázek 1 - Graf četnosti odpovědí na otázku týkající se pohlaví



Zdroj: vlastní zpracování

Největší zastoupení měla skupina ve věku 15 – 24 let, celkem 21 respondentů (35 %), následovala věková kategorie 25 – 34 let, celkem 15 respondentů (25 %), 14 respondentů (23 %) ve věku 35 – 44 let, 6 respondentů (10 %) ve věku 45 – 54 let a 4 respondenti (7 %) ve věku 55 – 65 let. Viz obrázek č. 2.

Obrázek 2 - Graf četnosti odpovědí na otázku týkající se věku respondentů

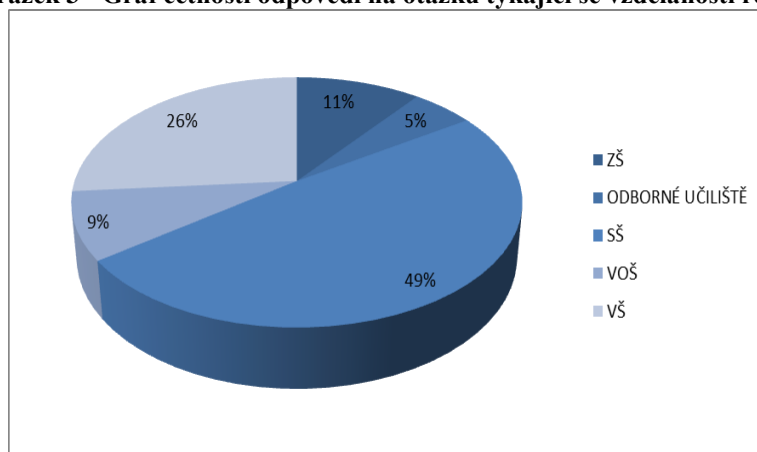


Zdroj: vlastní zpracování

Z celkového počtu dotazovaných dosáhlo 28 respondentů (49 %) nejvyššího středoškolského vzdělání, následovalo vysokoškolské vzdělání, celkem 15 respondentů (26 %), 6 respondentů (11 %) dosáhlo studia základního, 5 respondentů (9 %) dosáhlo vyššího odborného studia a v neposlední řadě 4 respondenti (5 %) dosáhli studia na odborném učilišti.

Viz obrázek č. 3.

Obrázek 3 - Graf četnosti odpovědí na otázku týkající se vzdělanosti respondentů



Zdroj: vlastní zpracování

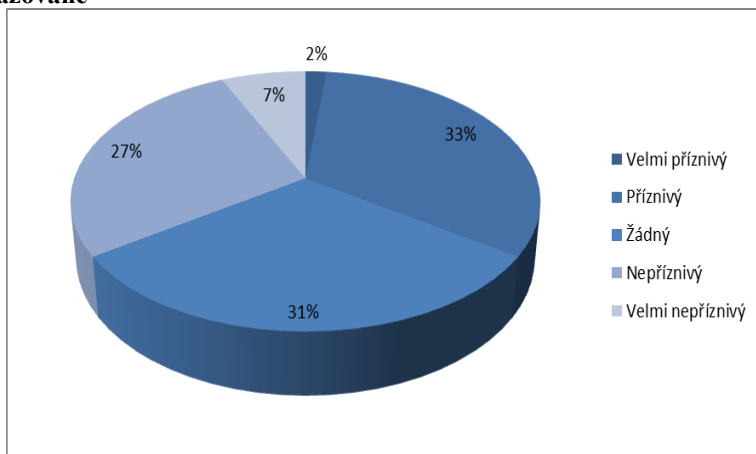
7.1.2 Zhodnocení výsledků dotazníku

Otázka č. 1: Jaký dojem ve Vás vyvolává společnost Mondí?

- a) Velmi příznivý
- b) Příznivý
- c) Žádný
- d) Nepříznivý
- e) Velmi nepříznivý

Na tuto otázku respondenti odpovídali pomocí smajlíků spokojenosti. Z celkového počtu respondentů 58 působí společnost na 1 respondenta (2 %) velmi příznivě. Na 19 respondentů (33 %) působí příznivě. Na 18 respondentů (31%) nevyvolává společnost žádný dojem. 16 respondentů (27 %) je přesvědčeno o nepříznivém dojmu a v neposlední řadě na 4 respondenty (7 %) vyvolává společnost velmi nepříznivý dojem. Viz obrázek č. 5.

Obrázek 4 - Graf četnosti odpovědí na otázku týkající se dojmu, který společnost Mondí Štětí vyvolává na dotazované



Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 2: Pracujete/pracoval(a) jste ve společnosti Mondí? Pokud ano, jaký byl hlavní důvod pro výběr právě této společnosti?

- a) Ano
- b) Ne

47 respondentů (81 %) uvedlo, že ve společnosti nikdy nepracovali/nepracují. Naproti tomu 11 respondentů (19 %) ve společnosti pracovalo/pracuje. Nejčastějším důvodem, proč si pro své zaměstnání vybrali společnost Mondí Štětí, byla malá vzdálenost společnosti od jejich domova.

Otázka č. 3: Máte dostatečné a obecné informace o sociální oblasti společnosti Mondí (např. zdraví, bezpečnost, vzdělávání)?

- a) Ano
- b) Ne

26 respondentů (45 %) odpovědělo, že mají dostatečné a obecné informace. Zbýlých 32 respondentů (55 %) uvedlo, že takovéto informace nemá.

Otázka č. 4: Máte dostatečné a obecné informace o environmentální oblasti společnosti Mondí (např. ochrana životního prostředí)?

- a) Ano
- b) Ne

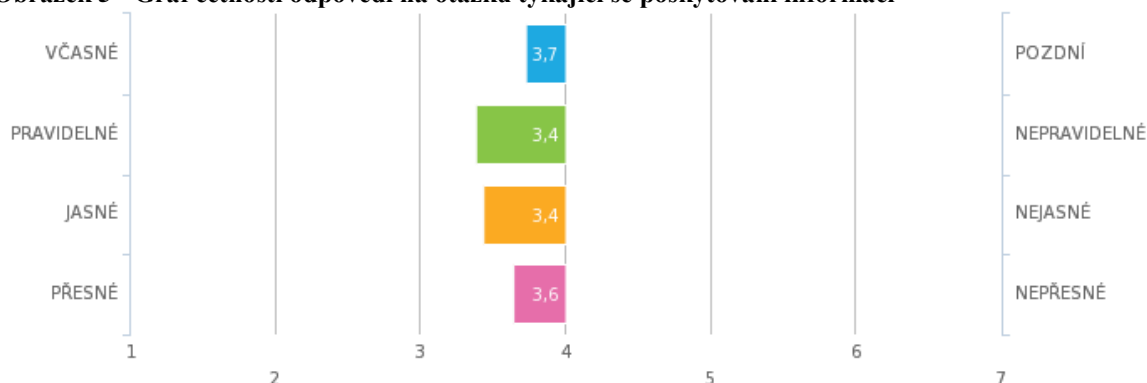
Pouze 16 respondentů (28 %) odpovědělo, že mají dostatečné a obecné informace. Zbylých 42 respondentů (72 %) uvedlo, že takovéto informace nemá.

Otázka č. 5: Poskytuje společnosti Mondí včasné, pravidelné, jasné a přesné informace?

VČASNÉ	1	2	3	4	5	6	7	POZDNÍ
PRAVIDELNÉ	1	2	3	4	5	6	7	NEPRAVIDELNÉ
JASNÉ	1	2	3	4	5	6	7	NEJASNÉ
PŘESNÉ	1	2	3	4	5	6	7	NEPŘESNÉ

Odpověď na tuto otázku byla sestavena prostřednictvím sémantického diferenciálu. U této otázky odpovídali respondenti, dá se říci, většinou obdobně. Nejčastěji respondenti obdrží pravidelné a jasné informace, následují informace přesné a v neposlední řadě jsou respondenti toho názoru, že by společnost mohla poskytovat včasější informace. Viz obrázek č. 9

Obrázek 5 - Graf četnosti odpovědí na otázku týkající se poskytování informací



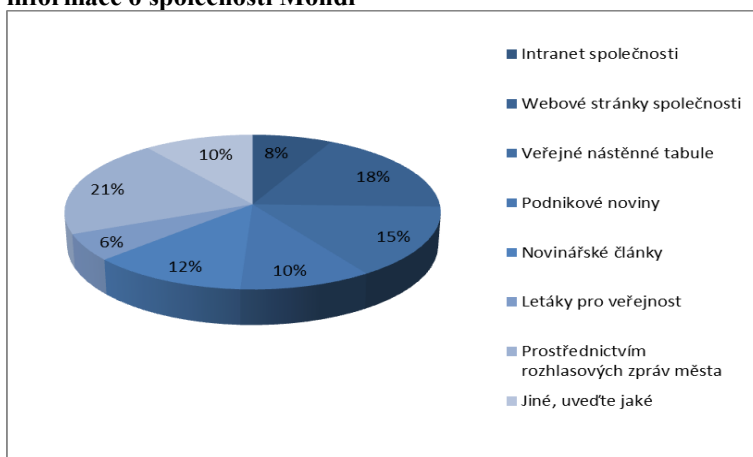
Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 6: Prostřednictvím jakých zdrojů získáváte informace o společnosti Mondí?

- Intranet společnosti
- Webové stránky společnosti
- Veřejné nástěnné tabule
- Podnikové noviny
- Novinářské články
- Letáky pro veřejnost
- Prostřednictvím rozhlasových zpráv města
- Jiné, uveďte jaké

U této otázky měli respondenti možnost vybrat více odpovědí, tudíž celkový počet odpovědí se nerovnal počtu dotazovaných. 22 respondentů (21 %) uvedlo, že nejvíce využívaným zdrojem jsou rozhlasové zprávy města. 19 respondentů (18 %) získává informace prostřednictvím webových stránek společnosti, 16 respondentů (15 %) prostřednictvím veřejných nástěnných tabulí, 13 respondentů (12 %) dává přednost novinářským článkům, 11 respondentů (10 %) využívá k získávání informací podnikové noviny, 8 respondentů (8 %) získává informace prostřednictvím intranetu společnosti a 6 respondentů (6 %) dává přednost letákům pro veřejnost. 11 respondentů (10 %) uvedlo, že získávají informace pomocí jiných zdrojů, kterými jsou sociální síť Facebook, exkurze VOŠ obalové techniky Štětí a také známé respondentů či místostarosta města Štětí. Viz obrázek č. 10.

Obrázek 6 - Graf četnosti odpovědí na otázku týkající se prostřednictvím jakých zdrojů jsou získávány informace o společnosti Mondí



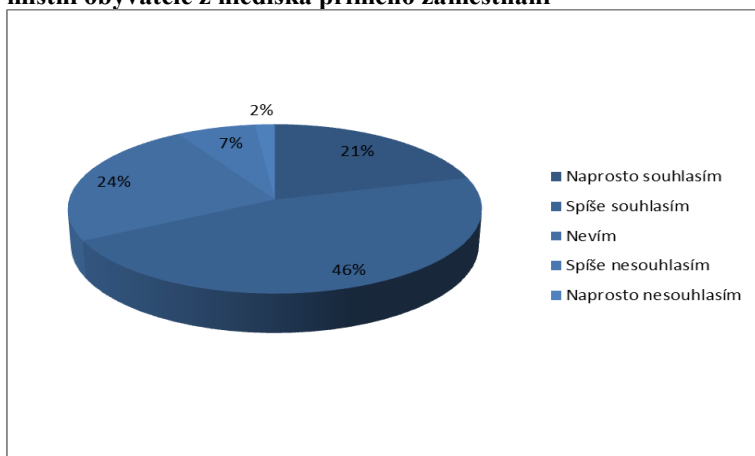
Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 7: Myslíte si, že společnost Mondí poskytuje pro místní obyvatele dobré pracovní příležitosti z hlediska přímého zaměstnání?

- Naprostou souhlasím
- Spíše souhlasím
- Nevím
- Spíše nesouhlasím
- Naprostou nesouhlasím

27 respondentů (46 %) spíše souhlasí s tvrzením, že společnost Mondí poskytuje pro místní obyvatele dobré pracovní příležitosti. Oproti tomuto tvrzení 14 respondentů (24 %) vůbec nemá o těchto pracovních příležitostech tušení. 12 respondentů (21 %) s tímto tvrzením naprosto souhlasí, naopak 4 respondenti (7 %) spíše nesouhlasí. Pouze 1 respondent (2 %) s tímto tvrzením zásadně nesouhlasí. Viz obrázek č. 11.

Obrázek 7 - Graf četnosti odpovědí na otázku týkající se poskytování dobrých pracovních příležitostí pro místní obyvatele z hlediska přímého zaměstnání



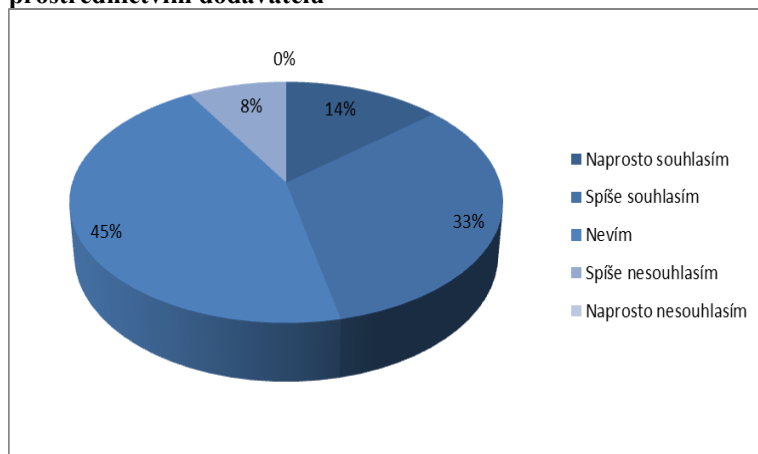
Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 8: Společnost Mondi poskytuje dobré pracovní příležitosti prostřednictvím svých dodavatelů a tím i pro místní obyvatele.

- a) Naprosto souhlasím
- b) Spíše souhlasím
- c) Nevím
- d) Spíše nesouhlasím
- e) Naprosto nesouhlasím

26 respondentů (45 %) vůbec nemá o těchto pracovních příležitostech ponětí, tedy s daným tvrzením naprosto nesouhlasí. 19 respondentů (33 %) s tímto tvrzením spíše souhlasí, naopak 5 respondentů (8 %) s tímto tvrzením spíše nesouhlasí. 8 respondentů (14 %) s tímto tvrzením naprosto souhlasí. Viz obrázek č. 12.

Obrázek 8 - Graf četnosti odpovědí na otázku týkající se poskytování dobrých pracovních příležitostí prostřednictvím dodavatelů

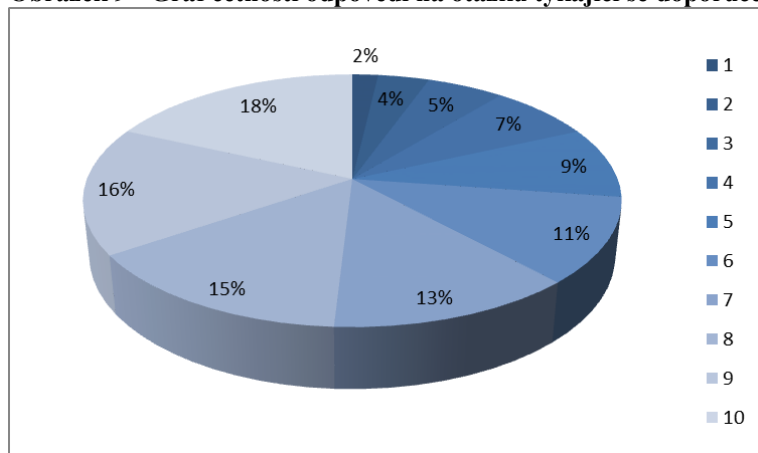


Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 9: Doporučil (a) byste společnost Mondí jako zaměstnavatele pro své přátele či rodinu?

Na tuto otázku respondenti odpovídali pomocí hvězdičkového hodnocení. Na stupnici 1 až 10, přičemž 1 hvězdička znamenala nedoporučení, naopak 10 hvězdiček doporučení. Zda by respondenti doporučili pracovat ve společnosti svým přátelům či rodině jsme se z dotazování mnoho nedozvěděli. Nejčastější odpovědí bylo 5 hvězdiček (18 %). Viz obrázek č. 13.

Obrázek 9 - Graf četnosti odpovědí na otázku týkající se doporučení společnosti



Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 10: Proč byste doporučil(a)/nedoporučil(a) společnost Mondí?

Tato otázka byla formulována tak, aby respondenti mohli otevřeně odpovídat. Respondenti, kteří by společnost Mondí doporučili, tak jen z důvodu dobrého platového

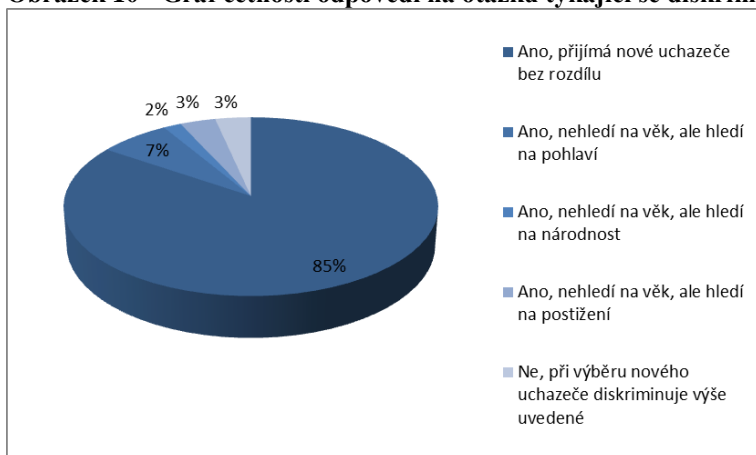
ohodnocení. Naopak by společnost nedoporučili převážně kvůli častému zápachu, kterým je okolí společnosti často postihnuto. Jednou z odpovědí, proč by nebyla společnost doporučena je, že: „přítel je neustále v práci s tím, že se mu směny mění ze dne na den třeba i 4x do týdne, má 7dnů po sobě 12hodinové směny, podle mě to porušuje zákoník práce. Takový člověk chodí do práce unavený a demotivovaný, hrozí pracovní úraz, nemoc, apod.“.

Otázka č. 11: Řekl (a) byste, že společnost Mondí při výběru nového uchazeče nediskriminuje z hlediska pohlaví, národnosti, postižení a věku?

- Ano – přijímá nové uchazeče bez rozdílu
- Ano – nehledí na věk, ale hledí na pohlaví
- Ano – nehledí na věk, ale hledí na národnost
- Ano – nehledí na věk, ale hledí na postižení
- Ne – při výběru nového uchazeče diskriminuje výše uvedené

49 respondentů (85 %) je přesvědčeno, že společnost přijímá uchazeče bez rozdílu. Oproti tomu si 4 respondenti (7 %) myslí, že společnost sice nehledí na věk, ale hledí na pohlaví. 2 respondenti (3 %) jsou toho názoru, že společnost nehledí na věk, ale hledí na postižení. 2 respondenti (3 %) si myslí, že společnost při výběru nového uchazeče diskriminuje výše zmíněné. Pouze 1 respondent (2 %) si myslí, že společnost nehledí na věk, ale hledí na národnost. Viz obrázek č. 14.

Obrázek 10 - Graf četnosti odpovědí na otázku týkající se diskriminace při přijímání nového uchazeče



Zdroj: vlastní zpracování

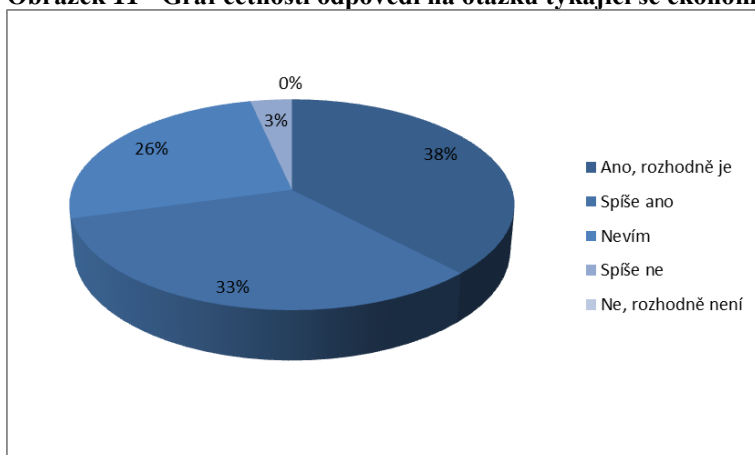
Otázka č. 12: Společnost Mondí je silná z hlediska ekonomického.

- Ano, rozhodně je
- Spíše ano
- Nevím

- d) Spíše ne
- e) Ne, rozhodně není

22 respondentů (38 %) je toho názoru, že společnost Mondi je velmi silná z ekonomického hlediska. Následováno 19 respondenty (33 %), kteří si myslí, že společnost je spíše silná z ekonomického hlediska. 15 respondentů (26 %) nebylo na tuto otázku schopno odpovědět, tudíž volili odpověď nevím. Pouze 2 respondenti (3 %) uvedli, že společnost spíše není silná z hlediska ekonomického. Poslední možnou odpověď nevolil žádný z dotazovaných. Viz obrázek 15.

Obrázek 11 - Graf četnosti odpovědí na otázku týkající se ekonomického hlediska



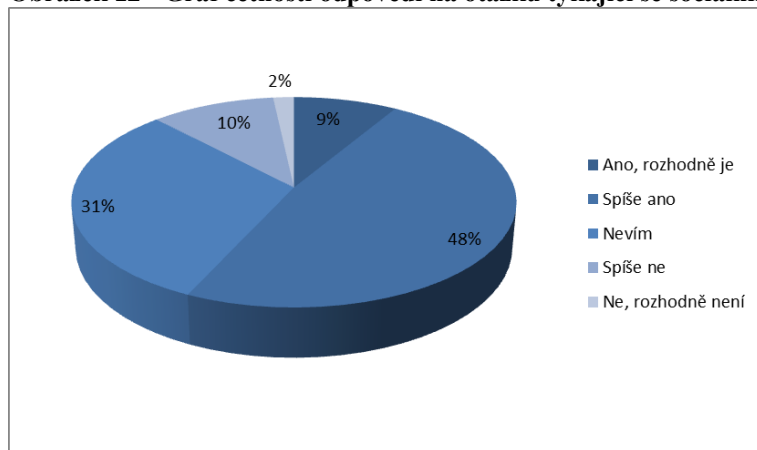
Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 13: Společnost Mondi je silná z hlediska sociálního.

- a) Ano, rozhodně je
- b) Spíše ano
- c) Nevím
- d) Spíše ne
- e) Ne, rozhodně není

28 respondentů (48 %) odpovědělo, že společnost je spíše silná z hlediska sociálního. 18 respondentů (31 %) na tuto otázku nebylo schopno odpovědět, volili odpověď nevím. Oproti tomu si 6 respondentů (10 %) myslí, že společnost není z hlediska sociálního až tak silná. 5 respondentů (9 %) jsou naprosto přesvědčeni o silnosti z hlediska ekonomického. Jen 1 respondent (2 %) uvedl, že společnost rozhodně z tohoto hlediska silná není. Viz obrázek č. 16.

Obrázek 12 - Graf četnosti odpovědí na otázku týkající se sociálního hlediska



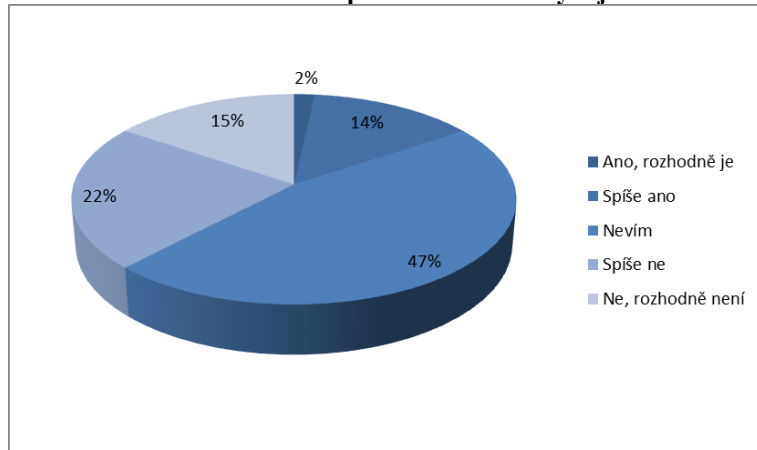
Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 14: Společnost Mondí je silná z hlediska zdraví.

- a) Ano, rozhodně je
- b) Spíše ano
- c) Nevím
- d) Spíše ne
- e) Ne, rozhodně není

27 respondentů (47 %) na tuto otázku nebylo schopno odpovědět, volili tedy odpověď nevíím. Oproti tomu si 13 respondentů (22 %) myslí, že společnost není z hlediska zdraví až tak silná. 9 respondentů (15 %) uvedlo, že společnost rozhodně z tohoto hlediska silná není. 8 respondentů (14 %) spíše souhlasí s tvrzením, že společnost je silná z hlediska zdraví. Pouze 1 respondent (2 %) uvedl, že je společnost z tohoto hlediska rozhodně silná. Viz obrázek č. 17.

Obrázek 13 - Graf četnosti odpovědí na otázku týkající se zdraví



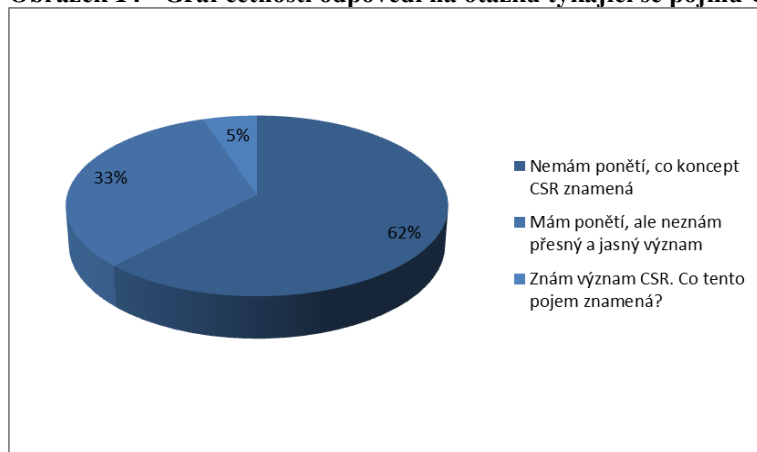
Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 15: Víte, co si představit pod pojmem společenská odpovědnost, neboli CSR?

- a) Nemám ponětí, co koncept CSR znamená
- b) Mám ponětí, ale neznám přesný a jasný význam
- c) Zním význam CSR. Co tento pojem znamená?

Převážná většina dotazovaných, celkem 36 respondentů (62 %) se s pojmem společenská odpovědnost, neboli CSR nikdy nesešla, tudíž nemají ponětí, co pojem CSR vůbec znamená. 19 respondentů (33 %) má o CSR ponětí, ale nezná jeho přesný a jasný význam. Pouze 3 respondenti (5 %) znají význam CSR a byli schopni odpovědět, co tento pojem znamená. Shodli se, že se jedná o angažovanost společnosti v environmentálních a sociálních aktivitách. Viz obrázek č. 18.

Obrázek 14 - Graf četnosti odpovědí na otázku týkající se pojmu CSR



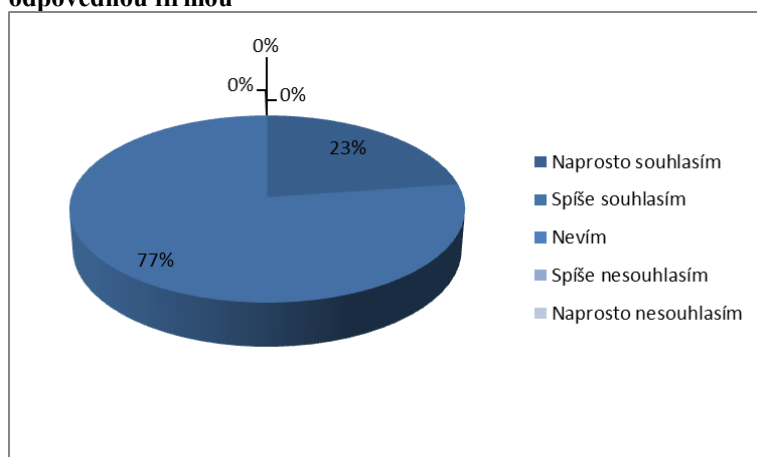
Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 16: Pokud jste na otázku výše odpověděl (a), že znáte význam CSR, myslíte si, že Mondi je společensky odpovědnou firmou?

- a) Naprosto souhlasím
- b) Spíše souhlasím
- c) Nevím
- d) Spíše nesouhlasím
- e) Naprosto nesouhlasím

Na tuto otázku bylo schopno odpovědět pouze 22 respondentů (100 %). 17 respondentů (77 %) odpovědělo, že je společnost spíše společensky odpovědnou firmou. Naopak 5 respondentů (23 %) naproto souhlasí s tvrzením, že je společnost Mondi společensky odpovědnou firmou. Viz obrázek č. 19.

Obrázek 15 - Graf četnosti odpovědí na otázku týkající se, zda je společnost Mondi společensky odpovědnou firmou



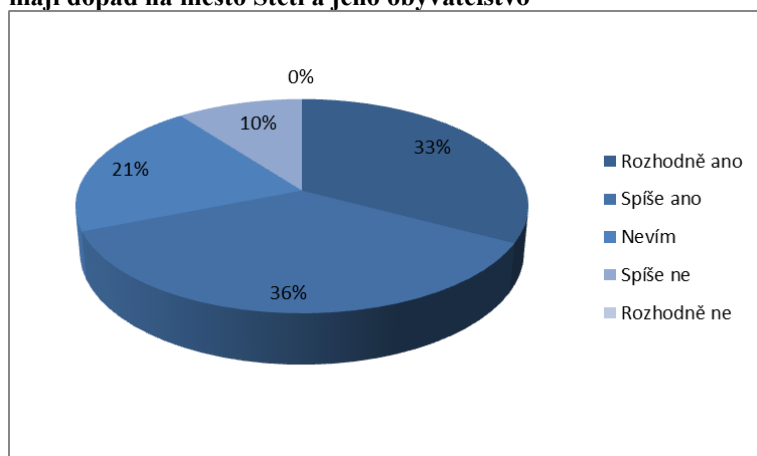
Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 17: Myslíte si, že aktivity v rámci společenské odpovědnosti firmy Mondi mají dopad na město Štětí a jeho obyvatelstvo?

- a) Rozhodně ano
- b) Spíše ano
- c) Nevím
- d) Spíše ne
- e) Rozhodně ne

21 respondentů (36 %) je toho názoru, že aktivity v rámci společenské odpovědnosti firmy Mondi mají spíše dopad na město Štětí a jeho obyvatelstvo. Oproti tomu je 19 respondentů (33 %) rozhodně přesvědčeno o dopadu aktivit na město Štětí a jeho obyvatelstvo. Opět na tuto otázku nedokázalo odpovědět 12 respondentů (21 %), a tak volili odpověď 'nevím'. 6 respondentů (10 %) si myslí, že aktivity v rámci společenské odpovědnosti spíše nemají dopad na město Štětí a jeho obyvatelstvo. Poslední možnou odpověď nevolil žádný dotazovaný. Viz obrázek č. 20.

Obrázek 16 - Graf četnosti odpovědí na otázku týkající se aktivit v rámci společenské odpovědnosti, které mají dopad na město Štětí a jeho obyvatelstvo



Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 18: Slyšel(a) jste o sociálně odpovědném programu Patriot?

- a) Ano
- b) Ne

Na tuto otázku odpovědělo 39 respondentů (67 %), kteří o odpovědném programu Patriot neslyšeli. Naopak 19 respondentů (33 %) o tomto programu již někdy slyšeli.

Otázka č. 19: Pokud jste na otázku výše odpověděl(a) ANO, víte k čemu je program Patriot určen?

Tato otázka byla položena tak, aby respondenti mohli otevřeně odpovídat. Jednou z nejčastějších odpovědí bylo financování do předem vybraných projektů. Tyto projekty jsou navrženy zaměstnanci, kteří usilují o získání finančních prostředků pro své organizace, sdružení či sportovní akce. Následně jsou projekty schváleny schvalovací komisí, která se skládá z vedení společnosti.

Otázka č. 20: Víte, že společnost Mondi hledá nové uchazeče o pracovní pozice i prostřednictvím spolupráce (prezentací) se školami či univerzitami?

- a) Ano
- b) Ne

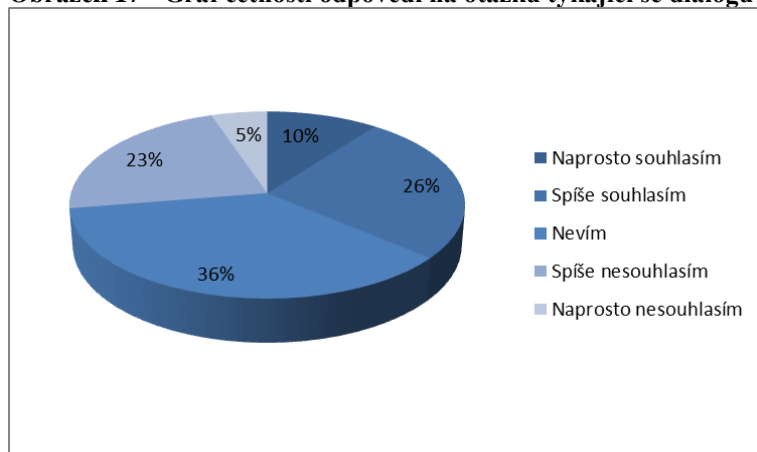
30 respondentů (52 %) nemá vůbec tušení o této spolupráci. Oproti tomu 28 respondentů (48 %) o této spolupráci již někdy zaslechlo.

Otázka č. 21: Společnost Mondi vede dialogy o negativních a citlivých jevech, které mají dopad na okolí (životní prostředí, obyvatelé).

- a) Naprosto souhlasím
- b) Spíše souhlasím
- c) Nevím
- d) Spíše nesouhlasím
- e) Naprosto nesouhlasím

Celkem 21 respondentů (36 %) nebylo schopno na tuto otázku odpovědět, volili odpověď neví. 15 respondentů (26 %) spíše souhlasí s tím, že společnost Mondi vede dialogy o negativních a citlivých jevech. Oproti tomu 13 respondentů (23 %) s touto otázkou spíše nesouhlasí. 6 respondentů (10 %) s touto otázkou naprosto souhlasí. Naproti tomu 3 respondenti (5 %) s touto otázkou naprosto nesouhlasí. Viz obrázek č. 23.

Obrázek 17 - Graf četnosti odpovědí na otázku týkající se dialogů o negativních a citlivých jevech



Zdroj: vlastní zpracování

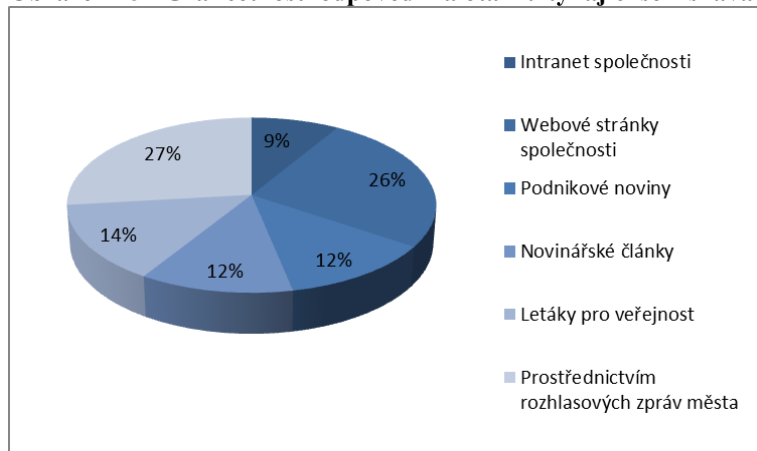
Otázka č. 22: Pokud jste na otázku výše odpověděl(a), že s tvrzením souhlasíte, jak se o těchto jevech dozvídáte? Ohodnoťte od nejvýznamnějšího (7) po nejméně významné (1).

- a) Intranet společnosti
- b) Webové stránky společnosti
- c) Podnikové noviny
- d) Novinářské články
- e) Letáky pro veřejnost
- f) Prostřednictvím rozhlasových zpráv města

U této otázky měli respondenti celkem 7 bodů, které měli rozdělit dle významnosti. Nejvíce respondenti získávají informace prostřednictvím rozhlasových zpráv města (27 %), následují webové stránky společnosti (26 %), následované letáky pro veřejnost (14 %), dále

podnikové noviny (12 %), novinářské články (12 %) a v neposlední řadě se o těchto jevech dozvídají prostřednictvím intranetu společnosti (9 %). Viz obrázek č. 24.

Obrázek 18 - Graf četnosti odpovědí na otázku týkající se získávání informací o jevech



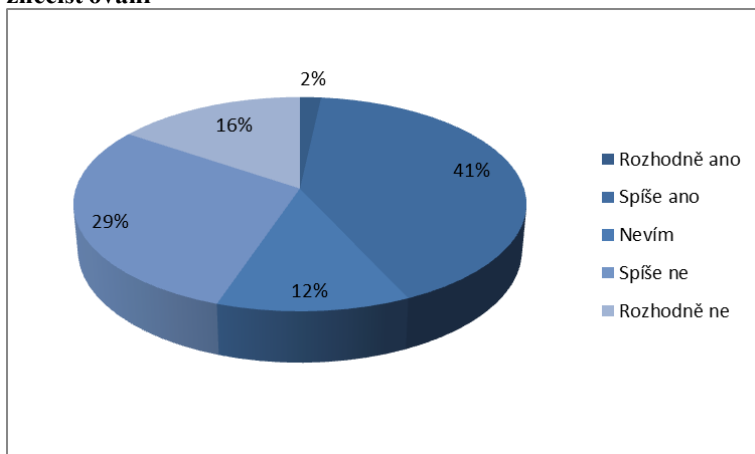
Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 23: Ze strany široké veřejnosti bylo zaznamenáno mnoho stížností týkající se znečišťování ovzduší. Společnost Mondi se snaží o prevenci znečišťování.

- Rozhodně ano
- Spíše ano
- Nevím
- Spíše ne
- Rozhodně ne

24 respondentů (41 %) si myslí, že se společnost Mondi spíše snaží o prevenci znečišťování. Oproti tomu si 17 respondentů (29 %) myslí, že se společnost Mondi spíše nesnaží o prevenci znečišťování. 9 respondentů (16 %) je striktně přesvědčeno, že se Mondi nesnaží o prevenci. 7 respondentů (12 %) na tuto otázku volilo odpověď nevím a pouze 1 respondent (2 %) je rozhodně přesvědčen, že se společnost Mondi snaží o prevenci znečišťování. Viz obrázek č. 25.

Obrázek 19 - Graf četnosti odpovědí na otázku týkající se snahy společnosti Mondí o prevenci znečišťování

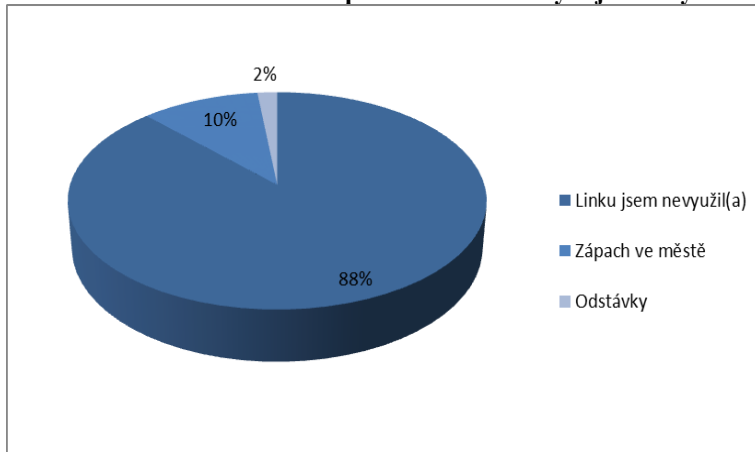


Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 24: Při jaké příležitosti jste využili “Linku Mondí“, na které je možnost se informovat o případných problémech či problémy řešit?

Převážná většina respondentů (88 %) Linku Mondí nikdy nevyužila, někteří z respondentů nemají o této lince vůbec tušení. 6 respondentů (10 %) využilo Linku Mondí pro získání informací týkající se zápachu ve městě Štětí. Pouze 1 respondent (2 %) využil linku, aby se mohl informovat o případných odstávkách. Viz obrázek č. 26.

Obrázek 20 - Graf četnosti odpovědí na otázku týkající se využití Linky Mondí



Zdroj: vlastní zpracování

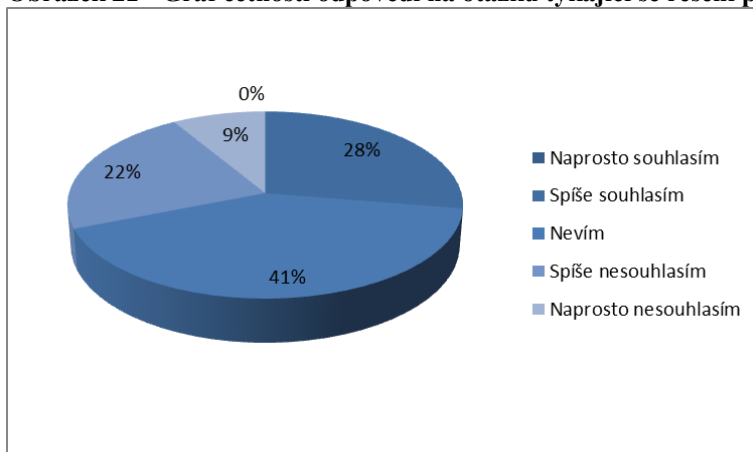
Otázka č. 25: Společnost Mondí řeší příchozí stížnosti ihned a s maximálním důrazem na eliminaci stejného problému v budoucnu.

- Naprosto souhlasím
- Spíše souhlasím
- Nevím

- d) Spíše nesouhlasím
- e) Naprosto nesouhlasím

24 respondentů (41 %), tuto otázku nedokázali zhodnotit, tudíž vybrali variantu odpovědi nevím. 16 respondentů (28 %) s touto otázkou spíše souhlasí. Naopak 13 respondentů (22 %) s touto otázkou nesouhlasí. 5 respondentů (9 %) s tvrzením, že společnost řeší stížnosti ihned a dbá na eliminaci problému, rozhodně nesouhlasí. Poslední možnost ne zvolil žádný respondent. Viz obrázek č. 27.

Obrázek 21 - Graf četnosti odpovědí na otázku týkající se řešení přichozích stížností



Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 26: Myslíte si, že místní investice společnosti Mondí jsou zaměřeny na správné projekty?

- a) Ano
- b) Ne

Zde většina tedy, 48 respondentů (82 %) odpovědělo, že společnost investuje do správných a úspěšných projektů, jako například do fotbalových klubů, tenisových klubů, základních a mateřských školek, svazů tělesně postižených aj. Naopak 10 respondentů (18 %) je toho názoru, že investice nejsou zaměřeny na správné projekty. Někteří nesouhlasili s investováním do mažoretkových klubů.

Otázka č. 27: Pokud jste na otázku výše odpověděl(a) NE, do jakých věcí byste navrhovali investovat?

Zde nebylo na výběr z žádných možností. Otázka byla otevřeného charakteru. Názory respondentů se celkem lišily. Někdo by uvítal investovat do silnic a trvalé výsadby zeleně ve městě Štětí, někdo naopak do sportovních hal a také do hřišť pro nejmenší. Jeden

z respondentů byl toho názoru, že by se společnost Mondi mohla více angažovat v pomoci s kulturními akcemi ve spádových obcích.

7.2 Návrhy a doporučení pro Mondi Štětí

Prostřednictvím dotazníkového šetření bylo zjištěno mnoho nedostatků. Aby bylo co nejvíce obyvatel spokojených, je potřeba navrhnout takové kroky, které budou kroky pozitivními jak pro širokou veřejnost, tak i pro společnost samotnou. Cílem dotazníkového šetření bylo zhodnotit, jakým způsobem respondenti vnímají společenskou odpovědnost a aktivity s ní spojené.

Společnost by se měla více zaměřit na propagaci aktivit spojených se společenskou odpovědností. Jak bylo zjištěno, převládá většina respondentů, kteří nebyli schopni na otázku týkající se CSR společnosti odpovědět. Neznají aktivity spojené v rámci CSR a nebylo tedy možné zjistit odpověď na otázku, zda je společnost Mondi Štětí společensky odpovědnou firmou. Je tedy nutné tento koncept dostat více do povědomí obyvatel. Určitě by pro společnost bylo dobré více se zmínit o environmentální oblasti. Tato oblast není respondentům tolik známá, i když by více informací uvítali. Jak bylo zjištěno při výzkumu, přeci jen se společnost nachází v blízkosti řeky Labe a Českého Středoohoří a mnoho obyvatel by uvítalo informace týkající se ochrany ovzduší a životního prostředí.

Respondenti jsou toho názoru, že informace jsou sice včasné, ale mnoho důležitých informací, jako jsou například havárie, by měly být včasnější. Někteří z respondentů také uvítají informace pravidelnější. A to z důvodu, že některá rizika, například smog, mají vliv na naše zdraví. Propagace těchto informací probíhá mnoha způsoby. Nejčastější způsob, který si respondenti sami zvolili, je propagace prostřednictvím rozhlasových zpráv města. Což ovšem není nejlepším způsobem propagace. Zde je riziko, že někteří z respondentů nemusí být v blízkosti města a tudíž rozhlasové zprávy neuslyší. Dalším způsobem propagace byly zvoleny webové stránky společnosti. Na těchto stránkách je možné dozvědět se o společnosti Mondi Štětí ve zkrácené verzi, avšak podrobnější zpracování by bylo vhodnější. Dále je možnost dozvědět se o aktuálně volných pracovních pozicích. Co ovšem na těchto stránkách chybí, je opět propagace společensky odpovědných aktivit. Společnost Mondi Štětí pořádá mnoho aktivit a zájezdů, o kterých ale bohužel široká veřejnost nemá ani ponětí. Dalším návrhem, který by byl vhodný, je vytvoření české facebookové stránky. Zde by společnost

mohla poskytovat jakékoliv včasné a pravidelné informace, nejen o aktivitách CSR. Ovšem je potřeba myslet i na občany, převážně seniory, kteří nemají přístup k internetovým ani facebookovým stránkám. Této skupině obyvatel by měly být informace sdělovány prostřednictvím veřejných nástěnných tabulí, které by měly být neustále aktualizovány, třeba i několikrát denně.

Pokud by došlo ke správnému zpracování této informativní oblasti, která by byla veřejně přístupná, pravidelně a včasně aktualizovaná, mohla by se společnost společně se svými aktivitami dostat do povědomí většího množství občanů.

V oblasti poskytování vhodných pracovních příležitostí jsou občané spíše spokojeni. Jedná se ovšem o podmínky, které poskytuje přímo společnost Mondi Štětí. Mnoho dotazovaných respondentů nemá ani ponětí, že je zde možnost nabídky pracovních pozic prostřednictvím dodavatelů. Mnoho respondentů by společnost Mondi doporučilo jen na základě dobrého platebního ohodnocení. Nejčastěji zmiňovanou chybou, na základě které by společnost nedoporučili, byla špatná komunikace. Někteří dotázaní, kteří jsou zároveň i zaměstnanci, zmínili nedostatky v rámci častých změn v naplánovaných směnách, dále pak uvedli i vyšší četnost nočních směn nad rámec pravidel pro směnový provoz. Společnosti je striktně doporučeno zaměřit se na tuto oblast. Bylo by vhodné sestavit směrnici, ve které by byla striktně dána pravidla pro změny směn. Dodržováním této směrnice by mohlo dojít k odstranění demotivace některých zaměstnanců, což by mohlo mít za přínos zvýšení jejich výkonu. Dodržování směrnice týkající se četnosti nočních směn by také mohlo přinést odstranění demotivace a také třeba by mohlo vést ke snížení množství pracovních úrazů pramenících z únavy.

Důležitým tématem je informovanost o negativních a citlivých jevech, které se dotýkají každodenních činností obyvatelstva. Respondenti nesouhlasili s odpovědí, že společnost vede dialogy o citlivých a negativních jevech. Na základě tohoto zjištění se společnosti doporučuje alespoň 1x za měsíc uspořádat zasedání, které bude veřejně přístupné a informovat tak o vzniklých haváriích a opatřeních, která budou či byla na základě havárie provedena, dále pak informovat o plánovaných odstávkách atd.. Na základě tohoto opatření by byla spokojenost jak na straně společnosti, tak i na straně obyvatelstva a předcházelo by se tak komplikacím, nepříjemným dotazům a nadávkám. Společnosti se doporučuje řešit příchozí stížnosti ihned a s maximálním důrazem na eliminaci stejného problému. Dotazující si nejsou vědomi toho, že by společnost k příchozím stížnostem přistupovala řádně a ihned,

což opět může vést k nespokojenosti občanů a tím k nedoporučení společnosti. S výše zmíněnými tématy se pojí i tzv. Linka Mondí. Mnoho občanů tuto linku nezná a nemohou tak napřímo řešit své stížnosti. Ke stížnostem často využívají facebookové stránky města Štětí, kde ovšem nejsou zástupci společnosti Mondí Štětí, a tak ani oni se nemohou ke stížnostem vyjádřit. Pokud by tedy došlo k větší propagaci Linky Mondí, mohly by se příchozí stížnosti řešit ihned a tím by docházelo i k eliminaci některých problémů.

Společnost Mondí by měla veřejnost více informovat o projektech, do kterých investuje prostředky prostřednictvím svého dotačního programu Patriot. Dle výsledků z průzkumu veřejnost sice vnímá velice pozitivně investování do různých rekonstrukcí právě prostřednictvím těchto projektů, ale samotnou informaci, že se jedná právě o dotační program Patriot, mají převážně zprostředkovaně, nikoliv napřímo od společnosti Mondí.

Dalším oblastem, na které byl dotazník sestaven, není potřeba navrhopvat jakákoliv opatření. Dle zjištěných odpovědí respondentů jsou vyhovující či spíše vyhovující a se správnou funkčností.

Závěr

Úspěšnou firmou může být jen taková firma, která se snaží pečovat o své zainteresované strany. Společnost Mondi Štětí je jednou z největších papíren v Ústeckém regionu a díky zahraničním majitelům a dalším sesterským společnostem se dostává do povědomí celého světa. Hlavním cílem této společnosti je nejen získávat finanční úspěchy, ale především stát na vrcholu v oblasti papírenského průmyslu, zaměstnávat kvalitní zaměstnance, zabývat se ochranou životního prostředí. Pokud si chce společnost i nadále udržet a vylepšit svou pověst společensky odpovědné firmy, musí své CSR aktivity i nadále pozitivně rozvíjet. Pokud chce společnost dosáhnout své konkurenční výhody v oblasti CSR, musí mít dobře připravené a promyšlené kroky vedoucí právě k dosažení výhody.

V teoretické části byly shrnuty principy a blíže specifikována problematika týkající se společenské odpovědnosti.

Praktické část práce byla záměrně zaměřena na společnost Mondi Štětí, jelikož jejich aktivit v rámci společenské odpovědnosti není málo. Společnost produkuje více než 18 tisíc tun výrobků denně a její činnost má tak značný dopad na životní prostředí. V úvodu praktické části byla popsána historie, ale také všeobecné informace o společnosti. Praktická část týkající se projektů v oblasti CSR byla rozdělena a charakterizována ve dvou podkapitolách. První podkapitola byla zaměřena spíše na environmentální oblast Region, druhá podkapitola na zaměstnance, tedy oblast spíše sociální. Hlavním cílem této práce bylo zjistit dopad společensky odpovědných aktivit na širokou veřejnost.

Populace i zaměstnanci oceňují velmi široké spektrum aktivit v oblasti CSR. Společnost zejména vyzdvihuje oblast environmentální, kde se neustále snaží a hledá co nejlepší způsoby, jak předcházet znečišťování ovzduší, ochraně životního prostředí aj. Neustále jsou navrhována nová a nová opatření, která budou mít za úkol předcházet nepříznivým vlivům. Aby takováto opatření mohla být realizována, je nutné schválení Krajským úřadem. S nově vzniklými návrhy se společnost obrací i na Českou inspekci životního prostředí či Český hydrometeorologický ústav. Nejznámějším projektem v environmentální oblasti jsou každoročně pořádané Environmentální dny. Tento projekt nabízí propojení úklidu a zábavy. Společnost se zaměřuje a velmi dobře pečuje i o své zaměstnance. Pro zaměstnance je v oblasti CSR mnoho aktivit. Nejvýznamnějším projektem je program Patriot. Na základě tohoto programu mohou zaměstnanci žádat o sponzorský dar na libovolné aktivity. Nejčastěji se však jedná o aktivity sportovní. Společnost Mondi, která

má pro program Patriot speciálně zavedenou komisy, následně schvaluje podané žádosti. Žádosti, u kterých došlo ke schválení, je poskytnut dar v podobě finančního daru.

Velmi dobře známým je i projekt Mondí (for) Life. Tento dobrovolný klub vznikl pro podporu zdravého životního stylu všech zaměstnanců včetně jejich rodin. Společnost Mondí Štětí dbá na to, aby se zaměstnanci tzv. drželi v kondici. K tomu napomohla například změna stravovacích návyků. Ve společnosti je možné najít prodejní automaty se zdravější stravou a v závodní jídelně je každý den nabízeno alespoň vyvážené jídlo. Aby se zaměstnanci mohli držet v kondici a cítit se tak lépe, podílí se společnost Mondí Štětí na proplacení lékařských prohlídek. Zaměstnanci si na portále, který vznikl přímo pro projekt Mondí (for) Life mohli určit, o jaké aktivity by měli největší zájem. Na základě tohoto dotazování byl založen Mondí (for) Life Kids, který se snaží zapojit děti svých zaměstnanců převážně do sportovních a kulturních aktivit.

V další kapitole byl realizován a vyhodnocen vlastní výzkum, který proběhl na základě dotazníkového šetření v papírové podobě. Oslovena byla široká veřejnost převážně ve městě Štětí, kterým byly kladeny otázky zaměřující se na aktivity spojené s CSR společnosti. Výsledky výzkumu přinesly mnoho překvapení. Ačkoliv se zdálo, že veřejnost bude dotazováním spíše rozzuřena, opak byl pravdou. Vnímání společnosti Mondí Štětí bylo převážně pozitivní, i přesto že ke společenské odpovědnosti a k oblastem související s odpovědností nebylo mnoho zaznamenaných odpovědí. Velmi negativním zjištěním bylo, že většina dotazovaných by převážně společnost nedoporučila z důvodu zápachu a komunikačních dovedností, které společnosti chybí.

Práce si dala za cíl ukázat a přesvědčit společnost Mondí Štětí, ve kterých oblastech by bylo potřebné přitlačit a tím zefektivnit každodenní činnosti. Jak již bylo zmíněno, mnoho respondentů pojem CSR nezná a to je jedním z hlavního návrhu, dostat aktivity spojené s CSR do povědomí široké veřejnosti a více se na tuto oblast zaměřit. Za pomoci poznatků získaných z dotazníkového šetření bylo zjištěno, že převážná většina populace žijící v blízkosti Mondí Štětí nemá povědomí o společenské odpovědnosti. Společnosti bylo navrženo pět opatření, na které by se měla zaměřit, aby mohla získat dlouhodobě udržitelnou konkurenční výhodu a být tak jedničkou ve svém oboru.

8 Seznam použitých zdrojů

Knižní literatura

CHOUINARD Y. & STANLEY V., 2014, *Zodpovědná firma*, Praha: PeopleComm, ISBN 978-80-87917-12-1.

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

TETŘEVOVÁ L. a KOLEKTIV, 2017, *Společenská odpovědnost firem společensky citlivých odvětví*, Praha: Grada Publishing, a.s., ISBN 978-80-271-9687-6

PUTNOVÁ A., SEKNIČKA P., 2007, *Etické řízení ve firmě*, Praha: Grada Publishing, a.s., ISBN 978-80-247-1621-3

JONES D., 2014, *Společensky odpovědné chování se firmám vyplácí*, Praha: Management Press, ISBN 978-80-7261-269-7

DYTRT Z., 2006, *Dobré jméno firmy*, Praha: Alfa Publishing, s.r.o., ISBN 80-86851-45-1

KAŠPAROVÁ K., KUNZ V., 2013, *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*, Praha: Grada Publishing, a.s., ISBN 978-80-247-4480-3

PAVLÍK M., BĚLČÍK M. a KOLEKTIV, 2010, *Společenská odpovědnost organizace-CSR v praxi a jak s ním dál*, Praha: Grada Publishing, a.s., ISBN 978-80-247-3157-5

ZADRAŽILOVÁ A. a KOLEKTIV, 2010, *Společenská odpovědnost podniků: Transparentnost a etika podnikání*, Praha: Nakladatelství C. H. Beck, ISBN 978-80-7400-192-5

ARMSTRONG M., Taylor S., 2015, *Řízení lidských zdrojů*, 13. vydání Moderní pojetí a postupy, Praha: Grada Publishing, a.s., ISBN 978-80-247-9882-0

ARMSTRONG M., 2007, *Řízení lidských zdrojů*, 10. vydání, Praha: Grada Publishing, a.s., ISBN 978-80-247-1407-3

JANATKA F., 2012, *Organizace a řízení obchodu*, Praha, ISBN 978-80-86730-94-3

TETŘEVOVÁ L. a KOLEKTIV, 2017, *Společenská odpovědnost firem společensky citlivých odvětví*, Praha: Grada Publishing, a.s., ISBN 978-80-271-9686-9

KULDOVÁ L., 2012, *Nový pohled na společenskou odpovědnost firem – Strategická CSR*, Plzeň: Nakladatelství NAVA, ISBN 978-80-7211-408-5

KOZEL R. a KOLEKTIV, 2006, *Moderní marketingový výzkum*, Praha: Grada Publishing, a.s., ISBN 80-247-0966-X

KOTLER F., KELLER L. K., 2007, *Marketing Management*, 12. vydání, Praha: Grada Publishing, a.s., ISBN 978-80-247-1359-5

MACHKOVÁ H., 2006, *Mezinárodní marketing*, Praha: Grada Publishing, a.s., ISBN 80-247-1678-X

9 Elektronické zdroje

Koncept CSR v praxi, průvodce odpovědným podnikáním. [online]. 2008 [cit. 2017-09-10]. Dostupný z: <http://www.spolecenskaodpovednostfirem.cz/wp-content/uploads/2013/09/Koncept%20CSR%20v%20praxi.pdf>.

Společenská odpovědnost podniků. [online]. 2005-12 [cit. 2017-09-10]. Dostupný z <https://is.muni.cz/do/1456/soubory/oddeleni/centrum/papers/wp2005-09.pdf>.

Společenská odpovědnost firem, lidský kapitál, rovné příležitosti a environmentální management s využitím zahraničních zkušeností. [online]. 2008-12 [cit. 2017-09-11]. Dostupný z: <http://docplayer.cz/1157512-Spolecenska-odpovednost-firem-lidsky-kapital-rovne-prilezitosti-a-environmentalni-management-s-vyuzitim-zahranicnich-zkusenosti.html>.

CAROLL., Archie B.: Corporate Soacial Responsibility. [online]. 1999 [cit. 2017-09-11]. Dostupný z [www: https://www.academia.edu/419517/Corporate_Social_Responsibility_Evolution_of_a_Definitiona_1_Construct](http://www.academia.edu/419517/Corporate_Social_Responsibility_Evolution_of_a_Definitiona_1_Construct)

Business Leaders Forum: Průvodce CSR. [online]. 2012-11 [cit. 2017-09-16]. Dostupný z http://csr-online.cz/wp-content/uploads/2012/11/BLF_Pruvodce_CSR.pdf.

Corporate Social Responsibility. [online]. 2001-01-05 [cit. 2017-09-16]. Dostupný z http://www.spcsr.cz/files/spolecenska_odpovednost_firem.pdf.

Zainteresované strany – stakeholderi: Business Leaders Forum. [online]. 2008 [cit. 2012-03-08]. Dostupný z: <http://www.csr-online.cz/Page.aspx?stakeholderi>

Definiční vymezení 3 pilířů CSR. [online]. 2012-06 [cit. 2017-09-16]. Dostupný z http://www.spcsr.cz/files/Definicni_vymezeni_3_piliru_CSR.pdf.

Když se bere společenská odpovědnost vážně. [online]. 2006 [cit. 2017-09-16]. Dostupný z http://frankbold.org/sites/default/files/publikace/kdyz_se_bere_csr_vazne.pdf.

CSR – Společenská odpovědnost firem. [online]. 2001 [cit. 2017-09-16]. Dostupný z <https://www.edunews.cz/a-136/csr-spolecenska-odpovednost-firem>.

Metody hodnocení společenské odpovědnosti. [online]. 2017 [cit. 2017-09-17]. Dostupný z <http://www.empress.cz/vzdelavani/spolecenska-odpovednost-csr/metody-hodnoceni-spolecenske-odpovednosti/>

Deset hlavních přínosů přijetí společenské odpovědnosti firem business care. [online]. 2012 [cit. 2017-09-17]. Dostupný z http://csr-online.cz/wp-content/uploads/2012/11/Radley_Yeldar_10_hlavnich_prisnosu_CSR.pdf

Chartered Institute of Personnel and Development. [online]. 2018 [cit. 2018-11-18]. Dostupný z <https://www.cipd.co.uk/knowledge/strategy/corporate-responsibility/factsheet>

Mondi Štětí a.s.: Cesta společností Mondi. [online]. 2018 [cit. 2018-11-27]. Dostupný z <http://www.mondijobs.cz/cs/desktopdefault.aspx/tabid-1907/>

Mondi Štětí a.s.: Výrobní závody Mondi Štětí. [online]. 2018 [cit. 2018-11-27]. Dostupný z <http://www.mondijobs.cz/cs/desktopdefault.aspx/tabid-1917/>

Mondi Štětí a.s.: Bezpečnost práce, zdraví a životní prostředí. [online]. 2018 [cit. 2018-11-27]. Dostupný z <http://www.mondijobs.cz/cs/desktopdefault.aspx/tabid-1909/>

Mondi Štětí a.s.: Bezpečnost práce. [online]. 2018 [cit. 2018-11-27]. Dostupný z <http://www.mondijobs.cz/cs/desktopdefault.aspx/tabid-1920/>

Mondi Štětí a.s.: Zdraví. [online]. 2018 [cit. 2018-11-27]. Dostupný z <http://www.mondijobs.cz/cs/desktopdefault.aspx/tabid-1921/>

Mondi Štětí a.s.: Trvalá udržitelnost. [online]. 2018 [cit. 2018-11-27]. Dostupný z <http://www.mondijobs.cz/cs/desktopdefault.aspx/tabid-1922/>