

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Zdravotně sociální fakulta

**Postoj odborné veřejnosti k problematice Corporate
Social Responsibility (CSR) jako nástroji podpory
zdraví v pracovním prostředí
(průřez postoji českobudějovické odborné veřejnosti)**

diplomová práce

Autor práce: Eva Bucharová, Bc.
Studijní program: Veřejné zdravotnictví
Studijní obor: Odborný pracovník v ochraně veřejného zdraví

Vedoucí práce: Josef Havlík, Mgr. et Mgr.
Konzultant: Vladimír Vurm CSc., Doc., MUDr.

Datum odevzdání práce:

Abstrakt

Postoj odborné veřejnosti k problematice Corporate Social Responsibility jako nástroji podpory zdraví v pracovním prostředí.

Eva Bucharová

Není pochyb, že „zdraví“ představuje jak společenskou, tak individuální hodnotu hodnou ochrany a podpory. Přestože mnohé determinanty zdraví jsou jednotlivcem ovlivnitelní jen v omezené míře, životní styl představuje faktor, který člověk drží ve svých rukou.

Ve světle trendu stárnutí populace, výskytu civilizačních onemocnění, dynamice trhu práce a současného požadavku zachování plného zdraví do co možná nejvyššího věku se do popředí zájmu nevyhnutelně dostává téma podpory zdraví a zdravého životního stylu. S tímto tématem souvisí i požadavek hledání partnerů ve zdraví, a právě hledání partnerů ve zdraví ve smyslu partnerství v podpoře zdraví na pracovišti, které je obecným předmětem této práce. Konkrétně, za použití kvalitativní, šířeji založené výzkumné strategie orientované na postoje odborné veřejnosti usiluje práce o zodpovězení otázky jaká je využitelnost konceptu „společenské odpovědnosti firem“ (CSR) v rámci „podpory zdraví na pracovišti“ (PZP).

V práci argumentuji, že ač základní principy CSR a PZP jsou ve vzájemné harmonii, v praxi tento vztah zcela jednoznačný není. Na jednu stranu mohou tyto dvě iniciativy sdílet komunikační kanály, zkušenosti či metody práce. Na druhou stranu mohou být společensky odpovědné aktivity dílem firem, jejichž hlavní zájem leží v přímém protikladu s cíly podpory zdraví. Vděčný příklad představují tabákové firmy.

Nicméně, využití CSR v PZP se ukázalo jako žádoucí, neboť současná úroveň implementace PZP je odborníky chápána jako nedostatečná a CSR má potenciál zvyšovat celorepublikový standard chování firem a dále nabízí další argumenty a inspiraci pro rozšíření aktivit firmy v PZP .

Abstract

An Attitude of Occupational Health Specialists to Corporate Social Responsibility as a Strategy of Occupational Health Promotion

Eva Bucharová

Key words: Health, Works, Health promotion, Corporate Social Responsibility

There are no doubts that ‘the health’ represents both social and individual priceless value which deserves protection and promotion. Although we can markedly influence our state of health via our life-style, the other health-state determining factors (living and working conditions) are controllable to the very limited extend by individual person and genetic factors are uncontrollable at all.

Moreover, phenomena of population ageing, current economic crisis and dynamics of labor market, including migration, open a number of pressing problems in both theory and practice of health protection and promotion and especially its sub-field of occupational health, which is the concern of this master thesis.

In particular, employing a qualitative research strategy based on attitudes of specialists working in the region of České Budějovice, I analyze utilization of one of possible partner-concept of health promotion in workplace (HPW) – the concept of corporate social responsibility (CSR).

In the thesis I argue that although PHW and CSR are based on similar principles, we can find a number of problems in practice. On the one hand, CSR and HPW could share communication chains, experience, knowledge and encourage each other; on the other hand, CSR activities can be products of companies which main interest lies in direct opposition to goals of health promotion. Tobacco companies are the best example in this case.

However, the partnership of CSR and HPW is desirable as the interviews show a poor level of health promotion activities in the Czech Republic and CSR has a capacity to increase a general standard of pro-social behavior in the business sphere. Moreover, CSR could provide a space and arguments for new activities in HPW.

Prohlášení

Prohlašuji, že svoji diplomovou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, a to – v nezkrácené podobě – v úpravě vzniklé vypuštěním vyznačených částí archivovaných fakultou – elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejich internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích dne 13.08.2012

.....

Eva Bucharová

Poděkování

Na tomto místě bych chtěla velmi poděkovat vedoucímu práce Mgr. et Mgr. Josefu Havlíkovi za pomoc, trpělivost a podnětné návrhy při psaní této diplomové práce a panu doc. MUDr. Vladimíru Vurmovi CSc. za pomoc v nouzi.

Dále děkuji respondentům za ochotu sdílet své neocenitelné zkušenosti a Zdravotně sociální fakultě jako celku za vstřícnost a neocenitelné životní zkušenosti.

Mé nejmilnější díky patří však svým blízkým za neutuchající podporu a důvěru.

Obsah:

Abstrakt	2
Abstract	3
Seznam použitých zkratk	8
Úvod	9
1 Současný stav	12
1.1 Společenská odpovědnost firem	12
1.1.1 Současné definiční vymezení mezinárodními (mezivládními) institucemi	13
1.1.2 Vývoj myšlenky ‚společenské odpovědnosti firem‘	14
1.1.3 Klasifikace teorií společenské odpovědnosti firem dle Garrigaové a Meleho.....	23
1.1.4 Společenská odpovědnost firem – konkrétní vymezení.....	28
1.1.5 Společenská odpovědnost firem v prostředí České republiky	29
1.1.6 Definiční vymezení ‚společenské odpovědnosti firem‘ v ČR.....	30
1.2 Práce a zdraví	32
1.2.1 Vymezení základních pojmů.....	32
1.2.2 Podpora zdraví na pracovišti.....	34
2 Cíle práce a výzkumné otázky	37
2.1 Cíle práce	37
2.2 Výzkumné otázky	38
3 Metodika a zkoumaný materiál	39
Grafické znázornění výzkumné strategie.....	40
3.1 Metodika první části – první fáze: Komparativní analýza teoretických konceptů	41
3.2 Metodika první části – druhé fáze: Komparativní analýza konkrétních iniciativ.....	41
3.3 Metodika první části – třetí fáze: Rozhovory	42
3.3.1 Metoda výběru respondentů a jejich charakteristika	44
3.4 Metodika první části – čtvrté fáze: SWOT analýza.....	46
3.5 Metodika druhé části – první fáze: Dotazníkové šetření	47
3.5.1 Metoda výběru respondentů.....	48
3.6 Metodika druhé části – druhé fáze: Řízené rozhovory	48
4 Výsledky	50
4.1 Výsledky první části – první fáze: Vymezení vztahu zkoumaných konceptů.....	50
4.2 Výsledky první části – druhé fáze: Komparativní analýza konkrétních iniciativ.....	53
4.3 Výsledky první části – třetí fáze: Rozhovory	55
4.4 Výsledky první část – čtvrté fáze: SWOT analýza využitelnosti konceptu CSR v podpoře zdraví na pracovišti.....	61
4.5 Výsledky druhé části – první fáze: Dotazníkové šetření	62
4.6 Výsledky druhé části – druhé fáze: Řízené rozhovory	66
5 Diskuze	72
6 Závěr	78

Literatura.....	79
7 Klíčová slova	87
8 Přílohy.....	88
8.1 Seznam tabulek.....	88
8.2 Seznam obrázků.....	88
8.3 Koncept CSR dle Woodové.....	89
8.4 Operacionalizace pojmů.....	90
8.5 Iniciativy zahrnuté do druhé fáze výzkumu a kódování druhé fáze první části výzkumu	91
8.6 Záznam rozhovorů třetí fáze první části výzkumu.....	99
8.7 Dotazník – první fáze druhé části výzkumu	107

Seznam použitých zkratk

CSR – Corporate Social Responsibility (Společenská odpovědnost firem)

ČR – Česká republika

ENWHP – The European Network for Workplace Health Promotion (Evropská síť podpory zdraví na pracovišti)

ILO – International Labour Organisation (Mezinárodní organizace práce)

OECD – The Organisation for Economic Co-operation and Development (Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj)

OSN – Organizace spojených národů (United Nations)

OVZ – Ochrana veřejného zdraví

PZPP – Ochrana a podpora zdraví v pracovním prostředí

SWOT – Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats (Analýza silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb)

SZO – Světová zdravotnická organizace (World Health Organisation)

SZÚ – Státní zdravotní ústav se sídlem v Praze

UN – United Nations (Organizace spojených národů)

WHO – World Health Organisation (Světová zdravotnická organizace)

Úvod

„Odpovědnost je cenou, kterou platíme za svobodu.“

Edith Hamilton

Tato diplomová práce se zabývá problematikou využitelnosti konceptu a praxe „společenské odpovědnosti firem¹“ v „podpoře zdraví na pracovišti²“, kterou zkoumá z hlediska postojů odborné veřejnosti Českobudějovicka.

„Společenská odpovědnost firem“ i „podpora zdraví na pracovišti“ usilují o změnu nebo rozvinutí firemních aktivit tak, aby působení firmy mělo pozitivní efekt jak na zdraví zaměstnanců, tak na místní komunitu a na životní prostředí jako celek a to v souladu se zachováním zájmů (ziskovostí) firmy. Jak ale tato práce ukáže ve svém průběhu, jejich vztah není zcela jednoznačný.

Legitimitu volby tohoto tématu podporuje několik faktů. V první řadě to jsou požadavky programu Zdraví pro všechny do 21. století Světové zdravotnické organizace, konkrétně cíl číslo 20: Mobilizace partnerů ve zdraví a cíl číslo 21: Hledání politik a strategií v zájmu zdraví pro všechny. (WHA, 1998)

Role zaměstnavatelů jako potenciálních partnerů ve zdraví a související podpora zdraví na pracovišti se stávají stále aktuálnějšími tématy. Jeden z důvodů tkví v trendu stárnutí populace v rozvinutých zemích, kdy predikce WHO pro Evropu udává, že zatímco v roce 2010 bylo v tomto regionu 14 % lidí starších 65 let, v roce 2050

¹ Jelikož koncept ‚společenské odpovědnosti firem‘ nepodléhá žádné oficiální autoritě, postrádá tak i jednotnou definici. Jako výchozí definici tak tato práce používá definici Evropské komise, která ‚společenskou odpovědnost firem‘ chápe jako *„dobrovolné integrování sociálních a ekologických hledisek do každodenních firemních operací a interakcí s firemními stakeholders“* (European Commission 2001, 8), a to pro její institucionalizovaný a všezahrnující charakter. Nicméně, v následujících kapitolách bude definiční vymezení ‚společenské odpovědnosti firem‘ zevrubně probráno, neboť je stěžejní pro vymezení vztahu této koncepce k ‚podpoře zdraví v pracovním prostředí‘.

² Termíny ‚podpora zdraví v pracovním prostředí‘ a ‚podpora zdraví na pracovišti‘ jsou v této práci používány jako ekvivalenty, přičemž jsou používány ve smyslu definice Světové zdravotnické organizace, resp. Evropské sítě podpory zdraví na pracovišti, a to jako *„současná snaha zaměstnavatelů, zaměstnanců a společnosti o zlepšení zdraví a pohody lidí při práci“* (ENWHP 2005, 1)

to bude 25 % populace (WHO, 2012). Tento trend v praxi znamená posouvání doby odchodu do starobního důchodu, což přináší potřebu hledání nových způsobů přizpůsobování práce člověku a upevňování jeho zdraví.

Aktuálnost tématu podtrhuje i globální trend růstu chronických (civilizačních) onemocnění, kdy Světová zdravotnická organizace předpokládá do roku 2020 15% nárůst oproti roku 2010 (WHO, 2010). Přestože tento růst je ovlivněn především vývojem v rozvojových zemích a u osob z nižších příjmových skupin, WHO udává, že 90 % úmrtí v České republice je spojeno s civilizačními nemocemi. (WHO, 2011) V tomto smyslu představuje pracovní prostředí významnou příležitost pro intervenci.

Význam tématu navíc dokládá i skutečnost, že zájem o myšlenku „společenské odpovědnosti firem“ roste jak na úrovni Světové zdravotnické organizace (Global Compass), tak na úrovni Evropské unie (CSR Europe).

Můj osobní motiv pro výběr tématu spočívá v pracovních zkušenostech s firmou rozvíjející svoji společenskou odpovědnost a s neziskovou sférou, která se snaží využít společenskou odpovědnost firem k získání donorů.

Přestože zájem o téma vztahu „veřejného zdravotnictví“ a „společenské odpovědnosti firem“ ve vědecké a odborné literatuře v posledních letech roste, jedná se o zájem spíše sporadický, přičemž česky psanou literaturu, která by se k tomuto tématu vztahovala přímo, jsem nenašla vůbec. Z tohoto důvodu jsem pro naplnění níže uvedeného cíle zvolila kvalitativní výzkumnou strategii, která umožňuje prozkoumat téma do hloubky a dokáže přinést odpovědi na otázky typu „jak?“ a „proč?“. (BRYMAN, A., 2004; HOLLIDAY, A., 2007; HENDL, J., 2005; SILVERMAN, D., 2006).

Práce si klade cíle ve dvou základních rovinách. V rovině obecné je to pomoci částečně zaplnit bílé místo v literatuře pojednávající o vztahu „společenské odpovědnosti firem“ a „podpory zdraví na pracovišti“, kdy na úrovni České republiky je pojem „společenské odpovědnosti firem“ uváděn především do souvislostí ekonomických, marketingových či etických, zatímco pohled podpory zdraví či veřejného zdravotnictví obecně je zmiňován pouze okrajově.

V rovině poznávací se pak cíl shoduje s hlavní výzkumnou otázkou práce, která je zaměřena na využitelnost „společenské odpovědnosti firem“ v podpoře zdraví v pracovním prostředí.

Za tímto účelem práce využívá šestifázové převážně kvalitativní výzkumné strategie rozdělené do dvou částí čítajících dohromady šest fází.

První část usiluje o naplnění prvního dílčího cíle a za použití komparativní analýzy teoretických konceptů (první fáze), komparativní analýzy konkrétních iniciativ (druhá fáze), řízených rozhovorů (třetí fáze) a SWOT analýzy (čtvrtá fáze) odpovídá na otázku po vymezení vztahu „společenské odpovědnosti firem“ a „podpory zdraví na pracovišti“.

První fáze druhé části spočívá v dotazníkovém převážně kvalitativně orientovaném šetření a reflektuje druhý dílčí cíl této práce, a tedy postihuje postoje a zkušenosti potenciální odborné veřejnosti a dále slouží k identifikaci vhodných respondentů pro účely poslední fáze práce.

Druhou fází druhé části výzkumu tvoří řízené rozhovory s vybranými respondenty a jejím účelem je identifikovat příležitosti pro využití „společenské odpovědnosti firem“ v podpoře zdraví na pracovišti a naplnit tak třetí dílčí cíl této práce.

Takto navržená výzkumná strategie umožňuje popsat jednotlivé aspekty dané problematiky na rovině teoretické i praktické a detailně je prozkoumat.

Práce samotná počíná deskriptivním úvodem do současného stavu problematiky, přičemž se věnuje ve větší míře tématu „společenské odpovědnosti firem“, jelikož se oproti tématu „podpory zdraví na pracovišti“ jedná o tematiku novou (z hlediska autorkou studovaného programu). Na tuto teoretickou kapitolu navazuje výše popsaná část praktická.

1 Současný stav

Tato teoreticky orientovaná kapitola představuje dvě ústřední témata diplomové práce. První, rozsáhlejší, část kapitoly se věnuje problematice „společenské odpovědnosti firem“, kterou představuje z několika odlišných úhlů pohledu v závislosti na potřebách souvisejícího výzkumu. Jedná se o pohled globální, historizující, klasifikační, konkretizující a lokální. Druhá část kapitoly představuje téma ochrany a podpory zdraví s důrazem na podporu zdraví na pracovišti.

1.1 Společenská odpovědnost firem

Ústřední myšlenka „společenské odpovědnosti firem“ spočívá v přesvědčení, že firmy nesou určitou míru odpovědnosti vůči společnosti přesahující požadavky právních norem.

Zmíněná idea začala krystalizovat před více než půl stoletím a její vývoj přinesl kromě stále platných argumentů i množství souvisejících teorií. Související konceptuální rozříštění nutně problematizuje teoretické vymezení myšlenky ‚společenské odpovědnosti firem‘ hned ze dvou důvodů.

První problém, kterému budu na následujících stránkách čelit, tkví ve skutečnosti, že některé termíny nesou v rámci různých teorií poněkud odlišné významy, navíc mnohé tyto termíny nemají ustálené české ekvivalenty³.

Druhý problém spočívá v odlišné podstatě samotných teorií. Ve zkratce, některé teorie posuzují společenskou odpovědnost firem z hledisek čistě ekonomických, jiné etických, či politických, další se snaží tyto pohledy integrovat. Jinými slovy teorie společenské odpovědnosti firem je předmětem zájmu různých společenskovědních disciplín (ekonomie, marketingu, politologie, etiky,...).

³ Z tohoto důvodu uvádím za každým termínem jeho původní, v naprosté většině anglický, název případně některé termíny nepřekládám vůbec. Mnohovýznamovost termínů pak pro potřeby výzkumu řeší operacionalizace pojmů, kterou naleznete v příloze.

Účel této kapitoly tedy leží v definičním vymezení myšlenky „společenské odpovědnosti firem“ a ve vytyčení agendy celého konceptu.

Z tohoto důvodu otevírám kapitolu na globální úrovni stručným přehledem definic užívaných mezinárodními institucemi (Evropská komise, OECD, ILO). Tyto definice mají za úkol poskytnout čtenáři úvodní minimální vymezení konceptu a jsou potřebné i z hlediska operacionalizace pojmů pro účely praktické části práce.

Ve snaze co nejvýstižněji postihnout jednotlivé aspekty konceptu „společenské odpovědnosti firem“ se následně na delší dobu zastavuji na úrovni historizující, kdy popisují vývoj konceptu, včetně několika konkrétních modelů. Pro úplnost tento popis doplňuji o milníky týkající se podpory zdraví.

Pro přehlednost jednotlivých teorií a modelů dále uvádím klasifikaci teorií rezonujících s myšlenkou společenské odpovědnosti firem dle Elisabet Garrigaové a Domenece Melého⁴ z roku 2004 (GARRIGA, E. et MELÉ, D., 2004) případně revize z roku 2008 (MELÉ, D., 2008).

Následně se snažím dát konceptu jasnější obrysy a vymezuji jej prostřednictvím dvou myšlenek považovaných v současné době za esenciální pro tento koncept – ‚stakeholder theory‘ a ‚triple bottom line‘, tento krok je nutný především pro potřeby první části výzkumu. V neposlední řadě nabízím pohled lokální, když zmiňuji situaci v České republice.

1.1.1 Současné definiční vymezení mezinárodními (mezivládními) institucemi

Mezinárodní/mezivládní organizace začaly přebírat agendu „společenské odpovědnosti firem“ zhruba na počátku 21. století. Integrace tohoto tématu do strategií jednotlivých organizací nutně vedla i k různému vymezení pojmu.

Jedu z těchto definic nalezneme v takzvané Zelené knize uveřejněné Evropskou komisí v roce 2001, která chápe společenskou odpovědnost firem jako „dobrovolné

⁴ Pro účely této práce si dovoluji vyjít pouze z této klasifikace, neboť komparace jednotlivých klasifikací přesahuje účel, šíří i hloubku této práce, z tohoto důvodu další klasifikace pouze zmíním.

integrování sociálních a ekologických hledisek do každodenních firemních operací a interakcí s firemními stakeholders“ (EUROPEAN COMMISSION, 2001, str. 8).

Ve stejném roce vydala OECD publikaci *Corporate Social Responsibility – Partners for Progress* (Společenská odpovědnost firem – partneři pro pokrok), ve které uvádí, že přestože tento termín nese různé významy, panuje obecná shoda, že společenská odpovědnost firem je příspěvkem podnikatelů a korporací k trvale udržitelnému rozvoji a že chování firem by nemělo mířit pouze na vlastníky, zaměstnance a zákazníky, ale mělo by korespondovat i s hodnotami společnosti a zohledňovat životní prostředí (OECD, 2001, str. 13).

V tomto smyslu se OECD odkazuje na výrok Mary Robinson, vysoké komisařky OSN pro lidská práva, která uvádí, že *„podnikatelská rozhodnutí mohou hluboce ovlivnit vážnost a práva jednotlivců i komunit... v tomto ohledu ale není otázkou žádat po firmách, aby plnily roli vlád, ale aby ochraňovaly lidská práva na úrovni svých vlastních kompetencí“* (OECD, 2001, 13).

V roce 2006 přichází s vlastním vymezením myšlenky i Mezinárodní organizace práce, která „společenskou odpovědnost firem“ definuje jako *„prostředek skrze který firmy uznávají dopad svých aktivit na společnost a potvrzují tak své principy a hodnoty, a to jak prostřednictvím svých vnitřních postupů, tak v interakci s ostatními aktéry. CSR je dobrovolná, od firem vycházející aktivita, která přesahuje povinnosti dané zákonem“* (ILO, 2006, str. 1).

1.1.2 Vývoj myšlenky „společenské odpovědnosti firem“

Jak jsem naznačila již v úvodu této části, kořeny konceptu společenské odpovědnosti firem sahají do 40. let 20. století. Za zlomová však lze považovat až **50. léta**, která přinesla první ucelenější publikaci (CAROLL A.B., 1999).

Konkrétně, v roce 1953 ve Spojených státech amerických vyšla kniha nesoucí název *Social Responsibilities of the Businessman* (Společenské závazky podnikatele), jejíž autor, H.R. Bowen, je označován za otce myšlenky společenské odpovědnosti firem. (CAROLL A.B., 1999)

Bowen v této knize vznáší klíčovou otázku celého konceptu, a to do jaké míry a jak jsou firmy zodpovědné za dopad svých aktivit na společnost (BOWEN, H.R., 1953) a zároveň uvádí první definici společenské odpovědnosti firem: „[Společenská odpovědnost firem] odkazuje na závazek/povinnost podnikatelů usilovat o takové firemní politiky, dělat taková rozhodnutí a volit takové aktivity, které jsou žádoucí z hlediska cílů a hodnot naší společnosti“ (BOWEN, H.R., 1953, str. 6).

Tomuto období předcházelo z hlediska historie veřejného zdravotnictví a ‚podpory zdraví na pracovišti‘ založení Mezinárodní organizace práce (ILO) v roce 1919, která se stala součástí Světové zdravotnické organizace založené roku 1948. V roce 1949 pak byla založena společnost pro ergonomii (The Ergonomic Society).

Vývoj v dekádě následující, tedy v **60. letech** minulého století, lze charakterizovat rozvojem publikační činnosti a především snahou o lepší definiční vymezení ‚společenské odpovědnosti firmy‘.

Nejprve ale na počátku této dekády vznáší K. Davis požadavek posuzování dopadu firemních aktivit z dlouhodobého hlediska, a zmiňuje takzvaný ‚železný zákon společenské odpovědnosti firem‘: „*společenská odpovědnost podnikatele by měla být přímo úměrná jeho společenskému vlivu.*“ (DAVIS, K., 1960, str. 71).

Na zmíněný růst zájmu o ‚společenskou odpovědnost firem‘ zároveň kriticky reaguje ekonom M. Friedmanem myšlenkou, že požadavek společenské odpovědnosti firem představuje nebezpečí pro svobodu společnosti, jelikož je v protikladu s myšlenkou svobodného trhu (FRIEDMAN, M., 1962). Ve své kritice pokračuje Friedman i o několik let později, kdy uvádí, že jedinou povinností firmy je vytvářet zisk, přičemž společenská odpovědnost je pouze a jenom záležitostí lidí (FRIEDMAN, M., 1970).

Za nejpřesnější definici, kterou přineslo toto období považuje A.B. Carroll (CAROLL, A.B., 1999, str. 271) tu, kterou uvádí J. McGuire: „*Idea společenské odpovědnosti předpokládá, že firmy nemají jen ekonomické a právní povinnosti, ale také určitou zodpovědnost vůči společnosti, jejíž rozsah sahá za rámec povinností*

stanovených zákonem.“ (McGUIRE, J., 1963, 144; citováno dle CAROLL, A.B., 1999, str. 271).⁵

Zároveň McGuire uvádí, že by se chování firmy mělo podobat chování občana, a být tedy zodpovědné jak ke společnosti jako celku, tak k sobě samé, tedy ke svým zaměstnancům (McGUIRE, J., 1963, str. 144), čímž pokládá základ pro související koncepci zvanou ‚*corporate citizenship*‘ (firemní občanství – více viz dále).

V roce 1967 Davis dodává, že podstata společenské odpovědnosti pramení ze zájmu o etické souvislosti činnosti firmy, které mohou ovlivnit zájmy dalších zainteresovaných stran (DAVIS, K., 1967, str. 45), což je chápáno jako jeden z počátků ‚*stakeholder theory*‘ – teorie skupin či jednotlivců majících zájem na správě firmy (více viz dále) (CAROLL, A.B., 1999, str. 272).

Dalšími významným autorem tohoto období je C.C. Walton, který vyzdvihuje aspekt dobrovolnosti a zdůrazňuje, že firma by si měla být vědoma faktu, že některé ekonomické výnosy ze zavedení společenské odpovědnosti firem nejsou přímo měřitelné (WALTON, C.C., 1967, str. 18; citováno dle CAROLL, A.B. 1999, str. 272).

V **70. letech 20.** století dochází, k ještě výraznější publikační činnosti a vzniku několika samostatných modelů společenské odpovědnosti firem.

Roku 1971 H. Johnson zmiňuje čtyři vzájemně komplementární přístupy či motivy firmy ke společensky odpovědnému chování a pokládá tak další ze základních kamenů zmíněné ‚*stakeholder theory*‘. Mezi tyto čtyři přístupy řadí: a) zohlednění zájmových skupin, b) dlouhodobou výnosnost, c) maximalizaci užitku, c) následování trendů (JOHNSON H. 1971, str. 50 – 74).

⁵ Zajímavé je, že se jedná o jednu z prvních definic, kde je podnikatel (businessman) nahrazen slovem firma (corporation) a je tedy genderově neutrální a zároveň přesouvá důraz z jednotlivce (podnikatele) na celou firmu (korporaci) (poznámka autorky).

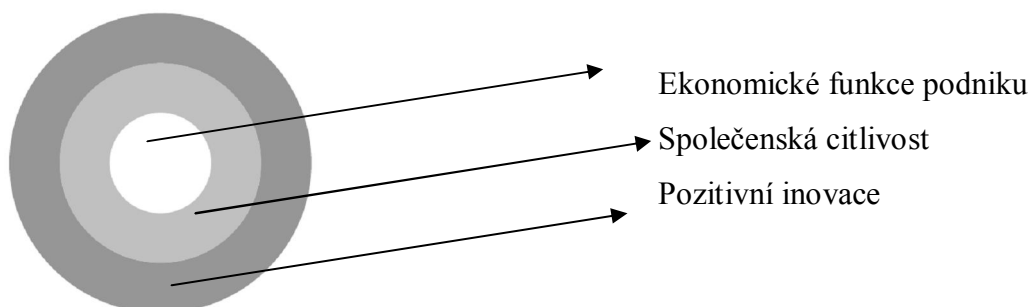
Tabulka 1: Johnsonovo pojetí přístupů ke společenské odpovědnosti firem

Přístup	Vymezení
„Stakholderský přístup“	Společensky odpovědná firma bere namísto pouhého usilování o zisk akcionářů v potaz i zájmy svých zaměstnanců, dodavatelů, prodejců, místní komunity a státu.
Přístup dlouhodobé výnosnosti	Společenská odpovědnost firmy je chápána jako prostředek k zajištění dlouhodobé výnosnosti firmy, tedy jako konkurenční výhoda.
Přístup maximalizace užitku	Firma definuje svůj cíl ne jako pouhou maximalizaci výnosů, ale jako maximalizaci užitku, který nemusí být definovatelný pomocí ekonomických nástrojů.
Přístup následování trendů	Firma chápe společenskou odpovědnost jako trend, který firma musí následovat, aby neztratila postavení na trhu.

(JOHNSON, H. 1971, str. 50 – 74; upraveno)

Ve stejném roce publikuje Committee for Economic Development⁶/CED (Komise pro ekonomický rozvoj) model tří soustředných kruhů. Střed a tedy i základ tvoří odpovědnost za efektivní realizaci ekonomických funkcí podniku. Prostřední kruh představuje odpovědnost za citlivou realizaci těchto funkcí vzhledem k vývoji společnosti, např. s ohledem na ochranu životního prostředí, vztahy se zaměstnanci, očekávání zákazníků, jakost výrobků a ochranu zdraví. Vnější kruh představuje aktivní zapojení se do procesu pozitivních inovací (CED, 1971).

Obrázek 1: Společenská odpovědnost firem dle CED (1971):



⁶ Committee for Economic Development je nezávislý, neziskový a nestranný think-tank sídlící ve Washingtonu, který sdružuje přes 200 ředitelů mezinárodních firem a zástupců univerzit. Více viz <<http://www.ced.org/>>

O několik let později A.B. Carroll (CAROLL A.B., 1979) navrhuje tří-dimenzionální model společenské odpovědnosti firmy. V tomto modelu klade Carroll důraz na ekonomickou odpovědnost firmy, kdy povinností firmy je produkovat výrobky či poskytovat služby, které společnost vyžaduje a zhodnocovat investice vlastníků (první dimenze).

Dále zdůrazňuje právní odpovědnost firmy, kdy firma je zodpovědná za naplňování svých ekonomických závazků při dodržování podmínek daných právním prostředím (druhá dimenze).

Obrázek 2: Carrollův tří-dimenzionální model:



Poslední dimenzi představuje chování firmy dle etických norem, které přesahují rámec daný právním řádem a dále prvek dobrovolnosti, kdy rozhodnutí o dalších společensky odpovědných politikách je ponecháno v rukou firmy.

Závažnost těchto aspektů později hodnotí spolu s Aupperlem v poměru 3:2:1 (AUPPERLE, K.E. a kol., 1985, str. 455).

Na poli veřejného zdravotnictví můžeme v 70. letech nalézt jednu z prvních definic vztahujících se k podpoře zdraví jako takové uveřejněnou Lalondem v roce 1974, který zmiňuje strategii podpory zdraví jako takovou strategii, která je *zacílená na informování, ovlivňování a pomoc jednotlivcům a organizacím vedoucí ke zvýšení jejich zodpovědnosti a iniciativy v záležitostech ovlivňující duševní a fyzické zdraví.* (LALONDE, M., 1974, str. 66)

Roku 1978 WHO rozšiřuje svůj zájem o primární zdravotní péče o zdraví pracovníků při práci a o dva roky později vyhláší komplexní zdravotní program, který

v roce 1984 schvaluje pro Evropu Evropské zdravotnické shromáždění pod názvem ‚Zdraví pro všechny do roku 2000 a dále‘. (např. v USNESENÍ VLÁDY ČR, 2003)

Dekáda **80. let** se nesla v duchu otevírání a propracovávání nových témat (steakholder theory, steakholder management, společenská výkonnost firmy, podnikatelská etika, společenská vnímavost firmy, veřejná politika...) a rozvoje v oblasti výzkumu.

Kupříkladu T.M. Johnes představuje myšlenku, že společenskou odpovědnost firem je nutno chápat jako proces neustálých organizačních inovací a ne jako pouhý soubor výsledků či neměnný stav (JOHNES, T.M., 1980, str. 59 – 65).

F. Tuzzolino a B. Armandi přicházejí v roce 1981 jako jedni z prvních s požadavkem měřitelnosti společenské odpovědnosti firmy a navrhují vlastní analytický nástroj odvozený od ‚Maslowovy pyramidy potřeb‘ (TUZZOLINO, F. et ARMANDI B., 1981). Autoři argumentují, že firma má v podstatě stejné základní potřeby jako člověk. Ekonomické potřeby jsou přirovnávány k potřebám fyziologickým, dalšími jsou pak potřeba bezpečí, sounáležitosti, uznání a seberealizace (TUZZOLINO, F. et ARMANDI, B. 1981, str. 23 – 24).

Roku 1982 Dalton a Cosier publikují svůj deskriptivní model ‚čtyř tváří‘ či úrovní společenské odpovědnosti firmy, který definuje čtyři základní typy firem. (DALTON, D.R. et COSIER, R.A. 1982, str. 19 – 27).

Tabulka 2: Čtyři úrovně společenské odpovědnosti firmy dle Dalta a Cosiera

	Legální	Nelegální
Zodpovědná	A	B
Nezodpovědná	C	D

(DALTON, D.R. et COSIER, R.A., 1982, vlastní grafická úprava)

P. Druckler rozvádí roku 1984 myšlenku ‚společenské odpovědnosti firem‘ v tom smyslu, že odpovědnost a ziskovost jsou nejen kompatibilní, ale že v podnikání by společenská odpovědnost měla být přeměněna i do podnikatelských šancí (DRUCKLER, P., 1984).

S touto myšlenkou korespondují i první výzkumy dané doby zaměřené na souvislost mezi mírou společensky odpovědného chování firmy a její finanční výkonností – např. P. Cochran a R. Wood (1984) či K.E. Aupperle, A.B. Carroll a J.D. Hatfield (1985) (CAROLL A.B. 1999).

V témže roce, 1984, pokládá Edward R. Freeman ve své knize *Strategic Management: A stakeholder approach* (Strategické řízení: stakeholderský přístup) další ze základů stakeholder teorie, která spolu s triple-bottom-line tvoří základ současného chápání společenské odpovědnosti firem (viz dále) (FREEMAN, E.R., 1984).

O rok později přicházejí S. Wartick a P. Cochran (WARTICK, S., et COCHRAN, P., 1985) s modelem „evoluce společenské odpovědnosti firmy“, ve kterém chápou „společenskou odpovědnost firem“ podobně jako výše zmíněný CED (1971) či později píšící Epstein (1987), a to ve smyslu postupného procesu.

V tomto smyslu přepracovávají zmíněnou Carrollovu definici do úrovně principů, procesů a politiky, přičemž argumentují, že Carrollsova etická komponenta společenské odpovědnosti by měla být viděna jako výchozí princip, sociální citlivost jako vnitřní procesy firmy a management sociálních záležitostí jako politika (policy⁷) firmy.

Poněkud odlišně společenskou odpovědnost chápe E.M. Epstein, který považuje sociální politiku firmy za nadřazenou společenské odpovědnosti firem a uvádí, že „*podstatu procesu sociální politiky (corporate social policy process) uvnitř firemních organizací tvoří tři základní komponenty: podnikatelská etika, společenská odpovědnost a sociální citlivost*“ (EPSTEIN, E.M., 1987, str.106).

Z hlediska veřejného zdravotnictví se do této dekády se datuje jedna z nejnámějších definic podpory zdraví uveřejněná v prvním vydání časopisu *American Journal of Health Promotion*, jejímž autorem je M.P. O'Donnel: „*podpora zdraví je věda a umění, jejímž cílem je pomoci lidem změnit jejich životní styl, tak aby dosáhly optimálního zdravotního stavu.*“ (O'DONNEL, M.P. 1986, str. 4-5).

⁷ Slovo politika nese v češtině tři základní významy, které je nutno odlišovat. Dle FILLA P: „*Politický řád tvoří rámec (polity), v němž na základě strategie politického konfliktu a konsenzu (politics) vzniká materiální politika (policy).*“ (FILLA P et al 2000, str. 19)

V témže roce vychází Ottavská charta podpory zdraví WHO, která definuje podporu zdraví „jako proces umožňující lidem zvýšit kontrolu nad svým zdravím a zlepšit jej“ (WHO, 1986)

Myšlenka společenské odpovědnosti firem sloužila v **90. letech 20. století** především jako výchozí bod pro další rozvoj některých zmíněných konceptů (stakeholders theory, firemní občanství,...) a jejich klasifikaci.

Hned na počátku tohoto desetiletí, propojuje Woodová Carrollův „tří-dimenzionální model společenské odpovědnosti firem“ z roku 1979 (viz výše) s Wavrickovým a Cochranovým modelem „evoluce společenské odpovědnosti firmy“ z roku 1985 a představuje vlastní komplexnější přístup.

Její model rozlišuje tři úrovně: a) institucionální, která odráží společenskou oprávněnost b) organizační, která odráží veřejnou odpovědnost c) individuální, která představuje manažerskou rozvážnost a čtyři kategorie: a) ekonomickou, b) právní, c) etickou, d) dobrovolnou. Tyto úrovně a kategorie dohromady určují devět oblastí povinností či odpovědností firmy (tabulka viz příloha) (WOOD, D., 1991b).

Ve stejném roce Carroll přehodnocuje svůj přístup ke „společenské odpovědnosti firem“ a přichází se svojí pyramidou společenské odpovědnosti (CAROLL, A.N., 1991).

Obrázek 3: Carrollův model CSR



V tomto modelu vidí Carroll jako základ společenské odpovědnosti firem odpovědnost ekonomickou, která tvoří základnu pomyslné pyramidy, na které stojí ostatní prvky společenské odpovědnosti.

Další stupeň představuje právní odpovědnost, přičemž je právo chápáno jako minimální etická norma společnosti.

Předposlední stupeň reprezentuje etickou odpovědnost, kterou A.N. Carroll definuje jako závazek firmy chovat se slušně, férově a vhodně. Vrchol pyramidy tvoří filantropická odpovědnost, ve smyslu firemního občanství, kdy firma přispívá komunitě a zlepšuje kvalitu života jejích obyvatel. (CAROLL, A.N., 1991)

Roku 1994 přichází J. Elkington s termínem triple-bottom-line (ELINGTON, J. 1994) (více viz dále).

V tomto období dále nacházíme snahu o klasifikaci teorií vážících se k společenské odpovědnosti firem – například: W.C. Frederick (1998), A.B. Carroll (1999), D. Woodová (1991a, 1991b), B.V. Altman (1998).

Ve veřejném zdravotnictví tato dekáda přinesla změnu programu WHO „Zdraví pro všechny do roku 2000 a dále“ jehož pokračování bylo publikováno v roce 1999 pod názvem „Zdraví pro 21. století“. V oblasti související se „společenskou odpovědností firem“ se objevil především požadavek zlepšování pracovního prostředí, včetně zlepšování psychosociálních pracovních podmínek, které se promítají i do mimopracovního okruhu. (WHA, 1998)

Pro podmínky České republiky byl program „Zdraví pro 21. století“ rozpracován a v roce 2002 schválen usnesením vlády České republiky č.1046 jako „Národní program zdraví“, ve kterém jsou stanoveny národní priority v oblasti zlepšení zdravotního stavu obyvatel. (VURM, V., 2004)

Vývoj na *přelomu 20. a 21. století* byl charakteristický trendem přebíráním myšlenky společenské odpovědnosti firem mezinárodními mezivládními institucemi. Na úrovni Evropské unie se jednalo o iniciativy a shromáždění jako je CSR Europe, Lisabonský summit, Zelená kniha, CSR Business Marathon, European Multistakeholder Forum, Evropská aliance pro CSR, Enterprise 2020, na úrovni OSN to je například iniciativa Global Compact.

Další znak tohoto období spočíval ve zdůraznění požadavku standardizace (ISO 2600, Bezpečný podnik, SA 8000 Social Accountability, Investors in People, AA1000 AccountAbility, ISO 14001, EMAS, EFQM, Global Compact) a měřitelnosti úrovně implementace konceptu (index KLD, index FTSE4GOOD, Dow Jones Sustainability Index).

Tato dekáda přinesla ale i kritiku praxe společenské odpovědnosti firem založenou na poznatku, že pro mnoho firem se společenská odpovědnost stává spíše marketingovým nástrojem než firemní filozofií, a to v takových případech kdy negativní charakter externality podnikání je nezpochybnitelný. Jedná se například o kritiku společností Shell (GANGLUY, S., 1999), British Petrol, McDonalds (McKIBBEN, B., 2006), a British American Tobacco (BARRACLOUGH, B., et MARROW, M., 2008).

1.1.3 Klasifikace teorií společenské odpovědnosti firem dle Garrigaové a Meleho

Výše představený vývoj myšlenky ‚společenské odpovědnosti firem‘ dokládá její předeslanou konceptuální a definiční roztříštěnost. Této roztříštěnosti vedla k několika snahám o jednotnou kategorizaci – například již zmínění W.C. Frederick (1998), A.B. Carroll (1999), D. Woodová (1991a, 1991b) nebo B.V. Altman (1998).

Z této nabídky představuji v této podkapitole klasifikaci dle Elisabet Garrigaové a Domenece Meleho z roku 2004, a to pro její (subjektivní) přehlednost. (revidováno v MELÉ, D. in CRANE, A. et all, 2008)

Tito autoři rozlišují mezi čtyřmi základními kategoriemi teorií vztahujících se k společenské odpovědnosti firem: a) instrumentálními teoriemi; b) politickými teoriemi; c) integrativními teoriemi; d) etickými teoriemi (viz následující přehledová tabulka). Jednotlivé dílčí teorie jsou zařazeny do příslušné kategorie v závislosti na odpovědi na otázku, zda-li se má podnik chovat odpovědně vůči společnosti, proč a do jaké míry.

Tabulka 3: Klasifikace teorií ‚společenské odpovědnosti firem‘ dle Garrigaové a Meleho

A) Instrumentální teorie
1. Teorie maximalizace aktiv podílníků/akcionářů/vlastníků firmy (shareholders) 2. Strategie pro získání konkurenční výhody 3. Marketingově orientované teorie
B) Politické teorie
1. Podnikový konstitucionalismus 2. Teorie integrativní společenské smlouvy 3. Teorie firemního občanství
C) Integrativní teorie
1. Řízení nových témat 2. Princip veřejné zodpovědnosti 3. Model řízení zainteresovaných stran
D) Etické teorie
1. Normativní teorii zainteresovaných stran 2. Základní práva 3. Udržitelný rozvoj 4. Myšlenka obecného dobra

(GARRIGOVÁ, A. et al, 2004, upraveno)

Obecně řečeno, *instrumentální teorie* (instrumental theories) přijímají myšlenku společenské odpovědnosti firem pouze a právě do takové míry, kdy s ní spojené aktivity vedou k dosažení ekonomických cílů podniku, tedy zisku. (GARRIGOVÁ, A. et al, 2004)

V rámci instrumentálních teorií autoři rozlišují mezi třemi základními směry. První směr je zaměřen na maximalizaci aktiv podílníků/akcionářů/vlastníků firmy (shareholders), (tzv. maximizing the shareholder value). Společensky odpovědné chování je zde chápáno jako jeden ze způsobů jak zajistit dlouhodobou maximalizaci zisku. Tento směr staví na Friedmanově úvaze, že podnik se chová pro-sociálně už jen tím, že existuje, neboť zajišťuje obživu svým zaměstnancům a sub-dodavatelům a tudíž i celé komunitě (FRIEDMAN, M., 1970).

Další směr instrumentálních teorií představují „strategie pro získání konkurenční výhody“ (strategies for achieving competitive advantages). Koncepce spadající do tohoto směru argumentují, že společensky odpovědné chování může firmě přinést konkurenční výhodu ve třech případech:

a) investování do budoucích zaměstnanců a zákazníků (social investments in a competitive context), které vede k jejich uvyknutí si produktům a službám firmy (více viz M.E. Porter a M.R. Kramer (2002) či L. Burke and L.J. Lodgson (1996));

b) společensky odpovědné aktivity, které vedou k nalézání inovací, a tím k rozvoji firmy (natural resource-based view of the firm and dynamic capabilities) (více viz S.L. Hart (1995));

c) produkty navržené jako nízko-nákladové (např. mobilní telefony) zpřístupňující služby chudšímu obyvatelstvu, které ale zároveň představuje rozsáhlý trh a tedy i zisk (strategies for the bottom of the pyramid) (více viz S.L. Hart a C.M. Christensen (2002), C.K. Prahalad a A. Hammond (2002)).

Koncepce spadající mezi poslední směr instrumentálních teorií chápou „společensky odpovědné“ chování firem jako marketingový nástroj, kdy reputace firmy dokáže ovlivnit potenciální zákazníky při volbě mezi podobnými produkty či službami (více viz W.M. Smith a M. Higgins (2000)).

Politické teorie (policy theories) se zabývají interakcemi a vztahy mezi podniky a společnostmi z hlediska moci podniků a jejich přirozenou zodpovědností. Jinými slovy, politické teorie hledají odpověď na otázku, jak má podnik využít své moci v politickém prostředí. (GARRIGOVÁ, A. et al 2004)

Garrigová a Melé řadí do této skupiny tři koncepce: podnikový konstitucionalismus (corporate constitutionalism), teorii integrativní společenské smlouvy (integrative social contract theory) a teorii firemního občanství (corporate citizenship).

Koncepce řazené pod podnikový konstitucionalismus říkají, že podnik musí svoji moc nutně užívat zodpovědně, neboť je sám o sobě společenskou institucí⁸.

⁸ „Pojem instituce znamená v tom nejobecnějším smyslu souhrn vzorců jednání a vztahů předávaný ve společnosti. [...] instituce je způsob, jak lidé v konkrétní kultuře dělají nějakou věc, tedy způsoby řešení

V tomto smyslu Davis (DAVIS, K., 1967) pojmenoval dva základní principy společenské odpovědnosti firem: a) rovnice společenské moci (the social power equation) říkájící, že odpovědnost podniku je přímo úměrná jeho moci; b) železný zákon odpovědnosti (the iron law of responsibility) tvrdící, že firma, která neužívá svoji moc zodpovědně, tuto moc ztratí, neboť její místo přirozeně nastoupí firma, která svoji moc zodpovědně užívá.

Teorie ‚integrativní společenské smlouvy‘ vychází z Lockovy⁹ myšlenky společenské smlouvy, kdy společnost a podnik dodržují pravidla jdoucí nad rámec zákonných požadavků tak, aby pro obě strany vznikalo výhodné prostředí.

Teorie firemního občanství je spojena s fenoménem globalizace, kdy některé nadnárodní firmy mají větší ekonomický a společenský vliv než mnohé vlády. V tomto smyslu by se společnosti měly chovat jako ‚světo-občané‘ a kromě dodržování základních zákonů dbát i na dodržování lidských a občanských práv (jak na lokální, tak globální úrovni) a pečovat o Zemi.

Integrativní teorie (integrative theories) sledují jak trh (podniky) integruje požadavky společnosti a obecně argumentují, že existence trhu (podniků), jejich trvání a růst závisí na společnosti, tudíž by firmy měly aktivně reagovat na její požadavky.

Mezi tyto teorie náleží: a) řízení nových témat (issues management), kdy podnik participací na vývoji ve společnosti může minimalizovat nežádoucí překvapení;

b) princip veřejné zodpovědnosti (the principle of public responsibility), kdy zákon a existující veřejné politiky jsou používány jako referenční systém (sociálního) výkonu firmy;

c) model řízení zainteresovaných stran (stakeholder management) říká, že hlas všech, kteří mají nějaký zájem v daném podniku (akcionáři, dodavatelé, zaměstnanci, komunita,...), by měl být zohledněn/vyslyšen během rozhodování firmy;

problémů, organizace je způsob, jak při tom svoji aktivitu koordinují. Takto je bankovní instituce a banka organizace.“ (JANDOUREK, J., 2008, str. 92)

⁹ ‚Lockeova‘ Společenská smlouva je hypotetická smlouva mezi panovníkem a lidem založená na myšlence, že principem lidské přirozenosti je rozum a tolerance, přičemž v přirozeném stavu jsou si lidé rovni a jsou nezávislí. Tudíž, použije-li panovník sílu proti lidu, lid má právo na revoluci. (Například v JANDOUREK, J., 2008)

d) koncepce firemní společenské výkonnosti (corporate social performance) shrnuje předešlé teorie a stanovuje jednotlivé (měřitelné) okruhy společenské odpovědnosti (GARRIGOVÁ, A. et al 2004).

S *etickou rovinou (ethical theories)* společensky odpovědného chování firem souvisejí čtyři odlišné ale komplementární přístupy, které shodně argumentují v jeho prospěch.

Jedná se o: a) normativní teorii zainteresovaných stran (normative stakeholder theory); b) univerzální práva (universal rights); c) udržitelný rozvoj (sustainable development); d) myšlenku obecného dobra (the common good approach).

Normativní teorií zainteresovaných stran reprezentuje Freemanův výrok (FREEMAN, R.E., 1984), že manažer je nositelem důvěry ve vztazích ke všem zainteresovaným stranám (stakeholders). V tomto smyslu definují T. Donaldson a L.E. Preston zainteresované strany (stakeholders) jako [...] *osoby či skupiny, které mají legitimní zájem na některých procesech nebo prvcích firemních aktivit, přičemž každá skupina má zájem poněkud odlišný (zaměstnanci, dodavatelé, komunita, etc.)*. (DONALDSON, T., et PRESTON, L.E., 1995, str. 67)

Druhý přístup uvádí že, společenská odpovědnost firem odráží rovinu univerzálních lidských práv. Tedy, že koresponduje s Všeobecnou deklarací lidských práv, kde se již v prvním článku hovoří o tom, že [lidé spolu] *mají jednat v duchu bratrství*. Nejúžeji se pak společenské odpovědnosti firem a podpoře zdraví na pracovišti váže článek 23(1): *„Každý má právo na práci, na svobodnou volbu zaměstnání, na spravedlivé a uspokojivé pracovní podmínky a na ochranu proti nezaměstnanosti.“* (OSN, 1948). Koncepce koresponduje s deklaracemi či iniciativami UN Global Compact – Organizace spojených národů, 2000 (OSN, 2011) nebo The Global Sullivan Principles (SULLIVAN, L.H., 1999)) případně Zdraví 21 (WHA, 1998).

Čtvrtý přístup tvrdí že, myšlenka společenské odpovědnosti jde ruku v ruce s ideou trvale udržitelného rozvoje, který byl definován Světovou komisí Spojených národů pro životní prostředí a rozvoj (World Commission on Environment and Development – Brundtlandova komise OSN) roku 1987: *„udržitelný rozvoj takový*

rozvoj, který uspokojuje základní potřeby dneška bez ohrožení schopnosti budoucích generací uspokojit své základní potřeby“ (WCED, 1987, I/3).

Poslední přístup je založený na myšlence obecného dobra (the common good) a vychází z úvahy, že firma, stejně jako jakákoliv jiná sociální skupina se musí podílet na rozvoji společnosti, jelikož je její součástí. Tento přístup je zastupován například iniciativou The Caux Roundtable Principles of Business¹⁰.

1.1.4 Společenská odpovědnost firem – konkrétní vymezení

Na jednu stranu termín ‚společenská odpovědnost firem‘ odkazuje na soubor rozličných teorií usilujících o vymezení a odůvodnění odpovědnosti firem (viz výše), na druhou stranu se ale jedná o zcela konkrétní způsob chování firmy (viz dále).

Respektive, jedná se o způsob řízení firmy, který bere na vědomí nejen své *ekonomické a právní povinnosti, ale také určitou zodpovědnost vůči společnosti, jejíž rozsah sahá za rámec povinností stanovených zákonem.*“ (např. McGUIRE J. 1963, str. 144).

Oblasti, do kterých se promítá chování firmy, definuje model 3P (tzv. triple bottom line – people, planet, profit). Tento model hovoří o třech pilířích společenské zodpovědnosti firem: a) zodpovědnost za tvorbu zisku (profit), b) odpovědnost vůči lidem (people) a c) vůči životnímu prostředí, kde působí (planet). Někteří sem dále řadí i odpovědnost vůči místní komunitě (ELKINGTON, J., 1998; HENRIQUES, A., 2004).

Rozsah odpovědnosti firmy je pak definován jako každá interakce s firmou s jejími stakeholders.

Tyto tři pilíře a stakeholdery upřesňuje Evropská komise (toto vymezení přejímá i Business Leaders Forum/BLF – BLF, 2008) následujícím způsobem: Ekonomická oblast se týká prostředí trhu, kde mezi zainteresované strany (stakeholders) náleží: vlastníci a investoři, zákazníci a spotřebitelé, dodavatelé a další obchodní partneři, vládní instituce a média (EUROPEAN COMMISSION, 2004).

¹⁰ The Caux Roundtable Principles of Business je nezisková mezinárodní organizace sdružující ředitelé mezinárodních firem za účelem propagace etického podnikání (BRISCOE D.R. et SCHULER, R.S., 2004).

Sociální oblast dělí Evropská komise na pracovní prostředí zahrnující zaměstnance a odbory a místní komunity obsahující neziskové organizace a veřejnost (EUROPEAN COMMISSION, 2004).

Do oblasti životního prostředí Evropská komise řadí environmentální skupiny a ostatní mluvčí za životní prostředí (EUROPEAN COMMISSION, 2004).

1.1.5 Společenská odpovědnost firem v prostředí České republiky

Stopy společenské odpovědnosti firem můžeme v České republice nalézt například již v u Tomáše Bati, zakladatele firmy Baťa založené roku 1894, či u Josefa Hlávky, architekta a filantropa žijícího v letech 1831 – 1908. (KUNZ, V., 2012)

K rozvoji myšlenky „společenské odpovědnosti firem“ jako takové dochází ale až v 90. letech 20. století, a to ve spojitosti s „polistopadovými změnami“. V této době byla založena Společnost pro etiku v ekonomice při Národohospodářském ústavu Akademie Věd České republiky v Praze, Transparency International Česká republika, Etické fórum a Business Leaders Forum. (KUNZ, V., 2012)

V současné době můžeme pozorovat výrazný růst zájmu o tento koncept¹¹. Konkrétně se jedná o rozvoj publikační činnosti, z nejnovějších přehledových publikací to je právě citovaná práce Viléma Kunze: „Společenská odpovědnost firem“ z roku 2012. (založeno na před-výzkumu)

Z odborných a vědeckých prací: Martina Ortová: Lze investovat s myšlenkou trvale udržitelného rozvoje? (ORLOVÁ, M., 2011). Vilém Kunz: Model of Corporate Responsibility Systems in the EU (KUNZ, V., et DUBCOVÁ, J.M, 2011). Lucie Kvasničková Stanislavská: International Standards of Corporate Social Responsibility (KVASNIČKOVÁ, L., a kol., 2010). (založeno na před-výzkumu)

¹¹ Zajímavé je, že v průběhu psaní této práce jsem se nesetkala s českou publikací, která by se dívala na společenskou odpovědnost firem z pohledu podpory zdraví v pracovním prostředí, přesto můžeme nalézt ve zmíněné literatuře průsečík mezi těmito tématy, a to problematiku řízení lidských zdrojů a poté téma bezpečnosti a ochrany zdraví při práci.

Ve své podstatě se dostupné publikace zaměřují na ekonomický pohled, tedy marketing, menežment, konkurenceschopnost, strategické řízení atd. (poznámka autorky).

Z odborných konferencí např.: Národní konference kvality (únor 2012), Kam směřuje společenská odpovědnost firem? (leden 2012), Jak vytvořit úspěšnou CSR strategii (listopad 2011), Společenská odpovědnost firem – transfer vědeckých poznatků do praxe (únor 2011). (založeno na před-výzkumu)

Na poli společenské odpovědnosti firem působí v ČR několik neziskových iniciativ: Better Brand, Hestia o.s., Fórum dárců, Byznys pro společnost – fórum odpovědných firem, AISIS, o. s., Corporate Governance, Korektní podnikání o.s., Nadace Via, Transparenci International (...) a Business Leaders Forum (založeno na před-výzkumu).

Můžeme se zde setkat i s mezinárodními certifikačními či standardizačními systémy: ISO 26000 - Společenská odpovědnost firem, SA 8000 - Sociální odpovědnost, AA 1000 AccountAbility, ISO 14001 - Systém environmentálního managementu, EMAS - Systém environmentálního řízení a auditu, OHSAS 18001 - Systém managementu bezpečnosti a ochrany zdraví při práci (založeno na před-výzkumu).

Dále zde existuje řada každoročně udílených ocenění: Národní cena ČR za společenskou odpovědnost, Sociálně prospěšný podnikatel roku, Top Filantrop, Ethnic Friendly, Cena zdraví a bezpečného pracovního prostředí, Cena VIA Bona, Sodexo zaměstnavatel roku, Firma roku: Rovné příležitosti, CSR Award, Czech Top, Best Employers CR, Zaměstnavatel roku. (KUNZ, V., 2012)

Z firem působících v Českých Budějovicích se společenskou odpovědností více či méně zabývají například Lergo Construct s.r.o., Edikt a.s., Robert Bosch odbytová s.r.o., E.ON Česká republika, s.r.o., Telefónica Czech Republic, a.s., Česká Spořitelna, a.s., Madeta a.s. (založeno na před-výzkumu)

1.1.6 Definiční vymezení ‚společenské odpovědnosti firem‘ v ČR

Podobně jako v zahraniční literatuře i v Čechách se můžeme setkat s řadou definic společenské odpovědnosti firem. Pro ilustraci uvádím tři z nich.

Například Business Leaders Forum definuje společenskou odpovědnost firem jako „dobrovolný závazek firem chovat se v rámci svého fungování odpovědně k prostředí i společnosti, ve které podnikají.“ (citováno dle STEINEROVÁ, M., et al 2008, str. 2).

Dytrt uvádí následující: „CSR je dobrovolná integrace sociálních a ekologických ohledů v součinnosti se zainteresovanými stranami do podnikatelských činností firmy, který nebude jen sledovat úzké ekonomické cíle, ale bude i prospěšný ze širších společenských aspektů“ (DYTRT, Z., 2006, str. 103)

Pavlík definuje společenskou odpovědnost firem jako „[...]způsob podnikání, který odpovídá či jde nad rámec etických, zákonných, komerčních a společenských očekávání.“ (PAVLÍK, M., 2010, str. 19)

1.2 Práce a zdraví

Tato část práce se věnuje tématu podpory zdraví na pracovišti. Nejprve jsou vymezeny základní pojmy jako je zdraví, zdraví při práci, ochrana a podpora zdraví, bezpečnost při práci. Druhá část pojednává o podpoře zdraví na pracovišti.

1.2.1 Vymezení základních pojmů

Nejzákladnějším pojmem, se kterým operuje tato práce, je pojem „zdraví“: Zdravím můžeme rozumět stav úplné tělesné, mentální a sociální pohody, nejen nepřítomnost nemoci nebo poškození zdraví. (HOLČÍK, J. 2005) Zdravotní stav člověka utváří nezávislé působení pracovních i mimopracovních vlivů člověka a jeho osobních dispozic, včetně životního stylu. (TUČEK, M., 2005) Přičemž ochrana a podpora zdraví představují téma veřejného zdravotnictví.

Základní definici veřejné zdravotnictví nabídl v roce 1920 C.E.A. Winslov, který říká, že *veřejné zdravotnictví je věda a umění, snažící se zabránit chorobám, prodloužit život a podpořit tělesné zdraví a efektivitu, a to prostřednictvím úsilí organizovaného společenství. Konkrétně, úsilím o sanitaci životního prostředí, o kontrolu nakažlivých infekcí a o poučení jednotlivců o principech osobní hygieny, o organizaci lékařských a zdravotnických služeb, které zajistí časnou diagnózu a preventivní terapii chorob, a o rozvíjení sociálních mechanismů, které zajistí každému jedinci společnosti životní úroveň, adekvátní pro udržení zdraví.* (WINSLOV C.E.A., 1920, str. 23)

V tomto smyslu definuje veřejné zdraví například Zákon 258/2000 Sb. o ochraně veřejného zdraví (v aktuálním znění). *Veřejným zdravím je zdravotní stav obyvatelstva a jeho skupin. Tento zdravotní stav je určován souhrnem přírodních, životních a pracovních podmínek a způsobem života (Zákona 258/2000 Sb., §2 odstavec 1.).*

Zmíněný zákon vymezuje i termín ‚ochrana a podpora veřejného zdraví‘, a to jako *„souhrn činností a opatření k vytváření a ochraně zdravých životních a pracovních podmínek a zabránění šíření infekčních a hromadně se vyskytujících onemocnění,*

ohrožení zdraví v souvislosti s vykonávanou prací, vzniku nemocí souvisejících s prací a jiných významných poruch zdraví a dozoru nad jejich zachováním“ (§2 odstavec 2.).

Podporu veřejného zdraví pak úžeji definuje Státní zdravotní ústav se sídlem v Praze (dále jen SZÚ) v duchu definice Světové zdravotnické organizace/World Health Organisation (dále jen WHO) jako souhrn aktivit a opatření, která směřují nejen k předcházení nemocem, ale i ke zlepšení zdravotního stavu jednotlivce i celé komunity. Za tímto účelem využívá podpora zdraví poznatků epidemiologických studií, které prokázaly podíl faktorů způsobu života a práce i některých návyků a chování na vzniku a vývoji chronických onemocnění. Základním rysem podpory zdraví je podpora přímé účasti jednotlivce na uchování nebo zlepšení vlastního zdraví prostřednictvím uvědomění si spoluzodpovědnosti za vlastní zdraví (SZÚ, 2008).

„Zdraví při práci“ může být charakterizováno jako tělesná, duševní a sociální pohoda při práci. Přičemž pojem ‚práce‘ lze definovat jako soustavnou činnost či proces tvořený třemi základními prvky – technikou, organizací a lidským činitelem. (PROVAZNÍK, K. a kol, 1997)

Kromě výše zmíněné ochrany a podpory veřejného zdraví se ‚zdravím při práci‘ zabývá i obor ‚bezpečnosti a ochrany zdraví při práci‘ (BOZP). Náplň BOZP lze definovat jako souhrn právních, organizačních, technických, technologických, zdravotních, hygienických, výchovných a dalších opatření, jejichž cílem je dosažení takového stavu pracovišť, pracovního prostředí a výkonu práce, při němž nebude docházet k pracovním úrazům, nemocem z povolání a ani k jinému ohrožení zdraví a naopak bude dosahováno zkvalitnění pracovního života. (ŠUBRT, B. a kol, 2003)

„Podpora zdraví na pracovišti“ přesněji znamená „*souhrn organizačních, vzdělávacích, motivačních a technických aktivit a programů zaměřených tak, aby podporovaly zdravý životní styl a vedly zaměstnance a jejich rodinné příslušníky k jeho ozdravení*“ (Definice dle SZU, 2008),

1.2.2 Podpora zdraví na pracovišti

Tématem podpory zdraví v pracovním prostředí resp. podporou zdraví na pracovišti (workplace health promotion) se na globální úrovni zabývá hned několik organizací.

Organizací s celosvětovou působností v podpoře zdraví na pracovišti je WHO/ILO, která sice podporu zdraví na pracovišti přímo nedefinuje, ale hovoří o zdravém pracovišti (healthy workplace). Dle WHO/ILO je zdravím pracovištěm takové, které obsahuje zdravotní a bezpečnostní prvky ve fyzickém pracovním prostředí, a prvek psycho-sociální pohody, a to včetně vhodné organizace práce a firemní kultury. Takováto firma navíc využívá a vyhledává příležitosti k podpoře zdraví, participuje v životě místní komunity a přispívá tak ke zvýšení zdraví pracovníků, jejich rodin, a ostatních členů komunity (BURTON, J., 2010).

Na úrovni WHO se problematiky podpory zdraví na pracovišti týká spolu s již zmíněným programem „Zdraví 21“ i „Globální strategie pracovního zdraví pro všechny“ z roku 1995.

Nejvýznamnější organizací zaměřenou výhradně na Evropu je ENWHP¹², jejímž členem je i SZÚ, který přejímá její definici podpory zdraví na pracovišti (dále jen PZP). Na území České republiky proběhly či probíhají kampaně ENWHP/SZÚ kampaně ‚Move Europe‘, ‚Work in Tune with Life‘ a ‚Dragon Fly‘.

Kromě podpůrných aktivit souvisejících s touto organizací, vydává Evropská unie i direktivy upravující konkrétní politiky na jejím území. V prostředí ochrany a podpory zdraví se jedná například o Směrnice rady Evropské Unie č.89/391/EHS z 12. června 1989 o zavedení opatření podporujících zlepšení bezpečnosti a ochrany zdraví při práci.

Podporu zdraví tedy můžeme chápat jako strategii doplňující péči o zdraví zaměstnanců. Tato strategie představuje souhrn organizačních, vzdělávacích, motivačních a technických aktivit a programů zaměřených tak, aby podporovaly zdravý

¹² ENWHP: European Network For Workplace Health Promotion – Evropská síť podpory zdraví na pracovišti zřízená v roce 1996 Evropskou unií. Více viz: <http://www.enwhp.org/>

životní styl a vedly zaměstnance a jejich rodinné příslušníky k jeho ozdravení. (SZÚa, nebo LUXEMBOURG DECLARATION).

PZP je pak chápána jako soubor aktivit výhodných pro zaměstnavatele, a to vzhledem k negativním důsledkům špatného zdravotního stavu zaměstnanců na produktivitu práce, a tak i na ziskovost firmy (MILLS, P.R. at all, 2007) a jako prostor pro systematickou podporu veřejného zdraví (BURTON, J., 2010).

Mezi konkrétní výhodou těchto aktivit SZÚ zařazuje snížení krátkodobé i dlouhodobé neschopnosti, zlepšení spokojenosti a zdraví zaměstnanců vedoucí ke zvýšení produktivity práce, zlepšení pověsti a atraktivity podniku. SZÚ předpokládá nárůst významu této strategie v souvislosti s trendem stárnutí populace a tedy i pracovníků a s přímým placením nemocenských dávek zaměstnavatelem. (SZÚ, 2008)

Toto konstatování odpovídá výsledkům výzkumu the Global Survey of Health Promotion and Workplace Wellness Strategies provedenému Buck Consultants v roce 2009, který zkoumal motivaci zaměstnavatelů k podpoře zdraví na pracovišti (1103 respondentů ze všech kontinentů). Výzkum identifikoval snížení nákladů na pojistné (U.S.A.), zvýšení produktivity (Afrika, Austrálie, Kanada, Evropa, Latinská Amerika) a zvýšení loajality zaměstnanců (Asie) jako nejvýznamnější motivační faktory PZP) (BUCK CONSULTANTS, 2009).

Tento výzkum dále ukázal, že podpora zdraví na pracovišti je zaměřena především na zvládání stresu, výživu, vyrovnanost osobního a pracovního života a chronická onemocnění. Zajímavé je pak zjištění, že většina dotázaných zaměstnavatelů (78 %) nevyhodnocuje dopad PZP na svoje podnikání (BUCK CONSULTANTS, 2009).

Nutno podotknout, že PZP není pro zaměstnavatele v Čechách legislativně vymezena, ani ekonomicky (či daňově) zvýhodněna. (ŠLACHA, R. et HOBZA, V., 2011) Na druhou stranu je přínos programů podpory zdraví na pracovišti měřitelný, jak z hlediska dopadu na zaměstnavatele, ve smyslu zvýšení efektivity práce zaměstnanců a snížení jejich nemocnosti, tak z hlediska uspokojování zájmů zaměstnanců samotných skrze měření základních indikátorů zdravotního stavu především vzhledem k riziku civilizačních onemocnění. (CHENOWETH, D., 2002, str. 3 – 49) Zároveň však stát

nabízí zaměstnavatelům podporu v oblasti PZP skrze SZÚ, jehož cílem je rozvíjet a podporovat existující a nově vznikající iniciativy v této oblasti.

Právě SZÚ je označován za jedinou českou instituci, která se komplexněji zabývá uplatňováním a hodnocením programů podpory zdraví na pracovišti. Dalšími organizacemi více či méně orientovanými na PZP jsou neziskové organizace, zdravotní pojišťovny či firmy samotné (ŠLACHA, R. et HOBZA, V., 2011).

Kromě zmíněných kampaní „Move Europe“ či „Life in Tune with Life“ a „Dragon Fly“ SZÚ organizuje i Kampaň SLIC - Psychosociální rizika na pracovišti, soutěž Bezpečný podnik a Podnik podporující zdraví.

2 Cíle práce a výzkumné otázky

2.1 Cíle práce

Hlavní cíl:

C: Analýza využitelnosti konceptu CSR v rámci podpory zdraví na pracovišti.

Dílčí cíle¹³:

C1: Vymezení vztahu CSR a podpory zdraví na pracovišti.

C2: Identifikace postojů definované skupiny odborníků k CSR jako nástroji podpory zdraví na pracovišti.

C3: Identifikace příležitostí využití CSR v podpoře zdraví na pracovišti.

¹³ Oproti zadání diplomové práce byl vynechán cíl ‚Identifikace faktorů podmiňujících přijetí či odmítnutí konceptu CSR u odborné veřejnosti působící v Českých Budějovicích‘, a to pro jeho vágnost.

2.2 Výzkumné otázky

Hlavní výzkumná otázka:

Jaké je využitelnost konceptu CSR v podpoře zdraví na pracovišti?

Dílčí výzkumné otázky:

VO1: Jaký je vztah CSR a podpory zdraví na pracovišti?

VO2: Jaké jsou postoje definované skupiny odborníků k CSR jako nástroji podpory zdraví na pracovišti?

VO3: Jaké jsou příležitosti využití CSR v podpoře zdraví na pracovišti?

3 Metodika a zkoumaný materiál

K naplnění výše uvedených cílů využívá práce kvalitativní výzkumné strategie rozdělené do dvou částí čítajících dohromady šest fází.

První část se skládá ze čtyř kroků, fází, jejichž účelem je vymezení vztahu společenské odpovědnosti firem a podpory zdraví na pracovišti, a tedy dosažení prvního dílčího cíle této práce (C1: Vymezení vztahu CSR a podpory zdraví v pracovním prostředí).

Ve snaze o co nejsystematičtější metodu tato část počíná fází operující na obecné rovině, která spočívá v komparativní analýze teoretických východisek CSR a PZP. Druhá fáze se zaměřuje na rovinu konkrétních iniciativ také ve smyslu jejich komparativní analýzy. Třetí fáze postihuje problematiku na úrovni zkušenostní za použití řízených rozhovorů s definovanými odborníky. Čtvrtá fáze integruje získané poznatky do podoby SWOT analýzy. Jinými slovy, první tři fáze výzkumné strategie odpovídají na první výzkumnou otázku v závislosti na své operační rovině (teoretické, konkrétní nebo zkušenostní) a čtvrtá fáze získané poznatky integruje.

Účel této části spočívá v získání vhledu do současné situace, neboť problematika vztahu společenské odpovědnosti firem a podpory zdraví na pracovišti je v České republice nová. Konkrétním výstupem této části je jednak zmíněná SWOT analýza a dále portfolio otázek pro následující část výzkumu.

Druhá část práce spočívá ve dvou dílčích krocích, fázích, zaměřených na druhý a třetí cíl této práce. Pro naplnění druhého cíle (C2: Identifikace existujících definovaných skupin odborníků k CSR jako nástrojů podpory zdraví na pracovišti) je použito kvalitativně orientovaného dotazníkového šetření. Kromě naplnění druhého výzkumného cíle leží účel tohoto šetření v identifikaci vhodných respondentů pro poslední krok výzkumu.

Poslední krok výzkumu má podobu řízených rozhovorů s konkrétními odborníky identifikovanými v předešlé fázi a jeho účelem je naplnění třetího dílčího cíle této práce (C3: Identifikace příležitostí využití CSR v podpoře zdraví na pracovišti).

Grafické znázornění výzkumné strategie

Tabulka 4: Grafické znázornění výzkumné strategie

		Metoda	Dílčí kroky	Výstupy
I. část výzkumu	Fáze I	Komparativní analýza teoretických konceptů ‚společenské odpovědnosti firem‘ a ‚podpory zdraví na pracovišti‘	Identifikace klíčových principů obou témat Charakterizace klíčových principů obou témat Komparace klíčových principů těchto témat	Vymezení vzájemného vztahu ‚společenské odpovědnosti firem‘ a ‚podpory zdraví v pracovním prostředí‘ na teoretické úrovni
	Fáze II	Komparativní analýza koncepcí konkrétních iniciativ ‚společenské odpovědnosti firem‘ a ‚podpory zdraví na pracovišti‘	Identifikace a charakterizace společných a rozdílných prvků těchto koncepcí.	Vymezení vzájemného vztahu ‚společenské odpovědnosti firem‘ a ‚podpory zdraví v pracovním prostředí‘ na úrovni konkrétních iniciativ.
	Fáze III	Semi-strukturovaný kvalitativní rozhovor	Rozhovory s jednotlivými respondenty a jejich komparace.	Postoje definované skupiny odborníků k problematice ‚společenské odpovědnosti firem‘ z pohledu ‚podpory zdraví na pracovišti‘.
	Fáze IV - SWOT analýza	SWOT analýza	Syntéza výsledků předcházejících fází výzkumu.	Stanovení silných a slabých stránek, možností a hrozeb využití myšlenky ‚společenské odpovědnosti firem‘ v podpoře zdraví v pracovním prostředí. Podklady pro zhotovení dotazníku.
II. část výzkumu	(I. fáze)	Dotazníkové šetření	Dotazníkové šetření	Identifikace postojů odborné veřejnosti.
	(II. fáze)	Řízené rozhovory	Řízené rozhovory	Identifikace možnosti využití CSR v PZP

3.1 Metodika první části – první fáze: Komparativní analýza teoretických konceptů

První fáze si klade za cíl postihnout vztah myšlenky „společenské odpovědnosti firem“ a „veřejného zdravotnictví“ a konkrétně „podpory zdraví na pracovišti“ skrze komparaci teoretických koncepcí. Tato fáze výzkumu operuje na úrovni teoretické a globální.

Ve své podstatě se jedná o identifikaci a kvalitativní komparativní analýzu výchozích principů těchto konceptů založenou na obsahové analýze odborných a vědeckých publikací, jejímž úkolem je ukotvení vzájemné pozice obou konceptů.

Tuto fázi můžeme po metodické stránce chápat jako formu analýzy dokumentů, tedy jako takovou analýzu, která se zabývá studiem jakýchkoliv dokumentů, které nebyly primárně vytvořeny pro účely našeho výzkumu. Dokumentem je v sociologii chápán jakýkoliv způsob záznamu informací na hmotném médiu. Podle duhu použitého záznamového média dělíme dokumenty na tištěné nebo psané na papíře, na magnetofonových páscích, na videozáznamech, fotografiích, CD atd. Obsahová analýza dokumentů představuje objektivní analýzu sdělení jakéhokoliv typu. Může se orientovat jak na obsah, tak formu či autora a adresáta sdělení. (BURIÁNEK, J., 2001; BRYMAN, A., 2004; SILVERMAN, D., 2006)

3.2 Metodika první části – druhé fáze: Komparativní analýza konkrétních iniciativ

Na rozdíl od předešlé fáze poznávací strategie se tato druhá fáze zaměřuje na konkrétnější podobu vztahu „společenské odpovědnosti firem“ a „podpory zdraví na pracovišti“ a zkoumá dvě implementační strategie obou myšlenek, se kterými se můžeme setkat v České republice.

Konkrétně se jedná o komparaci „Společenské odpovědnosti firem“ dle Business Leaders Fora (BLF) a soutěže Státního zdravotního ústavu „Podnik podporující zdraví“. Ve své podstatě se jedná o komparativní analýzu politik.

Model BLF byl zvolen na základě před-výzkumu, kdy v prostředí České republiky bylo Business Leaders Forem shledáno dominantní platformou dlouhodobě poskytující informace o společenské odpovědnosti firem. Soutěž Podnik podporující

zdraví byl vybrán pro jeho celorepublikový záběr a dominantní roli SZÚ v podpoře zdraví v České republice.

Tato část výzkumu porovnává základní principy a kritéria obou iniciativ za účelem vymezení jejich vztahu.

Ač je tato komparativní analýza umístěna do prostředí České republiky a tudíž může být kritizována z hlediska metodického nacionalismu, oba porovnávané modely jsou neoddělitelně spjaty s rovinou sub-regionální či globální, jelikož Business Leaders Forum je propojeno s mezinárodních organizací CSR Europe a International Business Leaders Forum a Státní zdravotní ústav propojen s ENWHP s WHO.

3.3 Metodika první části – třetí fáze: Rozhovory

Třetí fáze poznávací strategie této práce spočívá v kvalitativním, hloubkovém, šetření mezi definovanými odborníky, jejichž pole působnosti souvisí s podporou zdraví v pracovním prostředí. Šetření má podobu řízeného semi-strukturovaného rozhovoru, který strukturálně odpovídá cílům a výzkumným otázkám této práce a je podřízen principům SWOT analýzy.

Kvalitativní semi-strukturovaný rozhovor je obecně definován jako rozhovor spočívající v pokládání otevřených otázek, které jsou zaměřeny na názory respondenta a umožňují získat bohatší, detailnější data a tedy hlubší náhled do problematiky. Jeho účelem tedy není získat data, která by byla testovatelná pomocí statistických metod a byla z pohledu těchto metod spolehlivá a validní. (BRYMAN, A., 2004; HENDL, J., 2005)

U každého rozhovoru byla zaznamenána doba trvání, datum a přítomnost či nepřítomnost další osoby. Jelikož někteří respondenti nesouhlasili s zvukovým záznamem rozhovoru, byl k záznamu odpovědí u všech respondentů použit záznamový arch. V rámci rozhovorů respondenti nezastupovali instituce, které je zaměstnávají, ale vyjadřovali právě a jenom své osobní názory.

Jednalo se o anonymní rozhovory, které probíhaly mimo pracovní dobu respondentů. Na základě výše uvedeného jsou z transkripce vypuštěny údaje, které by mohly vést k identifikaci respondenta, nepřál-li si respondent jinak. Ze stejného důvodu

nejsou přiloženy ani originální záznamové archy. Průměrná doba rozhovoru činila 1 hodinu a 16 minut.

S ohledem na cíle této práce a výsledky dvou předcházejících fází byly pro zmíněné rozhovory navrženy následující vodící otázky:

- 1) Jaké je Vaše pracovní zařazení?
- 2) Jak dlouhou máte praxi v oboru?
- 3) Jaké máte vzdělání?
- 4) Kdo jsou Vaši klienti (obecně)? Kolik klientů jste měla/měl za posledních 12 měsíců?
- 5) Setkal/setkala jste se s pojmem „společenská odpovědnost firem“? Při jaké příležitosti
- 6) Co pro Vás tento pojem znamená? – definice, praxe
- 7) Setkal/setkala jste se s firmou, která se označuje za společensky odpovědnou?
- 8) Pokud ano, jaké máte s těmito firmami zkušenosti z hlediska ochrany a podpory zdraví na pracovišti?
- 9) Setkal/setkala jste se s pojmem „podpora zdraví na pracovišti“?
- 10) Co pro Vás tento pojem znamená?
- 11) Setkal/setkala jste se s firmou účastnící se programů podpory zdraví na pracovišti?
- 12) Pokud ano, jaké máte s těmito firmami zkušenosti z hlediska ochrany a podpory zdraví na pracovišti?
- 13) Jaký je Váš názor na současný stav programů podpory zdraví na pracovišti?
- 14) Jak vnímáte vztah „společenské odpovědnosti firem“ a „podpory zdraví na pracovišti“?
- 15) V čem jsou podle Vás silné stránky tohoto vztahu?
- 16) V čem jsou podle Vás slabé stránky tohoto vztahu?
- 17) V čem jsou podle Vás možnosti či příležitosti tohoto vztahu?
- 18) V čem jsou podle Vás rizika tohoto vztahu?

3.3.1 Metoda výběru respondentů a jejich charakteristika

Pro získání co možná nejširšího spektra respondentů při zachování systematičnosti jejich výběru byla zvolena dvoufázová výběrová strategie, které předcházelo vymezení vhodného respondenta.

Za vhodného respondenta byl určen takový, který se v současné době (tedy alespoň 12 měsíců v letech 2010 – 2012) zabýval podporou zdraví na pracovišti, hygienou práce, bezpečností práce či závodní preventivní péčí, takovým způsobem, že přicházel do styku se zaměstnanci i jejich zaměstnavateli, a tak byl osobně obeznámen i podmínkami jejich pracovního prostředí. Přičemž tento respondent působil na území okresu České Budějovice¹⁴.

Nejprve byly metodou úplného výčtu zvoleny veřejné instituce působící v oblasti ochrany a podpory zdraví, jejich jednotlivá oddělení a zaměstnanci zabývající se problematikou pracovního prostředí. Konkrétně se jednalo o Krajskou hygienickou stanici se sídlem v Českých Budějovicích a českobudějovickou pobočku Zdravotního ústavu se sídlem v Plzni.

Tito zaměstnanci byli skrze veřejně dostupné emailové adresy uvedené na příslušných internetových stránkách (www.khscb.cz a www.zucb.cz) osloveni s žádostí o rozhovor. Ti, kteří souhlasili, tak vytvořili první stratu čítající 3 respondenty (z 9 oslovených).

Další respondenti a respondentky pak byli vybráni metodou sněhové koule za dodržení definice vhodného respondenta (viz výše). Tímto způsobem vznikla druhá strata, kterou tvořili 4 respondenti ze 42 oslovených. 10 z těchto 42 oslovených respondentů nesplňovalo předem stanovené požadavky na vhodného respondenta, 9 rozhovor odmítlo a 16 oslovených neodpovědělo. Výzkumu se nakonec zúčastnilo celkem 7 respondentů, s každým z těchto respondentů byl veden jeden rozhovor. Jednalo se o respondenty působící mimo veřejnoprávní instituce.

¹⁴ Okres České Budějovice nebyl zvolen náhodně, ale z důvodu časové a místní dostupnosti respondentů.

Metoda sněhové koule je definována jako: „získávání nových případů na základě procesu postupného jmenování dalších osob již známými případy. Vlastní proces výběru začíná u jednoho nebo více jedinců, o nichž se ví, že splňují dané požadavky [...]. Je s nimi veden rozhovor, při němž jsou požádáni, aby jmenovali další osoby, které znají a které rovněž splňují stanovené požadavky, a zprostředkovali s těmito osobami kontakt. S nimi je následně veden rozhovor a celý proces se opakuje.“ (HARTNOLL, R. et al., 1997, str. 19)

Uvedený proces výběru respondentů a charakter získaného výzkumného vzorku popisují následující tabulky.

Tabulka 5: Kvantitativní charakteristika výběru

Kvantitativní charakteristika procesu výběru respondentů:	
Celkový počet oslovených potenciálních respondentů:	42
Počet vyřazených respondentů*:	10
Počet odmítnutých rozhovorů včetně těch, kteří neodpověděli:	25
Konečný počet respondentů:	7
Úspěšnost ze všech oslovených:	16,7%
*U respondentů, kteří neodpověděli či odmítli rozhovor, není možno určit, zda by byli vhodnými kandidáty.	

(Zdroj: vlastní výzkum)

Tabulka 6: Kvalitativní charakteristika výzkumného vzorku

Kvalitativní charakteristika výzkumného vzorku:		
Nejvyšší dosažené vzdělání:	Vysokoškolské:	5 respondentů
	Vyšší odborné:	1 respondent
	Středoškolské:	1 respondent
Pracovní zařazení v posledních 12 měsících (výčetem):	Health manager 1x, konzultant ochrany a podpory zdraví v pracovním prostředí 3x , asistent ochrany zdraví 1x, odborný pracovník 2x	
Délka praxe v letech (výčetem):	2, 3, 30, 16, 35, 4, 10 let	
Průměrná délka praxe:	14,4 let	
Počet klientů za posledních 12 měsíců:	1, 29, 50, 45, 40, 2, 40 klientů	
Průměrný počet klientů za posledních 12 měsíců:	29,6 klientů	
Charakter klientů (výčetem):	velké firmy, střední firmy, malé firmy v oblasti služeb a výroby, stát	

(Zdroj: vlastní výzkum)

3.4 Metodika první části – čtvrté fáze: SWOT analýza

SWOT analýza představuje kvalitativní výzkumnou metodu umožňující identifikovat silné (Strengths) a slabé (Weaknesses) stránky, příležitosti (Opportunities) a hrozby (Threats) související s určitým typem podnikání, podnikatelským záměrem, v případě této práce s projektem či politikou (ve smyslu určitého opatření nebo strategie). (viz například BIALEK, R.G. et al, 2009)

Silné a slabé stránky jsou označovány za interní faktory, tedy faktory danému projektu či politice vlastní, hrozby a příležitosti jsou považovány za faktory externí, tedy faktory náležící vnějšímu prostředí. SWOT analýza spočívá v klasifikaci a ohodnocení jednotlivých vnitřních a vnějších ukazatelů/faktorů a představuje tedy kombinaci dvou analýz: vnitřní (S-W) a (vnější) O-T.

Přestože se jedná o nástroj vyvinutý především pro účely marketingu a strategického řízení, setkáváme se s ním i na poli veřejného zdravotnictví (z nejnovějších publikací např. KECOJEVIC A. et al (2011) zabývající se problematikou HIV/AIDS; BOYTSOV S. et al (2011) zaměřený na téma kardiovaskulárních chorob; FOLEY KL et al (2010) zaměřený na otázku tabakismu.)

3.5 Metodika druhé části – první fáze: Dotazníkové šetření

Druhá část výzkumné strategie se skládala z anonymního kvalitativního dotazníkového šetření a rozhovorů s definovanými odborníky. Zatímco dotazníkové šetření bylo orientováno především na druhý dílčí cíl práce (C2: Identifikace postojů definované skupiny odborníků k CSR jako nástroji podpory zdraví na pracovišti.), rozhovory byly zaměřeny na druhý dílčí cíl práce (C3: Identifikace příležitostí využití CSR v podpoře zdraví na pracovišti.).

Dotazník byl sestaven na základě výsledků předešlých fází výzkumu a informací z odborné a vědecké literatury. Struktura tohoto dotazníku koresponduje s cíly a výzkumnými otázkami této práce.

Dotazník se skládá z 19 otázek náležících do 4 tematických skupin. V úvodu dotazníku jsou umístěny otázky charakterizující respondenta z hlediska jeho pohlaví, věku, profesního zaměření a délky praxe.

Následují dvě otázky restriktivní týkající se, zda se respondent setkal s klíčovými pojmy, tedy se „společenskou odpovědností firem“ a „podporou zdraví na pracovišti“. Uvedl-li respondent na některou z uvedených otázek zápornou odpověď, byl vyřazen z výzkumu.

Druhá skupina otázek mapuje pojetí společenské odpovědnosti firem a podpory zdraví na pracovišti v očích dotazované odborné veřejnosti. Třetí skupina otázek se orientuje na zkušenosti odborné veřejnosti se společenskou odpovědností firem a podporou zdraví na pracovišti a na hodnocení současného stavu. Poslední, stěžejní, skupinu tvoří otázky týkající se postojů odborné veřejnosti k dané problematice.

Dotazník obsahuje 7 otevřených otázek a 12 uzavřených otázek, z čehož 4 otázky charakterizují respondenta a 2 jsou restriktivní.

Před vlastním provedení dotazníkového šetření byla provedena krátká pilotní studie, která měla upozornit na případné nesrovnalosti v navrženém dotazníku. Dotazníky byly rozdány 10 absolventům oboru Odborný pracovník v ochraně veřejného zdraví na ZSF JCU v ČB, kteří působí mimo Jihočeský region.

3.5.1 Metoda výběru respondentů

Pro účely této práce byli respondenti rozřazeni do dvou skupin. První skupinu tvořili pracovníci se zdravotnickou orientovanou náplní práce (lékaři závodní preventivní péče, pracovníci v oblasti veřejného zdravotnictví). Druhou skupinu tvořili nezdravotnickou orientovaní respondenti (pracovníci BOZP, personalisté).

Za použití databáze Ústavu zdravotnických informací a statistiky ČR, výročních zpráv jednotlivých organizací a databáze ekonomických subjektů ARES bylo jako cílové skupina stanoveno 202 (100 %) potenciálních respondentů působících na Českobudějovicku.

Tito respondenti byli osloveni prostřednictvím emailu obsahujícím odkaz na aplikaci pro online vyplnění dotazníku. Dotazník vyplnilo 102 respondentů. Díky použití online aplikace byly všechny dotazníky vyplněny kompletně.

3.6 Metodika druhé části – druhá fáze: Řízené rozhovory

Poslední fáze výzkumu má charakter řízených hloubkových rozhovorů s odborníky, kteří byli identifikováni v předešlé části výzkumu. Účelem této práce byla identifikace příležitostí pro využití společenské odpovědnosti firem v podpoře zdraví na pracovišti a tedy naplnění třetího dílčího cíle práce.

Rozhovory byly vedeny se 5 odborníky působící na území Českobudějovicka. Jednotlivé rozhovory trvaly zhruba půl hodiny.

Respondentům/respondentkám byly položeny následující otázky, které byly volně rozváděny.

Vodící otázky pro rozhovory s vybranými odborníky pro druhou část výzkumu:

1. Jaké máte zkušenosti s využitím společenské odpovědnosti firem v podpoře zdraví na pracovišti?
2. Jaká shledáváte rizika a limity ve využití společenské odpovědnosti firem v podpoře zdraví na pracovišti?
3. Jaké shledáváte výhody a možnosti ve využití společenské odpovědnosti firem v podpoře zdraví na pracovišti?

4 Výsledky

4.1 Výsledky první části – první fáze: Vymezení vztahu zkoumaných konceptů

Cílem první fáze výzkumu bylo vymezit vztah konceptu „společenské odpovědnosti firem“ a „podpory zdraví na pracovišti“ (případně komplexněji veřejného zdravotnictví) na teoretické úrovni, pro tento účel byla vybrána komparativní analýza zmíněných konceptů ve smyslu kvalitativní obsahové analýzy odborných publikací představených v první kapitole této práce¹⁵.

Porovnáme-li charakter zmíněných konceptů na té nejjobecnější úrovni, můžeme oba označit za koncepty *normativní* i přesto, že se nejedná o zákonné povinnosti, neboť popisují kýžené „normální“ chování firmy. Jinými slovy, oba koncepty definují určitou „společenskou normu“.

Jak „podpora zdraví na pracovišti“ tak „společenská odpovědnost firem“ stanovují normy, které sahají nad rámec daný minimálními požadavky definovanými společností/státem skrze jeho právní řád. Obě tedy vycházejí z *principu dobrovolnosti*.

S touto dobrovolností souvisí další společný rys obou konceptů, konkrétně *nepřítomnost autority*, která by měla *výhradní právo* na vymezení hranic obou pojmů. Následkem toho může jak „podpora zdraví na pracovišti“ tak „společensky odpovědné chování firmy“ nabývat rozličných podob. Přestože existuje mnoho standardizačních a certifikačních systémů, termíny společenská odpovědnost a podpora zdraví lze používat zcela libovolně.

V praxi se tak může v obou případech jednat jak o nahodilé krátkodobé akce vycházející od individuálních osob, tak o komplexní dlouhodobé programy, které mohou i nemusejí být podporovány ze strany státních institucí, přičemž veřejnost o nich

¹⁵ O povaze ‚společenské odpovědnosti firem‘ z hlediska ‚foucoultiánského‘ či konstruktivistického píše například HAIGH, M. et JONES, M.T., 2007. Takovýto výklad bohužel přesahuje účel, šíři i hloubku této práce.

může, ale nemusí být informována a jejich podoba a doba trvání je zcela v rukou zaměstnavatele, který ač nabízí takovýto program svým zaměstnancům ani nakonec nemusí vědět, že pojmy ‚podpora zdraví na pracovišti‘ a ‚společenská odpovědnost firem‘ vůbec existují.

Další společné prvky spočívají v požadavcích **dlouhodobosti a systematickosti** konkrétních aktivit, které jsou zaměstnavatelem uskutečňovány a plánovány na základě **dialogu** se zaměstnanci.

Vedle těchto společných charakteristik nacházíme i prvky, které dané koncepce odlišují. Jedná se o především o tematickou rozrůzněnost odrážející se v základních hodnotách těchto koncepcí a související vymezení míry odpovědnosti za jejich rozvoj.

Na první pohled je zřejmé, že je **esenciální hodnotou** a zároveň i cílem a ústředním tématem ‚podpory zdraví na pracovišti‘ je ‚zdraví¹⁶‘ samo o sobě, respektive jeho rozvoj.

V tomto smyslu je vztah zdraví a práce obousměrný, zdraví podmiňuje pracovní výkon člověka, přičemž charakter práce a pracovní podmínky ve stejný moment ovlivňují zdraví zaměstnance, protože minimální nároky na pracovní podmínky jsou dány požadavky společnosti – státu, jehož zájmem je jak zdraví občanů, tak i jejich pracovní výkonnost, a to z důvodů jak principiálních či etických, tak i z důvodu existence státu samotného ve smyslu ekonomického subjektu.

Po kvalitativní stránce vymezuje odpovědnost či působnost zaměstnavatele v ‚podpoře zdraví na pracovišti‘ již zmíněná definice ‚podpory zdraví na pracovišti‘ ENWHP, která hovoří o souhrnu organizačních, vzdělávacích, motivačních a technických aktivit a programů zaměřených tak, aby podporovaly zdravý životní styl a vedly zaměstnance a jejich rodinné příslušníky k jeho ozdravení. (SZÚ, 2008 nebo ENWHP, 1997)

Po kvantitativní stránce zůstává vymezena odpovědnost zaměstnavatele pouze ve smyslu ochrany zdraví při práci a to skrze normy stanovené zákonem (Zákon o ochraně veřejného zdraví v a.z. a Zákoník práce v a.z., atd). Nutno však podotknout, že ač je

¹⁶ Vysvětlení termínu viz Operacionalizace pojmů

zaměstnavatel ze zákona odpovědný za zajištění ‚zdravých‘ pracovních podmínek, za své zdraví si je odpovědný každý člověk sám.

Oproti ‚podpoře zdraví na pracovišti‘ není v rámci konceptu ‚společenské odpovědnosti firem‘ zdraví jedinou hodnotou, respektive pojem zdraví jako takový je zmiňován až v detailním popisu agendy společensky odpovědné firmy. Zároveň koncept určuje kvalitativní i kvantitativní požadavky na jednotlivé oblasti společenské odpovědnosti.

Míru (kvantitu) společenské odpovědnosti firmy určuje v první řadě pravidlo, že společenská odpovědnost se uplatňuje při každé interakci s firemními stakeholdery a dále Davisův princip, že odpovědnost firmy je přímo úměrná jejímu společenskému vlivu (DAVIS, K. 1960, str. 71). Rozsah společenské odpovědnosti tedy můžeme chápat jako součinitel všech interakcí firmy s jejími stakeholdery a kapacity dané firmy.

Výchozí a téměř nevyčíslené hodnoty konceptu ‚společenské odpovědnosti firem‘ spočívají v transparentnosti a pravdivosti chování firmy, tedy v její důvěryhodnosti a přijetí zodpovědnosti za dopad firemních aktivit.

Explicitně jsou zmiňovány čtyři základní kvality či požadavky na společensky odpovědnou firmu: tvorba zisku, respektování právního řádu, odpovědnost vůči společnosti a vůči životnímu prostředí (podrobněji viz přehledové tabulky v příloze).

Normativní charakter, dobrovolnost a nepřítomnost výhradní autority spravující daný koncept, požadavky dlouhodobosti a systematickosti daných aktivit a požadavek dialogu zaměstnanců a zaměstnavatelů jsou tedy společnými rysy ‚podpory zdraví na pracovišti‘ a ‚společenské odpovědnosti firem‘. Prvky ve kterých se tyto koncepty rozcházejí, jsou pak následující: tematická rozrůzněnost, vymezení základních hodnot a vymezení rozsahu odpovědnosti za jejich rozvoj.

Porovnáme-li agendu obou konceptů, dojdeme ke stručnému tvrzení, že firma podporující zdraví na pracovišti nemusí být zároveň principiálně firmou společensky zodpovědnou, kdežto společensky zodpovědná firma vždy musí začleňovat určitou míru podpory zdraví na pracovišti do své péče o zdraví zaměstnanců.

4.2 Výsledky první části – druhé fáze: Komparativní analýza konkrétních iniciativ

V této fázi byla porovnávána kritéria společenské odpovědnosti firem dle Business Leaders Fora (pro dominantní postavení této organizace na poli společenské odpovědnosti firem v České republice) se iniciativou (soutěží) Státního zdravotního ústavu se sídlem v Praze ‚Podnik podporující zdraví‘ (pro vůdčí roli Státního zdravotního ústavu v oblasti podpory zdraví obecně v České republice).

Účelem této fáze bylo vymezení vztahu zmíněných koncepcí na úrovni konkrétních iniciativ. Tato fáze vytváří most mezi výzkumným přístupem čistě teoretizujícím či abstraktním zastoupeným první fází výzkumu a přístupem směřovaným čistě do praxe zastoupeným třetí fází výzkumu.

Jelikož předešlá fáze výzkumu ukazuje na širší tematickou základnu, ‚společenské odpovědnosti firem‘ oproti ‚podpoře zdraví‘, bude v následující komparaci porovnávána soutěž Podnik podporující zdraví vůči Společenské odpovědnosti dle BLF.

Oblast ekonomická

Témata ekonomická představují v rámci ‚společenské odpovědnosti firem‘ samostatný pilíř. V obecné rovině pak koresponduje téma CSR/EO/A¹⁷ ‚Správa a řízení firmy‘ se sekci kritérií PPZ/A¹⁸ ‚Podpora zdraví na pracovišti a politika závodu‘.

Detailní popis je ale odlišný, zatímco CSR/EO vyjmenovává konkrétní témata, která by firma měla integrovat, aby byla společensky odpovědnou, PPZ/A popisuje jednotlivé kroky, které by firma měla učinit, aby byla podnikem podporujícím zdraví.

Tato témata a kroky se však vzájemně nevylučují. První čtyři kritéria či kroky PPZ/A zcela zapadají do obecné koncepce ‚společenské odpovědnosti firem‘, a to s ohledem na akcent dlouhodobosti a systematickosti, ekonomické zodpovědnosti a monitorování výsledků (body PPZ/A/1-4). Další dílčí témata a kroky jsou ale odlišné.

Zatímco CSR/EO pojednávají o A) správě a řízení firmy, B) odpovědnému přístupu k zákazníkům, C) vztahu s dodavateli a dalšími obchodními partnery,

¹⁷ CSR = corporate social responsibility = společenská odpovědnost firem/ ekonomická oblast/ bod A – kódování viz příloha

¹⁸ PPZ = soutěž SZÚ Podnik podporující zdraví/ sekce A – kódování viz příloha

D) marketingu a reklamě, kritéria/kroky PPZ/A se dále vztahují na školení a rovný přístup k informacím, která CSR začleňuje do pilíře společenského.

Oblast sociální

Oblast sociální, představující samostatný pilíř Společenské odpovědnosti firem dle BLF, obsahuje řadu témat orientovaných na zaměstnance: A) zapojení zaměstnanců a komunikace, B) ohodnocení za práci, C) vzdělávání a rozvoj, D) vyváženost pracovního a osobního života, E) outplacement, F) rovné příležitosti.

Ochrana a podpora zdraví na pracovišti nejsou přímo zmiňovány. Témata, která se k ochraně a podpoře zdraví na pracovišti vážou, jsou: vzdělávání a rozvoj (CSR/SO/C) a vyváženost pracovního a osobního života (CSR/SO/D), které je navíc v souladu s další iniciativou SZÚ/ENWHP ‚Work in tune with life‘ (Práce v souladu se životem).

Obě iniciativy zmiňují podporu místní komunity, která je samostatným tématem Společenské odpovědnosti firem dle BLF (CSR/SO/E) a dílčím kritériem PPZ v rámci sekce PPZ/4 ‚Společenská odpovědnost‘.

Oblast životního prostředí

Podobně jako oblast ekonomická a sociální i oblast životního prostředí tvoří jeden (poslední) ze základních pilířů společenské odpovědnosti firem.

BLF řadí do této oblasti šest dílčích témat A) environmentální politika, B) energie a voda, C) odpad a recyklace, D) doprava, E) produkty a balení, F) nakupování. Oproti tomu je v rámci PPZ téma životního prostředí řazeno jako kritérium spadající do sekce Společenská odpovědnost firem.

Shrnutí

Podobně jako v předešlé fázi, i zde může nalézt jak styčné body obou iniciativ, tak i místa, ve kterých dané iniciativy rozcházejí.

Porovnáním témat Společenské odpovědnosti firem dle BLF (tabulky č. 9, 10, 11 v příloze kódování) a kritérií Podpory zdraví dle SZÚ/ENWHP (tabulka č. 8) lze dojít

k závěru, že obě iniciativy se dotýkají jak témat ekonomických, tak témat společenských a tématu životního prostředí. Tato témata ale každá iniciativa integruje různě.

První problematický bod představuje pojem ‚společenská odpovědnost‘, kterou BLF chápe v širším slova smyslu než PPZ. Zatímco PPZ pod tento pojem začleňuje podporu místní komunity a ochranu životního prostředí, BLF do něho řadí všechny tři základní pilíře (viz tabulky č. 9, 10 a 11).

Druhý problematický bod spočívá ve faktu, že BLF přímo nezmiňuje péči o zdraví zaměstnanců ve společensky odpovědných aktivitách orientovaných na zaměstnance, kdy s podporou zdraví na pracovišti souvisejí pouze body týkající se školení a dalšího vzdělávání a soulad mezi pracovním a osobním životem.

Na rozdíl od předešlé fáze výzkumu můžeme na základě této fáze říci, že zatímco podnik podporující zdraví musí být společensky odpovědný, povinnosti společensky odpovědné firmy ve smyslu podpory zdraví na pracovišti nejsou definovány, což je v protikladu s výsledky předešlé teoretické komparace.

4.3 Výsledky první části – třetí fáze: Rozhovory

Jak již bylo zmíněno výše, třetí fáze výzkumu spočívala v hloubkovém anonymním semi-strukturovaném rozhovoru se zástupci odborné veřejnosti, jejichž každodenní práce souvisí s podporou zdraví na pracovišti, hygienou práce či bezpečností práce. V průběhu každého rozhovoru byl prováděn zápis. Následující část shrnuje odpovědi respondentů.

Všichni respondenti byli před začátkem rozhovoru informováni o tématu práce a nebyli seznámeni s jednotlivými pojmy ani dílčími nálezy výzkumu. První čtyři otázky měly charakter identifikační.

Otázka č. 5

Setkal/setkala jste se s pojmem „společenská odpovědnost firem“?

Tři respondenti odpověděli, že se s tímto pojmem setkali, přičemž se jednalo o výhradně respondenty působící v soukromé sféře. Čtyři dotázaní se s tímto pojmem neseťkali, přičemž se jednalo o respondenty pracující ve veřejné sféře.

Otázka č. 6

Co pro Vás znamená pojem „společenská odpovědnost firem“?

Respondenti, kteří uvedli, že se s daným termínem již setkali, chápali společenskou odpovědnost firem následujícím způsobem: 1) jako souřadný pojem s trvale udržitelným rozvojem, ve smyslu udržitelných vztahů se zákazníky a zaměstnanci za účelem dlouhodobé ziskovosti; 2) jako odpovědnost zaměstnavatelů vůči společnosti, za dodržování práva, norem, společenských pravidel, včetně péče o zaměstnance, životní prostředí a firemní kulturu, férové jednání, stanovení vnitřních pravidel organizace; 3) jako zodpovědné chování firmy vůči zaměstnancům a zákazníkům a firemní dárcovství.

Respondenti, kteří uvedli, že se s daným termínem neseťkali, chápali společenskou odpovědnost firem následujícím způsobem: 1) jako péči o zdraví zaměstnanců; 2) jako péči o zdraví zaměstnanců, právní chování firmy a ekologické chování firmy; 3) jako péči o pracovní podmínky zaměstnanců a právní chování firmy; 4) jako péči o zdraví zaměstnanců a firemní dárcovství.

Vyhodnocení: Žádný z respondentů nevyjmenoval všechny aspekty společenské odpovědnosti firem. Společenská odpovědnost byla respondenty chápána jako konkrétní aktivita firem, tedy nikoliv jako společenskovední teorie.

Pozn.: V této části rozhovoru byla respondentům poskytnuta následující definice „společenské odpovědnosti firem“: Společenská odpovědnost firem představuje dobrovolné integrování sociálních a ekologických hledisek do každodenních firemních

operací a interakcí s firemními stakeholders (definice dle Evropské komise z roku 2001).

Otázka č. 7

Setkal/setkala jste se někdy s firmou, která by sebe samu označovala za společensky zodpovědnou?

Nikdo s respondentů nevedl, že by se setkal s firmou, která by byla označována (kýmkoliv) za společensky odpovědnou, a to i přesto, že někteří respondenti měli mezi svými klienty členy BLF.

Otázka č. 8

Pokud ano, jaké máte s těmito firmami zkušenosti z hlediska podpory zdraví na pracovišti?

Tato otázka nebyla položena v závislosti na výhradně negativních odpovědích na otázku předcházející.

Otázka č. 9

Setkal/setkala jste se pojmem ,podpora zdraví na pracovišti‘?

Všichni respondenti odpověděli, že se s tímto pojmem setkali.

Otázka č. 10

Co pro Vás znamená pojem podpora zdraví na pracovišti?

Na otázku ‚Co pro Vás znamená pojem podpora zdraví na pracovišti‘ respondenti uvedli následující: 1) prevenci civilizačních nemocí a vyhledávání zdravotních rizik v práci a jejich eliminace, bezpečnost a ochranu zdraví při práci; 2) Management zdraví; 3) Péči o zdraví zaměstnanců, která přesahuje to, k čemu zaměstnavatele nutí zákon; 4) Různé preventivní programy jak regionální, tak celorepublikové zaměřené na hubnutí, výživu, pohyb ve spojení s prací. Jsou to programy soukromých firem nebo SZÚ nebo i projekty pojišťoven; 5) Vzdělávání v oblasti bezpečnosti a ochrany zdraví při práci, prevenci úrazů, preventivní prohlídky; 6) Vzdělávání v oblasti bezpečnosti a ochrany

zdraví při práci, prevenci úrazů, lékařská závodní preventivní péče; 7) Preventivní prohlídky, přednášky o zdravém životním stylu.

Vyhodnocení: Některé konkrétní prvky programů podpory zdraví, tak jak je zmiňuje SZÚ, zmínil/a pouze jeden respondent/ka. Problematika stresu a odvykání kouření nebyla zmíněna.

Otázka č. 11

Setkal/setkala jste se s firmou účastnící se programů podpory zdraví na pracovišti?

Všichni respondenti uvedli, že se již setkali s firmou účastnící se programů podpory zdraví na pracovišti. Respondent/ka č. 2 uvedl/a, že netušil/a, že se jedná o odborný termín.

Otázka č. 12

Pokud ano, jaké máte s těmito firmami zkušenosti?

Na otázku po zkušenostech s firmami účastnícími se programů podpory zdraví na pracovišti respondenti uvedli služby, které sami podnikům poskytují nebo poskytovali. Dále uvedli závislost na ekonomické situaci. Programy SZÚ jako Podnik podporující zdraví, Move Europe nebo SLIC uvedli dva respondenti.

Otázka č. 13

Jaký je Váš názor na současný stav programů podpory zdraví na pracovišti? (Obecně, v České republice).

Odpověď na tuto otázku byla ve všech případech skeptické a odkazovali na útlum podpory těchto projektů ze strany státu, závislost na roli jednotlivců a velké rozdíly mezi podniky, kdy se některé snaží podporovat zdraví zaměstnanců, zatímco jiné podniky nedodržují ani legislativou dané povinnosti. (Kromě respondenta/ky č. 2, která uvedla, že nemůže současnou situaci posoudit, protože má zkušenosti pouze s vlastní firmou)

Otázka č. 14

Jak vnímáte vztah „společenské odpovědnosti firem“ a „podpory zdraví na pracovišti“?

Všichni dotázaní uvedli, že jsou tyto iniciativy kompatibilní a že chápou „společenskou odpovědnost firem“ jako pojem širší, který v sobě zahrnuje právě i „podporu zdraví na pracovišti.“

Pozn.: Na následující otázky odpověděli pouze první tři respondenti, jelikož zbylí čtyři neměli s tímto pojmem zkušenost.

Otázka č. 15

V čem jsou podle Vás silné stránky tohoto vztahu?

Respondenti odpověděli v následujícím duchu: jedná se o prestižní záležitost; propojení je logické a komplexní; zvyšuje celorepublikový standard, zvyšuje pracovní výkonnost a loajalitu zaměstnanců.

Otázka č. 16

V čem jsou podle Vás slabé stránky tohoto vztahu?

Respondenti uvedli následující: závislost na osvíceném jednotlivci ve vedení, nepřehlednost pro laiky; snímá odpovědnost za zdraví s jednotlivců a přesouvá ji na zaměstnavatele.

Otázka č. 17

V čem jsou podle Vás možnosti či příležitosti tohoto vztahu?

Respondenti uvedli následující možnosti a příležitosti: sdílená propagace a vzdělávání; zapojení pojišťoven.

Otázka č. 18

V čem jsou podle Vás rizika tohoto vztahu?

Respondenti jako rizika vztahu společenské odpovědnosti firem a podpory zdraví na pracovišti uvedli: ztrátu prestiže, nedostatek financí, snižování legislativních nároků na zaměstnavatele.

4.4 Výsledky první část – čtvrté fáze: SWOT analýza využitelnosti konceptu CSR v podpoře zdraví na pracovišti

Následující tabulka shrnuje jednotlivé slabé a silné stránky, možnosti a hrozby využití konceptu společenské odpovědnosti firem z hlediska podpory zdraví na pracovišti a odpovídá tak na otázku po vymezení vzájemného vztahu společenské odpovědnosti firem a podpory zdraví na pracovišti.

Tabulka 7: Integrace poznatků – SWOT analýza vztahu konceptu CSR v podpoře zdraví na pracovišti

Vnitřní faktory	
<i>Silné stránky současného stavu</i>	<i>Slabé stránky současného stavu</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Normativní charakter - Vymezení míry zodpovědnosti zaměstnavatelů - Respekt k právnímu řádu - Důraz na dialogu - Důvěryhodnost jak hodnota - Komplexnost - Soulad se záměry WHO a EU - Výhodnost pro zaměstnavatele - Existující metodika a odborná podpora - Zkušenosti - Dlouhodobost - Systematičnost 	<ul style="list-style-type: none"> - Chybějící autorita - Nevymezena zodpovědnost zaměstnanců - Přímo nedefinován požadavek podpory zdraví - Významová roztržitost - Malá informovanost veřejnosti - Pasivizace zaměstnanců - Malá podpora státu - Závislost na iniciativě jednotlivce
Vnější faktory	
<i>Možné příležitosti v budoucnu</i>	<i>Možná rizika v budoucnu</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Sdílení komunikačních kanálů (zapojení studentů, sdílený (sociální) marketing - Sdílení zkušeností - Zapojení pojišťoven 	<ul style="list-style-type: none"> - Zneužití termínu společenské odpovědnosti firem v neprospěch zájmů veřejného zdravotnictví - Degradace obou pojmů - Nezáměr státu - Nezáměr zaměstnavatelů - Nezáměr zaměstnanců - Nedostatek financí - Snižování legislativních požadavků

4.5 Výsledky druhé části – první fáze: Dotazníkové šetření

V rámci výzkumu bylo osloveno 202 respondentů pracujících v oblasti bezpečnosti a ochrany zdraví při práci, závodní preventivní péče a ochrany veřejného zdraví na území Českobudějovicka. Návratnost dotazníku činila 50,5 % (102 respondentů).

Po uplatnění restričních kritérií bylo vyřazeno 25 respondentů (24,5 %). Restričním kritériem byla neznalost pojmů „společenská odpovědnost firem“ a „podpora zdraví na pracovišti“.

Distribuce naplnění restričních kritérií je následující. Původní soubor čítal 102 respondentů, z čehož 64 (63 %) tvořili zdravotníci (z čehož 59 respondentů byli lékaři poskytující služby závodní preventivní péče a 5 respondentů pracovalo v oblasti veřejného zdravotnictví) a 38 (37 %) nezdravotníci.

Zkoumaný soubor tedy nakonec tvořilo 72 respondentů (70,59 % původních respondentů) z čehož 42 (58,35 %) respondentů vykonávalo zdravotnicky orientované povolání (lékařská závodní preventivní péče, veřejné zdravotnictví) a 30 (41,67 %) nevykonávalo zdravotnicky orientované povolání vázané na firemní strukturu.

Tento soubor čítal 27 žen (37,5 %) a 45 mužů (62,5 %). V tomto souboru mělo 48 (66,67 %) respondentů vysokoškolské vzdělání, 6 (8,33 %) respondenti vyšší odborné vzdělání a 18 (25,0 %) respondentů mělo středoškolské vzdělání. Průměrný věk činil 38 let a 9 měsíců.

Kromě již uvedených identifikačních a restričních otázek obsahoval dotazník další tři skupiny otázek v návaznosti na cíle práce a výzkumné otázky. První skupina mapovala pojetí společenské odpovědnosti firem a podpory zdraví na pracovišti v očích dotazované odborné veřejnosti. Druhá skupina otázek se orientovala na zkušenosti odborné veřejnosti se společenskou odpovědností firem a podporou zdraví na pracovišti a hodnocení současného stavu. Poslední skupinu tvoří otázky týkající se postojů odborné veřejnosti k dané problematice.

Do první skupiny byla zařazena otázka č. 7: *Co pro Vás znamená pojem "společenská odpovědnost firem"?*; otázka č. 8: *Co pro Vás znamená pojem "podpora zdraví na pracovišti"?* a otázka č. 13: *V jakém vztahu je, dle Vašeho názoru, „společenská odpovědnost firem“ a „podpora zdraví na pracovišti“?*

Dle odpovědí byly identifikovány tři typy respondentů. První skupina respondentů uvedla neurčité odpovědi, které byly parafrází otázky samotné ve smyslu, že společenská odpovědnost firem je odpovědnost firem vůči společnosti či odpověď neuvedli. Jednalo se o 8 (11,11 %) respondentů.

Druhou skupinu reprezentovaly odpovědi teoretického rázu zmiňující souvislosti ekonomicko-politické a pozastavující se nad rolí jedince v rozvoji svého zdraví a svého životního a pracovního prostředí. Jednalo se o 15 (20,83 %) odpovědí.

Třetí, poslední, skupinu charakterizoval důraz na praktickou stránku problematiky. Společenská odpovědnost firem byla uváděna buď ve smyslu prestižních ocenění jako například Top odpovědná firma nebo Zaměstnavatel roku nebo ve smyslu marketingových nebo teambuildingových a dobrovolnických akcí jako je „Rok jinak“ Nadace Vodafone nebo „ČAS pro dobrou věc“ společnosti ČEZ. Jednalo se o 49 (68,06 %) odpovědí.

Podpora zdraví na pracovišti byla zmiňována ve smyslu programů pořádaných Státním zdravotním ústavem (Podnik podporující zdraví, Move Europe) a/nebo jako iniciativa jednotlivců z vedení firmy respektive jako zaměstnanecký benefit (pitný režim, rozšířené preventivní prohlídky, poukaz na vyšetření prsu, screening okultního krvácení, trénink zvládání stresu). Byl zmíněn požadavek aktivní role zaměstnanců.

Nikdo z respondentů neuvedl, že by vztah „společenské odpovědnosti firem“ a „podpory zdraví na pracovišti“ byl antagonistický. Z odpovědí ale vyplývá, že tento vztah je třeba přesněji vymezit a že oslovení odborníci jej nevidí jako dostatečně využívaný.

Druhá skupina otázek se orientovala na zkušenosti oslovené odborné veřejnosti se společenskou odpovědností firem v podpoře zdraví na pracovišti a hodnocení současné situace. Do této skupiny náležela otázka č. 11: *Setkal/a jste se někdy během své praxe s využitím "společenské odpovědnosti firem" v "podpoře zdraví na pracovišti"?*, otázka č. 17: *Jak byste ohodnotil/a současnou úroveň společensky odpovědného chování firem v ČR?* a otázka č. 18: *Jak byste ohodnotil/a současný stav programů podpory zdraví na pracovišti?*

V odpovědi na otázku č. 11 uvedlo 34 (47,22 %) respondentů, že se setkali s využitím společenské odpovědnosti firem v podpoře zdraví na pracovišti, 21 (29,16 %) respondentů nevědělo a 17 (23,61 %) respondentů se s využitím společenské odpovědnosti firem v rámci podpory zdraví nesetkalo.

V odpovědi na otázku č. 17 uvedli dva respondenti (2,78 %), že současnou úroveň společensky odpovědného chování firem považují za chvalitebnou, 16 (22,22 %) respondentů ji označilo za dobrou, 37 (51,39 %) respondentů za dostatečnou a 17 (23,61 %) respondentů za nedostatečnou. (Hodnoceno jako ve škole.)

Na otázku č. 18 uvedlo 13 (18,06 %) respondentů, že shledávají současnou úroveň programů podpory zdraví na pracovišti jako dobrou, 44 (61,11 %) respondentů shledává současnou úroveň dostatečnou a 15 (20,83 %) respondentů nedostatečnou. (Hodnoceno jako ve škole.)

Poslední, stěžejní, skupina otázek se týkala postojů odborné veřejnosti k využitelnosti společenské odpovědnosti firem jako nástroji podpory zdraví na pracovišti. Tato skupina zahrnovala otázku č. 9: *Dle Vašeho názoru, je možné využít "společenskou odpovědnost firem" pro účely "podpory zdraví na pracovišti"?*, otázku č. 10: *Dle Vašeho názoru, JAK leze využít "společenskou odpovědnost firem" v rámci podpory zdraví na pracovišti?*, otázku č. 14: *Spatřujete nějaké přínosy ve využití "společenské odpovědnosti firem" v "podpoře zdraví na pracovišti"?*, otázku č. 15: *JAKÉ vidíte přínosy ve využití "společenské odpovědnosti firem" v rámci podpory zdraví na pracovišti?*, otázku č. 16: *Spatřujete nějaká rizika ve využití "společenské odpovědnosti" firem v "podpoře zdraví na pracovišti"*, otázku č. 17: *JAKÁ vidíte rizika ve využití "společenské odpovědnosti firem" v rámci podpory zdraví na pracovišti?*

Podobně jako u prvního bloku otázek, i zde byly identifikovány tři skupiny respondentů. První skupina čítající 15 (20,83 %) respondentů odpovídala neurčitě a na otázku, zda leze využít "společenskou odpovědnost firem" pro účely "podpory zdraví na pracovišti" odpověděli „nevím“, tato skupina zahrnovala všech 8 respondentů, kteří podobně neurčitě odpovídali i v prvním bloku otázek.

Druhá skupina respondentů byla typická velmi pozitivním až nekritickým přístupem. Jednalo se o 19 (26,39 %) respondentů. Všichni uvedli, že společenskou

odpovědnost firem lze využít v podpoře zdraví na pracovišti, přičemž nezminili žádná související rizika či limity.

V odpovědích respondentů se mísily dvě myšlenky. První, že společenská odpovědnost je přirozenou povinností firmy a nejedná se tedy o nic, za co by firma měla být oceňována a jejím přínosem je potvrzení standardu. Druhá, že společenská odpovědnost firem supluje nedostatečně pečující ‚sociální stát‘ ve smyslu výchovné instituce. Přínos a využitelnost společenské odpovědnosti firem pro podporu zdraví chápali respondenti ve smyslu posílení pozice zdraví na hodnotovém žebříčku zaměstnanců.

Do třetí skupiny respondentů byli zařazeni ti respondenti, kteří zmiňovali jak výhody a možnosti, tak rizika a limity využití společenské odpovědnosti firem v podpoře zdraví na pracovišti. Všichni tito respondenti uvedli, že společenskou odpovědnost firem lze využít v podpoře zdraví na pracovišti. Do této skupiny náleželo 38 (52,78 %) respondentů.

Mezi výhody respondenti zařadili především soulad se ziskovostí firmy, přičemž zdůraznili, že péče o zdraví zaměstnanců dokáže minimalizovat personální náklady a zvýšit efektivitu práce. Respondenti dále uvedli, že pouhá péče o zdraví zaměstnanců například v podobě rozšířených preventivních prohlídek není dostatečná, neboť sama o sobě nezlepšuje pracovní klima a nevede ke změně životního stylu.

Respondenti označili společenskou odpovědnost firem jako prostředek ke vnímání pracovního kolektivu jako komunity a plnohodnotné sociální skupiny. Další uvedená výhoda spočívá v trendu rozvoje společensky odpovědného chování jako prestižní záležitosti. Jako největší potenciální výhodu respondenti zmínili možnost sdílení příkladů dobré praxe.

Mezi rizika a limity respondenti zařadili nezáměr ze strany zaměstnavatelů, ale i nezáměr ze strany zaměstnanců, který je pro jakýkoliv program/projekt jak ve společenské odpovědnosti firem, tak v podpoře zdraví na pracovišti klíčový. Jako další riziko respondenti uvedli zdánlivou ekonomickou a časovou náročnost komplexně vyhlížející společenské odpovědnosti firem oproti uchopitelnější podpoře zdraví na pracovišti. Dále respondenti uvedli, že vztah těchto pojmů je v praxi zmatečný.

V poslední otázce dotazníku byl respondent dotázán, zda by byl/byla ochoten/ochotna k rozhovoru na téma využitelnost společenské odpovědnosti firem v podpoře zdraví na pracovišti? V případě souhlasu byl respondent vyzván k zanechání své emailové adresy (v těchto případech přestal být dotazník anonymní). Svoji emailovou adresu uvedlo 5 respondentů

4.6 Výsledky druhé části – druhé fáze: Řízené rozhovory

Účelem této poslední fáze výzkumu bylo naplnění třetího dílčího cíle práce (C3: Identifikace příležitostí využití CSR v podpoře zdraví na pracovišti), a to prostřednictvím rozhovorů s pět respondenty identifikovanými v předešlé fázi výzkumu. Kritériem pro volbu respondentů byla ochota k rozhovoru a dále předchozí zkušenost s propojením společenské odpovědnosti firem a podpory zdraví na pracovišti (z tohoto důvodu byl vyřazen jeden respondent). Respondentům byla přislíbena anonymita.

Jednalo se o jednu ženu a čtyři muže. Respondenti byli staří 40, 38, 46, 43 a 41 let s délkou praxe 10, 7, 16, 15 a 16 let. Čtyři respondenti měli vysokoškolské vzdělání, z čehož tři byli lékaři a jeden respondent měl vysokoškolské vzdělání technicko-ekonomického směru. Jeden respondent měl středoškolské vzdělání. Respondenti s lékařským vzděláním poskytovali služby závodní preventivní péče, ale nebyli lékaři pracovního lékařství. Zbývající dva respondenti pracovali v oblasti BOZP.

Respondentům byla jako výchozí položena otázka „*Jaké máte zkušenosti s využitím společenské odpovědnosti firem v podpoře zdraví na pracovišti?*“ Pokud respondent sám nezmínil problematiku rizik, limitů, výhod a možností využití společenské odpovědnosti firem v podpoře zdraví na pracovišti byly mu dále položeny následující otázky: *Jaká shledáváte rizika a limity ve využití společenské odpovědnosti firem v podpoře zdraví na pracovišti? Jaké shledáváte výhody a možnosti ve využití společenské odpovědnosti firem v podpoře zdraví na pracovišti?*

Respondent č. 1:

Respondent č. 1 uvedl, že má zkušenost především s živnostníky a malými firmami, jejichž zaměstnancům poskytuje služby lékařské závodní preventivní péče.

Respondent zmínil, že ač související prohlídky představují povinnost stanovenou zákonem, jsou často chápány jako zbytečná administrativní a finanční zátěž pouhého formálního charakteru. Přičemž někteří již zavedení zaměstnavatelé nevědí ani o povinnosti kategorizace prací. Zaměstnavatelé nevidí v závodní preventivní péči žádný přínos.

Na druhou stranu respondent zmínil, že existují zaměstnavatelé, kteří se chovají společensky odpovědně a rozvíjejí zdraví svých zaměstnanců, aniž by věděli, že pojmy jako „společenská odpovědnost firem“ a „podpora zdraví na pracovišti“ vůbec existují jako terminus technicus. V tomto smyslu představil respondent zkušenost s firmou, která mimoděk buduje svoji společenskou odpovědnost a rozvíjí podporu zdraví na pracovišti.

Jednalo se o firmu o velikosti do 50 lidí, jejíž zaměstnanci chodí společně pravidelně sportovat (hrají fotbal) a tato činnost je podporována zaměstnavatelem v podobě sponzoringu turnajů. Tyto sportovní turnaje jsou otevřeny celé místní komunitě. Jako výhodu takového počínání respondent vidí udržování kondice účastníků se kolegy, zlepšování pracovního klimatu, prostředek pro uvolnění stresu a podporu sportovních aktivit v komunitě.

Na otázku jaké vidí limity takto pojatého vztahu společensky odpovědného chování firmy a podpory zdraví na pracovišti respondent uvedl nesystematičnost a dále chybějící prvek zdravé výživy, kdy nejenže firma zdravou výživu zaměstnanců nepodporuje, ale navíc zmíněným sponzorským darem bývá sud piva.

Potenciál společenské odpovědnosti firem v podpoře zdraví vidí především v možnosti systematického rozvoje již stávajících aktivit, což ale vyžaduje individuální poradenství v problematice.

Jako motiv či možnost pro rozvoj společensky odpovědného chování ve smyslu podpory zdraví na pracovišti respondent určit objevení marketingového potenciálu. Jako limitující pro rozvoj této problematiky uvedl současný systém lékařské závodní

preventivní péče, kdy lékař nemá čas ani prostředky pro bližší seznámení se s pracovními podmínkami, natož na rozvoj či konzultaci preventivních programů. Tyto služby sazebník nepokrývá, resp. si je potenciální klienti nemohou/nechtějí dovolit.

Respondent č. 2

Respondent č. 2 uvedl, že má zkušenost s malými až středně velkými firmami, jejichž zaměstnancům poskytuje služby lékařské závodní preventivní péče.

Pro využití společenské odpovědnosti firem v podpoře zdraví na pracovišti shledal respondent jako limitující současnou praxi závodní preventivní péče, kdy všichni zaměstnanci nemusí navštěvovat jediného lékaře závodní preventivní péče, a lékař tak nemá ucelený přehled o působení pracovních podmínek na zaměstnance jako populaci. Zároveň tak jeho služby nemohou být systematické.

Respondent uvedl, že tato praxe může pomoci ukrývat ohrožení nemocí z povolání či nemoc související s prací neboť lékař nedokáže vyhodnotit celkovou distribuci určitého zdravotního postižení či pracovního stigmatu na daném pracovišti.

V oblasti společenské odpovědnosti firem se respondent setkal s její ekologickou oblastí (třídění odpadu a používání recyklovaného papíru). V oblasti propojení společenské odpovědnosti firem (konkrétně odměňování zaměstnanců) a podpory zdraví na pracovišti zmínil využíváním flexipasů či jiných zaměstnaneckých výhod vázaných na služby či produkty zlepšující zdraví zaměstnanců (masáže, fitness, bazén, lékárenské produkty).

Respondent chápe poskytování zdraví prospěšných pracovních benefitů jako jednu s nejefektivnějších cest využití společenské odpovědnosti firem v podpoře zdraví na pracovišti.

Jako rizikový faktor využitelnosti společenské odpovědnosti firem v podpoře zdraví na pracovišti respondent zmínil nezájem ze strany zaměstnanců, případně jejich tendenci vnímat činnosti firmy přesahující rámec jejich povinností jako kontraproduktivní vzhledem k jejich osobnímu zisku. Jinými slovy, někteří zaměstnanci se domnívají, že částka, kterou firma vynakládá na tyto nepovinné aktivity, by spíše měla být rozdělena mezi zaměstnance.

Další limitující faktor současného stavu v dotazované oblasti spočívá dle respondenta ve snižující se personální kapacitě státních orgánů kontrolujících pracovní podmínky.

Respondent č. 3

Respondent č. 3 uvedl zkušenost s poskytováním závodní preventivní péče středně velikým podnikům.

Na úvod respondent podtrhl trend poskytování balíčků závodní preventivní péče spolu se školením bezpečnosti práce, požární ochrany a první pomoci a ergonomickým poradenstvím soukromými poradenskými firmami poskytujícími tým spolupracujících odborníků (lékařů, techniků BOZP, personalistů a ergonomů). Tyto balíčky jsou chápány jako firemní benefit a známka prestiže firmy. Respondent uvedl, že s tímto systémem nemá osobní zkušenosti, ale považuje jej jako jednu z možných cest jak ‚vpašovat‘ podporu zdraví do firem.

V oblasti společenské odpovědnosti firem se respondent setkal s firemním dárcovstvím, ekologií a dále s firemním dobrovolnictvím, které chápe jako příklad propojení společenské odpovědnosti firem s podporou zdraví na pracovišti, a to z toho důvodu, že firemní dobrovolnictví může být na jednu stranu chápáno jak teambuildingová aktivita zvyšující efektivitu týmu a na druhou stranu jak prostředek zvyšující pracovní pohodu a odbourávající stres, který v případě ekologického dobrovolnictví (sázení stromků) je spojen i s fyzickou aktivitou na čerstvém vzduchu. Respondent dodal, že takovéto aktivity chápe jako doplňkové pro podporu zdraví na pracovišti nikoliv jako klíčové.

Na druhou stranu respondent uvedl, že se u stejné firmy setkal množstvím neoficiálních přesčasů a využíváním dovolené místo nemocenské, což nelze označit za přístup podporující zdraví.

Z obecného hlediska uvedl respondent jako limitující požadavky stanovené státem, neboť firma se přirozeně chová reaktivně ve snaze o dosažení, co možná nejvyššího zisku.

Respondent č. 4

Respondent č. 4 uvedl zkušenost s poskytováním poradenství v oblasti bezpečnosti a ochrany zdraví při práci v prostředí malých a středních podniků.

Respondent uvedl dvě zkušenosti s využitím společenské odpovědnosti firem v podpoře zdraví na pracovišti. První zkušenost byla podobná zkušenosti respondenta č. 2, a to ve smyslu poskytování zdravotně prospěšných firemních benefitů.

Druhá zkušenost spočívala rozšíření významu termínu ‚činnost ve veřejném zájmu‘ v kolektivní smlouvě, kdy zaměstnavatel uvolňoval své zaměstnance a poskytoval jim mzdu při práci na dětských táborech či při účasti na výjezdech dobrovolných hasičů. Tyto aktivity chápe respondent jako prospěšně pro zdraví dotčených zaměstnanců z hlediska rozvoje jejich fyzické a psychické zdatnosti.

Respondent dále uvedl, že se setkal s lidmi pracujícími ve firmě se systematicky řešenou podporou zdraví na pracovišti. Jednalo se o mezinárodní firmu s velkým počtem zaměstnanců. V této souvislosti respondent zmínil, že byl překvapen skutečností, že si firma vůbec nebyla vědoma toho, že ‚dělá podporu zdraví na pracovišti‘ a že se jedná o odborný termín, a že SZÚ je v této oblasti poradenskou institucí. Dalším překvapením pak byly pro zmíněného respondenta ambivalentní postoje zaměstnanců, kteří tento program chápali jako vytvoření pracovního místa pro jinak aktuálně nevyužitelného člověka. Navíc se souvisejících aktivit účastnili lidé, kteří již zdravě žili, a cílová skupina tedy nebyla zasažena.

Jako limitující či rizikový faktor pro využití společenské odpovědnosti firem v podpoře zdraví (a naopak) uvedl respondent obtížné vymezení jejich vztahu, přičemž podporu zdraví chápe jako mnohem uchopitelnější a konkrétnější termín i praxi.

Za nutný krok pro rozvoj společenské odpovědnosti firem, podpory zdraví na pracovišti a jejich vzájemnému synergickému působení respondent považuje vytvoření uživatelsky příjemného zdroje informací a především nástroje pro evaluaci dopadu těchto aktivit na ziskovost firmy.

Respondent v závěru vznesl otázku ‚kdo by měl být nositelem potřebných informací a know-how? Stát? Civilní společnost? Vzdělávací instituce?‘

Respondent č. 5

Poslední respondent, respondent č. 5, uvedl zkušenost v poskytování poradenství v oblasti bezpečnost a ochrany zdraví při práci a požární ochraně malým až středně velkými firmám.

Respondent uvedl, že se setkal s propojením společenské odpovědnosti firem a podpory zdraví na pracovišti v rámci fyzické ergonomie. Firma v reakci na zkušenosti svých zaměstnanců, resp. v reakci na jejich zdravotní problémy s pohybovým aparátem, vyvinula ergonomické pomůcky, které na jednu stranu ulevili těmto zaměstnancům, a na druhou stranu se staly významným produktem této firmy, přičemž tento výrobek byl i ekologicky šetrný. Respondent uvedl, že v tomto případě se snoubila ekologická a ekonomická oblast společenské odpovědnosti firem s péčí o zdraví zaměstnanců.

Jako problematický uvedl respondent fakt, že i když firma usiluje o rozvoj zdraví svých zaměstnanců a o společensky odpovědné podnikání, je těžké vysvětlit účel těchto strategií lidem s menším životním rozhledem a omezenými zkušenostmi. V tomto smyslu respondent uvedl záměrné zanedbávání osobních ochranných pomůcek a nedodržování režimových opatření. Jako žádoucí uvedl rozšíření výchovy ke zdravému způsobu práce především na odborných učilištích. V tomto smyslu chápe respondent společenskou odpovědnost firem jako přínosnou v oblasti bezpečnosti a ochrany zdraví při práci neboť pomáhá utvářet firemní kulturu ‚bezpečné práce‘.

5 Diskuze

Hlavní cíl této práce spočíval v analýze využitelnosti konceptu společenské odpovědnosti firem v rámci podpory zdraví na pracovišti, a to z pohledu českobudějovické odborné veřejnosti.

Pro naplnění tohoto cíle bylo nejprve nutno odpovědět na otázku, jaký je vůbec vztah společenské odpovědnosti firem a podpory zdraví v pracovním prostředí, což bylo účelem první části výzkumu.

Výsledky *první části výzkumu* značí, že ač se „společenská odpovědnost firem“ i „podpora zdraví na pracovišti“ orientují na lidskou společnost ve snaze rozvinout její stávající stav, chápou se tohoto úkolu obě koncepce poněkud odlišně. Společné a rozdílné prvky nacházíme jak na úrovni teoretických východisek, tak na úrovni konkrétních iniciativ.

Mezi společné prvky můžeme zařadit normativní charakter obou koncepcí, kdy obě definují žádoucí chování zaměstnavatelů, které by se v ideálním případě mělo stát sociální normou. Proces naturalizace dané normy chování (ať ji oba koncepty definují jakkoliv) v obou případech vychází z principu dobrovolného a dlouhodobého integrování určitých aktivit do organizace a procesů firem.

K vybírání a plánování těchto aktivit dochází prostřednictvím dialogu mezi zaměstnavateli a zaměstnanci. Přičemž jsou tyto aktivity obecně definovány jako činnosti, které přesahují požadavky dané zákonem, kdy plnění právních norem je esenciální podmínkou pro započetí procesu neutralizace požadovaných norem. Shodu mezi oběma koncepty na této úrovni můžeme považovat za silnou stránku jejich vzájemného vztahu.

Za zmíněné normy můžeme v rámci „společenské odpovědnosti firem“ označit transparentní chování firmy a zodpovědné chování k dodavatelům, zaměstnancům a státu a otevřené chování k místní komunitě a ohleduplný přístup k životnímu prostředí. V rámci „podpory zdraví na pracovišti“ představuje normu takové chování, které umožňuje a podporuje rozvoj zdraví zaměstnanců.

Užší definice těchto norem, proces jejich integrace a vůbec používání pojmu jak „společenské odpovědnosti firem“, tak „podpory zdraví na pracovišti“ je však ovlivněno nepřítomností autority, která by měla výhradní právo na posuzování jejich používání či hodnocení úrovně jejich implementace.

Jinými slovy, přestože existují certifikační systémy a nadnárodní neziskové organizace, které do své agendy oba koncepty zahrnuli (WHO, EU), žádný s těchto systémů ani organizací nevlastní výhradní právo na používání názvů obou koncepcí. Tato charakteristika je však od daných konceptů neoddělitelná.

Zmíněná nepřítomnost autority představuje slabou stránku obou konceptů v tom smyslu, že poskytuje prostor pro vnější faktory ohrožující vážnost obou koncepcí.

Tento rys znamená, že jakákoliv firma může stanovit svoji vlastní definici společenské odpovědnosti a označit se za společensky odpovědnou dle svých vlastních měřítek. Toto téma rozvádí například G. Fooks G (2012). Podobně tomu je i s termínem podpora zdraví. Každý podnik může označit sám sebe za podnik, který podporuje zdraví svých zaměstnanců (nutno neplést se značkou Podnik podporující zdraví). Jako související slabou stránkou obou koncepcí tak můžeme označit množství definic, které je vymezují.

V konečném důsledku se můžeme setkat s firmami, které se za společensky odpovědné označují, přestože například jejich subdodavatelé využívají k práci děti, nebo jejich produkty jednoznačně poškozují zdraví a stojí tak ve skutečnosti proti zájmům veřejného zdravotnictví. Vděčným příkladem je například program prevence kouření u dospívajících organizovaný právě tabákovou firmou (APOLLONIO, D.E., et MALONE, R.E., 2010).

Navíc společenská odpovědnost neslouží pouze jako způsob, jakým firma vyjadřuje svůj vztah ke světu, ale zároveň i nástroj, pomocí něhož ovlivňuje způsob jakým je světem vnímána. Společenská odpovědnost skýtá potenciál marketingového nástroje, konkurenční výhody a prostor pro ovlivňování politik (policy).

Následkem toho je těžké určit, do jaké míry běžný zákazník dokáže rozeznat firmu, která se odpovědně chová od firmy, která za odpovědnou označuje (bez ohledu

na to, zda daná firma ve svoji odpovědnost skutečně věří) a zda je zákazník schopen orientovat se v certifikačních systémech.

Poslední problém vztahu zkoumaných konceptů na této teoretické či hypotetické úrovni navazuje na předešlou argumentaci. Jak již bylo řečeno, společenská odpovědnost je prostor a nástroj, pomocí něhož firma může komunikovat se světem a kromě potenciálních zákazníků se tento svět sestává ale i z lokálních a celostátních či globálních politických autorit. (COLLIN, J., et GILMORE, A., 2002)

V tomto smyslu společenská odpovědnost představuje způsob, jakým firma může nepřímo dosáhnout ‚politického‘ vlivu a tedy ovlivňovat regulační snahy v daném odvětví. Jinými slovy společensky odpovědné aktivity jsou příležitostí pro získávání různých kontaktů a informací a tedy i příležitostí pro **lobbying** (jak v jeho pozitivním, tak negativním slova smyslu) (TESLER, E.L. et MALONE, R.E., 2008).

Společenská odpovědnost firem sebou nese několik rizik či hrozeb. Prvně se jedná o její zneužití, a to jak ve smyslu **zneužití samotného pojmu** například v rámci marketinkových strategií, tak ve smyslu zneužití **společensky odpovědných aktivit** v rámci lobbyingu.

S touto skutečností a dále možným nadužíváním tohoto sousloví úzce souvisí další ohrožení koncepce ‚společenské odpovědnosti firem‘ spočívající v **devalvaci významu** tohoto pojmu. Přičemž v případě takovéto devalvace hodnoty pojmu ‚společenské odpovědnosti firem‘, ztrácí ‚podpora zdraví na pracovišti‘ jednoho z potenciálních partnerů ve zdraví.

Další hrozba leží v možnost zneužití společenské odpovědnosti firem k **relativizaci negativních dopadů firemních aktivit** v očích veřejnosti, tím že se firma zaměří na filantropii v jiné (mnohem ‚výraznější‘) oblasti. (FOOKS, G., 2012)

V konečném důsledku může zneužití ‚společenské odpovědnosti firem‘ vést k **potlačení zájmů veřejného zdraví/zdravotnictví** například ve smyslu změkčování právních norem upravujících bezpečnost a ochranu zdraví při práci nebo posuzování nemocí z povolání.

S potlačením zájmů veřejného zdravotnictví souvisí i hypotetická hrozba, že nadstandardní služby péče o zdraví zaměstnanců povedou ke snižování pocitu zodpovědnosti za vlastní zdraví ze strany zaměstnanců.

Všechny uvedené hrozby se týkají jak úrovně celospolečenské, tak i úrovně individuální, neboť zdraví jako hodnota nese oba dva tyto rozměry – jak uvádí například Zavazalová nebo Holčík. Na individuální úrovni je zdraví chápáno jako nezbytný předpoklad pro optimální kvalitu života, plnění sociálních rolí a seberealizaci. Individuální zdraví je spojováno s pudem sebezáchovy.

Na sociální úrovni je hodnota zdraví spatřována v hospodářském rozvoji (růst HDP či produktivity práce,...), ovlivnění sociálních výdajů a společenské atmosféry. Tato úroveň zdraví může být chápána ve smyslu ‚přežití druhu‘. (ZAVÁZALOVÁ, H. 2002; HOLČÍK, J. 2008).

Na druhou stranu je nutno upozornit, že zmíněná nepřítomnost výhradních autorit v případě obou konceptů představuje zdroj flexibility a inovací v používání a rozvoji obou koncepcí.

Právě flexibilita a proces neustálého vyhledávání a implementace inovací založený na dialogu se všemi stakeholdery představují jednu z nejsilnějších stránek konceptu ‚společenské odpovědnosti firem‘ pro potřeby ‚podpory zdraví na pracovišti‘, jelikož ji tyto vlastnosti umožňují rychle reagovat na aktuální dění a potřeby společnosti, což dohromady se systematickostí a monitorováním přispívá k dlouhodobé udržitelnosti firemní politiky včetně politiky zdraví. A ačkoliv iniciativa BLF nezmiňuje přímo podporu zdraví na pracovišti jako téma společenské odpovědnosti firem, což je z hlediska podpory zdraví jednoznačně slabou stránkou této iniciativy, výše zmíněný proces inovací má kapacitu toto téma začlenit.

Zároveň je však nutno si uvědomit, že jakýkoliv rozvoj je podmíněn zájmem zainteresovaných stran, což je zásadní determinantou využitelnosti ‚společenské odpovědnosti firem‘ v rámci podpory zdraví na pracovišti.

Druhá část práce přispívala k dosažení hlavního cíle práce za využití kvalitativního dotazníkového šetření a řízených rozhovorů s vybranými respondenty. Dotazníkové šetření se vázalo k druhému dílčímu cíli práce a usilovalo o identifikaci

postojů definované skupiny odborníků k CSR jako nástroji podpory zdraví na pracovišti.

Dotazníkové šetření ukázalo, že ke vztahu společenské odpovědnosti firem a podpory zdraví na pracovišti se 11,11 % respondentů stavělo neurčitě, 20,83 % respondentů posuzovalo tento vztah na úrovni teoretické či politické a 68,06 % vysvětlovalo tento vztah na rovině konkrétních aktivit zaměstnavatelů.

V praxi se s využitím společenské odpovědnosti firem v podpoře zdraví na pracovišti setkalo 47,22 % respondentů, 29,16 % respondentů nevědělo a 23,61 % respondentů se s tímto využitím nesetkalo.

Přestože respondenti byli spíše skeptičtí jak k současné úrovni společensky odpovědného chování firem, tak k úrovni podpory zdraví na pracovišti, jejich postoj k využitelnosti společenské odpovědnosti firem byl převážně pozitivní. Konkrétně, 20,83 % respondentů si nebylo vědomo ani výhod a možností ani limitů a rizik využití společenské odpovědnosti firem v podpoře zdraví na pracovišti. 26,39 % respondentů hodnotilo tuto využitelnost pozitivně až nekriticky a 52,78 % respondentů zmiňovalo jak pozitivní, tak negativní stránky tohoto vztahu.

Mezi pozitiva tohoto vztahu respondenti zařadili: zlepšování pracovního klimatu, soulad se ziskovostí firmy, utvrzení pozitivního standardu chování firem a posílení významu zdraví jako hodnoty, prestiž a možnost sdílení dobré praxe.

Mezi slabé stránky tohoto vztahu respondenti řadili: nezájem zaměstnanců a zaměstnavatelů, náročnost implementace a zmatečný vztah pojmů společenská odpovědnost firem a podpora zdraví na pracovišti.

Na základě tomto dotazníkového šetření byli vybráni respondenti pro poslední krok výzkumu – řízené rozhovory. Respondenti byli vybráni na základě ochoty se rozhovoru účastnit a zkušeností s využitím společenské odpovědnosti firem v podpoře zdraví na pracovišti. Tato část byla vázána ke třetímu dílčímu cíli této práce, a usilovala tak o identifikaci příležitostí využití CSR v podpoře zdraví na pracovišti.

Respondenti zmínili následující možnosti využití společenské odpovědnosti firem v podpoře zdraví na pracovišti:

Potenciál společenské odpovědnosti firem v podpoře zdraví v možnosti systematického rozvoje již stávajících aktivit, což ale vyžaduje individuální poradenství k problematice.

Poskytování zdraví prospěšných pracovních benefitů jako jednu s nejeftivnějších cest využití společenské odpovědnosti firem v podpoře zdraví na pracovišti.

Firemní dobrovolnictví jako teambuildingová aktivita zvyšující efektivitu týmu a na druhou stranu jak prostředek zvyšující pracovní pohodu a odbourávající stres a zvyšující tělesnou zdatnost zaměstnanců.

Rozšíření významu termínu ‚činnost ve veřejném zájmu‘ v kolektivní smlouvě jako příležitost pro rozvoj tělesné a psychické zdatnosti zaměstnanců.

Společenská odpovědnost firem jako nástroj pro budování firemní kultury ‚bezpečné práce‘.

Respondenti uvedli následující limity pro využití společenské odpovědnosti firem v podpoře zdraví na pracovišti: nezáměstnanců a zaměstnavatelů, nedostatečná kapacita lékařů závodní preventivní péče, snižování personální kapacity kontrolních institucí.

6 Závěr

Cíl této práce spočíval v analýze využitelnosti konceptu společenské odpovědnosti firem v rámci podpory zdraví na pracovišti.

Pro dosažení tohoto cíle práce využila komparativní analýzu teoretických východisek, komparativní analýzu konkrétních iniciativ, rozhovory s odborníky definovanými metodou sněhové koule, SWOT analýzu, dotazníkové šetření a následně řízené rozhovory s odborníky definovanými metodou úplného výčtu.

Výsledky všech těchto kroků ukázaly, že společenskou odpovědnost firem lze v podpoře zdraví využít. Jako výchozí determinanta využitelnosti společenské odpovědnosti firem v podpoře zdraví byla identifikována shoda v teoretických východiscích. Avšak skutečnost, že jak společenská odpovědnost firem, tak podpora zdraví na pracovišti jsou typické nepřítomností výhradní zastřešující autority, sebou nese riziko zneužití obou pojmů.

Dotazovaní odborníci se k využitelnosti společenské odpovědnosti firem stavěli pozitivně a chápali ji jako kompatibilní koncept, který představuje zdroj inovací, zkušeností a know-how pro podporu zdraví na pracovišti. Tento potenciál společenské odpovědnosti firem ale není v současné době systematicky využíván.

Tato zjištění mohou sloužit jako podklad pro další výzkum, který by vedl ke stanovení a implementaci konkrétních rozšiřujících politik a strategií v oblasti podpory zdraví na pracovišti na celorepublikové úrovni.

Literatura

ALTMAN, B. W. Corporate Community Relations in the 1990s: A Study in Transformation. *Business and Society Review*, 1998, 37(2): 221–228. ISSN: 1467-8594

APOLLONIO, D.E., et MALONE, R.E. The “We Card” program: Tobacco industry “youth smoking prevention” as industry selfpreservation. *American Journal of Public Health*, 2010, 100(7): 1188–1201. ISSN: 1541-0048

AUPPERLE, K. E., CARROLL, A. B., HATFIELD, J. D. (1985). An empirical investigation of the relationship between corporate social responsibility and profitability. *Academy of Management Journal*, 1985, 28: 446-463. ISSN: 1930-3807.

BARRACLOUGH B. et MARROW M. A grim contradiction: The practice and consequences of corporate social responsibility by British American Tobacco in Malaysia. *Social Science and Medicine*. 2008(66)8: 1784-1796. ISSN: 0277-9536.

BIALEK, R.G. et al. *The Public Health Quality Improvement Handbook*. Milwaukee: Quality Press, 2009. ISBN: 08-7389-758-7

BLF. *CSR v praxi*. c2012 [cit. 2012-03-02] <<http://www.szu.cz/tema/pracovni-prostredi/soutez-o-titul-podnik-podporujici-zdravi-roku-2012>>

BOWEN, R. H. *Social Responsibilities of the Businessman*. New York: Harper & Row, 1953. ISBN: neuvedeno.

BOYTSOV, S. et WERF, FV. Regional challenges and opportunities in cardiovascular research: The Russian Federation “SWOT” analysis. In *American Heart Journal*, 2011, 161(3): 427-430. ISSN: 0002-8703

BREUCKER, G. (ed.) *Quality Criteria of Workplace Health Promotion - Healthy Employees in Healthy Organisations. Good Practice in Workplace Health Promotion (WHP) in Europe*. Essen: ENWHP, 1999a.

BUCK CONSULTANTS. *Report of working well: a global survey of health promotion and workplace wellness strategies*. San Francisco: Buck Consultants, 2009.

BREUCKER, G. (ed.) *Questionnaire for Self-assessment - Healthy Employees in Healthy Organisations. Good Practice in Workplace Health Promotion (WHP) in Europe*. Essen: ENWHP, 1999b.

BRISCOE, D.R., SCHULER, R.S. *International Human Resource Management: Policy and Practice for the Global Enterprise*. 2. vyd. London: Routledge, 2004.

ISBN: 04-1533-834-4

BRYMAN, A. *Social Research Methods*. Oxford: Oxford University Press, 2004. ISBN: 019-926446-5.

BURIÁNEK, J. *Sociologie*. 2. vyd. Praha: Fortuna, 2001. ISBN 80-7168-254-5.

BURKE, L., LOGSDON, J.M. How Corporate Social Responsibility Pays Off. *Long Range Planning*, 1996, 29(4), 495–503. ISSN: 0024-6301.

BURTON, J. *WHO Healthy Workplace Framework: Background and Supporting Literature and Practices*. Geneva: WHO, 2010. ISBN: neuvedeno

CAROLL, A. B. Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct. *In Business & Society*, 1999, 38(3):268 – 295. ISSN: 1552-4205.

CARROLL, A. B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *Academy of Management Review*, 1979, 4(4): 497- 505. ISSN: 1930-3807.

CARROLL, A. B. The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 1991, 34(4): 39-48. ISSN: 0007-6813.

COCHRAN, P.L., WOOD, R. A. Corporate social responsibility and financial performance. *Academy of Management Journal*, 1984, 27 (1): 42-56. ISSN: 1930-3807.

COLLIN, J., et GILMORE, A. Corporate (Anti)social (Ir)responsibility: Transnational tobacco companies and the attempted subversion of global health policy. *Global Social Policy*, 2002, 2(3): 354–360. ISSN: 1741-2803.

COMMITTEE FOR ECONOMIC DEVELOPMENT. *Social responsibilities of business corporations*. New York: CED, 1971. ISBN: neuvedeno.

DALTON, D. R. et Cosier, R. A. The four faces of social responsibility. *Business Horizons*, 1982, 25(3): 19-27. ISSN: 0007-6813.

DAVIS, K. Can Business Afford to Ignore Social Responsibilities? *California Management Review*, 1960, 2(3):70 -76. ISSN: 0008-1256.

DAVIS, K. Understanding the Social Responsibility Puzzle: What does the Businessman Owe to Society? *Business Horizons*, 1967, 10(4): 45-50. ISSN: 0007-6813.

DONALDSON, T., PRESTON, L.E. The Stakeholder Theory of the Corporation:

Concepts, Evidence, and Implications. *Academy of Management Review*, 1995, 20(1): 65–91. ISSN: 1930-3807.

DRUCKER, P. F. The New Meaning of Corporate Social Responsibility. *California Management Review*, 1984, 40(2): 53 - 64. ISSN: 0008-1256.

DYTRT, Z. *Etika v podnikatelském prostředí*. Praha: Grada, 2006. ISBN:-978-80-247-6311-8.

ELINGTON, J. *Cannibals with Forks: the Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Gabriola Island: New Society Publisher, 1998. ISBN: 08-6571-392-8

ENWHP/THE EUROPEAN NETWORK FOR WORKPLACE HEALTH PROMOTION. *The Luxembourg Declaration on Workplace Health Promotion in the European Union*. Luxembourg: ENWHP, 2005.

EPSTEIN, E. M. (1987). The corporate social policy process: Beyond business ethics, corporate social responsibility, and corporate social responsiveness. *California Management Review*, 1987, 29(3): 99-114. ISSN: 0008-1256.

EUROPEAN COMMISSION. *Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility: Green Paper*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 2001.

EUROPEAN COMMISSION. *Zodpovědné podnikání: Sbíрка ověřených postupů evropských malých a středních podniků*. Brusel: Evropská komise, 2004. ISBN: 92-894-5479-2.

FIALA, P., SCHUBERT, K. *Moderní analýza politiky*. Brno: Barrister and Principal, 2000. ISBN: 80-85947-50-1.

FOLEY, KL et al. Social Will for Tobacco Control among the Hungarian Public Health Workforce. In *Central European Journal of Public Health*, 2010, 18(1): 25-30. ISSN 1210-7778

FOOKS, G. et al. Forthcoming. The limits of corporate social responsibility: Techniques of neutralization, stakeholder management and political CSR. *Journal of Business Ethics*. 2012, 101(4): 525-552. ISSN: 1573-0697.

FREDERICK, W. C. Moving to CSR4. *Business and Society*, 1998, 37(1): 40–60. ISSN: 1552-4205.

FREEMAN, R. E. *Strategic Management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman, 1984. ISBN 02-7301-913-9.

FRIEDMAN, M. *Capitalism and Freedom*. 1. vydání. Chicago: University Press of Chicago, 1962. ISBN: 0-226-26241-1.

FRIEDMAN, M. The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *The New York Times Magazine*, vydáno 1970-09-13. ISSN: 0028-7822.

GANGULY, S. The Investor-State Dispute Mechanism (ISDM) and a Sovereign's power to protect public health. *Columbia Journal of Transnational Law*, 1999, 38(1):113-168. ISSN: 0010-1931.

GARRIGA, E. et Melé, D. Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory. *Journal of Business Ethics*, 2004, (53): 51–71. ISSN: 0167-4544

HAIGH, M. et JONES, M.T. A critical review of relations between corporate responsibility research and practice. *Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*, 2007, 12(1): 16-28. ISSN: 1239-2685.

HART, S. L. A Natural-Resource-Based View of the Firm. *Academy of Management Review*, 1995, 20(4), 986–1012. ISSN: 1930-3807

HART, S. L., CHRISTENSEN, C.M. The Great Leap. Driving Innovation from the Base of the Pyramid. *MIT Sloan Management Review*, 2002, 44(1): 51–57. ISSN: 1532-9194.

HARTNOLL, R. et all. *Příručka pro provádění výběru metodou sněhové koule – Snowball Sampling*. Praha: Úřad vlády ČR, 2003. ISBN 80-86734-08-0.

HENDL, J. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2005. 408 s. ISBN 80-7367-040-2.

HENRIQUES, A., RICHARDSON J. *The Triple Bottom Line, Does It All Add Up? Assessing the Sustainability of Business and CSR*. London: Earthscan, 2004. ISBN: 18-4407-016-6

HOLČÍK, J., KAŇOVÁ, P., PRUDIL, L. *Systém péče o zdraví a zdravotnictví: východiska, základní pojmy a perspektivy*. 1. vyd. Brno: Národní centrum ošetřovatelství a nelékařských zdravotnických oborů, 2005. ISBN 80-7013-417-8.

HOLLIDAY, A. *Doing and Writing Qualitative Research*. 2. vyd. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE, 2007. ISBN 1-4126-1130-3.

CHENOWETH, D. *Evaluating Worksite Health Promotion*. Champaign: Human Kinetics, 2002. ISBN: 97-8073-6036-47-4. V České republice vyšlo pod názvem: Hodnocení podpory zdraví na pracovišti.

ILO. *GB 295/MNE/2/1: InFocus Initiative on Corporate Social Responsibility (CSR)*. Geneva: ILO, 2006.

JANDOUREK, J. *Průvodce sociologií*. Praha: Grada, 2008. ISBN : 978-80-247-2397-6.

JOHNSON, H. L. *Business in contemporary society: Framework and issues*. Belmont, CA: Wadsworth, 1971. ISBN: neuvédno.

JONES, T. M. Corporate Social Responsibility Revisited, Redened. *California Management Review*, 1980, 22(3): 59 – 67. ISSN: 0008-1256.

KECOJEVIC, A. et all. Public Health and Clinical Impact of Increasing Emergency Department–Based HIV Testing: Perspectives From the 2007 Conference of the National Emergency Department HIV Testing Consortium. In *Annals of Emergency Medicine*. 2011, (58)1: 151-159. ISSN: 0196-0644.

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

KUNZ, V., DUBCOVÁ G., J. Model of corporate social responsibility systems in the EU. *Ekonomika a management*, 2011, 1:54 – 75. ISSN 1802-8470.

KVASNIČKOVÁ STANISLAVSKÁ, L., MARGARISOVÁ,K., ŠŤASTNÁ, K. International Standards of Corporate Social Responsibility. *Economics and Informatics*, 2010, 2(4): 63 - 72. ISSN: 1804-1930.

LALONDE M. *A New Perspective on the Health of Canadians – a working document*. Ottawa: Government of Canada, 1974.

Luxembourg Declaration on Workplace health promotion in the European Union. 1997

McGUIRE, J. *Business and Society*. New York: McGraw-Hill, 1963. ISSN: neuvédno.

McKIBBEN, B. Hope vs. Hype – Is Corporate Do-Goodery for Real? *Mother Jones*, 2006, November/December 2006. ISSN: 0362-8841.

MELÉ, D. Corporate Social Responsibility Theories. In CRANE, A. *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*. New York: Oxford University Press, 2008. Str. 47-82. ISBN: 019-92-1159-0

MILLS P.R. et all. Impact of a health promotion program on employee health risks and work productivity. *American Journal of Health Promotion*, 2007, 22(1): 45–53. ISSN: 0890-1171.

O'DONNELL, M.P. Definition of Health Promotion. *American Journal of Health Promotion*. 1988, (1)1: 4-5. ISBN: ISSN: 0890-1171.

OECD. *Corporate Social Responsibility – Partners for Progress*. Paříž: OECD Publishing, 2001. ISBN 92-64-19512-2

ORLOVÁ, M. Lze investovat s myšlenkou trvale udržitelného rozvoje? *Finanční řízení & Controlling v praxi*, 2011, 2(2): 34 – 41. ISSN 1804-2996.

OSN. *Všeobecná deklarace lidských práv*. Helsinky: OSN, 1948.

PAVLÍK, M., BĚLČÍK, M. *Společenská odpovědnost organizace: CSR v praxi a jak s ním dál*. Praha : Grada, 2010. ISBN 97-8802-4731-57-5.

PORTER, M.E., KRAMER, M.R. The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy. *Harvard Business Review*, 2002, 80(12), 56–69. ISSN: 0017-8012.

PRAHALAD, C. K., HAMMOND, A. Serving the World's Poor, Profitably. *Harvard Business Review*, 2002, 80(9): 48–58. ISSN: 0017-8012.

PROVAZNÍK, K., KOMÁREK, L., CIKRT, M. *Manuál prevence v lékařské praxi, V. prevence nepříznivého pracovního působení faktorů pracovních prostředí a pracovních procesů*. Praha: SZÚ, Fortuna, 1997. ISBN 80-7071-066-7

SILVERMAN, D. *Interpreting Qualitative Data: Methods for Analysing Text, Talk and Interaction*. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE, 2006. ISBN: 1-4129-2244-5.

SMITH, W., M. HIGGINS, M. Cause-Related Marketing: Ethics and the Ecstatic', *Business and Society*, 2000, 39(3): 304–322. ISSN: 1552-4205.

STEINEROVÁ M. et al. *Společenská odpovědnost firem – průvodce nejen pro malé a středí podniky*. Praha: Business Leaders Forum, 2008. ISBN: neuvedeno.

SULLIVAN, H.L. *The Global Sullivan Principles* [online]. 1999 [cit. 2012-03-02] <http://indianchristians.in/news/images/resources/pdf/global_sullivan_principles.pdf>

SZÚ. *Podpora zdraví na pracovišti* [online]. c2008 [cit. 2012-03-02] <<http://www.szu.cz/tema/pracovni-prostredi/podpora-zdravi-na-pracovisti>>

SZÚ. *Soutěž o titul Podnik podporující zdraví roku 2012* [online]. c2012 [cit. 2012-03-02] <<http://www.szu.cz/tema/pracovni-prostredi/soutez-o-titul-podnik-podporujici-zdravi-roku-2012>>

ŠLACHA, R. et HOBZA, V. Czech Republic in WOLF, K. et KARCH, R.C. *Global Perspectives in Workplace Health Promotion*. Sudbury: Jones & Bartlett Publishers, 2011. ISBN: 07-6379-357-4.

ŠUBRT, B. A KOL. *Bezpečnost a ochrana zdraví při práci*. Olomouc: ANAG, 2003. ISBN 80-7263-172-1

TESLER, L., et MALONE, R.E. Corporate philanthropy, lobbying and public health policy. *American Journal of Public Health*, 2008, 98(12): 2123–2133. ISSN: 1541-0048

TUČEK, M., PELCLOVÁ, D., CIKRT, M. *Pracovní lékařství pro praxi. Příručka s doporučenými standardy*. Praha: GRADA, 2005. ISBN 80-247-0927-9.

TUZZOLINO, F., ET ARMANDI, B. R. A need-hierarchy framework for assessing corporate social responsibility. *Academy of Management Review*, 1981, 6(1): 21-28. ISSN: 1930-3807.

UN GLOBAL COMPACT. *Corporate Sustainability in the World Economy*. New York: UN Global Compact, 2011.

Usnesení vlády ČR č. 475 ze dne 19.5.2003. Národní politika bezpečnosti a ochrany zdraví při práci.

VAANDRAGER, L. *ENWHP Toolbox – A European collection of methods and practices for promoting health at the workplace – Healthy Employees in Healthy Organisations*. Woerden: ENWHP, 2004.

VURM, V. *Vybrané kapitoly z veřejného a sociálního zdravotnictví*. Praha: Nakladatelství Triton, 2007. ISBN 978-80-7254-997-9.

WALTON, C. C. *Corporate social responsibilities*. Belmont, CA: Wadsworth, 1967. ISBN: neuvedeno.

WARTICK, S. L., COCHRAN, P. L. (1985). The evolution of the corporate social performance model. *Academy of Management Review*, 1985, 10(4): 758-769. ISSN: 1930-3807.

WCED. *Our Common Future*. Oxford: Oxford University Press, 1987. ISBN 0-19-282080-X.

WHA (World Health Assembly). *Resolution WHA51.7. Health for all policy for the twenty-first century*. Geneva: WHO Press, 1998.

WHO. *Global status report on noncommunicable diseases 2010*. Geneva: WHO Press,

2010a. ISBN 978-92-4-156422-9

WHO. *Healthy ageing* [online]. c2012 [cit. 2012-02-03] <<http://www.euro.who.int/en/what-we-do/health-topics/Life-stages/healthy-ageing>>

WHO. Noncommunicable diseases country profiles 2011. Geneva, WHO Press, 2011. ISBN: 978-92-4-150228-3

WHO. *Ottawa Charter for Health Promotion*. WHO: Geneva, 1986.

WINSLOW, C.E.A. *The Untilled Fields of Public Health*. *Science*, 1920, 51(1306): 23-33. ISSN: 1095-9203.

WOOD, D. J. Corporate social performance revisited. *Academy of Management Review*, 1991b, 16(4):691-718. ISSN: 1930-3807.

WOOD, D. Social Issues in Management: Theory and Research in Corporate Social Performance. *Journal of Management*, 1991a, 17(2): 383–406. ISSN: 1557-1211.

ZÁKON O OCHRANĚ VEŘEJNÉHO ZDRAVÍ č. 258/2000 Sb.

ZÁKONÍK PRÁCE. Zákon 262/2006 Sb. v aktuálním znění.

7 Klíčová slova

Zdraví

Práce

Podpora zdraví

Společenská odpovědnost firem

8 Přílohy

8.1 Seznam tabulek

Tabulka 1: Johnsonovo pojetí přístupů ke společenské odpovědnosti firem.....	17
Tabulka 2: Čtyři úrovně společenské odpovědnosti firmy dle Daltka a Cosiera.....	19
Tabulka 3: Klasifikace teorií ‚společenské odpovědnosti firem‘ dle Garrigaové a Meleho.....	24
Tabulka 4: Grafické znázornění výzkumné strategie.....	40
Tabulka 5: Kvantitativní charakteristika výběru.....	45
Tabulka 6: Kvalitativní charakteristika výzkumného vzorku.....	46
Tabulka 8: Integrace poznatků – SWOT analýza vztahu konceptu CSR v podpoře zdraví na pracovišti.....	61
Tabulka 9: Oblasti (úrovně a kategorie) společenské odpovědnosti firmy dle Woodové.....	89
Tabulka 10: Sekce a kritéria úrovně podpory zdraví na pracovišti dle ENWHP/SZÚ ...	93
Tabulka 11: Ekonomická oblast CSR dle BLF (CSR/EO).....	96
Tabulka 12: Sociální oblast CSR dle BLF (CSR/SO).....	97
Tabulka 13: Oblast životního prostředí CSR dle BLF (CSR/OŽP).....	98

8.2 Seznam obrázků

Obrázek 1: Společenská odpovědnost firem dle CED (1971):.....	17
Obrázek 2: Carrollův tří-dimenzionální model:.....	18
Obrázek 3: Carrollův model CSR	21

8.3 Koncept CSR dle Woodové

Tabulka 8: Oblasti (úrovně a kategorie) společenské odpovědnosti firmy dle Woodové

Úroveň: Kategorie:	Institucionální Společenská oprávněnost	Organizační Veřejná odpovědnost	Individuální Manažerská rozhodnutí
Ekonomická	Firma je odpovědná za produkci zboží a služeb a vytváření bohatství pro majitele.	Firma je odpovědná za prodej služeb a zboží za ceny, které odrážejí skutečné náklady včetně externalit ¹⁹ .	Firma je odpovědná za produkci ekologických výrobků a používání ekologicky šetrných technologií.
Právní	Firma je povinná řídit se zákony a předpisy, nelobovat za zvýhodnění své pozice ve veřejné politice.	Firma pracuje pro veřejnost, přičemž prezentuje svůj osvědčený zájem.	Firma na základě právních norem vychází vstřícně inovacím produktů a technologií.
Etická	Firma dodržuje základní etické principy (poctivá soutěž)	Firma poskytuje kompletní a přesné informace o výrobcích a snaží se tak zvyšovat bezpečnost zákazníků nad rámec zákonných požadavků.	Firma uzpůsobuje své informační kampaně charakteristikám cílové populace a následuje v nich současnou úroveň vědění.
Dobrovolná	Firma se chová jako „řádný občan“, a to nad rámec zákona a ve smyslu etických norem. Vrací část příjmu zpět komunitě.	Investuje do charitativních činností, které jsou spjaté s primárními a sekundárními zájmy firmy.	Vybírá takové charitativní investice, které se následně vrátí formou vyřešení konkrétního společenského problému (tzn. řídí se kritériem efektivity)

Zdroj: WOODOVÁ, D. 1991 (vlastní grafická úprava)

¹⁹ Externalita je označení pro vliv jednoho člověka/firmy na blahobyt subjektů neúčastnících se této činnosti. Jedná-li se o vliv příznivý, označujeme externalitu jako pozitivní, je-li nepříznivý jako negativní. Například v MANKIWI G.N. 1999

8.4 Operacionalizace pojmů

Společenská odpovědnost firem – dobrovolné integrování sociálních a ekologických hledisek do každodenních firemních operací a interakcí s firemními stakeholders.

Ochrana a podpora veřejného zdraví – souhrn činností a opatření k vytváření a ochraně zdravých životních a pracovních podmínek a zabránění šíření infekčních a hromadně se vyskytujících onemocnění, ohrožení zdraví v souvislosti s vykonávanou prací, vzniku nemocí souvisejících s prací a jiných významných poruch zdraví a dozoru nad jejich zachováním.

Ochrana zdraví při práci – pro účely této práce je chápána jako soubor činností, opatření a aktivity k vytváření a ochraně zdravých životních a pracovních podmínek, které jsou závazné – vyžadované právním řádem.

Podpora zdraví na pracovišti – Souhrn organizačních, vzdělávacích, motivačních a technických aktivit a programů zaměřených tak, aby podporovaly zdravý životní styl a vedly zaměstnance a jejich rodinné příslušníky k jeho ozdravení, jedná se o takové aktivity zaměstnavatele, které přesahují rámec povinností stanovených právním řádem.

Práce - Soustavná činnost, proces, který může být charakterizována jako výrobní proces, ovlivňovaný třemi faktory – technikou, organizací a lidským činitelem

Zdraví – stav úplné tělesné, mentální a sociální pohody, nejen nepřítomnost nemoci nebo poškození zdraví.

Zdraví při práci – tělesná, duševní a sociální pohoda při práci.

8.5 *Iniciativy zahrnuté do druhé fáze výzkumu a kódování druhé fáze první části výzkumu*

Podnik podporující zdraví

„Podnik podporující zdraví“ je název soutěže každoročně vyhlašované hlavním hygienikem České republiky, a to již od roku 2005. Průběh této soutěže koordinuje Státní zdravotní ústav se sídlem Praze (dále jen SZÚ), konkrétně Centrum hygieny práce a pracovního lékařství.

Hodnocení jednotlivých přihlášených podniků vychází z metodiky Evropské sítě podpory zdraví na pracovišti, jíž je SZÚ členem. SZÚ propůjčuje tento titul úspěšným podnikům na dobu tří let.

Hodnocení úrovně podpory zdraví na pracovišti těchto podniků se zakládá na Kritériích kvality podpory zdraví na pracovišti (BREUCKER, G., 1999a) vydaných právě Evropskou sítí podpory zdraví na pracovišti, jejichž český překlad je dostupný na webových stránkách SZÚ.

V rámci posuzování úrovně péče o zdraví zaměstnanců je hodnocena jednak úroveň plnění povinností daných legislativou České republiky, tak právě i opatření nadstavbová představující podporu zdraví na pracovišti. (SZÚ, 2012)

Evropská síť podpory zdraví na pracovišti dále nabízí podnikům i nástroj pro sebe hodnocení vlastní úrovně podpory zdraví v podobě dotazníku (BREUCKER, G., 199b), jehož českou podobu taktéž nabízí SZÚ na svých webových stránkách. (SZÚ, 2012)

Oproti SZÚ nabízí ENWHP Soubor modelů, nástrojů a návodů podpory zdraví na pracovišti vypracovaných touto organizací (VAANDRAGER, L., 2004), tyto dokumenty nejsou dostupné v Českém jazyce.

Soutěže o titul „Podnik podporující zdraví“ se mohou zúčastnit všechny podniky a organizace, které jsou českými právními subjekty. Mezi vstupní kritéria dále patří předpoklady:

a) že organizace má dobře ošetřenou oblast ochrany zdraví na pracovišti podle právních předpisů ČR a plní všechna kritéria v této oblasti na 100%;

b) že se organizace se aktivně věnuje oblasti podpory zdraví svých zaměstnanců, monitoruje její výsledky a usiluje o její zlepšování;

c) že organizace doručí řádně vyplněnou přihlášku na adresu Státního zdravotního ústavu ve stanoveném termínu.

Jako přílohu přihlášky musí podnik předložit v písemné formě vlastní Projekt podpory zdraví v organizaci, vypracovaný v souladu s Kritérii kvality podpory zdraví na pracovišti, a vyplněný Dotazník pro sebehodnocení.

V neposlední řadě se daná organizace musí zavázat, že umožní členům hodnotícího týmu provést audit kvality podpory zdraví a péče o zdraví zaměstnanců přímo v organizaci.

Na základě tohoto auditu získá organizace čestné uznání s titulem Podnik podporující zdraví I., II. nebo III. stupně podle počtu získaných bodů v závislosti na plnění zmíněných Kritérií kvality podpory zdraví na pracovišti.

Konkrétní metodika odlišuje malé a střední firmy (do 250 zaměstnanců) od velkých firem (nad 250 zaměstnanců). (SZÚ, 2012)

Jednotlivá kritéria pro hodnocení úrovně podpory zdraví v daném podniku definuje SZÚ v souladu s kritérii ENWHP. Tato kritéria jsou rozdělena do 6 sekcí, které dohromady komplexně odrážejí kvalitu podpory zdraví na pracovišti.

Jedná se o a) podporu zdraví na pracovišti a politiku závodu; b) lidské zdroje a organizaci práce; c) plánování podpory zdraví na pracovišti; d) společenskou zodpovědnost; e) uplatňování podpory zdraví na pracovišti; f) výsledky podpory zdraví na pracovišti (ENWHP, 1999a; SZÚ, 2012).

Tabulka 9: Sekce a kritéria úrovně podpory zdraví na pracovišti dle ENWHP/SZÚ

Sekce	Dílčí kritéria úrovně podpory zdraví na pracovišti
A) Podpora zdraví na pracovišti a politika závodu	1) Organizace má v písemné podobě (formě) vytvořenou filozofii podpory zdraví na pracovišti. Výkonný tým organizace s ní plně souhlasí a aktivně přispívá k jejímu uplatňování.
	2) Opatření k podpoře zdraví jsou integrována do již existujících struktur a postupů organizace.
	3) Organizace má dostatek zdrojů (finanční, zaměstnanecké, prostory, další vzdělávání, atd.) pro podporu zdraví na pracovišti.
	4) Výkonný tým/management pravidelně monitoruje pokrok v metodách podpory zdraví.
	5) Otázky zdraví na pracovišti jsou nedílnou součástí školení a doškolování (zvláště u výkonného týmu).
	6) Všichni zaměstnanci mají přístup k vybavení a službám souvisejícím se zdravím (např. odpočinkové místnosti, jídelna, sportovní zařízení).
B) Lidské zdroje a organizace práce	7) Všichni zaměstnanci mají potřebné schopnosti včetně zdravotní způsobilosti, které jim umožňují vykonávat jejich práci nebo mají příležitost tyto schopnosti získat.
	8) Práce je organizována tak, aby zaměstnanci nebyli pracovním přetěžováni ani pracovním nevytížení.
	9) Zaměstnancům je umožněno rozvíjení osobní pracovní kariéry a tyto možnosti jsou součástí organizace práce.
	10) Všem zaměstnancům je umožněno se aktivně účastnit podpory zdraví na pracovišti.
	11) Vedoucí pracovníci podporují své podřízené a dobrou pracovní atmosféru.
	12) Organizace aktivně pracuje na reintegraci zaměstnanců (zvláště handicapovaných) po návratu do zaměstnání po dlouhodobé pracovní neschopnosti.
	13) Organizace provádí opatření k lepšímu sladění (přizpůsobení) pracovního a rodinného života

C) Plánování podpory zdraví na pracovišti	Opatření k podpoře zdraví zahrnují celou organizaci a všechny její sekce.
	14) Opatření k podpoře zdraví jsou založena na pečlivé a pravidelné analýze informací souvisejících se zdravím: faktory pracovního prostředí, zdravotní obtíže, pracovní zátěž, počty pracovních úrazů a chorob z povolání, vývoj pracovní neschopnosti, spokojenost a očekávání zaměstnanců.
	15) Všichni zaměstnanci jsou informováni o projektech podpory zdraví na pracovišti prostřednictvím interního informačního systému.
D) Společenská zodpovědnost	16) Organizace na sebe bere jasně definované úkoly (např. v ochraně životního prostředí) tak, aby se vyhnula praktikám škodlivým lidem i prostředí.
	17) Organizace aktivně podporuje zdravotní, společenské a kulturní iniciativy.
E) Uplatňování podpory zdraví na pracovišti	18) V rámci organizace existuje řídicí výbor či pracovní skupina, která plánuje, monitoruje a hodnotí opatření k podpoře zdraví. Všechny klíčové funkce týkající se zdraví jsou zastoupeny v této skupině.
	Všechny informace (interní i externí) nezbytné pro plánování a uplatňování opatření k podpoře zdraví jsou systematicky a pravidelně shromažďovány.
	19) Jsou stanoveny cílové skupiny a kvantifikovatelné cíle pro aktivity podporující zdraví.
	20) Opatření pro zdraví podporující organizaci práce a pracovní prostředí i aktivity podporující zdravé chování (životní styl) jsou uplatňovány a propojovány.
	21) Všechna opatření jsou systematicky vyhodnocována a kontinuálně zlepšována.
F) Výsledky podpory zdraví na pracovišti	22) Systematicky jsou analyzovány dopady aktivit podporujících zdraví na spokojenost spotřebitelů (s produkty, službami) a z těchto analýz jsou vyvozovány závěry.
	23) Systematicky jsou analyzovány dopady uplatňovaných aktivit podporujících zdraví na spokojenost zaměstnanců s pracovními podmínkami, organizací práce, stylem vedení a možnostmi se na tomto procesu podílet, pracovním zdravím a opatřeními přijímanými v oblasti bezpečnosti a ochrany zdraví při práci atd. a z těchto analýz jsou vyvozovány závěry.

	Systematicky jsou analyzovány dopady na zdravotní indikátory jako je procento pracovní neschopnosti, počty pracovních úrazů, zlepšování pracovních podmínek, využití programů zdravého životního stylu, kategorie pracovních rizik atd. a z těchto analýz jsou vyvozovány závěry.
	24) Systematicky jsou analyzovány dopady na relevantní ekonomické ukazatele jako je obrat zaměstnanců, produktivita, účelnost vynaložených prostředků atd. a z těchto analýz jsou vyvozovány závěry.

(SZÚ, 2012, vlastní grafická úprava)

Model společenské odpovědnosti firem dle BLF

Business Leaders Forum (BLF) je nezisková nestátní organizace založená roku 1992, která představuje platformu pro setkávání společensky odpovědných podnikatelů v České republice.

Cílem této organizace je napomáhat šíření dobrých praxí v oblasti společensky odpovědného podnikání. Do agendy BLF náleží rozvoj pozitivního dopadu firem na společnost, rozvoj globální odpovědnosti firem, rozvoj trvale udržitelného podnikání.

BLF je členem mezinárodního hnutí za řádné občanství podniků ‚International Business Leaders Forum‘ a členem mezinárodní organizace ‚CSR Europe‘. V České republice BLF organizuje projekty jako cena Futurm, CSR Ambassadors, komunitní projekt Vodící linie, Stínování manažerů, atd. BLF provozuje webovou stránku www.csr-online.cz, kde uveřejňuje informace o děti týkajícího se společenské odpovědnosti firem v České republice (BLF, 2012).

BLF označuje dobrovolnost, dialog se stakeholdery, dlouhodobost a důvěryhodnost za základní principy celého konceptu ‚společenské odpovědnosti firem‘.

Konkrétní prvky společensky odpovědného chování firmy BLF dělí do tří základních okruhů v souladu ‚Triple bottom line‘ – ekonomická odpovědnost, sociální odpovědnost a environmentální odpovědnost firmy a následně připojuje jednotlivá kritéria společensky odpovědného chování v daných oblastech doplněná o konkrétní příklady. (STEINEROVÁ, M., 2008)

Tyto okruhy, konkrétní kritéria a jednotlivé příklady jsou uvedeny v následujících třech přehledových tabulkách (STEINEROVÁ, M., 2008):

Tabulka 10: Ekonomická oblast CSR dle BLF (CSR/EO)

CSR TÉMATA	CSR AKTIVITY	PŘÍKLADY
A) Správa a řízení firmy	1) Transparentnost	<i>Uveřejnění finančních i nefinančních informací</i>
	2) Pravidla chování	<i>Etický kodex a jeho praktické využití</i>
	3) Firemní image	<i>Monitorování a měření firemního image</i>
B) Odpovědný přístup k zákazníkům	4) Zjišťování zpětné vazby	<i>Průzkum spokojenosti Evidence a řešení stížností</i>
	5) Zapojení do rozhodování	<i>Sběr návrhů na zlepšení produktů a služeb Vliv zákazníků na zaměření CSR aktivit firmy</i>
	6) Zákaznický servis	<i>Věrnostní program Poprodejní servis Bezbariérový přístup do prodejen Přístupnost webových stránek</i>
	7) Kvalita produktů a služeb	<i>Použití norem kvality (ISO 9001, HACCAP) Produktové označení programu Česká kvalita</i>
C) Vztahy s dodavateli a dalšími obchodními partnery	8) Vzdělávání zákazníků	<i>Školení preventivní servisní činnosti Školení bezpečnosti práce</i>
	9) Výběr dodavatelů	<i>Zahrnutí CSR hlediska do výběru dodavatelů</i>
	10) Zjišťování zpětné vazby	<i>Průzkum spokojenosti Evidence a řešení stížností</i>
	11) Obchodní vztahy	<i>Včasné placení faktur</i>
D) Marketing a reklama	12) Šíření CSR	<i>Monitoring CSR praktik v dodavatelsko-odběratelském řetězci</i>
	13) Informace o produktech	<i>Poskytování jasných a přesných informací o výrobcích a službách</i>
	14) Sdílený marketing	<i>Použití marketingových aktivit ke společné propagaci firmy a dobročinné věci</i>
	15) Reklamní etika	<i>Dodržení etického kodexu reklamy vydaného Radou pro reklamu.</i>

Tabulka 11: Sociální oblast CSR dle BLF (CSR/SO)

CSR TÉMATA	CSR AKTIVITY	PŘÍKLADY	
A) Zapojení zaměstnanců a komunikace	1) Zjišťování zpětné vazby	<i>Průzkum spokojenosti Evidence a řešení stížností</i>	
	2) Zapojení do rozhodování	<i>Sběr návrhů na zlepšení výkonnosti firmy Vliv zaměstnanců na zaměření CSR aktivit firmy</i>	
	3) Interní komunikace	<i>Využití prostředků interní komunikace Informování uchazečů o práci o CSR</i>	
B) Ohodnocení za práci	4) Finanční ohodnocení	<i>Odpovídající platové ohodnocení</i>	
	5) Nefinanční benefity	<i>Sportovní a relaxační vyžití Kulturní vyžití Společenské akce pro zaměstnance Navýšení dovolené a volna Osobní komfort (notebook, auto, mobil) Příspěvek na dojíždění do práce Zaměstnanecké akce</i>	
C) Vzdělávání a rozvoj	6) Vzdělávání zaměstnanců	<i>Školení, kurzy, mentoring</i>	
	7) Profesionální rozvoj	<i>Plány kariérního rozvoje</i>	
D) Vyváženost pracovního a osobního života	8) Flexibilní formy práce	<i>Pružná pracovní doba Práce z domova Zkrácená pracovní doba Práce na směny Sdílení pracovního místa</i>	
		9) Péče o děti, seniory či nemocné osoby	<i>Příspěvek na hlídání Psychologická podpora</i>
		10) Zaměstnanci na rodičovské dovolené	<i>Kontakt během rodičovské dovolené Podpora při návratu do zaměstnání</i>
E) Outplacement		11) Podpora propuštěných zaměstnanců	<i>Finanční forma podpory Pomoc při hledání práce Rekvalifikace a školení</i>
F) Rovné příležitosti	12) Opatření proti diskriminaci	<i>Bránění diskriminaci na pracovišti i při nábore nových zaměstnanců</i>	
	13) Rozmanitost na pracovišti	<i>Podpora rozmanitosti na pracovišti (ženy, etnické menšiny, handicapovaní, starší)</i>	
G) Podpora místní komunity	14) Firemní dobrovolnictví	<i>Zaměstnanci vykonávají dobrovolnou práci v pracovní době (manulání práci či předávání odborných znalostí)</i>	
	15) Matchingový fond	<i>Firma navýší prostředky získané mezi zaměstnanci</i>	
	16) Benefiční akce	<i>Benefiční plesy, aukce, tomboly</i>	

Tabulka 12: Oblast životního prostředí CSR dle BLF (CSR/OŽP)

CSR TÉMATA	CSR AKTIVITY	PŘÍKLADY
A) Environmentální politika	1) Řízení	<i>Environmentální strategie Využití norem (ISO 14001, EMAS) Environmentální audit</i>
	2) Dodavatelský řetězec	<i>Environmentální kritéria výběru dodavatelů</i>
	3) Zapojení stakeholderů	<i>Spolupráce na environmentálních aktivitách Návrhy na zlepšení environmentálních praktik</i>
	4) Komunikace	<i>Environmentální školení Informace o environmentální politice firmy</i>
	5) Změny klimatu	<i>Opatření pro snižování uhlíkové stopy</i>
B) Energie a voda	6) Úspora energie	<i>Opatření a zařízení na úsporu energie (důkladná izolace, energeticky úsporné technologie, regulace topení)</i>
	7) Obnovitelné zdroje	<i>Využití energie slunečního záření, biomasy</i>
	8) Úspora vody	<i>Opatření a zařízení na úsporu vody</i>
	9) Užitková voda	<i>Využití užitkové vody ve výrobním procesu, k zalévání zeleně či na toaletách</i>
C) Odpad a recyklace	10) Třídění a recyklace	<i>Třídění a recyklace papíru, plastu, tonerů, cartridge a dalších materiálů</i>
	11) Minimalizace odpadu	<i>Tisk z obou stran papíru Vratné barely na pitnou vodu Optimalizace výrobního procesu</i>
D) Doprava	12) Přesun zaměstnanců	<i>Podpora ekologicky šetrné cesty do/z práce Omezování služebních cest (videokonference)</i>
	13) Přeprava zboží	<i>Optimalizace logistiky</i>
E) Produkty a balení	14) Ekologické výrobky	<i>Výrobky či služby s ekoznačkou</i>
	15) Obalové materiály	<i>Minimalizace obalových materiálů Ekologicky šetrné obalové materiály</i>
F) Nakupování	16) Ekologicky šetrný nákup	<i>Recyklovaný papír, ekologické čisticí prostředky, energeticky nenáročné produkty</i>
	17) Místní dodavatelé	<i>Nákup od místních dodavatelů</i>

8.6 Záznam rozhovorů třetí fáze první části výzkumu

Otázka č. 1

Setkal/setkala jste se s pojmem ‚společenská odpovědnost firem‘?

Tři respondenti odpověděli, že se s tímto pojmem setkali, přičemž se jednalo o výhradně respondenty působící v soukromé sféře. Čtyři dotázaní se s tímto pojmem nesečkali, přičemž se jednalo o respondenty pracující ve veřejné sféře.

Otázka č. 2

Co pro Vás tento termín znamená?

Respondenti, kteří uvedli, že se s daným termínem již setkali, chápali společenskou odpovědnost firem následujícím způsobem:

- 1) jako souřadný pojem s trvale udržitelným rozvojem, ve smyslu udržitelných vztahů se zákazníky a zaměstnanci za účelem dlouhodobé ziskovosti.
- 2) jako odpovědnost zaměstnavatelů vůči společnosti, za dodržování práva, norem, společenských pravidel, včetně péče o zaměstnance, životní prostředí a firemní kulturu, férové jednání, stanovení vnitřních pravidel organizace.
- 3) jako zodpovědné chování firmy vůči zaměstnancům a zákazníkům a firemní dárcovství.

Respondenti, kteří uvedli, že se s daným termínem nesečkali, chápali společenskou odpovědnost firem následujícím způsobem:

- 4) jako péči o zdraví zaměstnanců
- 5) jako péči o zdraví zaměstnanců, právní chování firmy a ekologické chování firmy
- 6) jako péči o pracovní podmínky zaměstnanců a právní chování firmy
- 7) jako péči o zdraví zaměstnanců a firemní dárcovství.

Pozn.: V této části rozhovoru byla respondentům poskytnuta následující definice ‚společenské odpovědnosti firem‘: Společenská odpovědnost firem představuje

dobrovolné integrování sociálních a ekologických hledisek do každodenních firemních operací a interakcí s firemními stakeholders (definice dle Evropské komise z roku 2001).

Otázka č. 3

Setkal/setkala jste se někdy s firmou, která by sebe samu označovala za společensky zodpovědnou?

Nikdo s respondentů neuvedl, že by se setkal s firmou, která by byla označována (kýmkoliv) za společensky odpovědnou, a to i přesto, že někteří respondenti měli mezi svými klienty členy BLF.

Mimoto respondent/ka č.1 uvedl/a, že ač se s takovou firmou ve své praxi nesešel/a, domnívá se, že ‚společenská odpovědnost firem‘ je firmami používána spíše pro marketingový potenciál, než z důvodů humanistických. Z hlediska výše uvedené definice se pak respondent/ka uvedl/a, že se setkává pouze s aktivitami stanovenými zákonem, tříděním odpadů a firemním dárcovství, a to z důvodu odpočtu ze zdanitelného základu zisku firmy.

Otázka č. 4

Pokud ano, jaké máte s těmito firmami zkušenosti z hlediska podpory zdraví na pracovišti?

Tato otázka nebyla položena v závislosti na výhradně negativních odpovědích na otázku č. 3.

Otázka č. 5

Setkal/setkala jste se pojmem ‚podpora zdraví na pracovišti‘?

Všichni respondenti odpověděli, že se s tímto pojmem setkali.

Otázka č. 6

Co pro Vás tento pojem znamená?

- 1) prevenci civilizačních nemocí a vyhledávání zdravotních rizik v práci a jejich eliminace, bezpečnost a ochranu zdraví při práci.
- 2) Management zdraví (viz dále).
- 3) péči o zdraví zaměstnanců, které přesahuje to, k čemu zaměstnavatele nutí zákon.
- 4) Různé preventivní programy jak regionální, tak celorepublikové zaměřené na hubnutí, výživu, pohyb ve spojení s prací. Jsou to programy soukromých firem nebo SZÚ nebo i projekty pojišťoven.
- 5) Vzdělávání v oblasti bezpečnosti a ochrany zdraví při práci, prevenci úrazů, preventivní prohlídky.
- 6) Vzdělávání v oblasti bezpečnosti a ochrany zdraví při práci, prevenci úrazů, lékařská závodní preventivní péče.
- 7) Preventivní prohlídky, přednášky o zdravém životním stylu.

Otázka č. 7

Setkal/setkala jste se s firmou účastnící se programů podpory zdraví na pracovišti?

Všichni respondenti uvedli, že se již setkali s firmou účastnící se programů podpory zdraví na pracovišti. Respondent/ka č. 2 uvedl/a, že netušil/a, že se jedná o odborný termín.

Otázka č. 8

Pokud ano, jaké máte s těmito firmami zkušenosti?

- 1) někteří z našich klientů získali ocenění ‚Podnik podporující zdraví‘ a všichni naši klienti poskytují svým zaměstnancům nadstandardní závodní preventivní péči ve formě rozšířených preventivních prohlídek a školení bezpečnosti a ochrany zdraví při práci.
- 2) respondent/ka uvedl/la, že v jejich firmě mají komplexní program podpory zdraví a označují jej za management zdraví. Následuje transkripce rozhovoru:

Tazatel: Jak konkrétně vypadá?

Respondent/ka: Skládá se z několika pilířů. Svým zaměstnancům proplácíme některá očkování (chřipka, klíšťová encefalitida). Pořádáme tematické kampaně – máme za sebou kampaň zaměřenou na cukrovku, kdy jsme rozdávali testery a informační letáčky.

Zaměstnancům poskytujeme nadstandardní preventivní prohlídku, která zabere celý den. Jsme domluveni s Oddělením pracovního lékařství tady v budějovické nemocnici a v Brně. Do 50 let je jednou za pět let – podle zákona (u administrativních pozic) a nad 50 let jednou za tři roky.

Potom nabízíme řadu seminářů ohledně zdravého životního stylu, prevence bolesti zad, stresu a vyhoření.

Tazatel: Jaký je zájem o tyto semináře?

Respondentka: Záleží na tom, jak komunikujeme se zaměstnanci. Když jsme pozvánku uveřejnili na intranetu, tak zájem nebyl takový, ale po rozeslání

pozvánek mailem máme plnou kapacitu. To je 30 zhruba jednou za čtvrt roku. Na víc nemáme možnosti.

Dál nabízíme zaměstnancům slevy na vstup do sportovních center. Na intranetu také máme brožury a videa, jak správně sedět nebo se protahovat se při řízení. Poslední služba, kterou nabízíme je psychosociální poradenství, kdy máme nasmlouvaného terapeuta, se kterým může zaměstnanec anonymně řešit svoje problémy třeba i po mailu.

Tazatel: Jak dlouho už tento program trvá?

Respondent/ka: od léta 2011

Tazatel: Jaké jsou reakce zaměstnanců?

Respondent/ka: Rozhodně pozitivní, ale je pravda, že některým to přijde jako plýtvání penězi. V minulých letech probíhala a stále probíhá restrukturalizace, a tyhle programy zpříjemnily atmosféru.

- 3) Naši klienti poskytují zaměstnancům školení bezpečnosti zdraví při práci, školení první pomoci a preventivní prohlídky. Sice nejde přímo o podporu zdraví, ale je to takový solidní standard.
- 4) Setkal/setkala jsem se s několika podniky, které pořádaly pro své zaměstnance třeba školu zad nebo přednášky na odvykání kouření a zdravý životní styl. Teď zrovna s jednou takovou spolupracuji.
- 5) V poslední době se setkávám pouze s podniky, které v lepším případě plní alespoň legislativní minimum v péči o zaměstnance. Dřív se pořádaly přednášky o zdravém životním stylu, ale teď o ně není u zaměstnavatelů zájem. Šetří, kde se dá.
- 6) Zním projekty SZÚ, třeba Move Europe nebo Zdraví podnik, ale nesetkal/a jsem se s firmou, která by se něčeho takového účastnila. Jen, znám firmy, které podporují pitný režim skrze water coolery, ale to ale asi je všechno.

- 7) Firmy, se kterými spolupracuji, podporu zdraví nemají, buď na ni nemají peníze, nebo zájem. V lepším případě dodržují alespoň to, jim udává zákon.

Otázka č. 9

Jaký je Váš názor na současný stav programů podpory zdraví na pracovišti? (Obecně, v České republice).

- 1) Pokud vím, situace je taková, že všechny snahy jsou otázkou jednotlivců, vedení firem bývá často neosvícené a veškeré se zdravím související aktivity chápe jako formalitu. Navíc zaměstnanci sami o sobě jsou taky pasivní a stojí nás mnoho úsilí jim vysvětlit, aby alespoň používali ochranné pomůcky. Navíc podpora od státu je minimální.
- 2) Nemůžu posoudit, jak to vypadá jinde, mám zkušenost pouze s naší firmou.
- 3) Vedení firem má zájem o takovéto ‚produkty‘, jsou-li jim takřkajíc naservírovány až pod nos a zdarma. Neexistuje vlastně ani nějaká systematická osvěta.
- 4) Celá prevence byla skvěle rozjetá, pak se ale začala tříštit a díky útlumu Zdravotních ústavů v podstatě neexistuje. Zájem ze strany zaměstnavatelů samotných nepozoruji.
- 5) Dřív, tak ještě v 90. letech, to vypadalo dobře, ale stát se postupně všech preventivních činnosti zbavuje a taky snižuje požadavky na zaměstnavatele. Často se setkávám s pracovními podmínkami, které připomínají spíš rozvojovou zemi a lidé se ale bojí o práci, tak si nestěžují. Navíc KHS jako kontrolní úřad ztrácí vliv.
- 6) Od Revoluce se to hodně zhoršilo, ještě před deseti lety existovaly poradny zdraví a pořádali se různé semináře i pro firmy. Teď podpora od státu není žádná. Autoritu KHS podrývá samo Ministerstvo zdravotnictví, nemluvě o ohrožení nezávislosti měřících organizací.
- 7) O rozvoji se rozhodně nedá mluvit, jsme rádi, když je dodržováno alespoň, to minimum dané zákonem a doufáme, že se povinnosti zaměstnavatelů nebudou zhoršovat. Je pravda, že se Unie a SZÚ snaží o nějakou tu osvětu,

ale informovanost a zájem firem je tristní. K tomu je v lidech stále zakořeněná taková ta snaha nějak obejít stát, jak jen to jde.

Otázka č. 10

Jak vnímáte vztah ‚společenské odpovědnosti firem‘ a ‚podpory zdraví na pracovišti‘?

Všichni dotázaní uvedli, že jsou tyto iniciativy kompatibilní a že chápou ‚společenskou odpovědnost firem‘ jako pojem širší, který v sobě zahrnuje právě i ‚podporu zdraví na pracovišti.‘

Pozn.: Na následující otázky odpověděli pouze první tři respondenti, jelikož zbylí čtyři neměli s tímto pojmem zkušenost.

Otázka č. 11

V čem jsou podle Vás silné stránky tohoto vztahu?

- 1) Podpora zdraví na pracovišti, respektive Podnik podporující zdraví je prestižní záležitostí. V podstatě to znamená konkurenční výhodu, protože zákazník pak může mít jistotu, že tato firma dodává kvalitní produkty. Podobně tak ocenění Zaměstnavatel roku. Společenská odpovědnost firem i podpora zdraví zvyšují standard, co se týká přínosu firmy pro společnost. Důvody proč to ta firma dělá, jsou pak různé.
- 2) Jelikož máme dobře postavenou péči o zaměstnance (systematickou a dlouhodobou), tak rozvoj ke společenské odpovědnosti bude pro nás snazší. Vlastně, my jsem společensky odpovědná firma, ale nijak zvlášť si to neuvědomujeme a akorát by to chtělo dotáhnout do konce. Pro naši firmu to je zdroj inovací a inovace jsou konkurenční výhodou.
- 3) Obě jsou to vlastně elitní záležitosti a asi spíš pro větší firmy se zahraniční, kde je takovéto chování normální. Obě iniciativy (?) ukazují, jak by to mělo vypadat. Obě zvyšují pracovní výkonnost a asi i taky loajalitu zaměstnanců.

Otázka č. 12

V čem jsou podle Vás slabé stránky tohoto vztahu?

- 1) V závislosti na dobré vůli vedení.
- 2) Asi to, že jsou obě takové neurčité. Pro každého to znamená něco jiného, jinde praxe. Pletou se.
- 3) Obě závisí na jednotlivcích a asi taky rozvíjejí v lidech pocit, že se o ně někdo postará, že si za svoje zdraví nejsou odpovědní sami, z tohoto úhlu pohledu to je takové trochu ‚socialistické‘.

Otázka č. 13

V čem jsou podle Vás možnosti či příležitosti tohoto vztahu?

- 1) Asi ve vzájemné propagaci. A taky ve vzdělávání, budoucí manažeři by měli být vedeni tímto směrem.
- 2) Pojišťovny by se asi o ně měly více zajímat.
- 3) Má jistě velký reklamní potenciál, který by se dal spojit se sociálním marketingem (učí se o něm ještě?)

Otázka č. 14

V čem jsou podle Vás rizika tohoto vztahu?

- 1) Asi že jeda iniciativa dokáže potopit druhou, protože, myslím si, že veřejnost je nedokáže odlišit, pokud některá z nich ztratí svoje jméno.
- 2) V nedostatku financí a nezájmu lidí.
- 3) Změkčování legislativy.

8.7 Dotazník – první fáze druhé části výzkumu

Dobrý den,

jmenuji se Eva Bucharová a jsem studentkou oboru Odborný pracovník v ochraně veřejného zdraví na Jihočeské univerzitě.

Ráda bych Vás touto cestou poprosila o vyplnění dotazníku pro účely diplomové práce, ve které se zabývám postoji odborné veřejnosti k využitelnosti "společenské odpovědnosti firem" v podpoře zdraví na pracovišti.

Dotazník je anonymní a jeho vyplnění Vám zabere zhruba 15 minut.

Předem Vám děkuji za odpověď a přeji krásný den.

Eva Bucharová

- 1) Jakého jste pohlaví?
- 2) Kolik Vám je let?
- 3) V jakém oboru pracujete? / Jaké je Vaše povolání?
- 4) Jak dlouhou máte praxi ve Vámi uvedeném oboru?
- 5) Setkal/a jste se během své praxe s pojmem "společenská odpovědnost firem"?
- 6) Setkal/a jste se během své praxe s pojmem "podpora zdraví na pracovišti"?
- 7) Co pro Vás znamená pojem "společenská odpovědnost firem"?
- 8) Co pro Vás znamená pojem "podpora zdraví na pracovišti"?
- 9) Dle Vašeho názoru, je možné využít "společenskou odpovědnost firem" pro účely "podpory zdraví na pracovišti"?
- 10) Dle Vašeho názoru, JAK lze využít "společenskou odpovědnost firem" v rámci podpory zdraví na pracovišti?
- 11) Setkal/a jste se někdy během své praxe s využitím "společenské odpovědnosti firem" v "podpoře zdraví na pracovišti"?
- 12) V jakém vztahu je, dle Vašeho názoru, „společenská odpovědnost firem“ a „podpora zdraví na pracovišti“?
- 13) Spatřujete nějaké přínosy ve využití "společenské odpovědnosti firem" v "podpoře zdraví na pracovišti"?
- 14) JAKÉ vidíte přínosy ve využití "společenské odpovědnosti firem" v rámci podpory zdraví na pracovišti?
- 15) Spatřujete nějaká rizika ve využití "společenské odpovědnosti" firem v "podpoře zdraví na pracovišti"?
- 16) JAKÁ vidíte rizika ve využití "společenské odpovědnosti firem" v rámci podpory zdraví na pracovišti?
- 17) Jak byste ohodnotil/a současnou úroveň společensky odpovědného chování firem v ČR?'
- 18) Jak byste ohodnotil/a současný stav programů podpory zdraví na pracovišti?
- 19) Byl/byla byste ochoten/ochotna k rozhovoru na téma využitelnost společenské odpovědnosti firem v podpoře zdraví na pracovišti? Pokud ano, uveďte prosím svoji emailovou adresu.