

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**

### **Postoje 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 a přestože můžeme svůj zdravotní stav ovlivnit prostřednictvím životního stylu, ostatní determinanty zdraví jsou jednotlivcem ovlivnitelné obtížně (životní a pracovní podmínky), případně vůbec (genetické faktory).

Přihlédneme-li zároveň k fenoménu stárnutí populace, ekonomické krizi, dynamice trhu práce - včetně migrace, otevírá se nám v oblasti ochrany a podpory zdraví mnoho témat žádajících pozornost. Jedno z těchto témat spočívá i v hledání partnerů ve zdraví, a právě hledání partnerů ve zdraví ve smyslu partnerství v podpoře zdraví na pracovišti je předmětem této práce.

Konkrétně, za použití kvalitativní výzkumné strategie založené na SWOT analýze usiluji o zodpovězení otázky jaká je využitelnost konceptu 'společenské odpovědnosti firem' (SOF) v rámci 'podpory zdraví na pracovišti' (PZP).

V práci argumentuje, že ač základní principy SOF a PZP jsou ve vzájemné harmonii, v praxi tento vztah zcela jednoznačný není. Na jednu stranu by tyto dvě iniciativy mohly sdílet komunikační kanály, zkušenosti, znalosti a podpořit se navzájem. Na druhou stranu mohou být společensky odpovědné aktivity dílem firem, jejichž hlavní zájem leží v přímém protikladu s cíly podpory zdraví obecně. Vděčný příklad představují tabákové firmy.

Nicméně, jak ukázaly rozhovory s odborníky, situace v podpoře zdraví v České republice se zhoršuje, neboť se jedná z pohledu vlády o oblast okrajovou, společensky odpovědné korporace tak představují cestu jak zvýšit standard pro-sociálního chování českých firem a to včetně zájmu o zdraví zaměstnanců.

## **Abstract**

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

Eva Bucharová

**Key words: Corporate Social Responsibility, Occupational Health Promotion**

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, namely SWOT analysis, 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 harmonious 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 interviews included into the research show, the situation of health promotion is getting worst in the Czech Republic, as the government consider it to be marginal issue and CSR strategies of global companies are capable of increase general standard of pro-social behavior of Czech companies.

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že svoji diplomovou práci jsem vypracoval(a) 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 18.05.2012

.....

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 nejvřelejší díky patří však mým blízkým, a to za neutuchající podporu a důvěru.

## Obsah:

<b>Abstrakt</b> .....	<b>2</b>
<b>Abstract</b> .....	<b>3</b>
<b>Seznam použitých zkratk</b> .....	<b>9</b>
<b>Úvod</b> .....	<b>10</b>
<b>1 Současný stav</b> .....	<b>14</b>
1.1 Společenská odpovědnost firem .....	14
1.1.1 Současné definiční vymezení mezinárodními (mezivládními) institucemi .....	15
1.1.2 Vývoj myšlenky ‚společenské odpovědnosti firem‘ .....	16
1.1.3 Klasifikace teorií společenské odpovědnosti firem dle Garrigaové a Meleho.....	25
1.1.4 Společenská odpovědnost firem – konkrétní vymezení.....	30
1.1.5 Společenská odpovědnost firem v prostředí České republiky.....	31
1.1.6 Definiční vymezení ‚společenské odpovědnosti firem‘ v ČR.....	33
1.2 Práce a zdraví .....	34
1.2.1 Vymezení základních pojmů.....	34
1.2.2 Podpora zdraví na pracovišti.....	36
<b>2 Cíle práce a výzkumné otázky</b> .....	<b>39</b>
2.1 Cíle práce .....	39
2.2 Výzkumné otázky .....	40
<b>3 Metodika a zkoumaný materiál</b> .....	<b>41</b>
3.1 Grafické znázornění výzkumné strategie .....	42
3.2 Operacionalizace pojmů.....	43
3.3 SWOT analýza .....	44
3.4 První fáze – komparativní analýza teoretických konceptů .....	44
3.5 Druhá fáze – komparativní analýza konkrétních iniciativ .....	45
3.5.1 Zkoumaný materiál – představení jednotlivých iniciativ .....	46
3.6 Třetí fáze – hloubkové rozhovory.....	54
3.6.1 Metoda výběru respondentů a jejich charakteristika .....	54
3.6.2 Deskripce metody – kvalitativní semi-strukturovaný rozhovor .....	56
<b>4 Výsledky</b> .....	<b>58</b>
4.1 Výsledky první fáze výzkumu – vymezení vztahu zkoumaných konceptů .....	58
4.2 Výsledky druhé fáze výzkumu – komparativní analýza konkrétních iniciativ .....	61
4.3 Výsledky třetí fáze výzkumu – rozhovory s vybranými respondenty .....	64
4.4 Syntéza výsledků – SWOT analýza .....	71

<b>5</b>	<b>Diskuze</b> .....	<b>73</b>
<b>6</b>	<b>Závěr</b> .....	<b>78</b>
<b>7</b>	<b>Literatura</b> .....	<b>81</b>
<b>8</b>	<b>Klíčová slova</b> .....	<b>89</b>
<b>9</b>	<b>Přílohy</b> .....	<b>90</b>
9.1	Seznam tabulek.....	90
9.2	Seznam obrázků.....	90
9.3	Koncept CSR dle Woodové.....	91
9.4	Zadání diplomové práce.....	92

## **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 konceptem ‚společenské odpovědnosti firem<sup>1</sup>‘ ve snaze analyzovat jeho využitelnost v rámci konceptu ‚podpory zdraví na pracovišti<sup>2</sup>‘, a to prostřednictvím SWOT<sup>3</sup> analýzy.

Oba zmíněné koncepty ve své podstatě 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 (ziskovosti) firmy. Jak ale tato práce ukáže ve svém průběhu, jejich vztah není zcela harmonický, neboť jejich podstata je poněkud odlišná.

Legitimitu volby tohoto tématu dokládá několik faktorů. 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)

Přičemž role zaměstnavatelů jako potenciálních partnerů ve zdraví, potažmo podpora zdraví na pracovišti, se stává stále aktuálnějším tématem, a to na podkladě trendu stárnutí populace v rozvinutých zemích, kdy predikce WHO pro Evropu udává,

---

<sup>1</sup> 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‘.

<sup>2</sup> 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)

<sup>3</sup> Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats (Analýza silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb)

že zatímco v roce 2010 bylo v tomto regionu 14 % lidí starších 65 let, v roce 2050 to bude 25 % populace (WHO, 2012). Tento trend v praxi znamená posouvání doby odchodu do starobního důchodu, což zdůrazňuje nutnost 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.

Smysluplnost tématu navíc podporuje i skutečnost, že zájem o myšlenku ‚společenské odpovědnosti firem‘ roste od přelomu století jak na úrovni Světové zdravotnické organizace (Global Compass), tak na úrovni Evropské unie (CSR Europe).

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

V neposlední řadě mne ve volbě tématu utvrdily i zkušenosti ze stáže v Zambii, kdy firmy vystupující v rozvinutých zemích jako společensky zodpovědné se v této zemi chovaly odlišně. Navíc jsem byla svědkem rozvoje civilizačních zlovyků (časté popíjení sladkých nápojů, tabakismus, nedostatku pohybu), kdy v případě omezených zdrojů státu v oblasti ochrany a podpory zdraví obecně, by právě nadnárodní firmy mohly být nositelkami takového rozvoje.

Nicméně, ač se v posledních letech rozvíjí zájem o téma vztahu veřejného zdravotnictví a společenské odpovědnosti firem ve vědecké a odborné literatuře (viz následující kapitoly), jedná se o zájem spíše sporadický, přičemž česky psanou literaturu, která by se k tomuto tématu vztahovala přímo, jsem během před-výzkumu nenašla vůbec. Z tohoto důvodu jsem pro naplnění výše uvedeného cíle zvolila kvalitativní výzkumnou strategii, která umožňuje prozkoumat témata do hloubky a dokáže nastínit mnoho odpovědní 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 alespoň částečně zaplnit bílé místo v literatuře pojednávající o vztahu společenské odpovědnosti firem a podpory zdraví na pracovišti, kdy na úrovni České republiky je tento koncept 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 zacílena na využitelnost ‚společenské odpovědnosti firem‘ v podpoře zdraví v pracovním prostředí.

Za tímto účelem práce využívá čtyř fázové kvalitativní výzkumné strategie, jejíž poslední fáze spočívá ve SWOT analýze integrující poznatky získané ve fázích jí předcházejících.

První fáze se snaží postihnout teoretické postavení konceptu ‚společenské odpovědnosti firem‘ z hlediska veřejného zdravotnictví a následně ‚podpory zdraví v pracovním prostředí‘. Za tímto účelem byla zvolena metoda komparativní analýzy těchto strategií založenou na obsahové analýze odborných a vědeckých publikací.

Druhá fáze se naopak zaměřuje na současnou praxi v České republice a porovnává dvě konkrétní iniciativy – model ‚společenské odpovědnosti firem‘ vymezený Business Leaders Forem a soutěž Státního zdravotního ústavu ‚Podnik podporující zdraví‘.

Třetí fáze poznávací strategie této práce spočívá v kvalitativním, hloubkovém, šetření mezi odborníky působícími v Českých Budějovicích, jejichž pracovní zaměření se dotýká podpory zdraví na pracovišti, a to prostřednictvím semi-strukturovaných rozhovorů, který jsou obsahově podřízen principům SWOT analýzy. Jednotlivé instituce byly vybrány metodou úplného výčtu a konkrétní respondenti a respondentky metodou sněhové koule.

Následná syntéza těchto tří fází si klade za úkol identifikovat možnosti, rizika, silné a slabé stránky ‚společenské odpovědnosti firem‘ z hlediska podpory zdraví na pracovišti. Jinými slovy, za použití SWOT analýzy se snaží odpovědět na otázku

jaká je využitelnost ‚společenské odpovědnosti firem‘ v ‚podpoře zdraví v pracovním prostředí.‘

Přestože takto navržená výzkumná strategie umožňuje generalizaci pouze ve velmi omezené míře, a to právě a jenom na úrovni teorií, její schopnost odhalit jednotlivé aspekty dané problematiky na rovině praktické a detailně je prozkoumat z ní činí metodu volby pro tuto práci. (BRYMAN, A., 2004; HOLLIDAY, A., 2007; HENDL, J., 2005; SILVERMAN, D., 2006).

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 část praktická, kde jsou přesně vymezeny jednotlivé cíle a výzkumné otázky, podrobně popsána výše nastíněná výzkumná strategie a předneseny výsledky a závěry této práce.

## 1 Současný stav

Jak zmiňuji již v úvodu, v této teoreticky orientované kapitole představuji dvě ústřední témata diplomové práce.

První, rozsáhlejší, část kapitoly věnuji problematice ‚společenské odpovědnosti firem‘, kterou představuji z několika odlišných úhlů pohledu, a to v závislosti na potřebách souvisejícího výzkumu. Jedná se o pohled globální, historizující, klasifikační, konkretizující a lokální. V druhé části následně představuji téma ochrany a podpory zdraví s důrazem na podporu zdraví na pracovišti.

### 1.1 Společenská odpovědnost firem

Myšlenka ‚společenské odpovědnosti firem‘ začala krystalizovat před více než před půl stoletím a ač její vývoj přinesl stále platné argumenty a protiargumenty, přinesl i množství teorií korespondujících s její ústřední, tedy s myšlenkou, že firmy nesou určitou míru odpovědnosti vůči společnosti přesahující požadavky právních norem. Související konceptuální roztříštěnost 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 ekvivalenty<sup>4</sup>.

Druhý problém spočívá v odlišné podstatě samotných teorií. Ve zkratce, některé teorie se 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,...).

---

<sup>4</sup> 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 zahrnutá do kapitoly ‚Metodika‘.

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, a to 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, a tedy i celou praktickou část.

Ve snaze co nejlépe postihnout jednotlivé aspekty konceptu ‚společenské odpovědnosti firem‘, což představuje výchozí krok pro první fázi výzkumu, 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 Melého<sup>5</sup> z roku 2004 (GARRIGA, E. et MELÉ, D., 2004) případně revize z roku 2008 (MELÉ, D., 2008).

Následně přecházím na úroveň poněkud konkrétnější, kdy ve snaze dát konceptu jasnější obrysy jej vymezuji 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 a druhé fáze výzkumu. V neposlední řadě nabízím pohled lokální, když zmiňuji situaci v České republice, která determinuje závěry celé práce.

### *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 definičnímu vymezení pojmu.

---

<sup>5</sup> 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.

Jedu z těchto definic nalezneme v takzvané Zelené knihu uveřejněné Evropskou komisí v roce 2001, která chápe společenskou odpovědnost firem jako „*dobrovolné integrování sociálních a ekologických hledisek do každodenních firemních operací a interakcí s firemními stakeholders*“ (EUROPEAN COMMISSION, 2001, str. 8).

Ve stejném roce vydala OECD (The Organisation for Economic Co-operation and Development/Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj) publikaci *Corporate Social Responsibility – Partners for Progress* (Společenská odpovědnost firem – partneři pro pokrok), ve které uvádí, že ač 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, z roku 1998, 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 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 dekadě 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‘, a to že *„společenská odpovědnost podnikatele by měla být přímo úměrná jeho společenskému vlivu.“* (DAVIS, K., 1960, str. 71).

Na tento 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 J. McGuire, a to přestože v ní nezmiňuje konkrétní ‚povinnosti‘ firmy. „*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).<sup>6</sup>

Zároveň McGuire uvádí, že by se chování firmy mělo podobat chování občana, a být tedy zodpovědně 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, která mohou ovlivnit zájmy další strany (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, kromě ještě výraznější publikační činnosti a ke vzniku několika samostatných modelů společenské odpovědnosti firem.

Roku 1971 H. Johnson zmiňujíc čtyři vzájemně komplementární přístupy či motivy firmy ke společensky odpovědnému chování a pokládá 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).

---

<sup>6</sup> 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).

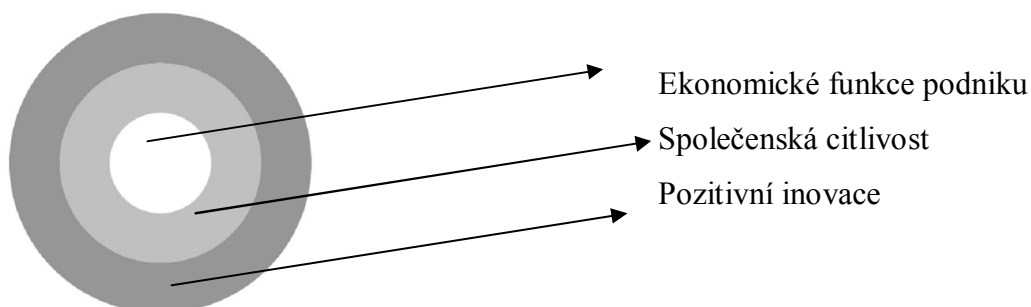
**Tabulka 1: Johnsonovo pojetí přístupů ke společenské odpovědnosti firem**

Přístup	Vymezení
„stakeholderský 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 Development<sup>7</sup>/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):**



<sup>7</sup> 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. lét** 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 aktuální 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 stejně jako člověk má v podstatě stejné základní potřeby, kdy 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 s prvními výzkumy dané doby zaměřené na souvislost mezi mírou společenská odpovědnost firmy s její finanční výkonností – např. P. Cochran a R. Wood (1984) či K.E. Aupperle, A.B. Carroll a J.D. Hatfield (1985) (CARROLL 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 pišící Epstein (1987), a to ve smyslu postupného procesu.

V tomto smyslu přetavují výše 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 (policy<sup>8</sup>) firmy.

Poněkud odlišně společenskou odpovědnost chápe E.M. Epstein, který považuje sociální politiku firmy jako 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).

---

<sup>8</sup> 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 charty 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 výše uvedených 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 (viz výše) 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 odpovědnost ekonomickou, která tvoří základnu pomyslné pyramidy, na které stojí další prvky společenské odpovědnosti.

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

Předposlední stupeň znázorňuje 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. (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 ke 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 program 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, a to 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** je charakteristický trendem přebíráním myšlenky společenské odpovědnosti firem mezinárodními mezivládními institucemi. Na úrovni Evropské unie se jedná 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 spočívá ve zdůraznění požadavku měřitelnosti aplikace konceptu (index KLD, index FTSE4GOOD, Dow Jones Sustainability Index) a jeho standardizace (ISO 2600, Bezpečný podnik, SA 8000 Social Accountability, Investors

in People, AA1000 AccountAbility, ISO 14001, EMAS, EFQM, Global Compact), který se nevyhýbá ani České republice (více viz dále).

Tato dekáda přináší ale i další kritiku praxe společenské odpovědnosti firem založené na poznatku, že pro mnoho firem se společenská odpovědnost stává spíše marketingovým nástrojem než firemní filozofií, a to i v takových případech kdy negativní charakter externality jejich 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 rozlišující mezi čtyřmi základními kategoriemi teorií vztahujících se k společenské odpovědnosti firem (revidováno v MELÉ, D. in CRANE, A. et all, 2008), a to pro její (subjektivní) přehlednost.

Konkrétně, tito autoři rozlišují mezi 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**

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

(GARRIGOVÁ, A. et al, 2004, upraveno)

Obecně řečeno, *instumentální 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 insturmentálních 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 Freidmanově úvaze, že podnik se chová pro-sociálně už jen tím, že existuje, neboť zajišťuje obživu svým zaměstnancům či sub-dodavatelům a tak 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) 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 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 tak 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 spadajících mezi poslední směr instrumentálních teorie 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 all 2004)

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

Koncepce řazené pod podnikový konstitucionalismus říkají, že podnik musí svoji moc nutně užívat zodpovědně neboť je sám o sobě společenskou institucí<sup>9</sup>. V tomto smyslu Davis (DAVIS, K., 1967) definoval dva základní principy společenské odpovědnosti firem:

a) rovnice společenské moci (the social power equation) říkající, že odpovědnost podniku je přímo úměrná jeho moci;

b) železný zákon odpovědnosti (the iron law of responsibility) tvrdící, že firma, která neužívá svoji moci zodpovědně, tuto moc ztratí, neboť její místo přirozeně nastoupí firma, která svoji moc zodpovědně užívá.

Teorie ‚integrativní společenské smlouvy‘ vychází z Lockovi<sup>10</sup> myšlenky společenské smlouvy, kdy společnost a podnik dodržují pravidla jdoucí za 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), pečovat o Zemi.

*Integrativní teorie* (integrative theories) sledují jak podniky (trh) 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;

---

<sup>9</sup> „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 problémů, organizace je způsob, jak při tom svoji aktivitu koordinují. Takto je bankovní instituce a banka organizace.“ (JANDOUREK, J., 2008, str. 92)

<sup>10</sup> ‚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)

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;

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 přesto komplementární přístupy, které shodně argumentují v jeho prospěch.

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

Normativní teorií zainteresovaných stran reprezentuje Freemanův výrok (FREEMAN, R.E., 1984), že manažer je nositelem důvěry ve vztazích se 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 obecných 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 dále si dále odpovídá i 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 respektive 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 Business<sup>11</sup>.

#### ***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).

---

<sup>11</sup> 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).

Rozsah odpovědnosti firmy je pak definován jako každá interakce s firmou s jejími stakeholders ve smyslu výše zmíněné stakeholder teorie.

Tyto tři pilíře a stakeholdery upřesňuje Evropská komise (toto vymezení přejímá i Business Leaders Forum/BLF – BL 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).

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 koncept<sup>12</sup>. Konkrétně se jedná o rozvoj publikační činnosti, z nejnovějších přehledových publikací

---

<sup>12</sup> 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 (respektive tento výraz není používán), 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, řízení lidských zdrojů, konkurenceschopnost, strategické řízení atd. (poznámka autorky).

to je právě citované 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)

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 v neposlední řadě především Business Leaders Forum (založeno na před-výzkumu).

Můžeme se 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 obytová 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, a ač není natolik rozsáhlá jako část první, je důležitá ve stejné míře. První polovina kapitoly se věnuje vymezení základních pojmů jako je zdraví, zdraví při práci, ochrana a podpora zdraví, bezpečnost při práci. Druhá polovina pojednává o podpoře zdraví na pracovišti.

### 1.2.1 Vymezení základních pojmů

Nejzákladnějším pojmem, se kterým operuje tato práce, je pojem ‚zdraví‘, kterým 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 ústřední téma veřejného zdravotnictví.

Základní definici veřejné zdravotnictví nabídl v roce 1920 C.E.A. Winslov, který říká, že *veřejné zdravotnictví je věda a umění, jak zabránit chorobám, prodloužit život a podpořit tělesné zdraví a efektivitu prostřednictvím úsilí organizované společnosti 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 změny chování a životního stylu, tzn. převzetí spoluzodpovědnosti za vlastní zdraví (SZÚ, 2008).

„Zdraví při práci“ můžeme být charakterizováno jako tělesná, duševní a sociální pohoda při práci. Přičemž pojem „práce“ lze definovat jako soustavnou činnost, proces, který lze charakterizovat i jako výrobní proces ovlivněný třemi faktory – 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) Aktivity zaměstnavatele, které sahají nad rámec povinností stanovených právním řádem, můžeme následně označit jako „podporu zdraví na pracovišti“.

Konkrétně představuje „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“* (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 začleňuje zdravotní a bezpečnostní prvky ve fyzickém pracovním prostředí, a prvek psycho-sociální pohody, a to včetně vhodné organizace práce a firemní kultury a 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 spolu s již zmíněným programem ‚Zdraví 21‘ problematiky podpory zdraví pro všechny týká Globální strategie pracovního zdraví pro všechny z roku 1995.

Nejvýznamnější organizací zaměřenou výhradně na Evropu je ENWHP<sup>13</sup>, jejímž členem je i SZÚ, který přejímá její definici podpory zdraví na pracovišti (dále jen PZP). Na území České republiky proběhly/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 podporující 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

---

<sup>13</sup> 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).

Jinými slovy, PZP doplňuje péči o zdraví zaměstnanců v souvislosti s preventivními zdravotními prohlídkami, pracovním prostředím, pracovními podmínkami, bezpečností, hygienickými normami (ŠLACHA, R. et HOBZA, V., 2012).

PZP je chápána jako soubor aktivit výhodných pro zaměstnavatele, a to v souvislosti s negativními důsledky špatného zdravotního stavu zaměstnanců na produktivitu práce, a tak i na ziskovost firmy (MILLS, P.R. et al, 2007). Na druhou stranu je pracovní prostředí považováno za výhodné k systematické podpoře 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 PZP (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 PZP je zaměřena především na zvládání stresu, výživu, vyrovnanost osobního a pracovního života a chronická onemocnění. Zajímavé je pak zjištění, že většina dotázaných zaměstnavatelů (78 %) tyto 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) 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 cíle:*

C1: Vymezení vztahu CSR a podpory zdraví v pracovním prostředí.

C1a: Komparativní analýza konceptů CSR a podpory zdraví v pracovním prostředí.

C1b: Identifikace postojů definovaných skupin odborníků působících v Českých Budějovicích k CSR jako nástroji podpory zdraví v pracovním prostředí.

C2: Identifikace silných stránek CSR z pohledu podpory zdraví v pracovním prostředí.

C3: Identifikace slabých stránek CSR z pohledu podpory zdraví v pracovním prostředí.

C4: Identifikace možností využití CSR v podpoře zdraví v pracovním prostředí.

C2: Identifikace rizik CSR z pohledu podpory zdraví v pracovním prostředí.

## **2.2 Výzkumné otázky**

*Hlavní výzkumná otázka:*

Jaké je využitelnost konceptu CSR v podpoře zdraví v pracovním prostředí?

*Dílčí výzkumné otázky:*

VO1: Jaký vztahu CSR a podpory zdraví v pracovním prostředí?

VO1a: Jaké je vzájemné postavení konceptů CSR a podpory zdraví v pracovním prostředí?

VO1b: Jaké jsou postoje definovaných skupin odborníků k CSR jako nástroji podpory zdraví v pracovním prostředí?

VO2: Jaké jsou silné stránky CSR z pohledu podpory zdraví v pracovním prostředí?

VO3: Jaké jsou slabé stránky CSR z pohledu podpory zdraví v pracovním prostředí?

VO4: Jaké možnosti využití CSR v podpoře zdraví v pracovním prostředí?

VO5: Jaká jsou rizika CSR z pohledu podpory zdraví v pracovním prostředí?

### 3 Metodika a zkoumaný materiál

Jak jsem předeslala již v Úvodu, k naplnění výše uvedených cílů<sup>14</sup> používám čtyřfázové výzkumné strategie kvalitativní povahy.

Konkrétní podoba této strategie je navržena tak, aby vedla k analýze využitelnosti konceptu společenské odpovědnosti firem z pohledu podpory zdraví na pracovišti, pročež využívá principů SWOT analýzy.

Ve snaze o co nejsystematičtější metodu práce počíná výzkum na rovině obecné (fáze první) a jde skrze rovinu konkrétní (fáze druhá) až k rovině praktických a osobních zkušeností (fáze třetí).

Jinými slovy, první fáze zkoumá postavení ‚společenské odpovědnosti firem‘ vůči ‚podpoře zdraví na pracovišti‘ prostřednictvím komparace teoretických konceptů; druhá fáze zkoumá toto postavení skrze komparaci koncepcí dvou konkrétních iniciativ působících v České republice, respektive jejich kritérií; třetí (stěžejní) fáze zkoumá využitelnost ‚společenské odpovědnosti firem‘ pro potřeby ‚podpory zdraví na pracovišti‘ z hlediska zkušeností, názorů a postojů odborné veřejnosti. Přestože až poslední fáze integruje nálezy předcházejících tří fází do podoby SWOT analýzy, i první tři fáze respektují její principy.

První tři fáze výzkumné strategie tedy odpovídají na dílčí výzkumné otázky v závislosti na své operační rovině (teoretické, konkrétní nebo zkušenostní) a čtvrtá fáze je propojuje. Interpretace výsledků je předmětem kapitoly Diskuze.

Grafické znázornění této výzkumné strategie naleznete na následující stránce.

---

<sup>14</sup> 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 a překrývání se s cílem C1b



### 3.1 Grafické znázornění výzkumné strategie

Tabulka 4: Grafické znázornění výzkumné strategie

	Metoda	Dílčí kroky	Výstupy
<b>Fáze I</b>	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
<b>Fáze II</b>	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.
<b>Fáze III</b>	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‘.
<b>SWOT analýza</b>	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

### **3.2 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.

### **3.3 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.)

SWOT analýzu představuji takto v na začátku, jelikož se její principy odrážejí ve všech fázích výzkumu.

### **3.4 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 či 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

chápan 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)

K této části se vztahuje především cíl C1a a tedy i výzkumná otázka VO1a, a částečně cíle C2, C3, C4 a C5 a tedy i výzkumné otázky VO2, VO3, VO4, VO5, a to ve smyslu jejich zodpovězení na teoretické rovině.

### ***3.5 Druhá 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‘.

Za účelem vymezení vztahu společenské odpovědnosti firem a podpory zdraví na pracovišti na úrovni konkrétnější, tato fáze zkoumá dvě implementační strategie obou myšlenek, které můžeme nalézt 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 taktéž jedná o obsahovou analýzu dokumentů.

Model BLF byl zvolen na základě před-výzkumu, kdy v prostředí České republiky bylo Business Leaders Forem shledáno v podstatě jedinou platformou dlouhodobě poskytující ucelené informace o společenské odpovědnosti firem. Komunitní program Zdraví podnik byl vybrán pro jeho celorepublikový záběr a dominantní roli SZÚ v podpoře zdraví v České republice.

Tato část výzkumu porovnává základní kritéria obou iniciativ za účelem vymezení vzájemného vztahu těchto iniciativ. K této části se vztahuje jak cíl C1a jako celek a tedy i výzkumná otázka VO1a, tak i výzkumné otázky VO2, VO3, VO4, VO5.

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 pobočkou mezinárodních organizací CSR Europe a International Business Leaders Forum a Státní zdravotní ústav propojen s ENWHP s WHO.

### *3.5.1 Zkoumaný materiál – představení jednotlivých iniciativ*

#### *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 5: Sekce a kritéria úrovně podpory zdraví na pracovišti dle ENWHP/SZÚ**

Sekce	Dílní kritéria úrovně podpory zdraví na pracovišti
<b>A) Podpora zdraví na pracovišti a politika závodu</b>	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 doškolení (zvláště u výkonného týmu).
	6) Všichni zaměstnanci mají přístup k vybavení a službám souvisejícím se zdravím (např. odpočinkové místnosti, jídelna, sportovní zařízení).
<b>B) Lidské zdroje a organizace práce</b>	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

<b>C) Plánování podpory zdraví na pracovišti</b>	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.
<b>D) Společenská zodpovědnost</b>	15) Všichni zaměstnanci jsou informováni o projektech podpory zdraví na pracovišti prostřednictvím interního informačního systému.
	16) Organizace na sebe bere jasně definované úkoly (např. v ochraně životního prostředí) tak, aby se vyhnula praktikám škodlivým lidem i prostředí.
<b>E) Uplatňování podpory zdraví na pracovišti</b>	17) Organizace aktivně podporuje zdravotní, společenské a kulturní iniciativy.
	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.
<b>F) Výsledky podpory zdraví na pracovišti</b>	21) Všechna opatření jsou systematicky vyhodnocována a kontinuálně zlepšována.
	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 obrát 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](http://www.csr-online.cz), kde uveřejňuje informace o dětí 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 6: Ekonomická oblast CSR dle BLF (CSR/EO)**

<b>CSR TÉMATA</b>	<b>CSR AKTIVITY</b>	<b>PŘÍKLADY</b>
<b>A) Správa a řízení firmy</b>	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>B) Odpovědný přístup k zákazníkům</b>	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>
	8) Vzdělávání zákazníků	<i>Školení preventivní servisní činnosti Školení bezpečnosti práce</i>
<b>C) Vztahy s dodavateli a dalšími obchodními partnery</b>	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>
	12) Šíření CSR	<i>Monitoring CSR praktik v dodavatelsko-odběratelském řetězci</i>
<b>D) Marketing a reklama</b>	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 7: Sociální oblast CSR dle BLF (CSR/SO)

CSR TÉMATA	CSR AKTIVITY	PŘÍKLADY
<b>A) Zapojení zaměstnanců a komunikace</b>	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>B) Ohodnocení za práci</b>	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>
<b>C) Vzdělávání a rozvoj</b>	6) Vzdělávání zaměstnanců	<i>Školení, kurzy, mentoring</i>
	7) Profesionální rozvoj	<i>Plány kariérního rozvoje</i>
<b>D) Vyváženost pracovního a osobního života</b>	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>
<b>E) Outplacement</b>	11) Podpora propuštěných zaměstnanců	<i>Finanční forma podpory Pomoc při hledání práce Rekvalifikace a školení</i>
<b>F) Rovné příležitosti</b>	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>
<b>G) Podpora místní komunity</b>	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 8: Oblast životního prostředí CSR dle BLF (CSR/OŽP)**

<b>CSR TÉMATA</b>	<b>CSR AKTIVITY</b>	<b>PŘÍKLADY</b>
<b>A) Environmentální politika</b>	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>B) Energie a voda</b>	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>
<b>C) Odpad a recyklace</b>	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>
<b>D) Doprava</b>	12) Přesun zaměstnanců	<i>Podpora ekologicky šetrné cesty do/z práce Omezování služebních cest (videokonference)</i>
	13) Přeprava zboží	<i>Optimalizace logistiky</i>
<b>E) Produkty a balení</b>	14) Ekologické výrobky	<i>Výrobky či služby s ekoznačkou</i>
	15) Obalové materiály	<i>Minimalizace obalových materiálů Ekologicky šetrné obalové materiály</i>
<b>F) Nakupování</b>	16) Ekologicky šetrný nákup	<i>Recyklovaný papír, ekologické čisticí prostředky, energeticky nenáročné produkty</i>
	17) Místní dodavatelé	<i>Nákup od místních dodavatelů</i>

### 3.6 Třetí fáze – hloubkové rozhovory

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

#### 3.6.1 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 či respondentky.

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 pracovním lékařstvím, a to takovým způsobem, že přicházel do styku jak se zaměstnanci a jejich zaměstnavateli, tak byl osobně obeznámen i podmínkami jejich pracovního prostředí. Přičemž tento respondent působil na území okresu České Budějovice<sup>15</sup>.

V první fázi byly metodou úplného výčtu zvoleny instituce 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](http://www.khscb.cz) a [www.zucb.cz](http://www.zucb.cz)) osloveni s žádostí o rozhovor, ti kteří souhlasili, tak vytvořili první stratu, čítající 3 respondenty (z 9 oslovených).

---

<sup>15</sup> Okres České Budějovice nebyl zvolen náhodně, ale z důvodu časové a místní dostupnosti respondentů.

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.

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 popisuje následující tabulky.

**Tabulka 9: Kvantitativní charakteristika výběru**

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

**Tabulka 10: Kvalitativní charakteristika výzkumného vzorku**

<b>Kvalitativní charakteristika výzkumného vzorku:</b>		
Nejvyšší dosažené vzdělání:	Vysokoškolské:	5 respondentů
	Vyšší odborné:	1 respondent
	Středoškolské:	1 respondent
Pracovní zařazení v posledních 12 měsících (výčet):	Health manager 1x, konzultant ochrany a podpory zdraví v pracovním prostředí 3x , asistent ochrany zdraví 1x, odborný pracovník 2x	
Délka praxe v letech (výčet):	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 (výčet):	velké firmy, střední firmy, malé firmy v oblasti služeb a výroby, stát	

### 3.6.2 *Deskripce metody – kvalitativní semi-strukturovaný rozhovor*

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:

**Tabulka 11: Vodící otázky semi-strukturovaného rozhovoru**

Číslo otázky	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?



## 4 Výsledky

### 4.1 Výsledky první fáze výzkumu – vymezení vztahu zkoumaných konceptů

Cílem první fáze výzkumu bylo vymežit 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 práce<sup>16</sup>.

Tento vztah je vymezen pomocí identifikace společných a odlišných prvků daných koncepcí.

Porovnáme-li charakter zmíněných konceptů na té nejjobecnější úrovni, můžeme oba označit za koncepty *normativní* a to 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*.

‚Podpora zdraví na pracovišti‘ můžeme následně chápat jako nadstavbou nad zákonem definovanou ochranu a bezpečnost zdraví při práci z hlediska Zákona o ochraně veřejného zdraví 258/2000 Sb. v aktuálním znění a právy a povinnostmi zaměstnavatele a zaměstnanců danými Zákoníkem práce 262/2006 Sb. v aktuálním znění a ‚společenská odpovědnost firem‘ jako nadstavbu nad zákonnými normami upravujícími chování ekonomických/podnikatelských subjektů.

S touto dobrovolností souvisí další společný rys obou konceptů, konkrétně *nepřítomnost autority*, která by měla *výhradní právo* na vymezení hranic obou pojmů.

---

<sup>16</sup> O povaze ‚společenské odpovědnosti firem‘ z hlediska ‚foucoultiánského‘ či konstruktivistického píše například HAIGH, M. et JONES, M.T., 2007. Takovýto výklad bohužel přesahuje účel, šíří i hloubku této práce.

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

Vedle těchto společných charakteristik ale nacházíme i prvky, které dané koncepce odlišují. Jedná se o především o tematickou rozrůzněnost odrážející se v základních hodnotách těchto koncepcí a poté 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 ‚zdraví<sup>17</sup>‘ 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, pročež 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‘

---

<sup>17</sup> Vysvětlení termínu viz Operacionalizace pojmů

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 zaměstnavatel je ze zákona odpovědný za zajištění ‚zdravých‘ pracovních podmínek, za své zdraví si je však 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 součinitel všech interakcí firmy s jejími stakeholdery a kapacity či možností dané firmy.

Výchozí a téměř nevyřčené hodnoty konceptu ‚společenské odpovědnosti firem‘ spočívají v transparentnosti a pravdivosti chování firmy, tedy v její důvěryhodnosti a přijmutí 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 následující kapitole).

První kvalita firmy, *ziskovost*, spočívá v ekonomické odpovědnosti firmy vůči vlastníkům, které souvisí ale i s ekonomickou odpovědností vůči dodavatelům, zaměstnancům a státu. Tato hodnota je firmě vrozená, neboť posláním firmy je produkovat statky, potažmo zisk.

Druhý požadavek představuje respektování *právního řádu* země, kde firma působí. Právní řád jednak klade firmě povinnosti vůči státu, zaměstnancům a dodavatelům, zároveň však firmu chrání a zaručuje její práva. Tato hodnota je firmě daná z vnějšku právním prostředím jejího působení.

Třetí požadavek spočívá v odpovědnosti firmy vůči *společnosti v užším slova smyslu* – tedy vůči zaměstnancům či komunitě. Do tohoto požadavku lze tedy zahrnout i všechny aktivity směřující k podpoře zdraví na pracovišti. Poslední požadavek tkví v ohleduplnosti k *životnímu prostředí*.

Normativní charakter, dobrovolnost a nepřítomnost výhradní autority spravující daný koncept, požadavky dlouhodobosti, systematičnosti daných aktivit a 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 druhé fáze výzkumu – komparativní analýza konkrétních iniciativ**

V této fázi byla porovnávána kritéria společenské odpovědnosti firem dle Business Leaders Fora (a to 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‘ (a to pro vůdčí roli Státního zdravotního ústavu v oblasti podpory zdraví obecně v České republice).

Účelem této fáze je 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 základu ‚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/A<sup>18</sup> ‚Správa a řízení firmy‘ se sekci kritérií PPZ/A<sup>19</sup> ‚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 systematičnosti, 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, 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.

Přesto 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

---

<sup>18</sup> CSR = corporate social responsibility = společenská odpovědnost firem/ ekonomická oblast/ bod A

<sup>19</sup> PPZ = soutěž SZÚ Podnik podporující zdraví/ sekce A

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 nejsou zcela v harmonickém vztahu.

Porovnáním témat Společenské odpovědnosti firem dle BLF (tabulky č. 9, 10, 11) 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.

#### **4.3 Výsledky třetí fáze výzkumu – rozhovory s vybranými respondenty**

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.

Všichni respondenti byli před začátkem rozhovoru informováni o tématu práce a nebyli seznámeni s jednotlivými pojmy ani dílčími nálezy 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 neseťkali, 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 nesešli, 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 dárovství.

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 nevedl, že by se setkal s firmou, která by byla označována (kýmkoliv) za společensky zodpovědnou, 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 dárovstvím, 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*

*pozvánky 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 jediná 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.

#### ***4.4 Syntéza výsledků – SWOT analýza***

Následující tabulka shrnuje jednotlivé slabé a silné stránky, možnosti a hrozby využitelnosti konceptu společenské odpovědnosti firem z hlediska podpory zdraví na pracovišti. Interpretace těchto nálezů je předmět Diskuze.

**Tabulka 12: Syntéza výsledků – SWOT analýza**

<b>Vnitřní faktory</b>	
<i><b>Silné stránky</b></i>	<i><b>Slabé stránky</b></i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Normativní charakter</li> <li>- Vymezení míry zodpovědnosti zaměstnavatelů</li> <li>- Respekt k právnímu řádu</li> <li>- Důraz na dialogu</li> <li>- Důvěryhodnost jak hodnota</li> <li>- Komplexnost</li> <li>- Soulad se záměry WHO a EU</li> <li>- Výhodnost pro zaměstnavatele</li> <li>- Existující metodika a odborná podpora</li> <li>- Zkušenosti</li> <li>- Dlouhodobost</li> <li>- Systematičnost</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chybějící autorita</li> <li>- Nevymezena zodpovědnost zaměstnanců</li> <li>- Přímo nedefinován požadavek podpory zdraví</li> <li>- Významová roztržičnost</li> <li>- Malá informovanost veřejnosti</li> <li>- Pasivizace zaměstnanců</li> </ul>
<b>Vnější faktory</b>	
<i><b>Příležitosti</b></i>	<i><b>Rizika</b></i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sdílení komunikačních kanálů (zapojení studentů, sdílený (sociální) marketing</li> <li>- Sdílení zkušeností</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Zneužití termínu společenské odpovědnosti firem v neprospěch zájmů veřejného zdravotnictví (relativizace aktivit firmy, lobbying)</li> <li>- Degradace obou pojmů</li> <li>- Nezájem státu</li> <li>- Nezájem zaměstnavatelů</li> <li>- Nezájem zaměstnanců</li> <li>- Nedostatek financí</li> <li>- Změkčování legislativy</li> </ul>

## 5 Diskuze

Výše představené výsledky ukazují, že ač ‚společenská odpovědnost firem‘ i ‚podpora zdraví na pracovišti‘ se orientují na lidskou společnost ve snaze pozdvihnout její stávající stav, chápou se tohoto úkolu obě koncepce poněkud odlišně.

Tyto odlišnosti, jak na úrovni teoretické tak praktické, problematizují vztah obou koncepcí a zároveň determinují využitelnost ‚společenské odpovědnosti firem‘ v rámci ‚podpory zdraví na pracovišti‘.

V následující diskusi se pokusím o zodpovězení otázky využitelnost konceptu společenské odpovědnosti firem v podpoře zdraví v pracovním prostředí. Diskusi otevírá na rovině teoretické a poté přejdu na rovinu poněkud praktičtější.

Výchozí argument této práce spočívá v tvrzení, že využitelnost konceptu ‚společenské odpovědnosti firem‘ v ‚podpoře zdraví na pracovišti‘ je determinována povahou obou koncepcí. Jak ukazují výsledky první fáze výzkumu a teoretická část této práce, dané koncepce sdílejí několik faktorů a principů.

V první řadě se jedná o 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 (až 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 započítání procesu neutralizace výchozích 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 obecně a zodpovědné chování k dodavatelům, zaměstnancům a státu a dále 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 včetně nadnárodních neziskových organizací, 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 obě koncepce z vnějšku.

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 dílčí 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. Ostatně, jak již bylo napsáno v teoretické části, společenská odpovědnost skýtá potenciál marketingového nástroje, konkurenční výhody a prostoru pro ovlivňování politik (policy).

Následkem toho je těžké říci, 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).

Zároveň je nutno položit (řečnickou) otázku, zda je zákazník schopen orientovat se v certifikačních systémech. Jinými slovy, čím více firem zmiňuje společenskou odpovědnost bez odkazu na některou z (např. certifikačních) autorit nebo bez uvedení konkrétních důkazů, tím víc ztrácí tento termín na své síle a celý koncept na svém významu.

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).

Jinými slovy, společenská odpovědnost firem sebou nese několik 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 **devalvací 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 spojená se ‚společenské odpovědnosti firem‘ 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 povede 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 systematičností a monitorováním přispívá k dlouhodobé udržitelnosti firemní politiky včetně politiky zdraví. 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. Jak naznačují odpovědi respondentů získané ve třetí fázi výzkumu, zájem o podporu zdraví ze stany státu upadá, zaměstnanci jsou vykreslováni jako pasivní, role odborů nebyla zmíněna vůbec a zájem firem je přímo úměrný výnosnosti případných dobrovolných aktivit. Jinými slovy, většina respondentů je v případě dobrovolných aktivit zaměstnavatelů v podpoře zdraví či společenské odpovědnosti skeptická.

Na druhou stranu, tyto rozhovory ukazují i cestu, jak případný zájem jednotlivých stran podnítit. Tou cestou je osvěta, a to osvěta jak mezi laickou tak odbornou veřejností. Za stěžejní je v tomto případě nalezení prostředků pro tuto osvětu. V době omezování výdajů, rozhovory s respondenty ukázaly na dvě možné cesty související se sdílením komunikačních kanálů.

První cestu představuje začlenění tématu společenské odpovědnosti a podpory zdraví do studijních plánů oborů, u jejichž absolventů lze předpokládat v pozdějších letech působení na vedoucích pozicích. Druhou cestu představuje sdílený marketing, kdy firmy mohou propojovat téma podpory zdraví s vlastní marketingovou strategií.

Podíváme-li se na tyto závěry ještě z dalšího úhlu pohledu, jasně ukazují na důležitost neustálého rozvoje jak komunikačních schopností, tak komunikačních kanálů a strategií, včetně PR strategií na straně státních organizací zabývajících se obory souvisejícími se zdravím na pracovišti.

## 6 Závěr

Jak zmiňuji v předešlých kapitolách, cíl této práce spočívá v analýze využitelnosti konceptu společenské odpovědnosti firem v rámci podpory zdraví na pracovišti.

Tento cíl byl stanoven s ohledem na cíle programu Zdraví 21 Světové zdravotnické organizace, konkrétně cíle č. 20 hledání partnerů ve zdraví, predikci Světové zdravotnické organizace předpokládající významný nárůst chronických onemocnění v příštích letech a v neposlední řadě s ohledem na globální trend stárnutí populace v rozvinutých zemích.

K naplnění tohoto cíle byla použita čtyř fázová výzkumná strategie kvalitativního charakteru zahrnující komparativní analýzu zkoumaných konceptů na úrovni teoretické (první fáze) a na úrovni konkrétních iniciativ (druhá fáze), c) kvalitativní semi-strukturované rozhovory s definovanými odborníky (třetí fáze), výsledky těchto fází byly následně integrovány do podoby SWOT analýzy (čtvrtá fáze).

Závěry ke kterým jsem v rámci tohoto výzkumu došla, jsou následující. Prvně, vztah obou konceptů na teoretické úrovni determinují jejich společné a rozdílné charakteristiky. Mezi společné charakteristiky náleží normativní povaha obou koncepcí, princip dobrovolnosti a nepřítomnost výhradní autority spravující daný koncept, požadavky dlouhodobosti, systematičnosti daných aktivit a dialogu mezi zaměstnanci a zaměstnavateli. Mezi prvky, ve kterých se tyto koncepty rozcházejí tematická rozrůzněnost související s vymezení základních hodnot a vymezení rozsahu odpovědnosti za jejich rozvoj.

Porovnáme-li agendu a charakteristiku obou konceptů, můžeme vztah obou konceptů na teoretické úrovni vymežit následujícím způsobem. Firma podporující zdraví na pracovišti nemusí být zároveň firmou společensky zodpovědnou, kdežto společensky zodpovědná firma vždy musí začleňovat určitou míru podpory zdraví na pracovišti do své péče o zdraví zaměstnanců<sup>20</sup> (add cíl C1a).

---

<sup>20</sup> Nutno nezaměňovat obecný pojem ‚firma podporující zdraví‘ s termínem ‚Podnik podporující zdraví‘.

Za druhé, komparace klíčových prvků, témat a kritérií konkrétních iniciativ existujících na území České republiky, konkrétně modelu ‚Společenské odpovědnosti firem‘ dle Business Leaders Fora (CSR BLF) a soutěže Státního zdravotního ústavu ‚Podnik podporující zdraví‘ (PPZ) ukázala, že i na této úrovni můžeme nalézt jak styčné body obou iniciativ, tak i body, ve kterých se rozcházejí. Na jednu stranu se obě iniciativy dotýkají jak témat ekonomických, tak témat společenských a tématu životního prostředí, na druhou stranu tato témata každá iniciativa integruje různě. (add cíl C1a)

Zatímco PPZ chápe společenskou odpovědnost jako podporu místní komunity a ochranu životního prostředí, BLF pod tímto pojmem rozumí celou plejádu témat jak ekonomického a společenského charakteru (včetně tématu zdraví), tak i témat orientovaných na životní prostředí.

Další poznatek získaný na této úrovni 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. Zajímavé je, že tento nálezný se neshoduje se závěry první fáze výzkumu, tedy že společensky odpovědná firma musí začleňovat témata podpory zdraví do svých strategií, kdežto podnik, který podporuje zdraví svých zaměstnanců, nemusí být společensky odpovědný. Jinými slovy, pozorujeme zde jistou nesourodost mezi teoretickou a implementační rovinou, a to především směrem ke společenské odpovědnosti firem.

Na druhou stranu, výsledky první a druhé fáze výzkumu ukazují, že vztah obou koncepcí je partnerský, neboť si tyto koncepce principiálně neodporují a tematicky si jsou příbuzné, své konkrétní požadavky však vymezují poněkud odlišně.

Dále, s tímto tvrzením do určité míry koresponduje i postoj dotazovaných odborníků, kteří až neměli s konceptem ‚společenské odpovědnosti firem‘ praktické zkušenosti, chápali tento termín ve shodě se zájmy ‚podpory zdraví na pracovišti‘. Na druhou stranu se však byli ve většině případů svorně skeptičtí k zájmu o preventivní programy obecně jak ze strany státu, zaměstnavatelů i zaměstnanců, přičemž role odborů nebyla zmíněna vůbec (add cíl C1b).

Na základě výše uvedených fází byly stanoveny následující silné stránky ‚společenské odpovědnosti firem‘ z pohledu podpory zdraví v pracovním prostředí jsou (add cíl C2): 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.

Jako slabé stránky ‚společenské odpovědnosti firem‘ z pohledu podpory zdraví v pracovním prostředí byly označeny: chybějící autorita, nevymezenost zodpovědnosti zaměstnanců, přímé nedefinování požadavku podpory zdraví, významová roztříštěnost, malá informovanost veřejnosti, pasivizace zaměstnanců (add cíl C3).

Možnosti využití ‚společenské odpovědnosti firem‘ z pohledu podpory zdraví v pracovním prostředí bylo určeno sdílení komunikačních respektive osvětových kanálů (zapojení studentů, sdílený marketing), sdílení zkušeností (add cíl C4).

Možné hrozby ‚společenské odpovědnosti firem‘ jsou: zneužití termínu společenské odpovědnosti firem v neprospěch zájmů veřejného zdravotnictví obecně (relativizace aktivit firmy, lobbing), degradace hodnoty obou termínů, nezájem státu, nezájem zaměstnavatelů, nezájem zaměstnanců, nedostatek financí, změkčování legislativy (add cíl C5)

Na základě těchto výsledků argumentuji, že využitelnost konceptu ‚společenské odpovědnosti firem‘ z hlediska podpory zdraví na pracovišti spočívá ve vzájemném partnerství, sdílení zkušeností, informací, know-how a dále sdílení komunikačních kanálů (add hlavi cíl C).

Obě koncepce by ale měly zůstat odděleny, jednak z důvodu konceptuální přehlednosti, tak z důvodu ryze praktického spočívajícího v prevenci ztráty váhy jednoho z pojmů v případě a degradace hodnoty pojmu druhého. Dále chápu toto oddělení jako žádoucí z důvodu poněkud odlišného zaměření obou koncepcí.

Výsledky navíc upozorňují na potřebu dalšího vzdělávání a osvěty jak laické, tak odborné veřejnosti s čímž souvisí požadavek vytvoření platformy pro snazší sdílení informací.

## 7 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 Bussiness Afford to Ignore Social Responsibilies? *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 all. 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 all. 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 ošetrovatelství 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.

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: neuvedeno.

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: neuvedeno.

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 all. *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](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.

## **8 Klíčová slova**

Zdraví

Práce

Podpora zdraví

Společenská odpovědnost firem



## 9 Přílohy

### 9.1 Seznam tabulek

Tabulka 1: Johnsonovo pojetí přístupů ke společenské odpovědnosti firem.....	19
Tabulka 2: Čtyři úrovně společenské odpovědnosti firmy dle Daltka a Cosiera.....	21
Tabulka 3: Klasifikace teorií ‚společenské odpovědnosti firem‘ dle Garrigaové a Meleho.....	26
Tabulka 4: Grafické znázornění výzkumné strategie.....	42
Tabulka 5: Sekce a kritéria úrovně podpory zdraví na pracovišti dle ENWHP/SZÚ.....	48
Tabulka 6: Ekonomická oblast CSR dle BLF (CSR/EO).....	51
Tabulka 7: Sociální oblast CSR dle BLF (CSR/SO).....	52
Tabulka 8: Oblast životního prostředí CSR dle BLF (CSR/OŽP).....	53
Tabulka 9: Kvantitativní charakteristika výběru.....	55
Tabulka 10: Kvalitativní charakteristika výzkumného vzorku.....	56
Tabulka 11: Vodící otázky semi-strukturovaného rozhovoru.....	57
Tabulka 12: Syntéza výsledků – SWOT analýza.....	72
Tabulka 13: Oblasti (úrovně a kategorie) společenské odpovědnosti firmy dle Woodové.....	91

### 9.2 Seznam obrázků

Obrázek 1: Společenská odpovědnost firem dle CED (1971):.....	19
Obrázek 2: Carrollův tří-dimenzionální model:.....	20
Obrázek 3: Carrollův model CSR.....	23

### 9.3 Koncept CSR dle Woodové

Tabulka 13: Oblasti (úrovně a kategorie) společenské odpovědnosti firmy dle Woodové

Úroveň: Kategorie:	Institucionální Společenská oprávněnost	Organizační Veřejná odpovědnost	Individuální Manažerská rozháznost
<b>Ekonomická</b>	Firma je opověděna za produkci zboží a služeb a vytváření bohatství pro majitele.	Firma je odpovědna za prodej služeb a zboží za ceny, které odrážejí skutečné náklady včetně externalit <sup>21</sup> .	Firma je odpovědna za produkci ekologických výrobků a používání ekologicky šetrných technologií.
<b>Právní</b>	Firma je povinna 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 vstříc inovacím produktů a technologií.
<b>Etická</b>	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.
<b>Dobrovolná</b>	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 spjaty 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)

<sup>21</sup> 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

## 9.4 Zadání diplomové práce

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích  
Fakulta zdravotně sociální  
Akademický rok: 2010/2011

Studijní program: Veřejné zdravotnictví  
Forma: Prezenční  
Obor/komb.: Odborný pracovník v ochraně veřejného zdraví (OPP)

### Podklad pro zadání DIPLOMOVÉ práce studenta

PŘEDKLÁDÁ:	ADRESA	OSOBNÍ ČÍSLO
Bc. BUCHAROVÁ Eva	Studeneč 260, Studeneč - Rovnáčov	S08462

#### TÉMA ČESKY:

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

#### NÁZEV ANGLICKY:

The Attitudes of Professionals towards a Role of Corporate Social Responsibility (CSR) in Workplace Health Promotion (A Cross-section of Professionals Attitudes in Ceske Budejovice)

#### VEDOUcí PRÁCE:

Mgr. et Mgr. Josef Havlík - KVZ

#### ZÁSADY PRO VYPRACOVÁNÍ:

Současný stav:

Teorie CSR vznikla v druhé polovině 20. století v USA a od devadesátých let se stala předmětem zájmu i EU. Tato koncepce chápe firmy jako subjekty v jejichž strategii by kromě dosažení zisku měla být začleněna i sociální otázka, otázka vlivu na životní prostředí, vztahů s partnery a zaměstnanci či komunitou. Podpora zdraví v pracovním prostředí tedy představuje její nedílnou součást. Myšlenka CSR koresponduje s programem WHO Zdraví pro 21. století, Lisabonskou strategií EU, Lucemburskou deklarací podpory zdraví na pracovišti či programem OSN Global Compact.

Společensky odpovědný přístup je měřitelný (index KLD, index FTSE4Good a Dow Jones Sustainability Index) a certifikovatelný (ISO 2600, Bezpečný podnik, SA 8000 Social Accountability, Investors in People, AA1000 AccountAbility, ISO 14001, EMAS, EFQM, Global Compact, GRI). Z hlediska podpory zdraví se k němu vztahují následující projekty: Zdravý podnik, Move Europe, Drafon Fly, Bezpečný podnik, BOZ (P) na start, Nekuřácký podnik, aj. Pro potřeby dalšího rozvinutí CSR v českých podmínkách se jeví jako aktuální analyzovat současné postoje odborné veřejnosti k této koncepci a současně hledat další možnosti využití.

Cíl práce:

C1: Identifikace postojů definovaných skupin odborníků k CSR jako nástroji podpory zdraví v pracovním prostředí.

C2: Identifikace faktorů podmiňujících přijetí či odmítnutí principů CSR u odborné veřejnosti.

C3: Identifikace příležitostí využití CSR v podpoře zdraví v pracovním prostředí.

Hypotéza: Z dostupných studií (POTMĚŠIL 2003; BUSINESS LEADERS FORUM 2008) vyplývá, že myšlenka CSR českým firmám není zcela cizí, přesto podpora zdraví zaměstnanců není výrazným prvkem firemní strategie. V návaznosti na tyto signální informace budou výzkumné otázky stanoveny konkrétně na základě vlastního předvýzkumu.

Popis metodiky:

V diplomové práci bude použita obsahová analýza dat a kvalitativní výzkum v podobě řízeného rozhovoru. Za předpokládané cílové skupiny byly zvoleny instituce zabývající se podporou a ochranou zdraví v pracovním prostředí, a to kontrolní a poradenské, dále pak zástupci zaměstnanců a zaměstnavatelů v Českých Budějovicích; jednotlivé instituce a jejich zástupci budou definovány metodou úplného výčtu.

Předpokládané využití v praxi:

Zvýšení informovanosti odborné veřejnosti o konceptu CSR.

Mobilizace partnerů pro zdraví.

využití při výuce.

**SEZNAM DOPORUČENÉ LITERATURY:**

CRANE, A., McWILLIAMS, A., et al. The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility. Oxford: Oxford University Press, 2008. 656 p. ISBN 019-921-1590.

Green Paper "Promoting a European framework for corporate social responsibility" European Commission, Directorate-General for Employment and Social Affairs, July 2001.

POTMĚŠIL, T., SEDNÁČEK, T., et al. Corporate Social Responsibility Results of the Survey in the Czech Republic [online]. Praha: The Leadership Forum, 2003. Dostupné z <http://www.pfsprogram.org/file.php?id=Survey+-+Reporting+on+CSR+by+Listed+Companies+in+Czech+Republic+-+The+Leadership+Forum.doc> {<}

Společenská odpovědnost firem působících v českém prostředí {--} závěry výzkumného šetření, 2008 [online]. The Business Leaders Forum, 2008. Dostupné z <http://www.csr-online.cz/NewsDetail.aspx?p=3&id=584> {>}

WOOD D. J., LOGSDON J. M., et al. Global business citizenship: a transformative framework for ethics and sustainable capitalism. New York: M.E. Sharpe, 2006. 252 p. ISBN 076-561-6262.