**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra humanitních věd**

# Bakalářská práce

## Společenská odpovědnost firem

**Michaela Dundová**

**© 2023 ČZU v Praze**

# ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

# ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Michaela Dundová

Podnikání a administrativa

Název práce

**Společenská odpovědnost firem**

Název anglicky

**Corporate Social Responsibility**

---

**Cíle práce**

Cílem této práce je představit koncept firmy FTV Prima, spol. s r.o., v jakém rozsahu se věnuje aspektům společenské odpovědnosti firem a jaké množství podpory je ochotna do této oblasti vložit. Na základě dotazníkového šetření jsou porovnány názory zaměstnanců s aktivitami dané firmy. V závěru jsou shrnuty výsledky a navržena řešení, která mohou danou firmu inspirovat k aktivnímu přístupu ke společenské odpovědnosti.

**Metodika**

Teoretická část bakalářské práce se bude opírat o informace z doporučené literatury a relevantních internetových zdrojů.

Praktická část se bude opírat především o metodu dotazníkového šetření mezi zaměstnanci firmy FTV Prima, spol. s r.o. Další metodou bude dotazování, nejčastěji rozhovorem a e-mailovou komunikací s managementem dané firmy, který se této problematice věnuje. V závěru práce budou analyzovány a interpretovány jednotlivé výstupy.

**Doporučený rozsah práce**

30 – 40 stran.

**Klíčová slova**

Společenská odpovědnost firem, trvale udržitelný rozvoj, životní prostředí, environmentální ekonomie a ekonomika, princip odpovědnosti

---

**Doporučené zdroje informací**

KUNZ, Vílém. Společenská odpovědnost firem. Praha: Grada Publishing, 2012. ISBN 978-80-247-3983-0.
MEZŘICKÝ, Václav. Environmentální politika a udržitelný rozvoj. Praha: Portál, 2005. ISBN 80-7367-003-8.
MUCHOVÁ, Eva a kolektiv. Makroekonómia. Wolters Kluwer SR s.r.o., 2021. ISBN 978-80-571-0418-6.
PAVLÍK, Marek a Martin, BĚLČÍK. Společenská odpovědnost organizace: CSR v praxi a jak s ním dál. Praha: Grada Publishing, 2010. ISBN 978-80-247-3157-5.
STEINEROVÁ, Magdaléna; Makowski, Dawid. Koncept CSR v praxi: průvodce odpovědným podnikáním. Brno: ASPRA, 2008. Bez ISBN.

---

**Předběžný termín obhajoby**

2022/23 LS – PEF

**Vedoucí práce**

Mgr. Jan Brabec, Ph.D.

**Garantující pracoviště**

Katedra humanitních věd

Elektronicky schváleno dne 6. 3. 2023

**prof. PhDr. Michal Lošťák, Ph.D.**

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 7. 3. 2023

**doc. Ing. Tomáš Šubrt, Ph.D.**

Děkan

V Praze dne 07. 03. 2023

**Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci "Společenská odpovědnost firem" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 15.3.2023 _____

**Poděkování**

Ráda bych touto cestou poděkovala Mgr. Janu Brabcovi, Ph.D. za ochotu, pomoc a cenné rady při psaní mé bakalářské práce. Také bych ráda poděkovala za vstřícnost managementu FTV Prima, spol. s r.o. a jejím zaměstnancům, kteří se podíleli na praktické části této práce odpověďmi na mé dotazy a vyplněním dotazníku.

# Společenská odpovědnost firem


## Abstrakt

Odpovědné chování je téma, kterému se v ekonomice věnuje stále větší pozornost. Činnosti firem ovlivňují životní prostředí, společnost, firmu samotnou i její zaměstnance. Bakalářská práce je zaměřena na téma společenská odpovědnost firem. Tato oblast se opírá o tři hlavní pilíře, kterými jsou ekonomický, environmentální a sociální. Cílem společenské odpovědnosti je vzájemná propojenost všech těchto pilířů. Integrace sociálních a environmentálních aspektů do hlavního ekonomického plánu firmy se označuje jako trojí odpovědnost. Klíčové zásady, které by firmy měly dodržovat jsou etický kodex, dodržování pracovních norem, odmítání korupce, ochrana životního prostředí a přírodních zdrojů či šetrná výroba. V práci je nejprve popsán trvale udržitelný rozvoj, následně ochrana životního prostředí v ČR, ekonomický pohled a to, co se společenskou odpovědností firem souvisí. U vybrané firmy jsou zjištěny názory a postoje managementu, který se tématem společenské odpovědnosti ve firmě zabývá a zároveň jsou také zjištěny názory a postoje zaměstnanců. V závěru praktické části jsou interpretovány výsledky. Součástí práce je rozhovor vedený s managementem a dotazník směřovaný na zaměstnance.



**Klíčová slova:** Společenská odpovědnost firem, trvale udržitelný rozvoj, životní prostředí, environmentální ekonomie a ekonomika, princip odpovědnosti

# Corporate Social Responsibility


## Abstract

Responsible behavior is a subject in economics, to which we give nowadays more attention, because sustainable behavior of companies has an effect on its workers, each company itself, the environment and also society as a whole. This bachelor's thesis takes a closer look at corporate social responsibility. The subject of interest can be divided into three key areas which are economical, social and environmental. The objective of corporate social responsibility is to connect all three areas together. Integration of social and environmental aspects to the main economic strategy of a firm is also called “the triple bottom line”. Companies should focus on key principles such as ethical codex, working standards, rejecting corruption, sustainable production and the protection of natural resources. Firstly, this thesis describes sustainable development. Subsequently, protection of the environment and economic view are described, and a look at what relates to corporate social responsibility. At a chosen firm, the opinions of management, which deals with the topic, are gathered with the views of its workers. The results of gatherings are interpretend in the end of the practical portion of this thesis A part of the thesis also is a questionnaire aimed on the empleyees, interview with the management.



**Keywords**: Corporate social responsibility, sustainable development, environment, environmental economics, principle of responsibility

# Obsah

**1 Úvod** ..... **10**

**2 Cíl práce a metodika** ..... **11**

**3 Teoretická část** ..... **12**

3.1 Trvale udržitelný rozvoj ..... 12

3.1.1 Historie ..... 12

3.1.2 Pilíře ..... 13

3.1.3 Cíle ..... 15

3.2 Ochrana životního prostředí v ČR ..... 17

3.2.1 Právní prostředky ..... 18

3.2.2 Dobrovolné nástroje a samoregulace ..... 18

3.2.3 Environmentální účetnictví ..... 19

3.2.4 Výchova a informovanost ..... 20

3.2.5 Ekonomické nástroje ..... 20

3.3 Environmentální ekonomie a ekonomika ..... 22

3.3.1 Ekonomické myšlení ..... 22

3.3.2 Vzácné zdroje ..... 23

3.4 Společenská odpovědnost firem ..... 23

3.4.1 Definice pojmu ..... 24

3.4.2 Stakeholdeři ..... 26

3.4.3 Pozitiva konceptu ..... 26

3.4.4 Negativa konceptu ..... 27

3.4.5 Implementace ..... 28

3.4.6 Reportování a hodnocení ..... 29

**4 Praktická část** ..... **32**

4.1 Představení firmy ..... 32

4.1.1 Účast firmy na projektech ..... 32

4.2 Rozhovory a dotazníkové šetření ..... 35

4.2.1 Způsob sběru dat a plán výzkumu ..... 36

4.2.2 Omezení rozhovorů a dotazníkového šetření ..... 36

4.3 Výsledky rozhovorů a dotazníkového šetření ..... 37

4.3.1 Management ..... 37

4.3.2 Zaměstnanci ..... 38

4.3.3 Management vs. zaměstnanci ..... 44

**5 Závěr** ..... **48**

**6 Seznam použitých zdrojů** ..... **50**

**7 Přílohy ..... 53**
7.1 Příloha č. 1: Rozhovor s managementem ..... 53
7.2 Příloha č. 2: Dotazník pro zaměstnance ..... 55

## Seznam obrázků

Obrázek 1: 17 cílů udržitelného rozvoje ..... 16
Obrázek 2: Tři pilíře CSR ..... 25
Obrázek 3: 8 – 10 kroků k implementaci CSR zasazené do rámce PDCA ..... 28

## Seznam tabulek

Tabulka 1- Přínosy CSR ..... 27

## Seznam grafů

Graf 1- Doprava do zaměstnání ..... 40
Graf 2 - Vzdálenost do zaměstnání ..... 40
Graf 3 - Dopady podnikání na životní prostředí ..... 43
Graf 4 - Zájem o účast v aktivitách CSR ..... 44

## Seznam použitých zkratek

CSR – Corporate Social Responsibility – Společenská odpovědnost firem

ČR – Česká republika

EMAS – Eco Management and Audit Scheme – Systém environmentálního řízení a auditu

HR – Human Resources – lidské zdroje

OSN – Organizace spojených národů

PDCA – plan-do-check-act – naplánuj-proveď-ověř-dělej

PET – Polyethylentereftalát

PR – Public Relations – vztahy s veřejností

QR kód – Quick Response – rychlá odezva

# 1 Úvod

Společenská odpovědnost firem je koncept, který je v dnešní době stále důležitějším a diskutovanějším tématem. Pokud firmy chtějí jednat v souladu se společenskou odpovědností, musí celkově přemýšlet o způsobech svých činností, jejích dopadech a umět nést odpovědnost za své aktivity.

Opírá se o tři pilíře, ekonomický, environmentální a sociální. Všem třem pilířům by se úspěšné firmy měly věnovat ve stejné míře, ani jeden by se neměl upřednostňovat, protože spolu velmi úzce souvisí. Společenská odpovědnost je zcela dobrovolná, firmám nic nenařizuje a do ničeho je nenutí. Říká, jak firmy mohou dělat věci lépe, aby dosáhly lepších výsledků, dlouhodobých zisků, a to vše s ohledem na životní prostředí.

Ekonomický pilíř odráží smysl činností firem, kterým je maximalizace zisku. Toho by měly firmy dosahovat při dodržování daných pravidel, kterými jsou etické chování, odmítání korupce, boj proti praní špinavých peněz, budování dobrých vztahů se zákazníky, dodavateli, obchodními partnery a všemi zúčastněnými stranami. Environmentální pilíř předpokládá, že firmy budou své činnosti vykonávat tak, aby co nejméně zatěžovaly životní prostředí a tím chránily přírodní zdroje s ohledem na jejich obnovitelnost. Sociální pilíř se zaměřuje na chování firmy ve společnosti i k jejím zaměstnancům. Hlavní prioritou by mělo být dodržování lidských práv, dodržování pracovních standardů, budování vztahů se zaměstnanci, vztahy ve firmě i k zúčastněným stranám.

Čím dál více firem naplňuje poslání pomoci druhým tím, že se věnují sponzorství a dárcovství. Součástí moderních firem se stále častěji stává zakládání a podpora nadačních fondů. Je to jedna z mnoha činností společenské odpovědnosti. Důležitou roli také hrají zaměstnanci firmy a všichni dárci, neboť bez jejich štědrých darů by se nadace neobešly.

Pozitivní přístup ke společenské odpovědnosti přináší firmám nemalé výhody. Přestože je koncept zcela dobrovolný a má i své nevýhody, tak je pozitivně přijímán a velké množství firem i jednotlivců se do něho zapojuje. Kromě přínosů na životním prostředí firmám tento koncept přináší velmi dobrou image, lepší postavení na trhu, více příležitostí, konkurenceschopnost i kvalitnější a loajálnější zaměstnance.

# 2 Cíl práce a metodika

Cílem této bakalářské práce je představit koncept FTV Prima, spol. s r.o., v jakém rozsahu podporuje projekty v oblasti společenské odpovědnosti firem, jak se svými zaměstnanci komunikuje, motivuje je a jaké množství podpory je ochotna do této oblasti vložit. Pomocí informací získaných od managementu firmy a od zaměstnanců budou po vyhodnocení dotazníkového šetření porovnány jejich názory a postoje. V závěru budou shrnuty výsledky a navržena řešení, která by mohla danou firmu natolik inspirovat, že by přistoupila k jejich realizaci a byly by přínosem. Dalším cílem práce bude teoretické přiblížení principů trvale udržitelného rozvoje a ochrany životního prostředí v České republice.

Ke zpracování této práce budou v praktické části použity dvě metody. Tou první bude metoda dotazování managementu, který se dané problematice ve firmě věnuje, a to rozhovorem. V případě doplňujících otázek bude pro odpovědi použita e-mailová komunikace. Další metodou bude dotazníkové šetření pro získání názorů a postojů zaměstnanců dané firmy.

# 3 Teoretická část

## 3.1 Trvale udržitelný rozvoj

Trvale udržitelný rozvoj je takový rozvoj, který naplňuje potřeby současných generací, aniž by ohrozil schopnost budoucích generací naplňovat jejich potřeby. Udržitelnost je založena na ekonomickém, ekologickém a sociálním pilíři. Mluvíme-li o udržitelném rozvoji, jedná se o ekonomický růst, při kterém se nakládá s přírodními zdroji šetrně a spravedlivě a společenské hodnoty jsou respektovány. Protože ekonomické, ekologické a společenské procesy jsou vzájemně propojené, není možné, aby firmy jednaly bez ohledu na společnost, ve které fungují. (Pavlík a Bělčík, 2012, str. 19)

V rámci udržitelného rozvoje je potřeba, aby firmy, celá společnost, zakomponovaly ochranu přírody do procesu ekonomického vývoje, změnily neudržitelný způsob spotřeby, aby zaváděly nové technologie, ve větším podílu uspokojovaly potřeby energie z vlastních (alternativních) zdrojů a omezovaly energetickou náročnost. (Kunz, 2012, str. 46-48)

Bob Willard (Kunz, 2012) uvádí zajímavé přirovnání udržitelného rozvoje, když jej přirovnává ke stoličce, která dokáže stát, jestliže má alespoň tři nohy čili tři pilíře. Klade tak důraz na *ekonomický, environmentální a sociální aspekt*. (Kunz, 2012, str. 46)

Snaha o vytvoření „udržitelného světa“ roste v Evropě i ve světě. Většina zemí se potýká s problémy, například změnou klimatu, suchem nebo demografickými změnami. (Ministerstvo životního prostředí, 2022)

### 3.1.1 Historie

V roce 1972 ve švédském Stockholmu se uskutečnila konference OSN[1] na téma životního prostředí. Zde vznikla první myšlenka nutnosti fungování ekologického rozvoje a byly zde popsány hlavní problémy vzájemného působení ekonomického růstu a stavu planety. Důležitým krokem bylo v roce 1992 v brazilském Riu de Janeiru schválení *Deklarace o životním prostředí a rozvoji (Charta Země)*, která obsahuje 27 zásad trvale udržitelného

[1] OSN – Organizace spojených národů – mezinárodní organizace s cílem mírového soužití celého světa

rozvoje. V České republice byl přijat *zákon č. 17/1992 Sb., o životním prostředí*, ve kterém je vymezen trvale udržitelný rozvoj. (Organizace spojených národů, 2022)

### 3.1.2 Pilíře

Výsledkem vývoje jednání o udržitelném rozvoji je myšlenka, že udržitelnost rozvoje závisí na třech hlavních pilířích. Jak již bylo zmíněno, těmito pilíři jsou ekonomický, environmentální (ekologický) a sociální aspekt. Udržitelnost představuje harmonické chování mezi všemi třemi pilíři. Tyto pilíře by se neměly chápat samostatně. Velký důraz je kladen na vazby mezi těmito pilíři. (Organizace spojených národů, 2022)

Ekonomický aspekt je označován jako *profit*. Cílem všech firem je maximalizovat zisk, který je následně použit mimo jiné i na aktivity v oblasti společenské odpovědnosti. *Stakeholdery* neboli zainteresovanými stranami (popsáno v části 3.4.2) v ekonomice jsou dodavatelé, zákazníci, investoři a další. K odpovědným firemním aktivitám patří například etické chování, odmítání korupce i boj proti praní špinavých peněz. Firmy se mohou odkazovat na tzv. kodexy chování, které upravují chování společnosti. Kromě toho by firmy měly umožnit zainteresovaným stranám přístup k informacím a snažit se maximalizovat transparentnost a důvěryhodnost své činnosti. Velmi důležitým krokem směrem ke společenské odpovědnosti je udržení a budování vztahů s odběrateli a dodavateli. Pro každou firmu by spokojenost zákazníků měla být jedním z nejdůležitějších cílů. Vztahy s osobami, které mají podíl na zisku firmy, by neměly být zanedbávány. Důležitou činností je také ochrana práv duševního vlastnictví a dodržování pravidel spravedlivého obchodu. Dále nezneužívat dominantní postavení, neuzavírat kartelové dohody a další záležitosti související s hospodářskou soutěží. (Kunz, 2012, str. 21)

U surovin, které se spotřebovávají při výrobě výrobků a služeb, se musí zvážit možnosti a rychlost jejich obnovitelných zdrojů. Spotřeba neobnovitelných zdrojů nesmí být rychlejší než nalézání nových obnovitelných zdrojů. Množství znečištění přírody nesmí přesáhnout její absorpční kapacitu. (Ministerstvo životního prostředí, 2022)

*„Svět okolo nás je plný nádherných přírodních jevů, nad kterými žasne rozum a srdce pookřeje – pokud je dokážeme vidět.“ (A. Einstein)*

Cílem environmentálního (ekologického) aspektu, který se označuje jako *planet* podle Kunze (2012, str. 23-25) je snížit negativní dopady na životní prostředí. Firmy by měly zavést firemní politiku k ochraně životního prostředí a uplatňovat výrobní postupy šetrné k životnímu prostředí. Investice do ekologických technologií jsou sice nákladné, ale mohou zvýšit konkurenceschopnost a známost. Mezi významné patří investice do nových technologií, snižování spotřeby energie, opětovné využívání odpadu, minimalizace dopravního zatížení a tím snižování dopadů na životní prostředí.

V ekologickém aspektu se klade důraz na život v souladu s přírodou. Toho lze docílit, pokud se bude opatrně zacházet s přírodními zdroji, bude se snižovat objem těžby nerostných surovin, zastaví se energeticky náročné výroby, sníží se spotřeba energií, případně rozmachem ekologického zemědělství. (Ministerstvo životního prostředí, 2022)

Ekologický aspekt je důležitý pro všechny firmy stejně. Velmi často je milně prezentováno, že environmentální aspekt je významný zejména pro výrobní podniky. Je důležité upozornit, že všechny firmy mohou přispět k ochraně životního prostředí stejně, například snížením spotřeby energie a vody, recyklací nebo snížením množství odpadu. Ekologicky orientovaná společnost může kladně ovlivnit své zaměstnance, kteří tyto zásady mohou využívat jak v zaměstnání, tak i ve svých domácnostech. (Kunz, 2012, str. 25-26)

*People*, označení pro sociální aspekt, je založený na dodržování zájmů a potřeb lidských zdrojů. V ekonomické oblasti se firmy snaží uspokojit své zákazníky, v sociální oblasti se snaží uspokojit své zaměstnance. Vhodným přístupem k zaměstnancům může firma získat výhody na trhu práce, zvýšit výkonnost i loajalitu zaměstnanců. Mezi tyto aktivity firmy patří například vytváření podmínek, které zaměstnancům umožňují najít rovnováhu mezi pracovním a soukromým životem. Mezi metody rovnováhy se řadí podpora zaměstnanců, jako je home office[2] nebo pružná pracovní doba. Zaměstnavatelé by měli respektovat dovolené svých zaměstnanců a zajistit, aby nebyli vyčerpaní z práce. Mezi firemní aktivity

[2] home office – práce z domova

může patřit poskytování příležitostí ke zvyšování jejich dovedností, znalostí a kvalifikace pro případný kariérní postup. V České republice méně rozšířený, ale v zahraničí je často využívaný tzv. outplacement, který zaměstnancům bez práce pomáhá najít nové zaměstnání. Propuštěným pracovníkům je poskytována pomoc prostřednictvím kurzů a poradenství. Firmy mohou v rámci zaměstnanecké politiky svým zaměstnancům nabízet výhody prostřednictvím tzv. cafeteria systému. Jedná se o benefity (příspěvky) na stravování, lékařskou péči, penzijní pojištění i dovolenou. Firmy by neměly znevýhodňovat zaměstnance dle věku, pohlaví, národnosti, sexuální orientace nebo náboženského vyznání. Firmy by také měly bojovat proti šikaně a neměly by tolerovat jakoukoliv formu násilí na pracovišti, ať už z morálních nebo ekonomických důvodů. Pokud manažeři zaujmou lhostejný, pasivní postoj, často tím začnou vytvářet negativní atmosféru na pracovišti. Mělo by existovat kooperativní pracovní prostředí, transparentní a otevřená komunikace. Jasně viditelnými aktivitami firem jsou dodržování lidských práv a zákaz dětské práce. (Pavlík a Bělčík, 2012, str. 25-28)

### 3.1.3 Cíle

Cíle udržitelného rozvoje jsou apelem k akci všech, chudých, bohatých i se středními příjmy, k podpoře prosperity a zároveň k ochraně planety. Jednotlivé země si uvědomují, že ukončení chudoby musí být v souladu s plány, které jsou zaměřeny na ochranu životního prostředí, ekonomický růst, sociální potřeby, včetně zdraví, vzdělání, pracovních příležitostí a sociální ochrany. Zároveň bojují proti změně klimatu. (Organizace spojených národů, 2022)

Heslem udržitelného rozvoje může být citát Antoina de Saint Exupéryho: „Zemi *nedědíme po předcích, nýbrž si ji jen vypůjčujeme od našich dětí.*“

Následujících *17 cílů udržitelného rozvoje* (viz. obrázek č. 1), představuje program rozvoje na následující období do roku 2030. Tyto cíle byly přijaty po tříletém vyjednávání o udržitelném rozvoji v Riu de Janeiru, na konferenci OSN, v roce 2012. Ke stanovení cílů přispívali svými podněty všechny členské státy OSN, zástupci soukromé a podnikatelské sféry i zástupci všech kontinentů. V roce 2015, na summitu OSN konaném v New Yorku bylo oficiálně schváleno všech sedmnáct cílů. (Organizace spojených národů, 2022)

*Obrázek 1: 17 cílů udržitelného rozvoje*

Zdroj: Organizace spojených národů, 2022

První cíl udržitelného rozvoje *Konec chudoby*, druhý cíl *Konec hladu*, třetí cíl *Zdraví a kvalitní život* v každém věku, čtvrtý cíl *Kvalitní vzdělání*, pátý cíl *Rovnost mužů a žen*, šestý cíl *Pitná voda, kanalizace* a hygiena byly přijaty v zájmu chudých zemí, aby ti, kteří pracují, měli zajištěno slušné živobytí, aby všichni měli snadnější přístup k pitné vodě, hygieně, vzdělání, ochraně zdraví, aby vyspělé země poskytovaly postiženým oblastem humanitární pomoci. Sedmý cíl *Dostupné a čisté energie* spočívá v přístupu k čistým a bezpečným palivům a technologiím, využívání obnovitelných zdrojů energie. Následující osmý cíl *Důstojná práce a ekonomický růst* spolu s devátým cílem *Průmysl, inovace a infrastruktura* odkazují na hospodářský růst, vytváření pracovních míst a tím zlepšování životní úrovně. Na nerovnosti mezi skupinami lidí, jako jsou uprchlíci, migranti, lidé se zdravotním postižením nebo děti, upozorňuje desátý cíl *Méně nerovností*. Jedenáctý cíl se zabývá udržitelností měst a obcí. Je zřejmé, že stále více lidí mění způsob života z venkovského na městský a s tím souvisí znečišťování ovzduší, zvyšující se množství vypouštěných škodlivých emisí, odpadů, nedostatečná infrastruktura. Ve dvanáctém cíli *Odpovědná výroba a spotřeba* je zdůrazněno, aby každý nakupoval tolik, kolik spotřebuje, aby například vyprodukované potraviny nekončily zkažené a hnijící v kontejnerech, neboť výroba zboží využívá přírodní prostředí a zdroje způsobem, které mají devastační dopady na naši planetu. Změny klimatu (globální oteplování), které ovlivňují životy lidí, ale i fauny a flóry, jsou

uvedeny ve třináctém cíli *Klimatická opatření*. Jedná se o změny počasí, stoupající hladiny vod, stále extrémnější počasí, což má za následek stále častější záplavy, požáry, tornáda. Řešením je snižování produkce škodlivého oxidu uhličitého a dalších skleníkových plynů v atmosféře. Čtrnáctý cíl *Život ve vodě* a patnáctý cíl *Život na souši* vysvětlují, jak jsou oceány a příroda důležité pro život na Zemi. Neznečišťování oceánů, zamezení odlesňování a kácení deštných pralesů, nepřemísťování populace živočichů a rostlin, musí být prioritou. Velkou hrozbou pro lidstvo jsou konflikty, války, nejistota a omezený přístup ke spravedlnosti. To zahrnuje velmi důležitý šestnáctý cíl *Mír, spravedlnost a silné instituce*. Aby mohly být výše uvedené cíle splněny, je nutná silná mezinárodní spolupráce na globální, regionální, národní, ale i místní úrovni s přesvědčením, že lidé a planeta jsou středem zájmu, tedy sedmnáctý cíl *Partnerství ke splnění cílů*. (Organizace spojených národů, 2022-2023)

## 3.2 Ochrana životního prostředí v ČR

Stát formou vydávání zákonů upravuje ekonomické činnosti tak, aby zlepšovaly životní prostředí a přispívaly k udržitelnému rozvoji. Jedná se o velmi složitý systém pro zlepšení životního prostředí, ve kterém hlavní roli hrají politická rozhodnutí. Je žádoucí, aby použité prostředky vedly k na začátku stanovenému cíli. Také je třeba brát na vědomí, že do rozhodnutí zasahují faktory, například celkový ekonomický vývoj, dostupnost zdrojů, podpora a zájem veřejnosti. Mezi zajímavé se řadí podpora státu firmám, které využívají šetrné postupy. Zároveň při náročných opatřeních stanovených státem by mohlo docházet k znevýhodňování firem, pro které je obtížné nalézat nové postupy a alternativy pro jejich podnikání s ohledem na životní prostředí. (Mezřický, 2005, str. 68)

Ministerstvo životního prostředí zajišťuje a podporuje specifické nástroje, které vedou k dosažení cílů environmentální politiky České republiky. Ty mají za úkol zajistit zachování, případně další zlepšování životního prostředí. Takového výsledku lze dosáhnout pomocí celospolečenského osvětového a motivačního působení, které vede k uplatnění zásad udržitelného rozvoje, k zvyšování efektivnosti v ekonomice, sociálním a environmentálním projektům, programům a činnostem. Dalším důležitým nástrojem je předcházení znečištění, podpora technologického vývoje, výzkumu a inovací. (Ministerstvo životního prostředí, 2022)

Mezřický (2005) uvádí, že mezi nástroje na ochranu životního prostředí patří právní prostředky, dobrovolné nástroje, výchova a informovanost, samoregulace a ekonomické nástroje. (Mezřický, 2005, str. 68)

### 3.2.1 Právní prostředky

Právní prostředky lze chápat jako přímé nástroje, které vyjadřují, jaké chování firem a jednotlivců je přípustné a jaké chování je výslovně zakázáno, zároveň jaké postihy při porušení zákonů z toho plynou. Základním právním nástrojem, který se týká ochrany životního prostředí, jsou v České republice: *zákon o životním prostředí č. 123/1998 Sb., zákon České národní rady o Státním fondu životního prostředí č. 388/1991 Sb., zákon o České inspekci životního prostředí a její působnosti v ochraně lesa č. 282/1991 Sb.* Dále je využívána legislativa, která je zaměřena na nastavení prevence znečišťování, ekologické újmy, nastavení posuzování vlivů na životní prostředí a ochranu biodiverzity. Také existují nařízení a vyhlášky, které upravují chování v přírodních rezervacích, chráněných krajinných oblastech, národních parcích a další. (Mezřický, 2005, str. 68-69)

### 3.2.2 Dobrovolné nástroje a samoregulace

Dobrovolnost a samoregulace spolu velmi úzce souvisí. Firmy se mohou zcela dobrovolně a dle svého zvážení přihlásit k programu EMAS[3]. Tento program je v současné době nejznámější možnost, jak firmy mohou prezentovat, že při své činnosti berou ohled na životní prostředí, že při výrobě zboží a služeb pečlivě zvažují environmentální politiku. EMAS je součástí celkového systému řízení a jeho účelem je zohlednit požadavky na ochranu životního prostředí do celkové vize firmy a jejích každodenních činností. Zavedení programu se týká všech částí struktury firmy, způsobů rozdělení kompetencí, dostupných technologií, procesů, finančních zdrojů a další. Systém environmentálního řízení mohou firmy zavést prostřednictvím některé ze standardizovaných metod (mezinárodní norma ISO 14001, Program EMAS), nebo ho mohou zavést neformálně čili bez ověření nezávislou třetí stranou s certifikací. Velkou výhodu může firmám přinést právě certifikace. Především jde o zlepšení konkurenceschopnosti, vztahů ve firmě, mezi firmami, vztahy vůči veřejnosti i

[3] EMAS – Eco Management and Audit Scheme – Systém environmentálního řízení a auditu

státním organizacím, vztahy v rámci společenské a environmentální etiky a v neposlední řadě vyzdvihnutí jména firmy. Zároveň je nutné brát v úvahu negativa celého systému. Za hlavní nevýhodu programu EMAS jsou považovány náklady, které jsou spojené se zavedením, nutné je ale zmínit, že zároveň zvyšují hodnotu firmy. Jde i o platby nezávislým environmentálním auditorům. Mezi další nevýhody se řadí jasně daná pravidla, která je nutné splnit pro dosažení tohoto programu. EMAS vyžaduje úvodní přezkoumání s cílem identifikace environmentálních aspektů firmy. Následně se firma musí zavázat k soustavnému zlepšování chování v environmentálních činnostech, které posuzuje enviromentální ověřovatel. O registraci k tomuto systému musí firma informovat své zaměstnance, všechny strany, se kterými spolupracuje a obchoduje i místní samosprávu. Firma musí poskytnout veřejné prohlášení o svém environmentálním chování. Prohlášení se porovnává s dosaženými výsledky a environmentálními cíli firmy. Tím se zjišťují důležité kroky, které je třeba podniknout, aby v budoucnosti napomohly k šetrnému podnikání v oblasti udržitelného rozvoje firmy. (Ministerstvo životního prostředí, 2022)

Mezřický (2005) samoregulaci ve firmě popisuje jako vytvoření zásad chování, které jsou v oblasti udržitelného rozvoje velmi žádány a kontrolovány. Oproti tomu stojí zapojení veřejné správy, která dohlíží na dodržování stanovených pravidel. Dále popisuje nástroj dobrovolnost, který je vysvětlen jako dobrovolné rozhodnutí firmy uzavřít spolupráci s veřejnou správou, s ohledem na dodržování předem určených podmínek a jejich vymáhání. (Mezřický, 2005, str. 70-71)

### 3.2.3 Environmentální účetnictví

Účetnictví udržitelného rozvoje vyjadřuje aktivity v rámci strategie udržitelného rozvoje. Tento významný nástroj monitoruje, jak se společensky odpovědný přístup firmy odráží na jejím výsledku hospodaření a jestli přispívá k úspěšnému podnikání. Environmentální účetnictví se opírá o ekonomický, sociální a environmentální pilíř, a to, jak spolu navzájem souvisí. Jsou zde sledovány náklady ve finančním vyjádření na ekologicky šetrné postupy, které firma realizuje. Například to mohou být náklady související s čistou energií, náklady na zpracování a likvidaci odpadu a další. Výsledky účetnictví udržitelného rozvoje slouží managementu firmy pro rozhodování o dalším přístupu a směřování firmy v této oblasti. Následovat by měl reporting v podobě zpráv o udržitelném rozvoji, které mohou být také

součástí výročních zpráv firem. Firmy tím mohou deklarovat svůj přístup k udržitelnému podnikání všem stakeholderům, partnerům, zaměstnancům i veřejné správě. V České republice je prosazování ekologického podnikání řešeno z pohledu mikro a makro ekonomie. Makroekonomické pojetí posuzuje stav životního prostředí a společnosti v souvislosti s výsledky ekonomiky státu. (Ministerstvo životního prostředí, 2022)

### 3.2.4 Výchova a informovanost

Toto hledisko se zabývá tím, jak jsou firmy a územní celky schopny reagovat na změny v rámci environmentálních nároků. Firmy reportují o svých aktivitách, které souvisí s udržitelným rozvojem, o vyprodukovaných výrobcích a poskytnutých službách. Důležitým hlediskem je také informovanost veřejnosti, což podporuje její zapojení do tématu. (Mezřický, 2005, str. 72)

### 3.2.5 Ekonomické nástroje

Ekonomické nástroje jsou oproti legislativě nepřímými nástroji. Jedná se o takové prostředky, které vybízejí a nutí k chování, které zohledňuje udržitelný rozvoj a zároveň odrazuje od znečišťování přírody. Z tohoto hlediska rozlišujeme stimulaci pozitivní a negativní. (Ministerstvo životního prostředí, 2022)

Pozitivní stimulace představuje finanční prostředky, které jsou poskytovány na činnosti, při kterých se zohledňuje životní prostředí. Ty jsou poskytovány z veřejných rozpočtů jednotlivcům, firmám, ale i městským samosprávám. Konkrétně jde o příspěvky na zamezení znečištění životního prostředí, daňové zvýhodnění, dotace, zvýhodnění půjček na nákup moderních technologií. To představuje značné usnadnění pro přechod na nové ekologické technologie, které jsou pro většinu firem ekonomicky nákladné. Příspěvky mohou být také využity na rozvoj v oblasti ochrany životního prostředí. (Ministerstvo životního prostředí, 2022)

Typickým příkladem negativní stimulace jsou poplatky za vypouštění škodlivých látek a znečišťování ovzduší. Škodliviny mohou vyvolat mnoha lidem zdravotní komplikace, přičemž za léčení musí zaplatit i nemalé částky a také se mohou dostat do pracovní

neschopnosti. A přesně tyto náklady způsobil ten škoditel, subjekt, který vypustil škodlivé látky do ovzduší, zároveň problémy nesou ti, kteří dýcháním škodlivých látek onemocněli. Při porušení jednotlivých zákonů o ochraně životního prostředí jsou firmy či jednotlivci povinni zaplatit postihující poplatky za využívání přírodních zdrojů. Postihy přispívají k omezování množství škodlivin uvolňovaných do životního prostředí a množství využívání přírodních zdrojů. Platí, že čím více firmy za tyto poplatky hradí, tím více jsou nuceny používat šetrnější způsoby výroby a látky nebezpečné životnímu prostředí bezpečněji likvidovat. (Ministerstvo životního prostředí, 2022)

Ministerstvo životního prostředí každý rok zveřejňuje výši příjmů z poplatků ve *Statistické ročence životního prostředí*. Tyto výnosy poté stát využívá na úhrady havárií na životním prostředí, zároveň z těchto získaných prostředků jsou podporovány ekologické projekty a programy prostřednictvím dotací a půjček ze *Státního fondu životního prostředí*. V České republice se hradí poplatky z oblastí ochrany vod, ovzduší, ochrany půdního fondu, horninového prostředí a poplatky v rámci odpadového a obalového hospodářství. (Ministerstvo životního prostředí, 2022)

Daně jsou dalším ekonomickým nástrojem, který představuje povinné a nevratné platby do veřejného rozpočtu. Na rozdíl od poplatků, u daní neexistuje protihodnota a není pevně stanoveno, co z nich bude financováno. (Ministerstvo životního prostředí, 2022)

Jedním z největších poskytovatelů finanční podpory na ochranu životního prostředí je *Státní fond životního prostředí České republiky*, který se věnuje několika programům, jako jsou *Operační program Životního prostředí, Národní plán obnovy, Kotlíkové dotace, Nová zelená úsporám, Dešťovka, Modernizační fond*. (Ministerstvo životního prostředí, 2022)
Ekonomický nástroj, který stanovuje pro konkrétní oblasti maximální hladinu znečištění, kterou firmy nemohou přesáhnout, se nazývá *povolenka*. Tu získá firma, která svým znečištěním nedosahuje stanovenou hranici. Povolenku poté může firma prodat jiné firmě, která množství znečištění přesahuje. Tímto postupem jsou firmy motivovány ke snižování vypouštěných škodlivých látek. (Mezřický, 2005, str. 73)

V České republice je využíván zálohový systém na skleněné láhve od nápojů. Po konzumaci se prázdné láhve vrací zpět do prodejny, poté se vymývají a dále využívají ve stejné podobě.

Tématem diskusí je zavedení zálohového systému i na PET[4] láhve a plechovky. V dnešní době jsou již na čtyřech prodejnách v České republice umístěny automaty pro jejich vracení. Tento proces je zatím testován v pilotním provozu a jeho zavedení do toho běžného, by mohlo napomoci k redukci odpadu ve volné přírodě. (Udržitelný obal, 2022)

## 3.3 Environmentální ekonomie a ekonomika

Ekonomie je společenská věda, která vychází z reality ekonomického života společnosti. Studuje lidské chování a rozhodování, vztahy mezi lidmi ve firmách. Zároveň jakými způsoby lidé a firmy využívají vzácné a omezené přírodní zdroje. Základní podmínkou ekonomie je racionální chování lidí. Každý zúčastněný se rozhoduje, jak maximalizovat užitek z omezených zdrojů. Environmentální ekonomie hledá a nachází vhodné způsoby využívání zdrojů v souladu s přírodou. Stále více přibývají problémy politické, ekologické, zdravotní a další, které úzce souvisí s ekonomií. (Muchová, 2021, str. 22)

Environmentální ekonomie se zaměřuje na jednotlivce, u kterých zkoumá jejich chování a rozhodování. Také cílí na vládní politiky a instituce, které mají za úkol regulovat chování spotřebitelů, aby vznikal vyrovnaný vztah mezi potřebami ekosystému a lidskými nároky. Ke znehodnocení životního prostředí dochází tehdy, když se společnost chová neeticky a nemorálně. Environmetální ekonomie se také zabývá zaváděním regulací. Ty jsou důležité z toho pohledu, že společnost si ve většině případů neuvědomuje své chování a jednání s dopadem na životní prostředí. (Evropská agentura pro životního prostředí, 2022)

### 3.3.1 Ekonomické myšlení

Aby byla ekonomika co nejefektivnější, je nutné, aby řešila základní otázky. Firma si musí stanovit, jaké statky bude vyrábět a jaké služby bude poskytovat. To vše, v jakém množství, v jaké kvalitě a jaké vzácné zdroje bude spotřebovávat. Také nesmí chybět určení pomocí jaké techniky bude firma vyrábět a pro koho. (Muchová, 2021, str. 24)

[4] PET – Polyethylentereftalát – termoplast ze skupiny polyesterů

Ekonomická teorie předpokládá racionální chování firem, které spočívá v takovém objemu produkce, který bude spotřebiteli spotřebován. Zároveň předpokládá racionální chování spotřebitelů, kteří nakupují takové množství výrobků, které jsou schopni spotřebovat. Důležitým faktorem je primární spotřeba domácí produkce oproti dováženým výrobkům. (Muchová, 2021, str. 24)

### 3.3.2 Vzácné zdroje

Nedostatek zdrojů je jedním z hlavních problémů ekonomiky. Společnost by si měla uvědomit, že množství dostupných přírodních zdrojů je omezené a totéž platí i pro čas obnovitelnosti. Vše má své limity. Domácnosti, firmy i stát musí každý jednat racionálně, zvažovat ztráty, které utrpí, přínosy, které ze svých rozhodnutí získají oni sami, ale i příroda. (Muchová, 2021, str. 28)

Škodlivé látky uvolňované do ovzduší, vody a půdy jsou absorbovány přírodou a znehodnocují přírodní zdroje. Pro spravedlivý a udržitelný rozvoj je třeba propojit environmentální a ekonomické zásady a firmy i spotřebitelé musí být ochotni je přijmout a dodržovat. (Muchová, 2021, str. 29)

## 3.4 Společenská odpovědnost firem

Následující část této práce popisuje teoretické pojetí společenské odpovědnosti firem, její různé výklady a definice. Zároveň jsou uvedeny možné koncepty související se společenskou odpovědností firem, výhody a nevýhody prosazování tohoto konceptu.

Otázka společenské odpovědnosti firem je v dnešní moderní době stále častější. A to nejen v české společnosti, ale i na celém světě. Ve vyspělých zemích se zvyšuje tlak na firmy, aby začaly více vnímat svět kolem sebe a vedle svého primárního cíle, dosažení co nejvyššího zisku, se zabývaly i společenskou odpovědností a zájmy společnosti. Očekává se od nich, že budou věnovat pozornost společenské odpovědnosti a společenskému prospěchu. Společenská odpovědnost firem může mít významný vliv na chování spotřebitelů, vztahy s obchodními partnery i reputaci firmy. (Pavlík a Bělčík, 2010, str. 110)

Podle společnosti Ipsos[5], která v roce 2019 provedla výzkum, bylo zjištěno, že velké firmy v České republice by měly v rámci společenské odpovědnosti firem více podporovat oblasti životního prostředí a spravedlivého chování vůči zaměstnancům. (Ipsos, 2021)

### 3.4.1 Definice pojmu

Corporate Social Responsibility (CSR) v češtině představuje společenskou odpovědnost firem. V současnosti neexistuje taková definice, která by terminologicky sjednocovala tak široký a různorodý pojem, což Kunz (2012, str. 14) přisuzuje tomu, že CSR je dobrovolná aktivita a nemá jasné hranice. Vzniká tak prostor pro diskusi a různé výklady tohoto pojmu od různých zainteresovaných stran.

Většina definic je shodná v tom, že firmy jsou nedílnou součástí společnosti a mělo by jim záležet na kvalitě prostředí, ve kterém lidé žijí. Firmy mají povinnost vůči společnosti chovat se sociálně a odpovědně k životnímu prostředí i k sobě samé. (Kunz, 2012, s. 15)

Podle Mádlové (2010, str. 18), CSR je koncept, ve kterém se firmy dobrovolně rozhodují, zda chtějí přispívat k čistšímu životnímu prostředí a lepší společnosti.

Pokud firmy chtějí jednat v souladu s CSR, musí komplexně přemýšlet o svém působení ve společnosti a být připraveny zodpovídat za své aktivity. Nemohou se zaměřit pouze na ekonomické cíle. Firmy se musí podílet na minimalizaci negativních dopadů na životní prostředí a společnost. (Kunz, 2012, str. 15)

Putnová (2007, str. 18) definici rozšiřuje o činnosti, které přesahují rámec obchodních aktivit a zahrnují potřeby vnitřního i vnějšího prostředí, které přispívají ke zlepšení stavu společnosti.

CSR je důležitým novým přístupem v moderní ekonomice, trend CSR je důsledkem toho, že média posilují vliv, zájem veřejnosti, globalizaci nebo nový technologický vývoj. (Kunz, 2012, str. 18)

[5] Ipsos – světový lídr v oblasti výzkumu na trhu

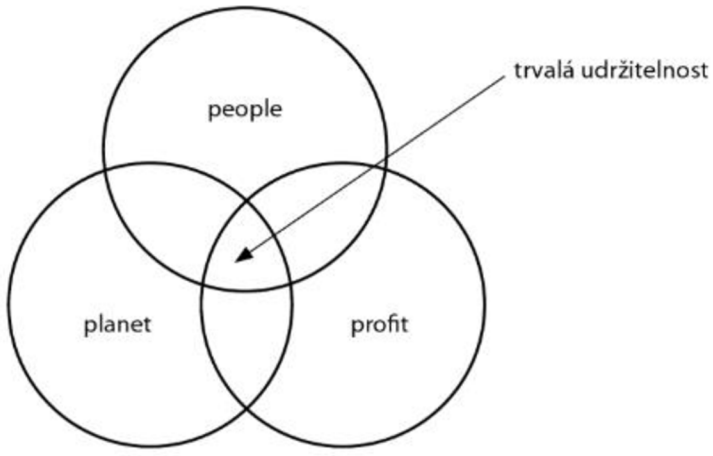
K CSR se vyjadřují čeští odborníci, například Mádlová (2010, str. 19), která upozorňuje, že CSR se netýká pouze soukromých firem, ale i veřejného sektoru, neziskových organizací a podnikatelů. Současně se toto téma týká jak velkých, tak i malých firem, které se tímto konceptem již řídí.

Také průzkum společnosti Ipsos zjistil, že definice CSR má stále větší význam a počet firem, které se CSR aktivitám věnují, stále roste. Význam společenské udržitelnosti a dopady činností firem na životní prostředí jsou lidmi stále více vnímány. (Ipsos, 2019)

Zajímavé je zmínit, že pro každou firmu jsou aktivity CSR dobrovolné a každá firma si dle svých priorit může stanovit rozsah a oblasti, kterým se v rámci společenské odpovědnosti bude věnovat, a to bez ohledu na předmět jejich podnikání. (Kunz, 2012, str. 17)

Koncept CSR se tedy opírá o tři hlavní pilíře – ekonomického, sociálního a environmentálního (vysvětleno v části 3.1.2). Toto rozdělení je také známé pod pojmem *triple-bottom-line*, neboli *3P*. Skládá se z částí profit (zisk), který zastupuje ekonomický pilíř, people (lidé), kteří zastupují sociální pilíř a environmentální pilíř zastupuje planet (planeta). (Kunz, 2012, str. 17)

*Obrázek 2: Tři pilíře CSR*




Zdroj: Tři pilíře CSR (Kunz, 2012, str. 20)

### 3.4.2 Stakeholdeři

Stakeholders je anglický název pro skupinu zainteresovaných stran, které jsou nějakým způsobem zapojeny do spolupráce s firmami. Tento termín se vztahuje na jednotlivce, skupiny lidí a subjekty uvnitř nebo mimo firmu. Jsou jimi zaměstnanci, zákazníci, akcionáři, dodavatelé, obchodní partneři, konkurenti, média a mnoho dalších. (Pavlík a Bělčík, 2010, str. 76-79)

Cílem firem by mělo být spravedlivé, spolehlivé a odpovědné jednání vůči všem stakeholderům. Díky kladné spolupráci mezi nimi dochází k pozitivním výsledkům v oblasti odpovědného chování. Koncept CSR by měl být zakomponován do strategického plánu firmy. Zainteresované strany jsou firmou ovlivňovány a přispívají k jejímu úspěchu. (Kunz, 2012, str. 80)

### 3.4.3 Pozitiva konceptu

Dle Pavlíka a Bělčíka (2010, str. 28-33) dodržování principů společenské odpovědnosti přináší firmám z dlouhodobého hlediska řadu finančních i nefinančních zisků a výhod, nebo jen „dobrý pocit z toho, že dělají něco dobře“. Na druhé straně jsou nutné výdaje finančních prostředků.

Mezi ty nejvýraznější finanční zisky patří zvýšení obratu díky dobrým vztahům se stakeholdery, dále úspory související s ekologickým chováním, což jsou úspory za energii, vodu, obalový materiál nebo odpad. Firma, která dodržuje pravidla CSR má dobrou image, je transparentní, posiluje svoji důvěryhodnost a tím více přitahuje investory. Zároveň má dobrou pozici na trhu práce. Zaměstnanci většinou vnímají CSR jako prestiž. Firma tak může získávat kvalitnější, dlouhodobé i loajální zaměstnance a současně s vytvářením podmínek zvyšovat jejich produktivitu. To se projeví v nárůstu produkce výrobků a služeb firmy. (Pavlík a Bělčík, 2010, str. 28-33)

Níže uvedená tabulka shrnuje některé pozitivní přínosy pro jednotlivé skupiny.

*Tabulka 1- Přínosy CSR*

| Skupina | Hlavní výhody |
|---|---|
| Klienti organizací praktikujících CSR | • zvyšování kvality nakupovaných produktů/služeb<br>• inovace organizací vedoucí k širší nabídce produktů/služeb |
| Zaměstnanci organizací praktikujících CSR | • zlepšování pracovního prostředí<br>• zvyšování péče o zaměstnance, o rozvoj jejich kvalifikace |
| Dodavatelé spolupracující s organizacemi praktikujícími CSR | • zefektivnění a zprůhlednění dodavatelsko-odběratelských vztahů<br>• pozitivní tlak na zvyšování kvality služeb dodavatelů |
| Občané | • zlepšující se životní prostředí v konkrétním regionu<br>• zlepšující se sociální vztahy v regionu |
| Veřejný sektor | • zlepšující se kvalita a dostupnost veřejných služeb (díky finanční a kapacitní podpoře organizací praktikujících CSR)<br>• úspora finančních prostředků |
| Organizace praktikující CSR | • zvýšení zisku z dlouhodobého hlediska<br>• zvýšení hodnoty organizace<br>• zvýšení produktivity a kvality<br>• snížení nákladů, resp. zvýšení efektivity<br>• zvýšení loajality klientů<br>• kvalitní, loajální a motivovaní zaměstnanci<br>• dobré vztahy v komunitě, v níž firma působí<br>• přímé finanční úspory ze zavádění environmentálních opatření<br>• větší důvěryhodnost a přitažlivost pro investory (zjednodušený přístup k dodatečnému kapitálu)<br>• konkurenční výhody vůči firmám bez vlastní CSR strategie<br>• zlepšení reputace a spojování organizace s kladnými hodnotami |

Zdroj: Pavlík a Bělčík, 2010, str. 29

### 3.4.4 Negativa konceptu

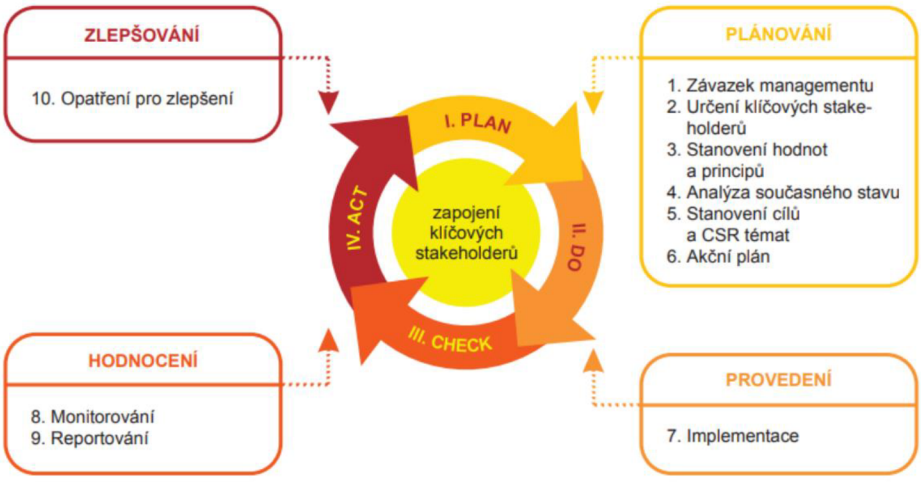
Oficiální a transparentní zavedení CSR do řízení firmy s sebou nese v krátkodobém období výdaje nemalých finančních prostředků především do konkrétních projektů a na odborný tým lidí, který tuto oblast ve firmě řídí. Zároveň je pro efektivní CSR nutná investice do kvalitního reportingu a prezentace zaměstnancům, ostatním stakeholderům i veřejnosti. Tyto investice mohou být zejména pro menší firmy překážkou. Poměrně často se můžeme setkat s tím, že firmy používají koncept CSR jako marketingový a propagační nástroj, aby si zlepšily pověst a pouze předstírají, že jsou společensky odpovědné. (Pavlík a Bělčík, 2010, str. 38-39)

### 3.4.5 Implementace

Pavlík a Bělčík (2010) uvádějí, že vytvoření koncepce CSR a její implementace ve firmě je dlouhodobý a velmi obtížný úkol. Výsledný směr, kterým se firma bude ubírat, musí být komplexní, zároveň musí poskytovat řešení pro případnou změnu a optimalizaci stávajících procesů a činností. Cílem zavedení aspektů společenské odpovědnosti do firmy je začlenit aktivity do ekonomické, sociální a environmentální oblasti. Jde o propojení úspěšné integrace s vizí, kulturou a hodnotami firmy. (Pavlík a Bělčík, 2010, str. 65)

Pavlík a Bělčík (2010) rozdělují proces implementace CSR do čtyř fází. V první fázi jde o definici vize CSR, určení, které aspekty CSR firma do své strategie zahrne a hodnocení stávajících přístupů s ohledem na současný stav směřování firmy. Zároveň je přijat akční plán, ve kterém si firma stanoví konkrétní kroky. Ve druhé fázi se implementují postupy z oblasti CSR do praxe. Třetí fáze je zaměřena na monitorování a reportování aktuálního stavu. Čtvrtá, poslední, fáze nabízí prostor pro přijetí námětů a opatření pro zlepšení. (Pavlík a Bělčík, 2010, str. 66)

*Obrázek 3: 8 – 10 kroků k implementaci CSR zasazené do rámce PDCA*[6]




Zdroj: Steinerová, 2008, str. 18

[6] PDCA – plan-do-check-act – naplánuj-proveď-ověř-dělej – opakující se metoda neustálého zdokonalování

Kunz (2012, str. 110) uvádí, že je nutné zajistit, aby CSR přineslo dlouhodobé výsledky a musí být zřejmá neustálá podpora od vrcholového vedení firmy. Počáteční fázi je třeba věnovat maximální pozornost. Důležitým krokem je zjistit postoje zaměstnanců a vedení firmy k CSR, interní a externí motivační podněty. (Kunz, 2012, str. 110)

Zpravidla je určen pracovní tým, který koordinuje aktivity CSR ve firmě, konzultuje postupy a cíle se stakeholdery a rozhoduje o rozdělení zdrojů. CSR tým by měli tvořit zástupci top managementu, HR[7] a PR[8] týmů, marketingu, obchodní zástupci, případně další zaměstnanci. (Steinerová, 2008, str. 20 a 22)

V závěrečných fázích CSR se vyhodnocují dosažené výsledky (v části 3.4.3). Pro kontrolu je nutná aktivní účast všech zainteresovaných stran. Pracovní tým vytváří reporty, které poskytují ucelený obraz o výkonnosti CSR, údaje o plnění cílů, zároveň by tato zpráva měla stanovit nové cíle pro další období. Reporty o společenské odpovědnosti firmám slouží nejen k prezentování firmy, ale i jako nástroj pro manažery ke stanovení nových strategií a měření rozvoje firmy. (Steinerová, 2008, str. 23 a 26)

V rámci opatření ke zlepšení lze změnit strategii k CSR nebo aktivity rozšířit. Údaje a měření jsou důležitými hnacími silami ke změnám a poskytují oporu pro přijímání důležitých rozhodnutí. (Steinerová, 2008, str. 24)

### 3.4.6 Reportování a hodnocení

Doporučuje se, aby firmy podávaly stakeholderům zprávy o provádění činností v oblasti CSR. K tomu firmy mohou využít CSR report. Ten má dvě role, slouží jako komunikační nástroj a nástroj pro řízení. Důvěryhodnost reportu CSR podporuje vedení firmy, uvedení personální zodpovědnosti a také vyjádření třetích nezávislých stran. Zároveň report musí být úplný, zahrnovat všechny činnosti firmy a jejich dceřiných společností v dané zemi. Měl by obsahovat všechny zprávy o klíčových oblastech dopadů na životní prostředí a společnost. Report CSR musí mít význam a přinášet užitečné poznatky. Neméně důležitý je formát tohoto reportu, jeho grafická úprava, zpráva by měla být přehledná, srozumitelná a

[7] HR tým – Human Resources – oddělení lidských zdrojů
[8] PR tým – Public Relations – oddělení vztahů s veřejností

přiměřeně dlouhá. Report může obsahovat tabulky a grafy a je vhodné, aby měl tištěnou i elektronickou verzi. (Pavlík a Bělčík, 2010, str. 89-90)

K ověření reportu CSR a vyhodnocení ekonomických přínosů firmy stále více využívají nezávislé třetí strany – audit. Nově se v reportech objevuje trend, kdy firmy definují své procesy řízení CSR se zaměřením na budoucnost. Velké firmy uplatňující společenskou odpovědnost usilují o to, aby je jejich dodavatelé i odběratelé následovali. Tím, že informují, co v oblasti CSR podnikají, sdělují informace o hodnotách své firmy a o produktech a službách, které prodávají. Zároveň dávají dobrý vzor firmám, které se mohou také zapojit. Malé a střední podniky mohou mít širší dopad působnosti v této oblasti, protože mají bližší kontakt na samosprávu obcí a mohou být ve svých obchodních aktivitách zodpovědnější. (Pavlík a Bělčík, 2010, str. 90)

Firmy informují o svých aktivitách v oblasti CSR též veřejné činitele a zaměstnance. Považuje se za důležité, aby své zaměstnance informovaly a snažily se je zapojit k aktivnímu přispívání, neboť do tohoto procesu mohou přinést přidanou hodnotu a zvýšit pocit sounáležitosti s firmou. Způsobů, jak efektivně komunikovat se zaměstnanci je více, závisí na počtu zaměstnanců a dostupných prostředků. Zaměstnanci mohou být s CSR seznámeni již při podpisu pracovní smlouvy. Je to příležitost, jak zaměstnance poučit o odpovědném chování a závazcích vůči společnosti a životnímu prostředí. Dále firma může využít schránky, prostřednictvím kterých mohou zaměstnanci anonymně vyjádřit svůj postoj k CSR aktivitám. Od zaměstnanců lze očekávat, že budou svoji firmu inspirovat k novým nápadům a ke zlepšení stávajících aktivit. Kromě toho mohou firmy poskytovat zaměstnancům informace prostřednictvím pravidelných schůzek, informovaných snídaní, propagačních materiálů, e-mailů, videí nebo prostřednictvím webového portálu firmy. (Pavlík a Bělčík, 2010, str. 94-96)

Informace o aktivitách CSR je možné zákazníkům sdělit prostřednictvím etiket a obalů jejich výrobků. Tím se výrobky mohou odlišit od konkurence. Většinu spotřebitelů zajímá, jestli je například výrobek šetrný k životnímu prostředí, zda byl vyrobený z recyklovatelných materiálů, zda je ekologický, bez chemických látek, zda se jedná o ruční výrobu nebo zda je část zisku použita na charitativní podporu a další. Při zahájení aktivit CSR může firma

uspořádat různé akce, například tiskovou konferenci, aby upoutala pozornost veřejnosti. (Pavlík a Bělčík, 2010, str. 97)

Společenskou odpovědnost lze hodnotit analýzou obsahu výročních zpráv. Potřebné informace pro analýzu jsou snadno dostupné, ale nevýhodou této metody hodnocení CSR jsou různé přístupy k obsahu zveřejňovaných zpráv, nedostatek výročních zpráv a neexistence jednotné metodiky pro vyhotovení výročních zpráv, což ztěžuje porovnání jedné firmy s druhou. Nevýhodou této metody může být i to, že výroční zprávy mohou obsahovat neúplné nebo záměrně zkreslené údaje. (Pavlík a Bělčík, 2010, str. 106)

Dalším způsobem hodnocení CSR je průzkum pomocí dotazníkového šetření. Jeho nevýhodou mohou být úmyslně nebo neúmyslně zkreslené odpovědi respondentů, které lze částečně zmírnit například zařazením kontrolních otázek nebo různých testů, že dotazník nevyplňuje robot. (Pavlík a Bělčík, 2010, str. 107)

Podle různých průzkumů je možné hodnotit výkonnost aktivit CSR ukazatelem reputace, podle umístění v různých žebříčcích hodnotící image firmy[9]. Tento ukazatel zohledňuje názory skupin z okolí firmy, a proto mohou být názory subjektivní. Často je kritizováno, že na předních příčkách se umisťují jen velké a známé firmy. (Pavlík a Bělčík, 2010, str. 107)

Autorka práce si v níže uvedené praktické části (část 4.1.1, 4.3.1, 4.3.2) zvolila metody hodnocení CSR aktivit pomocí výroční zprávy, dotazníkového šetření a rozhovorů. Tyto metody byly vybrány z důvodu dostupnosti informací a předpokládané rozmanitosti názorů respondentů (managementu a zaměstnanců vybrané firmy).

[9] image firmy – postavení a vnímání firmy na trhu

# 4 Praktická část

## 4.1 Představení firmy

FTV Prima, spol. s r.o. (dále jen FTV Prima, televize nebo firma) je česká mediální společnost, jejímž většinovým vlastníkem (88 %) je česká firma GES Group sídlící v Praze. Dle iPrima (2022) FTV Prima provozuje celoplošné vysílání programů *Prima TV, CNN Prima News, Prima Cool, Prima Love, Prima Zoom, Prima Max, Prima Krimi, Prima Plus, Prima Star a Prima Show*. (iPrima, 2023)

Úplně první vysílání započalo v roce 1992, o dva roky později získala televize povolení k celoplošnému vysílání, které bylo prodlužováno. Od roku 2005, kdy do televize vstoupil strategický partner MTG[10], začala televize nakupovat atraktivní zahraniční pořady a nové televizní formáty. Této strategie se drží dodnes.

Na konci roku 2018 byl spuštěn projekt *Prima SVĚT,* který trvá dodnes. Jeho cílem je zatraktivnění veřejných prostranství a vytvoření zábavných míst pro setkávání, odpočinek, ale i zábavu lidí v duchu filozofie „Je Prima být spolu“. (iPrima, 2023)

### 4.1.1 Účast firmy na projektech

Televize od svého vzniku podporuje charitativní projekty finančními prostředky, mediálním prostorem, spoluprací se známými osobnostmi, dobrovolnickou účastí zaměstnanců a obchodních partnerů. Dle iPrima (2022) televize dlouhodobě spolupracuje pod hlavičkou Prima SVĚT s *Českým výborem UNICEF, SOS dětskými vesničkami, Nadací Ronalda McDonalda i s Nadačním fondem Kapka naděje*. V roce 2020, kdy nadace Kapka Naděje slavila výročí 20 let od vzniku, FTV Prima odvysílala v hlavním vysílacím čase slavnostní galavečer. Při této akci bylo vybráno od dárců úctyhodných 27 847 629 Kč. (výroční zpráva FTV Prima, spol. s r.o., 2021; iPrima, 2020)

Mediálně, ale i aktivním zapojením zaměstnanců a spolupracovníků, dle iPrima (2022) FTV Prima podporuje *Nadaci Terezy Maxové dětem a její akce Teribear hýbe Prahou, aneb*

[10] MTG – Modern Times Group – mezinárodní televizní a rozhlasová skupina

*Prima den s medvědem*. Účastníci prostřednictvím ušlých kilometrů pomáhají při sbírce finančních prostředků. (výroční zpráva FTV Prima, spol. s r.o., 2021; iPrima, 2022)

Při nedávné mimořádné situaci způsobené koronavirem v roce 2020, FTV Prima v rámci projektu Prima SVĚT spustila kampaň *Sestřičky sestřičkám*. Za podpory herců seriálu *Sestřičky a Modrý kód, České asociace sester a Českého červeného kříže* oblíbení herci radili, jak správně dodržovat hygienická opatření a jak se chránit před nákazou koronavirem. Tato iniciativa také podporovala zdravotní sestry v první linii, které přicházely do každodenního kontaktu s pacienty nakaženými koronavirem, poskytovaly jim veškerou péči a mnohdy tak samy riskovaly své zdraví. Cílem byla finanční podpora sester v nemocnicích, seznámení veřejnosti s jejich snahou, a především poděkování za jejich úsilí. Celkem bylo ve sbírce vybráno 3 174 426 Kč. Tato částka byla rovnoměrně rozdělena mezi zdravotní sestry ve třiceti nemocnicích napříč všemi kraji, které byly nejvíce postiženy během pandemie. V období pandemie televize bezplatně poskytla obcím a krajům mediální prostor a prostřednictvím několika desítek reportáží FTV Prima pomohla k informování veřejnosti o aktuálním dění. Tato krizová sdělení zhlédlo více než 2,9 milionu diváků. (výroční zpráva FTV Prima, spol. s r.o., 2021; Znesnáze, 2021)

Pod záštitou projektu Prima SVĚT se televizi podařilo během pandemie zrealizovat novou *zábavně-naučnou stezku* s *názvem Prima ZOOM v severních Čechách v obci Zahrádky u České Lípy*. Trasu stezky tvoří celkem deset interaktivních zastávek nejen historických faktů, ale i zajímavostí ze světa místní fauny a flóry. Stezka je obohacena dětskými herními prvky a sochami vyřezávanými místními umělci. Dříve byly podobné projekty realizovány na *dětském hřišti Primáček v Řevnicích u Prahy a v Barokním areálu Skalka v Mníšku pod Brdy*. Projekty vznikly ve spolupráci s obcemi, místními obyvateli a umělci. (Prima SVĚT, 2018)

Na jaře roku 2020 byla realizována akce *Alej Bedřicha Smetany v Obříství*. Jde o komunitní projekt skupiny Prima SVĚT na podporu místních komunit k tvorbě a zvelebení veřejných prostranství. Ve spolupráci zaměstnanci FTV Prima a zaměstnanci firmy Tipsport sázeli stromy čili budoucnost v obci Obříství, kde žil Bedřich Smetana a složil zde své legendární dílo *Prodaná nevěsta*. Projekt podpořily i známé osobnosti. (Prima SVĚT, 2021)

*„Hlavním cílem komunitního projektu Prima SVĚT je zatraktivňovat společná prostranství, a tím podporovat místí komunity. Nová Alej Bedřicha Smetany tak perfektně zapadá do celého konceptu. Alej vyrostla hned vedle technické památky Labský jez, kde lemuje frekventovanou turistickou trasu. Prostranství je doplněno i o altán Svatopluka Čecha, který svým dřevěným designem doplňuje krajinu Polabské nížiny a tvoří tak místo pro společenská setkávání a pořádání venkovních akcí. Pro ty nejmenší je k dispozici interaktivní pexeso s typickou tématikou pro obce v Obříství.“* říká Aleš Pýcha, marketingový ředitel skupiny Prima, v rozhovoru pro Prima SVĚT, v roce 2021.

*„Heslem kampaně Nadace Tipsport je: Jeden Čech, jeden strom! – a naším cílem je vysadit v rámci iniciativy Sázíme budoucnost deset milionů stromů. Sázíme stromy po celé republice. Výsadba dubové aleje v malebné obci Obříství na Mělnicku byl výjimečnou událostí se skvělými partnery a těší mě o to víc, že se do ní zapojila spousta kolegů z Tipsportu.“* uvádí ředitelka Nadace Tipsport Lucia Štefánková, v rozhovoru pro Prima SVĚT, v roce 2021.

Na tomto projektu se také aktivně podílely kutilské pořady FTV Prima a jejich hlavní tváře, které navrhly a zhotovily originální lavičky pro návštěvníky aleje. Způsobem výroby a vzhledem krásně zapadají do malebné krajiny. (Prima SVĚT, 2021)

FTV Prima se stala v roce 2021 silným mediálním partnerem projektu *POHO 2030*. V rámci tohoto projektu jsou každoročně pořádány aktivity pro širokou veřejnost, které mají za cíl zvýšit povědomí o horské krajině a nabídnout zajímavé kulturní aktivity nejen pro místní komunitu. Zároveň je cílem transformace území mezi městy Havířov, Karviná a Orlová, kde se v minulosti těžilo uhlí a poslední provozované doly budou brzy uzavřeny. Příspěvkem 150 000 Kč se FTV Prima, v rámci projektu Prima SVĚT, podílela na realizaci naučné stezky v zámeckém parku v Orlové. Ta byla slavnostně otevřena koncem srpna v roce 2022. (Prima SVĚT, 2022)
Dalším uskutečněným eventem byl ve stejném roce udržitelný hudební festival *reBarbora*. Šlo o první udržitelný festival konaný v České republice i ve střední Evropě, zaměřený na bezobalový provoz, minimalizaci a následné využití odpadu. Používaly se vratné a omyvatelné kelímky na všechny nápoje i pokrmy. Část elektřiny byla použita z obnovitelných zdrojů. Organizátoři měli za cíl minimalizovat dopady na životní prostředí a tím tak inspirovat jiné pořadatele podobných akcí. (Prima SVĚT, 2022)

*„Značka POHO 2030 už dávno překročila hranice regionu, proměna území ale musí dávat smysl hlavně místním lidem. Pro ně chceme chystat akce, které ukážou zdejší místa živá a v plné kráse, aby věděli, že je na co být hrdý a že zdejší unikátní krajina může být klíčem k úspěchu regionu. Skupina Prima je důvěryhodný partner tady i v jiných regionech, tak díky ní můžeme lépe inspirovat a motivovat.“* říká koordinátor projektu Petr Birklen, v rozhovoru pro Prima SVĚT, 2022.

*„Vizí skupiny Prima je bavit lidi, a to nejen u televizních obrazovek. S touto myšlenkou také před několika lety vznikl charitativní projekt Prima SVĚT, jehož prostřednictvím každý rok realizujeme dětská hřiště, naučné stezky i dětské koutky v nemocnicích. Jsme rádi, že můžeme navázat spolupráci s městem Orlová a realizovat náš první projekt v této pohornické krajině. Díky nově vznikajícím projektům i nadšenému přístupu lokální komunity se naše spolupráce postupně rozšířila o další společné aktivity se zapojením dalších značek skupiny Prima.“* informuje marketingový ředitel skupiny Prima Aleš Pýcha v rozhovoru pro Prima SVĚT, v roce 2022.

*„Pohornickou krajinu Karvinska chceme v nejbližších letech významně proměnit. Díky transformaci se sem mají vrátit lidé, a to za zábavou, odpočinkem nebo i podnikáním. Připravuje se tu několik rozvojových projektů a rozhodně je na místě dát lidem vědět, na co se v této krajině mohou těšit. Proto jsem rád, že má náš program POHO 2030 tak silného mediálního partnera, jako je televize Prima.“* tímto rozhovor pro Prima SVĚT uzavřel hejtman Moravskoslezského kraje Ivo Vondrák, v roce 2022.

## 4.2 Rozhovory a dotazníkové šetření

Cílem zjišťování, které autorka uskutečnila pomocí vedených rozhovorů a dotazníkového šetření, je zjistit chování a postoje managementu a zaměstnanců firmy v oblasti CSR. Porovnat jejich názory, vyhodnotit je a případně navrhnout projekty, které by pro zaměstnance i management byly natolik zajímavé, že by se jim obě zúčastněné strany věnovaly.

### 4.2.1 Způsob sběru dat a plán výzkumu

Aktivity CSR v FTV Prima jsou hodnoceny na základě získaných informací a zpráv, které firma zveřejňuje a jsou veřejnosti dostupné, také pomocí odpovědí získaných z rozhovorů s managementem a osobních zkušenostech autorky práce, jako zaměstnankyně v dané firmě.

Pomocí rozhovoru a e-mailové komunikace byly zjištěny názory managementu. Pro získání informací od zaměstnanců byla použita metoda dotazníkového šetření, realizovaná elektronickou formou. Následně jsou tyto dva pohledy na aktivitu firmy v oblasti CSR porovnány, zhodnoceny a jsou navrhnuty možnosti.

### 4.2.2 Omezení rozhovorů a dotazníkového šetření

Uskutečněný rozhovor, e-mailová komunikace a dotazníkové šetření mají několik omezení v interpretaci výsledků. Komunikace ohledně aktivit CSR probíhala na úrovni vedení firmy rozhovorem, pro doplňující dotazy byl použit e-mail. Zapojili se tři manažeři, z HR, PR a marketingového oddělení. Tyto osoby si přáli zachovat svoji anonymitu, jejich názory a postoje byly převážně shodné, proto je autorka dále popisuje jako „názory a postoje managementu“.

Požádání zaměstnanců o vyplnění dotazníku se uskutečnilo dne 9. ledna 2023. Aktivita dotazníku byla omezena, trvala deset pracovních dnů. Termín pro vyplnění vypršel 20. ledna 2023. Dotazník určený pouze zaměstnancům FTV Prima byl navržen tak, aby byla dodržena anonymita a umožněna dobrovolnost jeho vyplnění. Jednalo se o dotazník vytvořený v aplikaci *Survio* v elektronické podobě. Možnost vyplnění dotazníku byla pouze v českém jazyce, jiná jazyková varianta nebyla vytvořena. Dotazník byl distribuován prostřednictvím firemního e-mailu zaměstnancům na různá oddělení firmy. Tato metoda se v dnešní době jeví jako nejefektivnější, nejrychlejší a často využívaná. Pro získání co nejvyššího počtu odpovědí pomohlo oslovení zaměstnanců ještě napřímo, ale i žádosti o rozšíření dotazníku mezi další zaměstnance ve firmě. Díky tomu se počet respondentů zvýšil. Od oslovených zaměstnanců se podařilo získat celkem 132 odpovědí.

V hodnocení výsledků dotazníkového šetření je nutné zohlednit to, že získané odpovědi vyjadřují názory pouze úzké skupiny zaměstnanců, v poměru k jejich celkovému počtu.

Zároveň hodnocení může být ovlivněno samotnou autorkou, která je v dané společnosti zaměstnána.

## 4.3 Výsledky rozhovorů a dotazníkového šetření

Zjišťováním bylo získáno povědomí respondentů o základních principech a pojmech CSR, jejich postoj k začlenění aktivit CSR do řízení a činností firmy. Je možné zkoumat a porovnávat motivace, které vedou k iniciativám CSR, také vnímat přínosy a překážky jejich realizace a ochotu zapojit se do aktivit CSR.

### 4.3.1 Management

Názory a postoje managmentu FTV Prima v oblasti udržitelného podnikání byly získány na čtyřech osobních schůzkách se všemi třemi zástupci společně. Doplňující dotazy byly následně zodpovězeny ještě e-mailem. Na schůzkách měl možnost každý účastník odpovědět na každou otázku samostatně, pokud byla odpověď shodná, autorka ji uvádí pouze jednou.

Kladené otázky autorkou směřovaly na oblasti CSR, konkrétní kroky, které firma činí, prezentaci aktivit CSR zaměstnancům i stakeholderům, zda jsou informováni o názorech a postojích svých zaměstnanců, na možnosti motivace zaměstnanců, na vnímání dopadů a přínosů CSR pro firmu. Souhrn otázek a odpovědí je uveden v příloze č. 1.

Z rozhovorů vyplývá, že firma téma ochrany životního prostředí a zapojení do CSR aktivit vnímá pozitivně. Podle managementu v minulosti několik partnerských projektů již podpořili. Pro získání více informací o projektech, autorce doporučili informace uvedené ve výroční zprávě (v části 4.1.1). Management se domnívá, že pro část jejich zaměstnanců není problematika CSR velkou prioritou a nejsou natolik přesvědčeni o jejich ochotě přispívat do oblasti odpovědného podnikání.

K informovanosti zaměstnanců se management vyjadřuje, že jsou informováni dostatečně prostřednictvím interního portálu, ke kterému má přístup každý zaměstnanec a

prostřednictvím společných schůzek. Pro vyjádření názorů a připomínek mají zaměstnanci k dispozici anonymní e-mailovou schránku s QR kódem[11].

Akce s ekologickým podtextem, které v nedávné době FTV Prima pořádala s možnou účastí zaměstnanců jsou sázení stromů, bazárek oblečení. Aktuálně na pracovišti firma podporuje třídění odpadů, do svého televizního vysílání zařazuje pořady a reportáže s tématikou životního prostředí, poskytuje mediální prostor pro konání sbírek.

Pro své zaměstnance firma pořádá soutěže o volné vstupenky na různé akce, vstupenky do divadla či kina. Tyto soutěže se však netýkají ekologických projektů. Získání volných vstupenek je součástí spolupráce s obchodními partnery FTV Prima.

Cílenou motivační finanční odměnu zaměstnancům firma neposkytuje, ale nabízí účast na některých charitativních akcích v pracovní době. Zároveň si management uvědomuje, že poskytnutí motivace může zvýšit zájem zaměstnanců o CSR.

Oficiální vstup do CSR management vnímá jako delší a náročnější proces, nejen finančně. Proto se FTV Prima věnuje CSR neformálně a výsledky zveřejňuje ve výročních zprávách. Zároveň vnímá, že CSR hraje významnou roli s pozitivními dopady na firmu.

Management navrhuje pokračování v již zavedených projektech, důslednější třídění odpadu, používání vratných obalů, snížit spotřebu papíru, elektřiny a vody. Dále uvádí, že se novým návrhům nebrání a management je ochotný o nich diskutovat.

### 4.3.2 Zaměstnanci

V úvodu dotazníku je uveden stručný komentář s vysvětlením účelu průzkumu a oslovení zaměstnanci byli informování, že je určený pouze pro zaměstnance FTV Prima a nelze ho šířit mimo firmu.

[11] QR kód – Quick Response – rychlá odezva

Dotazník tvoří tři typy otázek a odpovědí. Jedním typem je výběr pouze jedné možné odpovědi, dalším je výběr více možných odpovědí a posledním typem jsou otevřené otázky, kde měli respondenti možnost popsat svůj názor a postoj.

Jednotlivé části dotazníku jsou rozděleny do tematických oddílů. Ty se vztahují k povědomí o společenské odpovědnosti, vnímání dopadů aktivit CSR na respondenty, návrhům aktivit, kterých by se respondenti rádi zúčastnili, jejich motivaci a zájmu k účasti v projektech společenské odpovědnosti. Samostatný blok tvoří otázky na věk, pohlaví, způsob dopravy do zaměstnání, vzdálenost dojíždění a jak se udržitelnosti věnují ve své domácnosti.

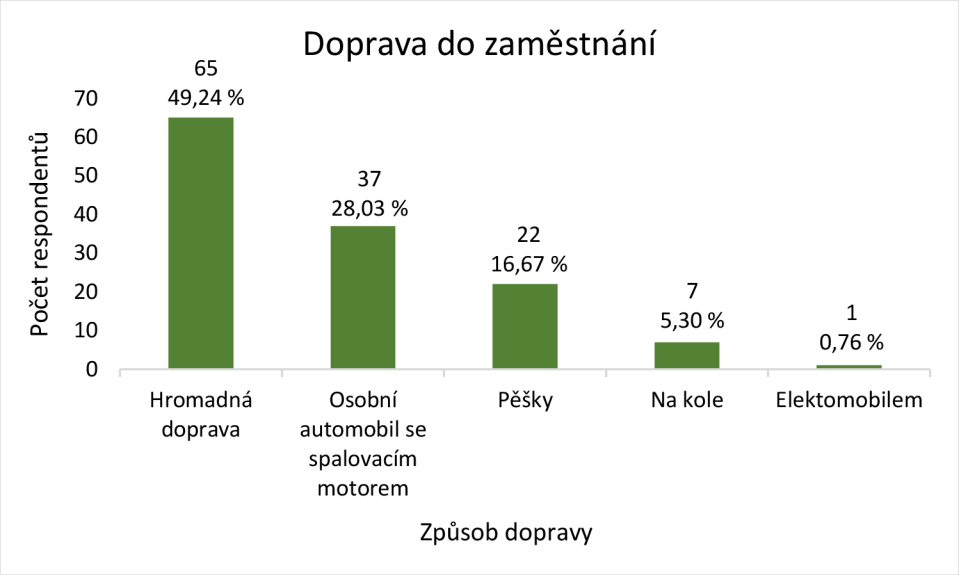
Před oficiálním spuštěním dotazníku proběhla komunikace s managementem firmy, dotazník byl konzultován a otestován. Tím byla umožněna přímá zpětná vazba a byly vyřešeny připomínky i dotazy. Na základě testování byl dotazník ještě poupraven a jeho finální podoba je uvedena v příloze č. 2.

Níže je shrnutí výstupu z dotazníkového šetření, které obsahuje šestnáct otázek.

První otázka je zaměřena na oblast ekologie a životního prostředí. O tuto oblast projevilo zájem 125 respondentů (94,69 %) a 7 respondentů (5,3 %) odpovědělo, že se o danou oblast nezajímá.

Ve druhé otázce se autorka dotazuje na způsob dopravy do zaměstnání. Z odpovědí vyplývá, že nejčastějším způsobem je hromadná doprava (49,24 %), následuje doprava osobním automobilem se spalovacím motorem (28,03 %), pěšky (16,67 %), na kole (5,30 %) a nejméně využívaným způsobem je doprava elektromobilem (0,76 %). Níže uvedený graf uvádí počty i procenta respondentů u jednotlivých způsobů dopravy.

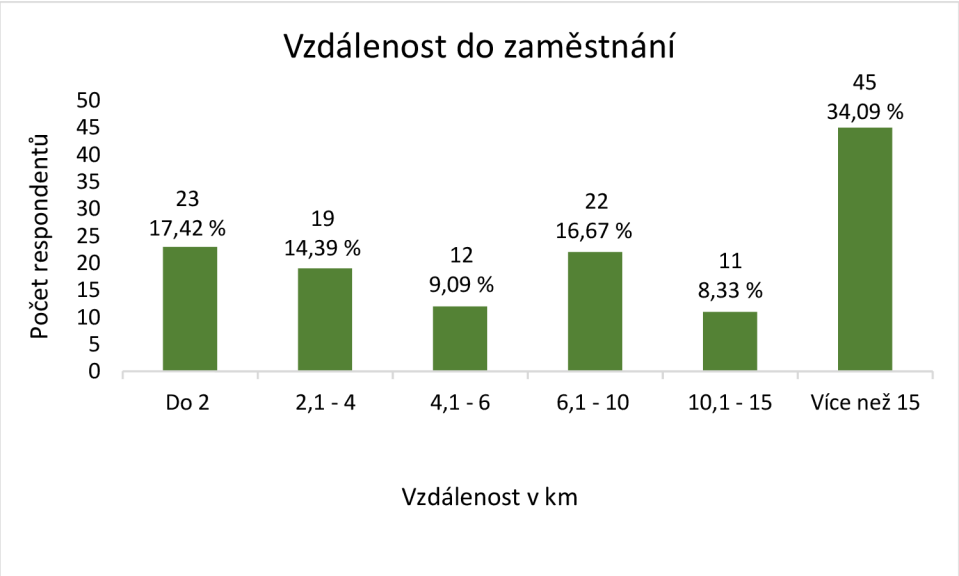
*Graf 1- Doprava do zaměstnání*




Zdroj: vlastní zpracování, 2023

Následující otázka souvisí s tou předchozí. Týká se vzdálenosti, ze které respondenti do zaměstnání dojíždějí. Nejvyšší počet respondentů dojíždí ze vzdálenosti více než 15 kilometrů (34,09 %) a nejnižší počet respondentů se dopravuje ze vzdálenosti 4,1 – 6 km (9,09 %). Níže uvedený graf uvádí počty i procenta respondentů u jednotlivých vzdáleností.

*Graf 2 - Vzdálenost do zaměstnání*




Zdroj: vlastní zpracování, 2023

Čtvrtá otázka zjišťuje povědomí o udržitelném rozvoji obecně. 120 (90,90 %) respondentů má povědomí a 12 (9,09 %) povědomí nemá.

Následující otázka je položena také na udržitelný rozvoj, zda se respondenti s tímto pojmem setkali v praxi. 90 respondentů (68,18 %) ano, zbylých 42 respondentů (31,82 %) ne.

Co si respondenti představují pod pojmem udržitelné podnikání vyjádřili pomocí otevřené odpovědi. Tři respondenti uvedli, že se s tímto pojmem nesetkali, ostatní odpovědi se spíše shodují, rozdíl je pouze ve formulaci odpovědí. Vybrané odpovědi respondentů autorka uvádí níže.

*„Podnikání, kdy jediným kritériem není finanční zisk, ale také odpovědnost vůči životnímu prostředí, společnosti a možnostem trvalého udržitelného rozvoje investic."*
*„Podnikání, kde se klade důraz na zaměstnávání znevýhodněných skupin, využívají se obnovitelné přírodní zdroje a šetří se na zbytečných výdajích."*
*„Podnikání, jehož součástí je starost o ekologii, například využívání obnovitelných zdrojů, recyklace. Také třeba péče o sociální potřeby lokality, kde má firma provozovnu."*
*„Lepší životní prostředí, využívání alternativních zdrojů energie, bezodpadové hospodaření."*
*„Podnikání, které dbá na ekologii a řeší problémy ostatních (například co s potravinami, které se neprodají v obchodech)."*
*„Ekologické chování, šetření energií, přemýšlení nad dopady svého jednání na životní prostředí."*

Sedmá otázka u respondentů zjišťuje, zda je aktivity v oblasti CSR ovlivňují při volbě svého zaměstnavatele. Přibližně jedna třetina respondentů uvádí, že je toto hledisko pro ně důležité, pro zbylé dvě třetiny důležité není. Více než polovinu, přibližně 51 % respondentů, ovlivňují spíše projekty firmy z jiných oblastí.

Převážná většina dotázaných projevuje zájem o projekty zaměstnavatele, které by podpořily ochranu životního prostředí. Přes 90 % respondentů má o takové aktivity firmy zájem.

V navazující deváté otázce respondenti opět odpovídali otevřenou odpovědí. Uvádí projekty, do kterých by se i se svými kolegy zapojili a podpořili tím životní prostředí. Podařilo se získat velmi rozmanité odpovědi, některé z nich jsou uvedeny níže.

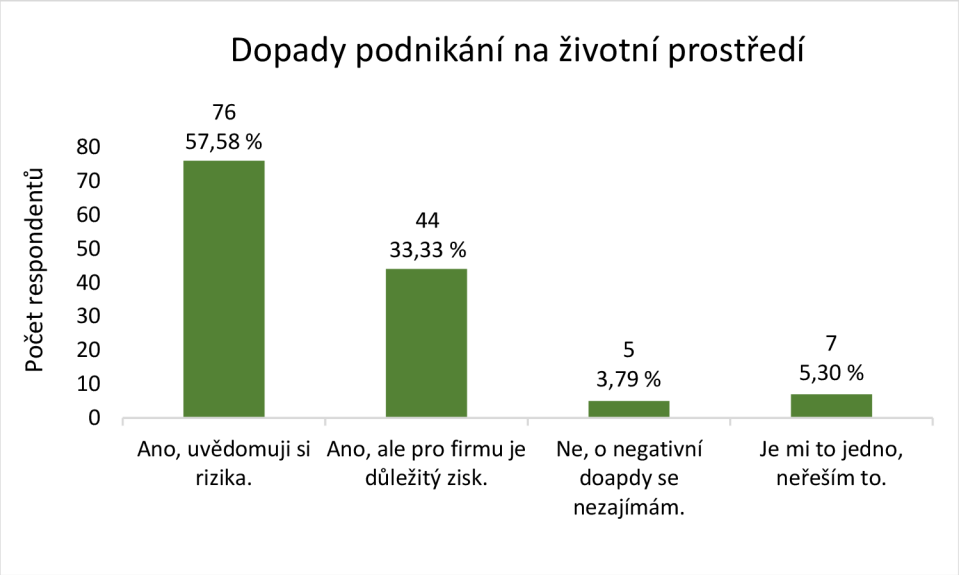
*„Výsadba stromů."*
*„V přírodě, aktivní konkrétní pomoc v dané oblasti."*
*„Větší důraz na třídění odpadů a méně plýtvání potravin."*
*„Určitě méně zbytečného papíru (papírové tašky, vouchery, letáky, kupóny…). Žijeme v době, kdy elektronická/online forma převládá nad papírovou. Lidé si čtou noviny a aktuální zprávy online. Dále bych více prosazoval látkové tašky z recyklovatelného materiálu než ty papírové, které se hned roztrhnou, většinou je doma každý založí mezi ostatních 100 papírových tašek a již je nevyužije."*
*„Úklid přírody kolem nás, ale i v okolí Primy."*
*„V naší firmě bych uvítala projekt Zachraňme Česko či v rámci přednášky motivovat zaměstnance k zero waste chování a aplikovat tyto principy i ve firemním chování a na pracovišti a výměnu oblečení."*
*„Sportovní akce, běh na podporu charity."*
*„Například v rámci teambuildingu vysadit pár stromů."*
*„Projekt Do práce na kole, ten už funguje, takže by stačilo se k němu přidat."*
*„Nějaká odměna za dopravu do práce bez automobilu."*
*„Můj oblíbený projekt by byl: Zhasni ve své kanceláři a na chodbě, když tam nejsi".*

Drtivá většina respondentů uvádí, že nepotřebuje žádnou motivaci k zapojení se do aktivit na podporu ekologie, zmiňují, že jim „stačí dobrý pocit". Někteří by přeci jen nějaký benefit uvítali, například charitativní den (hrazený zaměstnavatelem), ovoce a zeleninu na pracovišti zdarma, případně volné vstupenky do divadla, kina, na koncert či do aquaparku. Pouze ve třech odpovědích je zmíněn finanční příspěvek nebo příspěvek do systému cafeteria.

Odpovědi na jedenáctou otázku, jakým ekologickým projektům se zaměstnavatel věnuje, vyznívají téměř jednoznačně. Více než 80 % respondentů se v odpovědi shodlo, že neví, jakým projektům, v oblasti ekologie, se firma věnuje. Zbylých 20 % respondentů uvádí výsadbu stromů, třídění odpadu, charitu, šíření povědomí prostřednictvím televizního vysílání, sběr baterií a nepotřebného oblečení.

Z dvanácté otázky, zaměřené na povědomí o dopadech podnikání na životní prostředí, vyplývá, že více než polovina (63,9 %) respondentů si rizika uvědomuje. Zhruba 30 % si rizika uvědomuje, ale myslí si, že je pro firmu důležitější zisk. Necelých 10 % respondentů se o rizika nezajímá a neřeší je. Níže uvedený graf uvádí počty i procenta respondentů u jednotlivých odpovědí.

*Graf 3 - Dopady podnikání na životní prostředí*




Zdroj: vlastní zpracování, 2023

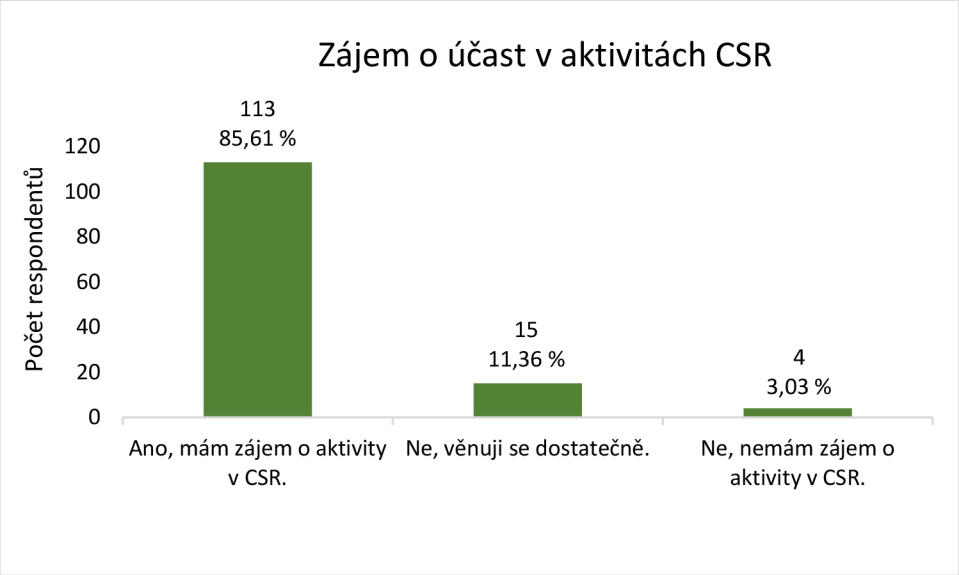
Ve třínácté otázce se u respondentů zjišťuje, jak konkrétně oni sami přispívají k ochraně životního prostředí. Bylo možné označit více odpovědí. Nejvyšší počet odpovědí získalo třídění odpadu (přibližně 90 %), hromadná doprava (63,9 %), chůze pěšky (50 %), přispívání na charitu (36,1 %), účast na sportovních akcích, které podporují charitu (23,6 %), podpora projektu obnovy lesů – sázení stromů (19,4 %), využívání obnovitelných energetických zdrojů ve své domácnosti (18,1 %), využití elektromobilu (1,4 %).

Na dotazník odpovědělo 52,27 % žen a 47,73 % mužů. Tento údaj je uveden ve čtrnácté otázce.

V předposlední šestnácté otázce byli respondenti požádáni o sdělení jejich věku. Ve věku do dvaceti let neodpověděl žádný respondent, ve věku 21 – 30 let 40,3 %, ve věku 31 - 40 let 22,2 %, ve věku 41 – 50 let 29,2 % a nad 51 let vyplnilo dotazník 8,3 % respondentů.

Poslední otázka je zaměřena na budoucnost, zda by respondenti chtěli více podporovat ochranu životního prostředí. Pouze 5 % respondentů uvádí, že vůbec nemají zájem věnovat se ochraně životního prostředí a 12,5 % uvádí, že se již věnují dostatečně. Více než 81 % respondentů projevilo zájem více podporovat ochranu životního prostředí. Níže uvedený graf uvádí počty i procenta respondentů u jednotlivých odpovědí.

*Graf 4 - Zájem o účast v aktivitách CSR*




Zdroj: vlastní zpracování, 2023

### 4.3.3 Management vs. zaměstnanci

Pro hodnocení oblasti CSR v FTV Prima se podařilo získat informace od managementu, tak i zaměstnanců a je tedy možnost jejich porovnání. Některé názory a postoje se shodují, některé jsou rozdílné. Obecně se dá konstatovat, že obě strany vnímají oblast společenské odpovědnosti velmi pozitivně. Většině dotázaným záleží na stavu životního prostředí a uvědomují si, že je nutné, aby zaměstnanci i firma životní prostředí chránili pro další generace. Jednou z možností, jak se mohou všichni, kteří jsou součástí firmy, zapojit, je právě projekt CSR. Pozitivní postoje a názory firmy mohou být dobrým příkladem pro všechny.

V rámci běžných činností na pracovišti zaměstnanci dodržují pravidla společenské odpovědnosti. Firma umožňuje třídění odpadu a je zřejmá snaha o úsporu vody, elektřiny i

papíru. Zároveň z dotazníku vyplývá, že i ve svých domácnostech se respondenti věnují ekologii.

Management se domnívá, že ze strany zaměstnanců není o tuto oblast velký zájem a myslí si, že by se zaměstnanci do takových projektů nezapojili. Z dotazníku však vyplývá opak. Pokud by byla iniciativa ze strany firmy o aktivity CSR, většina zaměstnanců by měla zájem se zapojit. Bylo by vhodné, aby v této oblasti měl management od svých zaměstnanců lépe nastavenou zpětnou vazbu, například anketami, dotazníky nebo e-maily.

Komunikaci mezi managementem a zaměstnanci lze hodnotit jako ne úplně dobrou. Management uvádí, že předává informace pravidelně, v dostatečné míře a mají k nim na interních webových stránkách přístup všichni zaměstnanci. Dle odpovědí bylo ale zjištěno, že většina zaměstnanců neví, jakým projektům v rámci CSR se firma věnuje. Interní portál totiž vyžaduje časté shlížení a vyhledávání informací, což nemusí být vždy efektivní. Lze tedy managementu doporučit, aby na informovanost zaměstnanců kladli větší důraz, na zprávy z této oblasti upozorňovali viditelněji, například předáváním informací přes vedoucí jednotlivých týmů, případně pomocí cílených hromadných e-mailů.

Neméně důležitou částí zapojení se do oblasti CSR je motivace a odměna. Přestože zaměstnanci dle odpovědí v převážné většině uvádí, že žádnou odměnu neočekávají, část zaměstnanců by přeci jen uvítala ovoce zdarma na pracovišti, ale i volné vstupenky na různé kulturní akce, případně další. Vzhledem k tomu, že ve firmě již existují soutěže o takové volné vstupenky, nabízí se, aby do těchto soutěží management zakomponoval i ekologický podtext.

Vzhledem k náročnosti implementace CSR do řízení firmy a postojům managementu věnovat se CSR i nadále neformálním způsobem, autorka navrhuje přijatelné aktivity, které níže popisuje.

Ve druhé a třetí otázce v dotazníku byla zjišťována data o způsobu a vzdálenosti dopravy na pracoviště. Necelých 60 % respondentů odpovědělo, že se dopravuje na pracoviště ze vzdálenosti do 10 km. Zde je prostor přesvědčit zaměstnance ke změně způsobu dopravy na ekologičtější variantu, tedy pěšky, na kole nebo hromadnou dopravou. Firma by mohla své

zaměstnance podpořit a zapojit je do projektu *Do práce na kole*. Jedná se o aktivitu šetrné dopravy za účelem snížení množství vypouštěných škodlivin do ovzduší. Tato výzva neziskové organizace utužuje vztahy mezi lidmi ve firmě a zároveň motivuje ke zdravému životnímu stylu. Každý účastník si tak posiluje svoji fyzickou zdatnost, psychiku i zdraví. Je důležité, aby firma své zaměstnance dostatečně informovala a vyzvala je k co největší účasti. Firma tuto aktivitu podpoří tím, že svým zaměstnancům uhradí registrační poplatek a vytvoří zázemí, jako jsou stojany na kola, šatny, sprchy. Po zaplacení registračního poplatku účastníci obdrží od pořadatele tričko. V průběhu výzvy mohou zdarma dostat například „kafe na triko". Výzva probíhá přes on-line portál, kam si registrovaní zapisují ušlé nebo ujeté kilometry a snaží se jako jednotlivci nebo tým jich získat co nejvíce. Mezi sebou tak soutěží, různě se popichují, utužují týmového ducha. Výsledky mohou porovnávat nejen mezi svými kolegy, ale i s ostatními účastníky. Pro firmu zapojení do projektu může znamenat určitou investici, je ale zřejmé, že pozitiva převáží negativa. (Do práce na kole, 2023)

Respondenti v dotazníku projevili zájem o aktivitu sázení stromů. V této souvislosti autorka práce nabízí projekt s viditelným dopadem *Sázíme Česko*, který je součástí CSR a Cílů udržitelného rozvoje od OSN v Česku. Organizátorem je *Asociace společenské odpovědnosti*, která vytipovala lokality, kde je potřeba stromy vysázet. Připojit se k tomuto projektu mohou firmy i jednotlivci. Firma tím, že zajistí nákup stromů. Z dostupných informací na *webové stránce Sázíme Česko*, vysazení jednoho stromu stojí 69 Kč. Zaměstnanci pak mohou přispět tím, že stromy sami vysází. Dalším příspěvkem firmy v této aktivitě by bylo, pokud by umožnila sázení stromů v pracovní den hrazeným zaměstnavatelem. (Sázíme Česko, 2023)

Další vícekrát zmíněnou aktivitou respondentů bylo uklidit nepořádek a odpadky v okolí firmy, ale i v přírodě. Je tak zřejmé, že prostředí, ve kterém žijí, jim není lhostejné. Pokud by firma umožnila takovou aktivitu v pracovní době, neváhali by se ji zúčastnit. Autorka práce navrhuje projekt Ukliďme Česko, který má za cíl uklidit nepořádek a černé skládky. Zapojit se může úplně každý. Firmu to nic nestojí, je jen v roli organizátora a jejím úkolem je šířit povědomí o akci a získat co nejvíce nadšenců. Termíny úklidu jsou předem stanovené, ten nejbližší je sobota 1. dubna 2023 a další sobota 16. září 2023. Místo úklidu se zvolí v aplikaci, kde jsou nahlášeny černé skládky. Účastníci zdarma obdrží pytle a rukavice.

Odvoz sesbíraného odpadu následně zajistí na požádání místní úřad, případně svozová firma odpadu. (Ukliďme Česko, 2023)

Pokud by zaměstnancům pro úklid nevyhovoval předem stanovený sobotní termín, autorka firmě navrhuje podobnou aktivitu neboli charitativní den, v rámci, kterého by zaměstnanci v pracovní době pomohli s úklidem v okolí firmy. Případně tento charitativní den, hrazený zaměstnavatelem, lze využít jako pomoc v různých zařízeních, například v domovech seniorů, zdravotně postižených a dalších.

# 5 Závěr

Hlavním cílem bakalářské práce na téma Společenská odpovědnost firem bylo představení konceptu FTV Prima v oblasti CSR a navržení aktivit, které by danou firmu mohly inspirovat. K dosažení tohoto cíle bylo využito názorů a postojů managementu i zaměstnanců.

Firma byla autorkou vybrána z důvodu působnosti po celé České republice, její síly v mediálním prostoru i působením na velkou část populace. Zároveň firma prezentuje, že některé aktivity společenské odpovědnosti podporuje. U tak známé firmy s velkým dosahem bylo zajímavé zjišťovat názory a postoje právě k tématu CSR. Zároveň si firmu autorka vybrala na základě osobní zkušenosti.

Dalším cílem práce bylo přiblížení témat trvale udržitelného rozvoje, ochrany životního prostředí v České republice, ekonomického pojetí a zároveň popsání principů a postojů k tématu CSR obecně.

Teoretická část bakalářské práce se zaměřila na souvislosti mezi tématy udržitelného rozvoje, životního prostředí až po společenskou odpovědnost. Byla popsána historie udržitelného rozvoje, jednotlivé pilíře a cíle udržitelného rozvoje přijatých OSN. Jakými prostředky lze chránit životní prostředí a jak se tato problematika dotýká ekonomických aspektů. Závěr teoretické části byl věnován společenské odpovědnosti firem, vlivu CSR na stakeholdery, hodnocení v podobě reportování, výhodám i nevýhodám CSR a implementaci do řízení firmy.

Navazující praktická část byla rozdělena do tří částí. Nejdříve byla představena vybraná firma (v části 4.1) a z veřejných dostupných zdrojů byly získány informace o rozsahu jejího zapojení do CSR a zároveň byly popsány vybrané projekty, které firma podporovala a stále podporuje. Následně byly tyto informace doplněny o názory a postoje managementu formou rozhovorů a e-mailové komunikace (v části 4.3.1).

Firma se ke konceptu CSR hlásí, neformálním přístupem, některé projekty s ohledem na životní prostředí v minulosti podpořila. Oblasti odpovědného podnikání se ve firmě věnují

vybraní zástupci managementu. Firma o svých aktivitách reportuje prostřednictvím výročních zpráv, nikoliv reportem ověřeným třetí stranou s certifikací. Zároveň zveřejňuje články na svých webových stránkách, do vysílání zařazuje reportáže a pořady, ve kterých své diváky informuje, zároveň poskytuje mediální prostor velkým charitativním projektům.

Následně byli prostřednictvím dotazníku osloveni zaměstnanci (v části 4.3.2). Podařilo se získat odpovědi od 132 respondentů, přibližně ve stejném poměru mužů a žen. Nejvíce odpovědí bylo získáno od respondentů s věkem do čtyřiceti let. Dá se usoudit, že pro generaci ve středním věku je toto téma zajímavé a mají zájem aktivně podporovat ochranu životního prostředí.

Třetí část byla zaměřena na porovnání názorů a postojů managementu a zaměstnanců (v části 4.3.3). Největší nesoulad autorka shledala v nedokonalé komunikaci a informovanosti navzájem. Firma nedisponuje názory zaměstnanců a zároveň nevyvíjí žádnou iniciativu, aby jejich zájem o zapojení do aktivit CSR zjistila. Námětem na zlepšení je zaktivnit přístup ke vzájemné komunikaci.

Zjištěním je kladný přístup obou stran k CSR aktivitám, proto byly navrženy projekty Do práce na kole, Sázíme Česko, Ukliďme Česko nebo charitativní den.

# 6 Seznam použitých zdrojů


AZ citáty. 2019.*Antoine de Saint-Exupéry citáty.* [Online] 2019. [Citace: 13. Prosinec 2022.] https://azcitaty.cz/citaty/antoine-de-saint-exupery/.

Do práce na kole. 2023.*Proč se zapojit.* [Online] 2023. [Citace: 7. Leden 2023.] https://dopracenakole.cz/pro-firmy/proc-se-zapojit.

Evropaská agentura pro životní prostředí. 2021.*Zdravé životní prostředí je nezbytné pro udržitelné hospodářství i rovnoprávnou společnost.* [Online] 11. Květen 2021. [Citace: 3. Listopad 2022.] https://www.eea.europa.eu/cs/articles/zdrave-zivotni-prostredi-je-nezbytne.

Ipsos. 2021.*Bez společenské odpovědnosti se kvalitní firemní strategie neobejde.* [Online] 6. Květen 2021. [Citace: 27. Prosinec 2022.] https://www.ipsos.com/cs-cz/bez-spolecenske-odpovednosti-se-kvalitni-firemni-strategie-neobejde.

Ipsos. 2019.*Zájem veřejnosti o CSR aktivity firem je stabilní.* [Online] 27. Květen 2019. [Citace: 27. Prosinec 2022.] https://www.ipsos.com/cs-cz/zajem-verejnosti-o-csr-aktivity-firem-je-stabilni.

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

MÁDLOVÁ, Lucie. 2010.*Společenská odpovědnost firem, Etické podnikání a sociální odpovědnost v praxi.* Kanina : OPS, 2010, 2010. ISBN 978-80-872-6912-1.

MEZŘICKÝ, Václav. 2005. *Environmentální politika a udržitelný rozvoj.* Praha : Portál, 2005, 2005. ISBN 80-7367-003-8.

Ministerstvo živontího prostředí. 2022. *Environmentální účetnictví.* [Online] 2022. [Citace: 22. Listopad 2022.] https://www.mzp.cz/cz/environmentalni_ucetnictvi.

Ministerstvo životního prostředí. 2022.*Environmentální nástroje.* [Online] 2022. [Citace: 13. Prosince 2022.] https://www.mzp.cz/cz/environmentalni_nastroje.

Ministerstvo životního prostředí. 2022.*Obecná ochrana přírody a krajiny.* [Online] 2022. [Citace: 1. Prosinec 2022.] https://www.mzp.cz/cz/obecna_ochrana_prirody_krajiny.

Ministerstvo životního prostředí. *EMAS.* [Online] 2022. [Citace: 1. Prosinec 2023.] https://www.mzp.cz/cz/emas.

Ministerstvo životního prostředí. 2022.*Poplatky.* [Online] 2022. [Citace: 2. Listopad 2022.] mzp.cz/cz/poplatky.

MUCHOVÁ, Eva a kolektiv. 2021. *Makroekonómia.* místo neznámé : Wolters Kluwer SR s.r.o., 2021, 2021. ISBN 978-80-571-0418-6.¨

Organizace spojených národů. *Cíle udržitelného rozvoje.* [Online] 2022. [Citace: 12. Prosinec 2022.] https://osn.cz/osn/hlavni-temata/cile-udrzitelneho-rozvoje-sdgs/.

Organizace spojených národů (OSN). 2022.*Historie.* [Online] 2022. [Citace: 12. Prosinec 2022.] https://osn.cz/osn/historie/.

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

Prima. 2023.*O nás.* [Online] 2023. [Citace: 3. Leden 2023.] https://prima.iprima.cz/o-ftv-prima.

Prima. 2021.*Výroční zprávy.* [Online] 2021. [Citace: 4. Leden 2023.] https://i.iinfo.cz/files/lupa/118/vyrocni-zprava-ftv-prima-za-rok-2021-1.pdf.

Prima SVĚT. 2018.*Primáčkovo dětské hřiště v Řevnicích.* [Online] 26. Listopad 2018. [Citace: 4. Leden 2023.] https://prima.iprima.cz/prima-svet/primackovo-detske-hriste-v-revnicich.

Prima SVĚT. 2021.*Skupina Prima sází budoucnost na oblíbeném místě Bedřicha Smetany.* [Online] 24. Květen 2021. [Citace: 4. Leden 2023.] https://prima.iprima.cz/prima-svet/skupina-prima-sazi-budoucnost-na-oblibenem-miste-bedricha-smetany.

Prima SVĚT. 2022.*Televize Prima podpoří naučnou stezku a festival POHO den.* [Online] 13. Květen 2022. [Citace: 8. Leden 2023.] https://prima.iprima.cz/prima-svet/televize-prima-podpori-naucnou-stezku-a-festival-poho-den.

Ministerstvo životního prostředí. 2022. Ministertsvo životního prostředí. *Udržitelný rozvoj.* [Online] 2022. [Citace: 12. Prosinec 2022.] https://www.mzp.cz/cz/udrzitelny_rozvoj.

PUTNOVÁ, Anna a SKLENIČKA, Pavel. 2007. *Etické řízení ve firmě.* Praha : Grada, 2007, 2007. ISBN 978-80-247-1621-3.

Sázíme Česko. 2023.*Pro firmy.* [Online] 2023. [Citace: 7. Leden 2023.] https://sazimecesko.cz/pro-firmy.

Scheneiz. 2020. Prima. *Kapka naděje.* [Online] 12. Prosinec 2020. [Citace: 4. Leden 2023.] https://prima.iprima.cz/novinky/galakoncert-kapky-nadeje-pomuze-nemocnym-detem-pomoci-muzete-i-vy.

Slavné citáty. 2015.*SlavnéCitáty.cz.* [Online] 2015. [Citace: 12. Prosinec 2022.] http://www.slavnecitaty.cz/autor/albert-einstein.

STEINEROVÁ, Magdaléna a Makowski, Dawid. 2008. *Koncept CSR v praxi: průvodce odpovědným podnikáním.* Brno : ASPRA, 2008, 2008. Bez ISBN.

Udržitelný obal. 2022.*Jak funguje zálohování PET lahví? Cílem je recyklace materiálu.* [Online] 2022. [Citace: 2. Listopad 2022.] https://udrzitelnyobal.cz/jak-funguje-zalohovani-pet-lahvi-cilem-je-recyklace-materialu/.

Ukliďme Česko. 2023.*Základní informace.* [Online] 2023. [Citace: 7. Leden 2023.] https://www.uklidmecesko.cz/about/zakladniInformace/.

Znesnáze. 2021.*Sestřičky sestřičkám.* [Online] 19. Únor 2021. [Citace: 4. Leden 2023.] https://www.znesnaze21.cz/sbirka/sestricky-sestrickam.

# 7 Přílohy

## 7.1 Příloha č. 1: Rozhovor s managementem

1. **Zajímáte se jako firma o ekologii a životní prostředí?**
   *„Ano, v minulosti jsme jako firma některé partnerské projekty podpořili a jsme na to hrdí, určitě v tom budeme pokračovat. Toto zapojení považujeme za velmi přínosné a prospěšné. V současné době je vize firmy taková, že jako televize chceme především lidi, naše diváky bavit s setkávat se s nimi na zajímavých akcích a místech, s tím tedy souvisí plánování aktivit i s ohledem na životní prostředí.“*

2. **Myslíte si, že vaše zaměstnance problematika CSR zajímá?**
   *„Myslíme si, že někteří zaměstnanci naší televize jsou velkými ekologickými příznivci, ale i část zaměstnanců tuto problematiku nemusí vnímat jako prioritu. Nejsme si jisti, že by byli ochotni věnovat svůj čas a pohodlí aktivitám, které jim nepřináší okamžitý užitek.“*

3. **Jakým aktivitám se v rámci CSR nyní věnujete, jakým způsobem komunikujete a informujete své zaměstnance, do kterých aktivit se mohou zapojit?**
   *„Co se ekologických projektů týká, tak i tyto informace zveřejňujeme a chceme, aby o nich byli zaměstnanci informováni. Velký úspěch měl u nás projekt, který byl zaměřen na výsadbu aleje, ten vzbudil velmi pozitivní ohlas. Na tuto akci byli pozváni nejen známé osobnosti televize, ale i ostatní zaměstnanci. Velmi oblíbeným byl konaný bazárek oblečení za symbolické ceny. Málo nošené oblečení tak našlo nové majitele z řad zaměstnanců a prodloužila se mu životnost. Na pracovišti umožňujeme třídění odpadu. Pro veřejnost zařazujeme do svých reportáží a pořadů s tématiku životního prostředí.“*

   *„Své zaměstnance pravidelně informujeme o všech důležitých změnách s dopadem na chod a řízení firmy. Se zaměstnanci komunikujeme pomocí firemního portálu, kde zveřejňujeme nejnovější informace, které se nás jako firmy týkají. V největší míře se jedná o upozornění na nová školení, vyhlašujeme různé soutěže, které se ale netýkají ekologických projektů a odměnou je vstupenka do kina, divadla, aquaparku, tento rok mohli zaměstnanci získat i vstupenky do lyžařských areálů. Získání těchto vstupenek je součástí spolupráce s obchodními partnery firmy.“*

*„Na firemním portálu každý měsíc informujeme o souhrnu všech nejdůležitějších zpráv a akcí, které se konaly a které se plánují. Nezbytné je zmínit, že každý zaměstnanec má k firemnímu portálu přístup, takže si jako firma myslíme, že zaměstnanci jsou velmi dobře informováni. Zároveň pro zaměstnance jednou za dva měsíce pořádáme Prima snídani. Je zde k dispozici občerstvení a prezentují se nejnovější události i plánované akce. Také je prostor pro dotazy a připomínky, v případě anonymity je k dispozici QR kód.“*

4. **Jak motivujete své zaměstnance, aby se zapojili do firemních projektů, jakou odměnu/benefit byste byli ochotni jim nabídnout a myslíte si, že zaměstnanci nějakou odměnu očekávají? Pokud ano, tak jakou?**

   *„Zaměstnance motivujeme tím, že jim projekty s CSR aktivitami představujeme na již zmíněných setkáních a interním portále. Účast na některých akcích umožňujeme zaměstnancům v pracovní době, a to bereme jako velkou výhodu.“*

   *„Odměnu za zapojení do projektů nenabízíme, jsme toho názoru, že kdo chce, tak se zapojí, je to přeci dobrovolné a nikoho nenutíme, to ani nemůžeme. Je ale pravdou, že kdybychom zaměstnancům za účast něco nabídli, mohla by se účast zvýšit.“*

   *„Pokud by oficiální vstup do CSR měl větší finanční dopad na firmu, muselo by se to řešit schvalovacím procesem širšího vedení firmy. Jedná se o delší a náročnější proces, při kterém by se muselo docílit shody většiny.“*

5. **Kolik zaměstnanců by se mohlo zapojit do projektů, které se zaměřují na životní prostředí?**

   *„Myslíme si, že by zájem mohl být, ale nedokážeme přesně odhadnout kolik.“*

6. **Přináší vám více zákazníků, kvalitních zaměstnanců nebo více zajímavých partnerů to, že podporujete projekty v rámci CSR?**

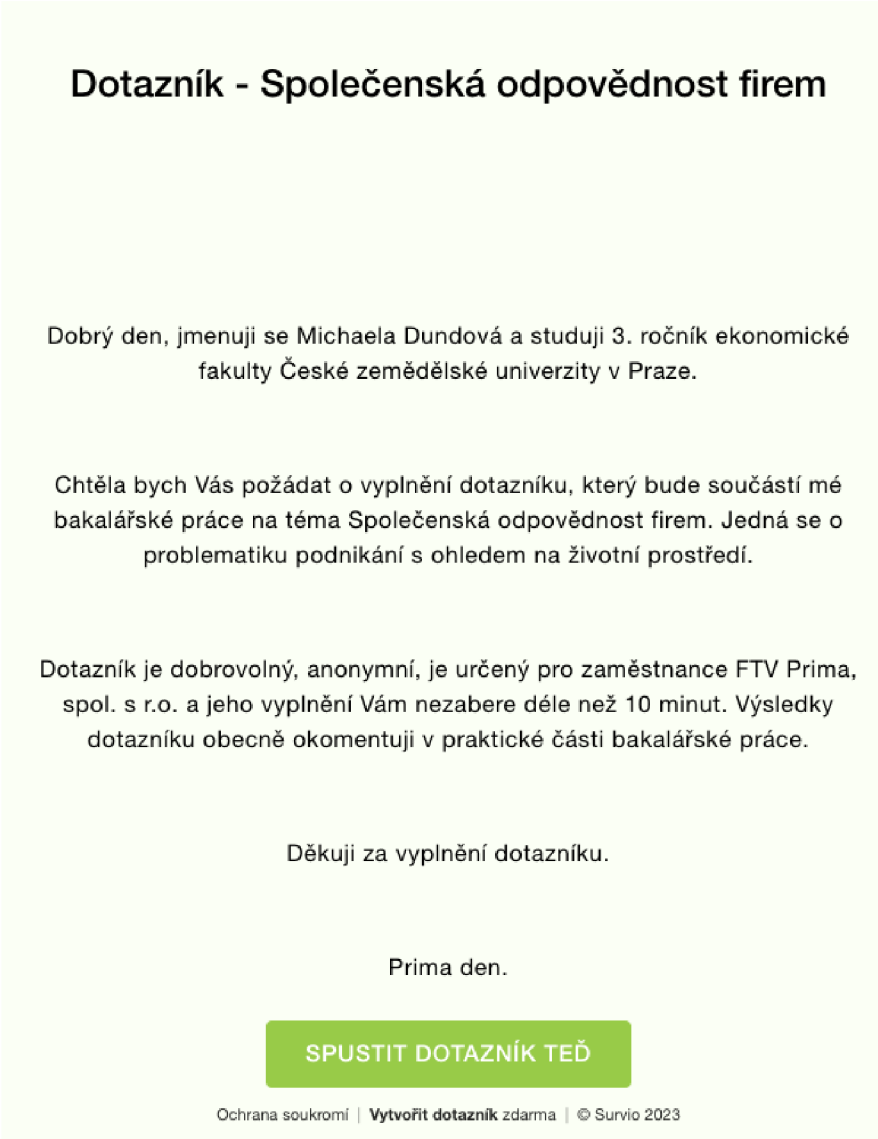
   *„Ano, přináší. Jsme si vědomi, že podpora CSR hraje významnou roli s pozitivními dopady na firmu, působí velmi dobře na reputaci firmy a měli bychom této oblasti věnovat dostatek pozornosti. Nelze však opominout finanční dopady.“*

7. **Kdybyste měli vybrat a navrhnout projekty zaměřené na životní prostředí, které by podle vás měly úspěch u zaměstnanců?**

*„Myslíme si, že můžeme více podporovat třídění odpadu, používání vratných obalů, omezení spotřeby elektřiny a vody.“*

*„Žádnému novému a dobrému nápadu se nebráníme, rádi o něm budeme diskutovat, necháme se inspirovat.“*

## 7.2 Příloha č. 2: Dotazník pro zaměstnance



Dotazník - Společenská odpovědnost firem

Dobrý den, jmenuji se Michaela Dundová a studuji 3. ročník ekonomické fakulty České zemědělské univerzity v Praze.

Chtěla bych Vás požádat o vyplnění dotazníku, který bude součástí mé bakalářské práce na téma Společenská odpovědnost firem. Jedná se o problematiku podnikání s ohledem na životní prostředí.

Dotazník je dobrovolný, anonymní, je určený pro zaměstnance FTV Prima, spol. s r.o. a jeho vyplnění Vám nezabere déle než 10 minut. Výsledky dotazníku obecně okomentuji v praktické části bakalářské práce.

Děkuji za vyplnění dotazníku.

Prima den.

SPUSTIT DOTAZNÍK TEĎ

Ochrana soukromí | **Vytvořit dotazník** zdarma | © Survio 2023

1. **Zajímáte se o ekologii a životní prostředí?**
   - Ano, zajímám se.
   - Ne, vůbec se o toto téma nezajímám.

2. **Jakým způsobem nejčastěji dojíždíte do zaměstnání?**
   (můžete vybrat více odpovědí)
   - pěšky
   - na kole
   - hromadnou dopravou
   - elektromobilem
   - osobním automobilem se spalovacím motorem

3. **Z jaké vzdálenosti dojíždíte do zaměstnání?**
   - do 2 km
   - 2,1, - 4 km
   - 4,1 – 6 km
   - 6,1, - 10 km
   - 10,1 – 15 km
   - více než 15 km

4. **Víte, co se skrývá pod pojmem udržitelný rozvoj?**
   - Ano, vím, s tímto pojmem jsem se již setkal/a.
   - Ne, nevím.

5. **Setkali jste se s problematikou udržitelného rozvoje v praxi?**
   - Ano, setkal/a jsem se.
   - Ne, nesetkal/a jsem se.

6. **Co si představujete pod pojmem udržitelné podnikání?**
   (svoji odpověď napište)

7. **Vybíráte si zaměstnavatele také podle toho, jestli při svém podnikání bere ohled na životní prostředí?**
   - Ano, je to pro mě důležité.
   - Nevím, není to pro mě důležité. Zajímají mě projekty z jiných oblastí, kterým se zaměstnavatel věnuje.
   - Ne, není to pro mě důležité.

8. **Uvítali byste od svého zaměstnavatele projekt, který by podpořil ochranu životního prostředí?**
   - Ano.
   - Spíše ne, o životní prostředí se tolik nezajímám.

9. **Jaký konkrétní projekt, do které byste se zapojili i se svými kolegy a podpořili tím životní prostředí, by byl pro Vás zajímavý? Tento projekt stručně popište, prosím.**
   (svoji odpověď napište)

10. **Co by Vás motivovalo k tomu, abyste se zapojili do projektu, který podporuje ekologii?**
    (svoji odpověď napište)

11. **Jakým ekologickým projektům se Váš zaměstnavatel věnuje?**
    (svoji odpověď napište)

12. **Zajímají Vás dopady, které mohou vzniknout, pokud firma při svém podnikání nebude brát ohled na životní prostředí?**
    - Ano, uvědomuji si rizika.
    - Ano, ale pro firmu je především důležitý zisk.
    - Je mi to jedno, neřeším to.
    - Ne, o negativní dopady se nezajímám.

**13. Jak Vy osobně přispíváte k ochraně životního prostředí?**

(vyberte jednu, více odpovědí nebo odpověď napište)

- Třídím odpad.
- Používám elektromobil.
- Dopravuji se hromadnou dopravou.
- Snažím se spíše chodit pěšky.
- Využívám obnovitelné energetické zdroje ve své domácnosti.
- Přispívám na charitu.
- Podporuji projekt obnovy lesů – sázení stromů.
- Účastním se sportovních akcí, které podporují charitu.
- Pokud jinak, odpověď napište, prosím.

**14. Jste?**

- muž
- žena

**15.** Kolik Vám je let?

- do 20 let
- 21 – 30 let
- 31 – 40 let
- 41 – 50 let
- nad 51 let

**16. Máte zájem o účast v aktivitách CSR?**

- Ano, mám zájem.
- Ne, věnuji se dostatečně.
- Ne, nemám zájem o aktivity CSR.