

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra řízení



Bakalářská práce

**Hodnocení společensky odpovědných aktivit vybrané
firmy**

Dominika Doubková

© 2019 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Dominika Doubková

Veřejná správa a regionální rozvoj

Název práce

Hodnocení společensky odpovědných aktivit vybrané firmy

Název anglicky

Evaluation of social responsibility activities of selected company

Cíle práce

Hlavním cílem bakalářské práce je zhodnotit společensky odpovědné aktivity firmy Škoda auto a.s., konkrétně v pobočce v Kvasínách a jejich vliv na rychnovský region. Dílčím cílem je pak navrhnout vhodné změny a doporučení ke zlepšení v dané oblasti.

Metodika

Teoretická část je vypracována na základě studia a komparace názorů jednotlivých autorů odborné literatury a dalších dostupných zdrojů.

V praktické části je charakterizovaná zvolená firma a její realizované společensky odpovědné aktivity na základě veřejně dostupných informací na webových stránkách podniku, výročních zpráv, které podnik každoročně vydává, a doplňujících interních informací.

V rámci praktické části je provedeno dotazníkové šetření zaměřené na vnímání společensky odpovědných aktivit vybrané firmy jejími zaměstnanci, jejich rodinami a okolím, kterých se vliv podniku v daném regionu také dotýká. Na základě syntézy všech získaných informací je sestaven návrh vhodných doporučení.

Doporučený rozsah práce

30-40 stran

Klíčová slova

CSR , společenská odpovědnost firmy, zaměstnanci, stakeholders , analýza, firemní filantropie

Doporučené zdroje informací

- DYTRT, Zdeněk. Dobré jméno firmy. Praha: Alfa Publishing, 2006. Management studium. ISBN 80-86851-45-1.
- KAŠPAROVÁ, Klára a Vilém KUNZ. Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování. Praha: Grada, 2013. Management (Grada). ISBN 978-80-247-4480-3.
- KULDOVÁ, Lucie. Společenská odpovědnost firem: [etické podnikání a sociální odpovědnost v praxi]. Kanina: OPS, 2010. ISBN 978-80-87269-12-1.
- KUNZ, Vilém. Společenská odpovědnost firem. Praha: Grada, 2012. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3983-0.
- PAVLÍK, Marek a Martin BĚLČÍK. Společenská odpovědnost organizace: CSR v praxi a jak s ním dál. Praha: Grada, 2010. Management (Grada). ISBN 978-80-247-3157-5.
- PRSKAVCOVÁ, Martina. Společenská odpovědnost firem, lidský kapitál, rovné příležitosti a environmentální management s využitím zahraničních zkušeností: monografie. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2008. ISBN 978-80-7372-436-8.
- TETŘEVOVÁ, Liběna. Společenská odpovědnost firem společensky citlivých odvětví. Praha: Grada Publishing, 2017. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-0285-3.
- ZADRAŽILOVÁ, Dana. Společenská odpovědnost podniků: transparentnost a etika podnikání. V Praze: C.H. Beck, 2010. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7400-192-5.

Předběžný termín obhajoby

2018/19 LS – PEF

Vedoucí práce

Ing. Jan Huml

Garantující pracoviště

Katedra řízení

Elektronicky schváleno dne 19. 2. 2019

prof. Ing. Ivana Tichá, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 20. 2. 2019

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 20. 02. 2019

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci "Hodnocení společensky odpovědných aktivit vybrané firmy" 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 15.3.2019

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala svému vedoucímu bakalářské práce Ing. Janu Humlovi za pomoc a užitečné rady, které mi poskytnul během psaní této práce.

Hodnocení společensky odpovědných aktivit vybrané firmy

Abstrakt

Předmětem této bakalářské práce je hodnocení společensky odpovědných aktivit ve vybraném podniku. Vybraným subjektem pro účely zpracování této práce je Škoda Auto a.s., konkrétně její výrobní závod v obci Kvasiny. Hlavním cílem práce je analýza současného stavu v oblasti společensky odpovědných aktivit podniku. Dílčím cílem je zhodnocení současného stavu v této oblasti a formulace vhodných návrhů, které by vedly ke zlepšení společenské odpovědnosti a udržitelného rozvoje daného podniku.

V teoretické části je jako metoda pro vypracování literární rešerše použita analýza. V praktické části je potom provedeno dotazníkové šetření. Na základě šetření jsou syntézou vytvořena vhodná doporučení směřující ke zlepšení kriticky vnímaných oblastí. Navržená doporučení by měla vést ke snížení kriminality v regionu, která je způsobena především nárůstem pracovníků cizí státní příslušnosti, zlepšení situace na trhu s nemovitostmi, kterých je zde nedostatek především kvůli nárůstu zaměstnanců podniku a zmírnění postavení Škoda Auto a.s. jako dominantního zaměstnavatele regionu.

Klíčová slova: CSR, společenská odpovědnost podniku, filantropie, udržitelný rozvoj stakeholders, zaměstnanci, Škoda Auto a.s., analýza

Evaluation of social responsibility activities of selected company

Abstract

The subject of this thesis is the evaluation of socially responsible activities in a selected company. For the purposes of this bachelor thesis the Škoda Auto a.s. company was chosen as the subject, specifically the plant in Kvasiny. The aim of this thesis is to analyse the current situation of social responsible activities in selected company. The partial aim is an assessment in this sector and formulation of appropriate proposals to improve corporate social responsibility and sustainable development.

In the theoretical part, the analysis is used as a method for elaborating a literary research. In the practical part, there is a questionnaire survey, based on which appropriate recommendations are created by synthesis leading to the improvement of critical perceived areas. The last chapter of the practical part is devoted to the processing of the results of the questionnaire and consequently appropriate recommendations are formulated, which should lead to the reduction of crime in the region, which is caused mainly by the increase of foreign nationals, improvement of the property market, which is mainly due to lack of the growth of the company's employees and the mitigation of Škoda Auto as a.s. the region's dominant employer.

Keywords: CSR, Corporate Social Responsibility, philanthropy, sustainable development, employees, Škoda Auto, a.s., analysis

Obsah

1 Úvod.....	11
2 Cíl práce a metodika	12
2.1 Cíl práce	12
2.2 Metodika.....	12
3 Literární rešerše	13
3.1 Definice CSR.....	13
3.1.1 Historie vzniku definice CSR	13
3.1.2 Definice podle EU.....	14
3.1.3 Definice podle Bussiness Leaders Fora	15
3.2 Oblasti CSR.....	16
3.2.1 Další dělení CSR.....	16
3.2.2 Ekonomický pilíř.....	17
3.2.3 Etický kodex	17
3.2.4 Sociální pilíř.....	18
3.2.5 Environmentální pilíř	19
3.2.6 Udržitelný rozvoj	20
3.3 CSR v ČR	21
3.3.1 Národní akční plán	21
3.3.2 Nevládní organizace na podporu CSR.....	21
3.4 CSR v rámci Evropské unie	22
3.4.1 Rozvoj CSR v EU	22
3.4.2 Současný stav CSR v EU	23
3.5 Reporting	23
3.5.1 Obsah reportů.....	24
3.5.2 Ověřování informací z reportů.....	24
3.5.3 CSR reportování v ČR	24
3.6 Pojmy vztahující se k CSR.....	25
3.6.1 ISO 26000	25
3.6.2 SA 8000.....	25
3.6.3 OECD.....	26
3.7 Stakeholders	26
3.7.1 Členění stakeholderů.....	27

3.8	CSR v automobilovém průmyslu	28
3.8.1	Automobilový průmysl v ČR.....	28
3.8.2	Automobilové závody na území ČR.....	28
3.8.3	Oblast životního prostředí – Zelená řešení	28
	Standardy a certifikáty pro automobilový průmysl	29
3.9	Charakteristiky a výhody CSR.....	29
3.9.1	Základní charakteristika konceptu CSR	29
3.9.2	Přínosy CSR.....	30
4	Vlastní práce	32
4.1	Škoda Auto, a.s.	32
4.1.1	Působení Škoda Auto, a.s. na mezinárodní úrovni	32
4.1.2	Produkované modely v roce 2019	33
4.1.3	Strategie 2025	33
4.2	Škoda Auto, a.s. – Kvasiny	34
4.2.1	Zaměstnanci	34
4.3	Rychnovský region.....	36
4.3.1	Obec Kvasiny.....	36
4.3.2	Mikroregion Rychnovsko	37
4.3.3	Občanská vybavenost a obslužnost.....	38
4.3.4	Nezaměstnanost v regionu	38
4.4	CSR Škoda Auto a.s.....	38
4.4.1	Etický kodex Škoda Auto, a.s.	39
4.4.2	Udržitelný rozvoj	40
4.4.3	Oblast životního prostředí.....	40
4.4.4	Grantové programy	41
4.5	Dotazníkové šetření.....	43
4.5.1	Zkoumaný soubor	44
4.5.2	Výsledky výzkumu	45
5	Výsledky výzkumu	53
5.1	Navrhovaná řešení.....	54
5.1.1	Kriminalita	54
5.1.2	Nedostatek bytových jednotek.....	55
5.1.3	Škoda Auto a.s. jako dominantní zaměstnavatel	55
5.1.4	Oblast životního prostředí.....	56
6	Závěr.....	57
7	Seznam použitých zdrojů	59
8	Přílohy	64
8.1	Příloha č. 1 – Dotazník.....	64

Seznam obrázků

Obrázek 1 - Pilíře CSR.....	16
Obrázek 2 - Vývoj firemního loga	32
Obrázek 3 - Mikroregion Rychnovsko.....	37

Seznam tabulek

Tabulka 1 -Složení zkoumaného souboru z hlediska pohlaví respondentů	44
Tabulka 2 - Složení zkoumaného souboru z hlediska věku respondentů	44

Seznam grafů

Graf 1 - Složení zkoumaného souboru z hlediska pohlaví respondentů	44
Graf 2 - Složení zkoumaného souboru z hlediska věku respondentů	44
Graf 3 - Podíl obyvatel rychnovského regionu	45
Graf 4 - Spokojenost s vybaveností v rychnovském regionu.....	46
Graf 5 -Podíl pracovníků a respondentů s rodinnými příslušníky pracujícími ve Škoda Auto- Kvasiny	46
Graf 6 - Vyjádření míry spokojenosti s vlivem podniku na rychnovský region.....	47
Graf 7 - Míra vlivu na vybavenost regionu.....	47
Graf 8 - Aktivity Škoda Auto pro region	48
Graf 9 - (Ne) Existence sociálních problémů v důsledku vlivu Škoda Auto – Kvasiny.....	49
Graf 10 - Aktivity Škoda Auto a.s. pro zaměstnance.....	50
Graf 11 - Aktivity Škoda Auto – Kvasiny pro oblast životního prostředí	51
Graf 12 - (Ne) Existence environmentálních problémů v důsledku vlivu Škoda Auto	52

1 Úvod

Společenská odpovědnost firem (Corporate Social Responsibility) je koncept, který se od svého vzniku v druhé polovině dvacátého století, stále více dostává do povědomí společnosti. Dopad činnosti podniků na jeho blízké i vzdálenější okolí přestává stavět firmu do pozice samostatných, izolovaných subjektů. Jsou vnímány jako součást společnosti, a prostředí, ve kterém se nacházejí. Spolu s tímto okolím tak tvoří komunitu. Společensky odpovědné chování pomáhá získat „dobré jméno“ podniku, které představuje konkurenční výhodu. Pokud firmy necílí pouze na maximalizaci svého zisku, ale pomocí jejich vlivu a finančních prostředků aktivně podporují dění v komunitách, pak tento status firmy s dobrým jménem jistě podporují.

V České republice je tento koncept stále poměrně nový, a proto o něm veřejnost nemá takové množství informací, však stále více podnikatelských subjektů o něj projevuje svůj zájem. O aplikaci společensky odpovědného chování se pokouší už i malé a střední podniky, avšak stále zůstává výsadou především velkých, nadnárodních firem. Ty aktivně rozvíjí aktivity vyjadřující odpovědnost vůči svým zákazníkům, zaměstnancům, obchodním partnerům a jiným klíčovým subjektům a zároveň se snaží snižovat negativní dopady jejich působení na životní prostředí a komunitu v bezprostřední blízkosti.

Toto téma jsem si zvolila především proto, že sama pocházím z rychnovského regionu a zajímalo mě, jak je aktivita Škoda Auto, jakožto největšího místního zaměstnavatele, vnímána zdejší komunitou. Jelikož ať už jsou lidé v roli zaměstnance, zákazníka nebo obyvatele, žijícího v okolí, mají tendenci zajímat se o to, jak se firma ke svému okolí chová. Jaké výhody nabízí svým zaměstnancům, jakou má strategii a přístup k okolní krajině. Pracovní a soukromý život je stále propojenější, a proto si myslím, že je společenská odpovědnost účelným nástrojem pro získání onoho dobrého jména firmy, navíc podniky skrze ni mohou pomoci svému okolí.

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíl práce

Cílem této bakalářské práce je zhodnotit společensky odpovědné aktivity firmy Škoda Auto a.s., konkrétně jedné z jejích poboček, která se nachází v obci Kvasiny a zhodnotit vliv těchto aktivit na rychnovský region. Poté, na základě získaných výsledků, vytvořit návrhy, které povedou k odstranění zjištěných nedostatků.

2.2 Metodika

Pro zpracování bakalářské práce, pro vypracování literární rešerše a pro zpracování dat z jiných zdrojů bude použita metoda analýzy. Na otázky týkající se vnímání aktivit, které Škoda Auto realizuje v rámci rychnovského regionu, bylo odpovězeno pomocí dotazníkového šetření. Dotazník byl předložen zaměstnancům Škoda Auto a obyvatelům rychnovského regionu nebo lidem, kteří mají na region úzkou vazbu, například z toho důvodu, že sem za prací dojíždějí nebo zde mají část rodiny. Dotazník složený ze čtrnácti otázek byl předkládán ve formě papírových archů zaměstnancům Škoda Auto a následně propojován s elektronicky vyplněnými dotazníky, šířenými pomocí e-mailu a sociálních sítí. Celkové zpracování dotazníků bylo uskutečněno pomocí Google formulářů.

Předmětem analýzy prováděné dotazníkovým šetřením byl především vztah firmy a jejích klíčových zájmových skupin, kterými jsou zaměstnanci a obyvatelé komunity regionu a vliv aktivity podniku na oblast životního prostředí. Jeho podoba byla vytvořena především na základě studia Výroční zprávy, Etického kodexu a Strategii podniku Škoda Auto a.s.. Právě v rámci těchto dokumentů jsou rozvedeny programy zaměřené na sociální a environmentální oblast působení podniku, které jsou aplikovatelné na vliv podniku na regionální úrovni. Na základě výsledků získaných dotazníkovým šetřením byly stanoveny kritické oblasti, jejichž existenci společnost přisuzuje působení Škoda Auto v regionu a byla navržena vhodná doporučení, jak tyto nedostatky řešit. Navrhovaná řešení byla zpracována pomocí metody, kterou byla syntéza.

3 Literární rešerše

Společenská odpovědnost firem, přeloženo z anglického slovního spojení Corporate Social Responsibility (CSR), je koncept podnikání, ve kterém se firma dobrovolně zavazuje chovat odpovědně v rámci jejího působení, a to k prostředí i společnosti, ve které podniká (Kuldová, 2010, s.18). V současnosti se již nejedná o neznámou problematiku, nýbrž o běžnou věc, která je pro společnosti důležitým výstupem jejich působení. Na základě dodržování náležitostí CSR podnik získává „dobré jméno“, které má velký význam pro překonávání konkurence a proto se stává jedním z cílů, kterých je výhodné dosáhnout.

3.1 Definice CSR

Odborná literatura nabízí četné množství definic, které vymezují pojem Společenské odpovědnosti firem. Neexistuje však jedna obecně platná definice. Myšlenky jsou zpracovány řadou individuálních autorů (Tetřevová a kolektiv, 2017, s. 18).

Jsou ale určité oblasti, ve kterých se autoři definic shodují, ačkoliv široké spektrum chápání a neexistence striktně vymezených hranic CSR umožňují velkou diskuzi (Kunz, 2012, s. 14). Jedním ze společných znaků definic je, že autoři nenahlízejí na firmu jako na izolovanou od okolního světa. Tato okolnost způsobuje to, že firma podléhá pravidlům a povinnostem vůči společnosti a stejně tak společnost ovlivňuje. Dalším shodným znakem je univerzálnost, tedy vymezení základních principů stejně pro všechny typy podniků (Kunz, 2012, s. 15).

3.1.1 Historie vzniku definice CSR

Rozvoj moderní společenské odpovědnosti firem se přisuzuje H.R. Bowenovi, americkému ekonomovi, který v 50. letech 20. století vydal knihu *Social responsibilities of Businessman* (Carrol, 1999, s. 270). Ten uvádí, že: „K závazkům podnikatele patří realizovat takové politiky, činit taková rozhodnutí a sledovat takové směry jednání, které jsou žádoucí z hlediska cílů a hodnot naší společnosti.“ (Bowen, 2013, s. 6). Přestože se Bowenova definice zaměřuje pouze na podnikatele (jednotlivce) a ne na celý podnik, je považována za velmi podstatnou a prvotní. Bowenova myšlenka byla následně rozvedena dalšími individuálními autory, a to nejvíce v 60. a 70. letech 20. století. Později již nebyla

tolik definovaná samotná CSR, nýbrž problematiky s ní spojené (Tetřevová a kolektiv, 2017, s. 18).

Dalším autorem, který definuje společenskou odpovědnost firmy z pohledu podnikatele, podobně jako Bowen, je Keith Davis, který tvrdí, že společenská odpovědnost firem znamená: „*rozhodnutí a aktivity podnikatelů, jež jsou činěna z důvodů, které alespoň částečně přesahují přímé ekonomické či technické záměry firmy.*“ (Carroll, 1979, s. 479).

Důležitou osobností v definování CSR je nepochybně Archie B. Carroll. V roce 1979 přišel s návrhem, že společenská odpovědnost firmy je definována čtyřmi základními oblastmi. Podle Carrola jimi jsou: ekonomická odpovědnost, legální odpovědnost, etická odpovědnost a dobrovolná (filantropická) odpovědnost. (Kunz, 2012, s. 14).

Na podobném principu jako Archie B. Carroll popsal odpovědnost firem na základě několika oblastí zájmu Alexandra Dahlsrud. Ten analyzoval desítky definic o CSR, z nichž vyzdvihuje pět základních oblastí, které se v jednotlivých definicích objevovaly nejčastěji. Jsou jimi: sociální oblast, ekonomická oblast, environmentální oblast, stakeholders, dobrovolnost. (Kunz, 2012, s. 15).

Tvrzení, že odpovědnost za firemní konání není pouze ekonomicky a právně závazné, ale má i jistou odpovědnost vůči společnosti, se začalo objevovat i v definicích dalších autorů. Později se toto smýšlení rozšířilo až do Evropy. V průběhu devadesátých let se začala formovat iniciativa Evropské unie se zájmem o CSR. Na Lisabonském summitu konaném v roce 2000 bylo vrcholnými představiteli apelováno na větší podporu společenské odpovědnosti podniků v rámci Evropské unie (CSR PORTAL, 2012, [online]).

3.1.2 Definice podle EU

V roce 2001 definovala Evropská komise ve své Zelení knize (s podtitulem "*Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility*") CSR jako „

koncept, na jehož základě podniky dobrovolně začleňují sociální a ekologická hlediska do své podnikatelské činnosti a vzájemných vztahů se svými stakeholdery“ (Evropská komise, Zelená kniha, 2001, s. 8). Tato teze byla roku 2011 upravena a nyní zní následovně: *„odpovědnost podniků za dopad jejich činnosti na společnost.“* (Evropská komise, Zelená kniha, 2011 s. 8). Toto tvrzení bylo zveřejněno v rámci strategie Evropa 2020.

Předpokladem pro naplnění této odpovědnosti je dodržování platných právních předpisů a kolektivních dohod sociálních partnerů. Aby podniky bezezbytku naplňovaly svoji sociální odpovědnost, měly by mít systém pro začleňování sociálních, environmentálních a etických otázek a hledisek týkajících se lidských práv a zájmů spotřebitelů do své podnikatelské činnosti a hlavní strategie, a to v úzké spolupráci s příslušnými zúčastněnými stranami a s cílem:

- maximalizovat vytváření společné hodnoty pro své vlastníky/podílíky, další zúčastněné strany a společnost obecně.
- určit případný nepříznivý dopad své činnosti, předcházet mu a zmírňovat jej.

(Evropská Komise, Obnovená strategie EU pro sociální odpovědnost podniků na období 2011-2014, 2011, str.6)

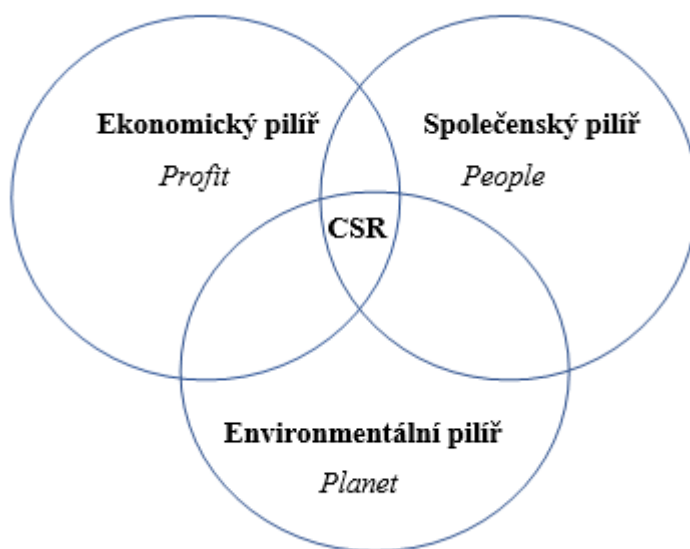
3.1.3 Definice podle Business Leaders Fora

Významnou organizací, která stojí za to být zmíněna, je Business Leaders Forum, člen platformy CSR Europe. Jedná se o jednu z nejvýraznějších organizací v České republice, jež definuje společenskou odpovědnost firem jako *„ nutný závazek firem chovat se v rámci svého fungování odpovědně k prostředí i společnosti, ve které podnikají. “* (Business Leaders Forum, 2019, [online]).

3.2 Oblasti CSR

Základní členění, podle kterého lze vymezit oblasti působení společenské odpovědnosti firem, je podle tzv. trojí minimální linie (triple-bottom-line) (Zadražilová a kolektiv, 2010, s. 3). Rozděluje CSR na tři pilíře: ekonomický, sociální a environmentální. Jinak jsou také označovány názvem „3P“ jako profit (zisk), people (lidé), planet (planeta) (Kuldová, 2010, s. 15).

Obrázek 1 - Pilíře CSR



Zdroj: vlastní

3.2.1 Další dělení CSR

Alternativní dělení do oblastí nabízí M. Steinerová, která přichází se čtyřmi komponenty. Jsou jimi ekonomická odpovědnost, pracovní prostředí, místní komunita, životní prostředí (Steinerová, Makovski, 2008, s. 5, [online]). Sociální oblast tedy rozděluje na pracovní prostředí, jež představuje sociální odpovědnost vůči zaměstnancům a místní komunitu, která ukazuje sociální odpovědnost ve vztahu k veřejnosti. (Tetřevová a kolektiv, 2017, s. 21).

Jiné rozdělení do oblastí představil Carroll a i on vyčlenil 4 komponenty. Filantropická odpovědnost, Etická odpovědnost, Právní odpovědnost, Ekonomická odpovědnost (Carroll, 1991, s. 42). Jeho dělení je však sporné v tom, že právní

odpovědnost by neměla spadat do společenské odpovědnosti a na její úkor jsou do pozadí odsouvány environmentální a sociální zájmy (Tetřevová a kolektiv, 2017, s. 23).

V současné době se vlivem proměn vymezuje tzv. modifikované pojetí komponent CSR. Jsou jimi: ekonomická odpovědnost, sociální odpovědnost, environmentální odpovědnost a k nim přibývají odpovědnost etická, která si za cíl klade uplatňování etických norem, a odpovědnost filantropická, kterou představují firemní dobrovolníci a dárci (Tetřevová, 2011, s. 615).

3.2.2 Ekonomický pilíř

Ekonomický pilíř zahrnuje etické chování vůči všem zúčastněným stranám (odběratelům, dodavatelům, zaměstnancům i majitelům). Tedy nejde pouze o normy týkající se použití firemně vytvořeného zisku, ale také celkové chování firmy vůči klíčovým stakeholderům (CSR Reporting, 2019, [online]).

3.2.3 Etický kodex

Hlavním tématem je zde dodržování etického kodexu. Ten jakožto nástroj, který pomáhá zlepšovat etické působení a rozhodování a zároveň vnitřní i vnější prostředí subjektu, je souborem pravidel, které určují standard profesního jednání. Etický kodex je nástrojem, který pomáhá zajišťovat každodenní aktivity tak, aby byly v souladu se stanovenými zásadami (Business Leaders Forum, Slovník pojmů, 2019, [online]). Kodex má právní platnost, takže pokud se firma zaváže k dodržování zásad etického kodexu, musí je dodržovat. V určitých situacích kodex vypovídá o důvěryhodnosti organizace. (Prskavcová, Maršíková, Řehořová, Zbránková, 2008, s. 12).

Mezi další náležitosti, kterých by měla organizace v rovině ekonomického pilíře dbát, jsou kromě etického kodexu také: odmítání korupce, transparentnost, vztahy fair trade, kvalita a bezpečnost produktů a služeb, dodržování etiky v marketingu a reklamě (Pavlík, Bělčík a kolektiv, 2010, s. 25).

3.2.4 Sociální pilíř

„Podstata CSR v oblasti sociální spočívá v naplnění myšlenky, že jedině ve zdravé společnosti firma dlouhodobě prosperuje. V této oblasti firmy projevují svoji sounáležitost s širší společností a poukazují na to, že se jednotlivci z byznysu chovají též jako občané.“ (CSR Reporting, 2019, [online]). Firma dbá na potřeby svých zaměstnanců, místních lidí, je v kontaktu s místními orgány samosprávy.

Sociální pilíř lze rozčlenit na dvě podoblasti, oblast vnitřní (interní) a vnější (externí).

Vnitřní část Sociálního pilíře

Vnitřní se zabývá situací uvnitř podniku, nazývá se také sociální politika podniku nebo vnitropodniková sociální politika. Je součástí interních aktivit CSR a měla by vytvářet partnerství se zaměstnancem (Prskavcová, Maršíková, Řehořová, Zbránková, 2008, s. 13). Pokud je zaměstnanec spokojený a motivovaný, jeho práce je mnohem efektivnější, a to je klíčem k vyšší výkonnosti (Kunz, 2012, s. 22).

Měla by se věnovat bezpečnosti a zdraví na pracovišti, tuto činnost spravuje BOZP (bezpečnost a ochrana zdraví při práci), která nemá za úkol pouze činit preventivní opatření proti úrazům, nýbrž se soustředí na postupy k utváření optimálních pracovních podmínek (Tetřevová a kolektiv, 2017, s. 63).

Dále by měla dbát na dodržování rovných příležitostí, rovnosti žen a mužů, dodržování lidských práv. Rovností na pracovišti se zabývá tzv. diverzity management. Podniky by měly rovně přistupovat k zaměstnancům bez ohledu na jejich víru, národnost, pohlaví, sexuální orientaci, zdravotní indispozice a další.

Zaměstnancům by měl být dán vyvážený poměr pracovního a osobního života, tedy dodržování pracovní doby nebo zajištění dostupnosti pracoviště. Firma by dále měla podnikat opatření proti mobbingu, tedy proti šikaně na pracovišti, které mohou pomoci zamezit fungující odbory nebo procesy zabývající se stížnostmi zaměstnanců. (Tetřevová a kolektiv, 2017, s. 63).

Kromě dodržování vnitropodnikové sociální politiky by měl být aktivně rozvíjen rozvoj lidského kapitálu či zaměstnanecká politika. Správného rozvíjení lidského kapitálu na pracovišti by mělo být docíleno s pomocí vhodně fungujícího personálního managementu (Kunz, 2012, s. 22).

Vnější část sociálního pilíře

Vnější část sociálního pilíře je tvořena zejména spoluprací a filantropií. Volný překlad slova filantropie je lidumilnost. Lidumilnost definuje hlavní poslání samotné filantropie a tím je podpora druhých v širším okruhu působení. Zejména pečuje o handicapované a snaží se zkvalitnit život jednotlivce i celé společnosti (Prskavcová, Maršíková, Řehořová, Zbránková, 2008, s. 15). Spolu s filantropií je neméně důležitá komunikace a dobré vztahy udržované spoluprací s místní komunitou, která podnik obklopuje a na kterou nejvíce působí jeho vliv.

3.2.5 Environmentální pilíř

Environmentální oblast CSR, též nazývaná jako Ekologický pilíř, je v současnosti nedílnou součástí politik podnikatelských subjektů. Vzhledem ke stoupající pozornosti, která se upíná na životní prostředí, je pro podniky výzvou stanovit vlastní environmentální principy a dodržovat tak tuto stanovenou politiku. Na jejím základě podniky aplikují preventivní přístup a snaží se eliminovat negativní dopad své činnosti na životní prostředí (CSR Reporting, 2019, [online]).

Odpovědnost v této oblasti by měla být dodržována jak uvnitř, při fungování a produkci, ale také navenek. Vůči vnějšímu prostředí je to šetrné chování k okolní krajině při produkování emisních látek a odpadu, využívání přírodních zdrojů nebo omezení vydávaného hluku (Kunz, 2012, s. 23).

Tlak na šetrné působení vůči přírodě vyvolávají nejčastěji sociální a politické sféry. Politický motiv má za cíl vylepšit nebo udržovat příznivé vztahy s vládou a jejími institucemi, často s místními politickými uskupeními. Zejména takovým způsobem, že

podniky dodržují vydané legislativní normy. Sociální motivy, které podněcující šetrné chování k životnímu prostředí, pak přicházejí od neziskových organizací či místních komunit. Pokud mají organizace k těmto podnětům kladný přístup, může to vést ke zlepšování vztahů s danými stakeholdery, u nichž se předejte negativnímu vnímání činnosti podniku (Tetřevová a kolektiv, 2017, s. 77).

3.2.6 Udržitelný rozvoj

Podstatným termínem vztahujícím se k oblasti působení CSR je udržitelný rozvoj. Jedná se o typ rozvoje, který se zabývá odstraňováním nebo alespoň snižováním negativních projevů dosavadního počínání lidské společnosti. Růst je většinou zaměřený na rozvoj ekonomiky a právě ekonomický růst způsobuje ničivé vlivy, podepisující se na planetě.

Udržitelný rozvoj se nezabývá pouze ekonomickým růstem, ale i přírodním bohatstvím a společností. Proto propojuje pilíř ekonomický, sociální i environmentální a říká, že by měly být rozvíjeny souvisle a stejnou měrou, jelikož jsou úzce provázány a upřednostňování jednoho nad ostatními povede k nerovnováze (Ministerstvo životního prostředí, 2019, [online]). Takovým počínáním by měla být zajištěna kvalita života i pro další generace (Prskavcová, Maršíková, Řehořová, Zbránková, 2008, s. 18). Původně vyšel z potřeby chránit přírodu a životní prostředí, avšak nyní se vztahuje i k vládnutí a dobrému spravování věcí veřejných (Ministerstvo životního prostředí, 2019, [online]).

Pro firmu je podstatné, aby udržitelný rozvoj rozvíjela při výrobě a také při spotřebě. „*Udržitelná výroba je ekonomicky efektivní a zároveň vyvolává nejnižší dopad na životní prostředí a lidské zdraví.*“ (Tetřevová a kolektiv, 2017, s. 86). Taková výroba souvisí s udržitelnou spotřebou, jejíž podstatou je možnost volby spotřebitele poptávat produkt šetrný k životnímu prostředí i ke společnosti.

3.3 CSR v ČR

3.3.1 Národní akční plán

Podle Národního informačního portálu o CSR není společenská odpovědnost firem příliš regulována státem. Funguje na principu dobrovolnosti. Avšak základní rámec chování v rámci CSR je v České republice upravován Národním akčním plánem společensky odpovědných organizací v České republice. Pověřenou institucí, která se zabývá právě společenskou odpovědností firem v České republice je Ministerstvo obchodu a průmyslu, které jej vydává v rámci strategických období. Účelem dokumentu je vymezit základní východiska pro dodržování a uplatňování idey CSR v České republice. Dělí se na deset klíčových oblastí, v nichž každá zvlášť stanovuje priority a aktivity. Národní akční plán platný k období 2019-2023 je aktualizovanou verzí plánu vycházejícího z Obnovené strategie EU 2011-2014 a je tak v souladu se strategií Evropa 2020, kterou vymezila Evropská komise (Národní informační portál o CSR, 2016, [online]).

Celkově si plán stanovuje následující záměry: podporování rozvoje společenské odpovědnosti v jednotlivých organizacích, sdílení zkušeností a mezinárodního know-how a posilování porozumění samotné společenské odpovědnosti firem (Národní informační portál o CSR, 2016, [online]).

Organizace v České republice zpočátku realizovali CSR jednorázovými projekty. S postupem času ji však začali začleňovat do svých celkových podnikových strategií. (Národní akční plán, 2015, s. 6). Největší důraz na CSR nadále dávají organizace nadnárodního charakteru. Ty snahu chovat se odpovědně vnímají jako budování konkurenční výhody (Pavlík, Bělčík a kolektiv, 2010, s. 110).

3.3.2 Nevládní organizace na podporu CSR

Kromě vládních organizací se na rozvoji a propagaci CSR v České republice podílí také asociace s tímto záměrem. Mezi ně patří Business Leaders Forum, Asociace společenské odpovědnosti, Česká podnikatelská rada pro udržitelný rozvoj, Byznys pro společnost nebo Centrum společenské odpovědnosti firem. Těmto nevládním organizacím

se přezdívá watchdogové, chovají se jako hlídací pes a kontrolují tam, kde stát, resp. veřejná správa, selhávají (Pavlík, Bělčík a kolektiv, 2010, s. 41).

3.4 CSR v rámci Evropské unie

V rámci Evropské unie se CSR zabývá Evropská komise, která vydává dokument Compendium: Corporate Social Responsibility – National Public Policies in the European Union. Ten definuje klíčová témata a priority Evropské unie v rámci CSR. Jaké aktivity by měly být realizovány v jednotlivých členských zemích tak, aby naplňovaly dílčí i společné politiky Evropské unie (Tetřevová a kolektiv, 2017, s. 120).

3.4.1 Rozvoj CSR v EU

Důležitým milníkem pro rozvoj CSR korporací bylo založení evropské expertní centrály CSR Europe, kterou v roce 1993 inicioval zřídit Jacques Delors, někdejší prezident Evropské komise (Pavlík, Bělčík a kolektiv, 2010, s. 44). Jedná se o jednu z prvních aktivit vyvinutých pro řešení některých strukturálních evropských problémů. V roce 1995 na základě této iniciativy vznikla European Business Declaration against Social Exclusion. V rámci dokumentu podniky vyjadřují ochotu spolupracovat na tvorbě preventivních opatření, zabraňující problémům (Kašparová, Kunz, 2013, s. 20).

Velmi podstatným se stal pro CSR Summit Evropské unie, konaný roku 2000. Z něj vzešla tzv. Lisabonská strategie, v jejímž rámci Evropská unie poprvé oficiálně pobouzela korporáty k účasti na sociální odpovědnosti (Pavlík, Bělčík a kolektiv, 2010, s. 44). Již v roce 2002 bylo vydáno prohlášení obsahující oficiální politiku Evropské unie ke společenské odpovědnosti.

Potřeba sdílet transparentnost a existující snahy v této oblasti, v rámci unie dala vzniknout Foru CSR – European Multistakeholders Forum, společenství sdružující nevládní organizace, odbory, zaměstnanecké svazy a podnikatelské svazy (Prskavcová, Maršíková, Řehořová, Zbránková, 2008, s. 28).

3.4.2 Současný stav CSR v EU

V současnosti Evropská unie vyžaduje alespoň po velkých podnicích každoroční hlášení, ve kterém vykazují informace o ochraně životního prostředí, dodržování lidských práv, opatření proti korupci či zaměstnaneckých podmínkách. Hlášení jsou vydávána formou samostatného dokumentu nebo jako součást zprávy o činnosti firmy. Je v něm obsažena firemní strategie spolu se zvolenou politikou a výsledky, které z ní vyplývají, doplněné o případné rizikové oblasti. Celkově by toto opatření mělo vést k vyšší transparentnosti a posílení odpovědnosti firem, a zároveň nastolit rovné podmínky firmám v unii (Asociace společenské odpovědnosti, 2014, [online]).

3.5 Reporting

V podnikání nejsou důležité pouze kýžené výsledky, ale i cesta, která k nim vede. Jedním z důkazů tohoto principu je právě společenská odpovědnost firem. Ta se zabývá právě i způsobem dosahováním firemních cílů (CSR Reporting, 2019, [online]).

Některé podniky přistupují k CSR pouze jako k souboru aktivit, s pomocí kterých lze docílit kladného veřejného mínění o nich samotných, čímž nenaplnují myšlenku CSR. Mají na mysli pouze vlastní ekonomické blaho a ostatní stakeholderi jsou jim lhostejní. Takové chování pak vyvolává kritiku a negativní vnímání o společenském chování firem. I z tohoto důvodu začaly vznikat iniciativy, jež požadují určitou regulaci a zavedení jednotných standardů hodnocení společensky odpovědných firem. Je však důležité zachovat princip dobrovolnosti, pro CSR tak klíčový. Pokud by se stala právně závaznou, mohla by být spatřována pouze jako nadbytečná administrativní zátěž a povinnost. Tím by přišla i o svou přidanou hodnotu, kterou je dlouhodobá konkurenční výhoda (Kuldová, 2010, s. 79-80).

Aby se relevantní stakeholderi dozvěděli o společensky odpovědně vykonávaných aktivitách, je potřeba dát je najevo. Jedině tak se mohou výhody takového chování projevit reálně. Toho je možné dosáhnout právě nefinančním reportováním CSR aktivit. Reporty, které podnik vydává, jsou plně pod jeho kontrolou. S jejich pomocí lze informovat potřebné stakeholdery, ale také ovlivnit vnímání podniku v jeho prospěch (Kašparová, 2011, s. 18). Tyto zprávy se vydávají nad rámec ze zákona stanovených výročních zpráv.

3.5.1 Obsah reportů

Podle Pavlíka obsah reportů tvoří následující informace:

- Představení korporace
- Vztah podniku k zaměstnancům, okolní komunitě a životnímu prostředí
- Dopady na životní prostředí a potenciální rizika spojená s provozem
- Konkrétní aktivity a projekty CSR (plánované nebo realizované)

(Pavlík, Bělčík a kolektiv, 2010, s. 47).

3.5.2 Ověřování informací z reportů

Informace podávané v reportech jsou, jak již bylo řečeno, pod kontrolou podniku. Jejich ověřování přináší mnohé výhody a to nejen pro čtenáře, ale i samotnou firmu. Externím ověřování může snížit šíření zavádějících nebo nepřesných informací, čímž zvyšuje svou důvěryhodnost. Někdy také představuje zpětnou vazbu, díky níž lze hledat nové směry.

3.5.3 CSR reportování v ČR

CSR je v Čechách zvolna se rozšiřující koncept. Ve srovnání se zahraničím není natolik prioritní, aby i CSR reportování bylo prováděno tak důkladně. Stejně tak není tento druh reportingu tolik rozšířený, avšak pokud už ho podniky vydávají, pak jejich charakteristiky bývají srovnatelné s jinými zeměmi. Poskytované informace neobsahují mnoho detailů a jejich sestavení má cílit na vylepšení podnikové image. Jen málo z nich je integrováno do výročních zpráv podniků. Obvykle se jedná o velké firmy s vlastníky v některé z členských zemí Evropské unie (Kašparová, 2011, s. 55-56).

3.6 Pojmy vztahující se k CSR

3.6.1 ISO 26000

Mezinárodní organizace ISO (International Organization for Standardization) se zabývá tvorbou norem. Především v oblasti managementu a řízení se pomocí norem a standardů stanovují a vynucují společné vlastnosti, tvar, chování a postupy práce, definuje se nepokořitelný standard nebo se hodnotí přijatelnost, obvyklost nebo stav procesů či produktů. Normy se tedy používají k popisu referenčních hodnot, chování nebo vlastností. Představují předpis, měřítko, správnou míru něčeho obvyklého, očekávaného či přiměřeného (Národní informační portál o CSR, 2015, [online]).

I když ISO normy nejsou legislativními nařízeními, některé jsou určené k certifikaci. Opět platí, že není nekompromisně nutné normu dodržet, případně získat certifikát, ale je výhodné jí disponovat.

Jednou z necertifikovaných norem je ISO 26000. Jedná se o jednu z nejdůležitějších norem z hlediska managementu, normu Společenské odpovědnosti firem. Shrnuje v sobě obecné principy CSR a podává je jako doporučení. Norma ISO 26000 je určena pro organizace soukromého i veřejného sektoru, bez ohledu na jejich velikost nebo lokalitu. Cílem ISO 26000 je posílit v organizacích odpovědnost za jejich chování a obchodování a tím zvětšit jejich podíl na udržitelném rozvoji (Národní informační portál o CSR, 2015, [online]).

3.6.2 SA 8000

Norma z předcházejícího článku je blízká certifikační normě SA 8000 Společenské odpovědnosti. Ta nevychází v rámci organizace ISO, nýbrž pod nevládní mezinárodní organizací SAI (Social Accountability International). Obdržení certifikátu SA 8000 je známkou prestiže. Tato norma se zabývá především požadavky v oblastech dětské práce, nucené práce, BOZP, diskriminace, pracovní doby, práva na shromažďování a odměňování (Národní informační portál o CSR, 2015, [online]).

3.6.3 OECD

Mezivládní organizace OECD (Organization for Economic Co-operation and Development) pro nadnárodní podniky je sdružením vyspělých a demokratických zemí. Pomáhá koordinovat sociální a hospodářskou politiku členských zemí. Součástí tohoto uskupení je od roku 1992 i Česká republika (Ministerstvo práce a sociálních věcí, 2007, [online]).

Pomocí směrnice definuje soubor pravidel týkající se odpovědného chování nadnárodních společností (Kuldová, 2012, s.14). Zmiňovaná směrnice je součástí Deklarace OECD a obsahuje v sobě správné postupy společensky odpovědného chování a zároveň nabádá vlády členských států, aby zřizovaly kontaktní místa, které budou prosazovat principy směrnice a povedou k diskusi na toto téma (Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2018, [online]).

3.7 Stakeholders

Podniky by měly být odpovědné vůči těm osobám, které by mohly být ovlivněny jejich aktivitami. Takovýmito zájmovým skupinám se říká stakeholders. O tom, na koho by měla cílit pozornost manažerů, by měla vypovídat tzv. stakeholder teorie (Tetřevová a kolektiv, 2017, s. 20). Podle R.E. Freemana lze stakeholdera definovat takto: „*Stakeholder neboli zájmová, zainteresovaná strana či skupina, rovněž také skupina vlivu či participující skupina, představuje jakoukoliv skupinu či jednotlivce, který může ovlivňovat dosahování záměrů organizace.*“ (Freeman, 2010, s. 52).

Tímto termínem se rozumějí osoby, instituce, organizace. V nejširším pojetí se jedná o zákazníky, zaměstnance, dodavatele, akcionáře, obchodní partnery, zástupce státní správy a samosprávy, zájmové skupiny, odbory, média i mezinárodní organizace (Prskavcová, Maršíková, Řehořová, Zbránková, 2008, s. 20). Někteří autoři dokonce považují za stakeholdery i minulé a budoucí generace nebo zemskou atmosféru, tedy ne pouze současné a potenciální subjekty.

3.7.1 Členění stakeholderů

Stakeholdery je možné diferencovat podle jejich významu a v důsledku toho vytvářet odpovídající strategie chování ve vztahu k jednotlivým stakeholderům. (Tetřevová a kolektiv, 2017, s. 20) Klíčové zájmové skupiny je možné určit na základě zodpovězení otázek.

- Které osoby či skupiny ovlivňují podnik?
- Které osoby či skupiny podnik ovlivňuje?

(Pavlík, Bělčík a kolektiv, 2010, s.76)

Zainteresované skupiny, označované jako klíčové, se pro každé odvětví liší. Pro jejich udržení se autoři shodují v tom, že je potřeba vést s nimi dialog, ten zajistí efektivní zpětnou vazbu. Dialog může přinést situaci, kterou lze označit termínem win-win, což znamená, že je výhodná pro obě strany (Kuldová, 2010, s. 27).

Základním rozdělením se dělí na primární a sekundární skupiny stakeholderů. Primární stakeholders silně ovlivňují každodenní fungování daného podniku. Bez jejich neustálého působení by firma zanikla. Jedná se především o vlastníky, investory, zaměstnance, zákazníky, dodavatele, obchodní partnery a veřejné zainteresované strany.

Sekundárními stakeholders rozumíme takové osoby či instituce, které nevstupují s podnikem přímo do každodenní interakce, ale spíše mají vliv na veřejné vnímání podniku veřejností (Tetřevová a kolektiv, 2017, s.20). Jedná se o média, obchodní asociace, místní komunity, neziskové organizace, asociace a nátlakové skupiny (Prskavcová, Maršíková, Řehořová, Zbránková, 2008, s. 20).

3.8 CSR v automobilovém průmyslu

3.8.1 Automobilový průmysl v ČR

Automobilový průmysl má téměř devíti procentní podíl na Hrubém domácím produktu České republiky. Zůstává tak nejdůležitějším odvětvím průmyslu ve státě. Jenom na celkovém podílu průmyslové činnosti se podílí z 26 %. Jedná o významnou složku pro ekonomický výkon a zároveň pro pracovní trh, jelikož v tomto průmyslovém odvětví pracuje přes 150 tisíc zaměstnanců. A v rámci celé české ekonomiky zaměstnává nepřímo cca 400 tisíc lidí (Dopravní noviny, 2017, [online]).

3.8.2 Automobilové závody na území ČR

Na území České republiky vyrábí automobily společnosti: Škoda Auto, a.s., vlastněná koncernem Volkswagen AC, Toyota Peugeot Citroen Automobile Czech s.r.o., Hyundai Motor Manufacturing Czech s.r.o. Produkci výše uvedených automobilek tvoří osobní automobily. Dále jsou vyráběny nákladní automobily (TATRA TRUCKS a.s., AVIA Motors s.r.o.), nákladní automobily a autobusy (IVECO Czech Republic, a.s., SOR Libchavy spol. s.r.o.), traktory (ZETOR TRACTORS a.s.) nebo přívěsy (PANAV, a.s., Schwarzmuller s.r.o.). Vedle nich najdeme v Česku také mnoho dodavatelských firem pro automobilový průmysl.

Odvětví automobilového průmyslu dlouhodobě dbá na procesy CSR. Může za to i mezinárodní přesah firem v této oblasti, právě jak bylo uvedeno v kapitole 3.5.3.

3.8.3 Oblast životního prostředí – Zelená řešení

Automobilový průmysl představuje technicky velmi náročné odvětví. V důsledku toho je pozornost odpovědnosti zaměřena především na ekologičnost výroby. Je sledován celý proces výroby a primární snahou je snižovat její negativní dopad na životní prostředí a společnost. Dále se sleduje především vývoj automobilů v oblasti emisí. Řešení těchto problémů se nazývají Zelená řešení a představují jeden z nástrojů tzv. Zeleného marketingu. Obecně se tvrdí, že produkty označované jako „zelené“, se spotřebitelům jeví

důvěryhodnější a dávají jim přednost. Z toho důvodu lze tvrdit, že označení zelené je nástrojem marketingu a zároveň naplňuje podstatu CSR.

Samotný dopad na životní prostředí má těžba nerostných surovin k výrobním účelům, výroba dílů, technologicky náročná montáž, ale i celý chod a provoz fabrik. V neposlední řadě je nutno zahrnout i vyřazení automobilu z provozu a produkované emise. Právě emise tvoří zhruba 80 % ekologické zátěže (Marketing, Science & Inspirations, 2016, [online]).

Standardy a certifikáty pro automobilový průmysl

ISO/TS 16949

Jedním z nejznámějších mezinárodních standardů pro automobilový průmysl je norma IATF 16949:2016. Jedná se o novou verzi původní normy s názvem ISO/TS 16949. Nová norma je v souladu s polední verzí ISO/TS 1699, které nese označení ISO 9001:2015. Hlavním cílem tohoto mezinárodního standardu je harmonizace rozdílné posuzování certifikačních systémů v dodavatelském řetězci automobilového průmyslu po celém světě. (Bureau Veritas Czech Republic, 2016, [online]).

Vznikla pod společností IATF (International Automotive Task Force) a technickou komisí ISO. Vyvinuta byla na žádost předních automobilových koncernů ke zjednodušení zavádění QSM (Quality Management System) dodavatelů a ke zjednodušení certifikace. Dodavatelé vyžadují tuto certifikaci od koncernů a ty naopak od dodavatelů, tím se celkově zvyšuje kvalita dodavatelského řetězce (Automotive QMS Update, 2016, [online]).

3.9 Charakteristiky a výhody CSR

3.9.1 Základní charakteristika konceptu CSR

Lze vymezit určité typické charakteristiky společenské odpovědnosti firem, které ji vyznačují i přes její širokou oblast působnosti (Kunz, 2012, s. 17). Jsou jimi:

Dobrovolnost – firmy přijímají do svých strategií společensky odpovědné chování dobrovolně, z vlastního přesvědčení, nenutí je k tomu legislativa. (V současné době však

existují jisté zásahy např. od Evropské unie, které vyžadují reportovat určité oblasti působení vybraných podniků).

Aktivní spolupráce a otevřený dialog se stakeholdery – typicky jsou firmy povinny komunikovat s investory, ale v konceptu CSR tento standart překračují a rozhovor vedou i s ostatními stakeholdery (zákazníky, zaměstnanci, dodavateli a místními komunitami, vládou nebo neziskovými organizacemi).

Angažovanost – firma nevyčká, až bude k odpovědnému chování vyzvána, ale aktivně se snaží tuto politiku rozvíjet. Taktéž vytváří vlastní trendy v této oblasti.

Systematičnost a dlouhodobost – CSR by se mělo stát součástí dlouhodobého, strategického plánování. Mělo by být podporováno neustále a souvisle. Často je kladný výsledek snažení patrný až v delším časovém horizontu.

Důvěryhodnost – firma podává pravdivé informace o svém působení. Je transparentní a její reálné jednání se neliší od sdílených informací. Firma, která se chová důvěryhodně, by měla být autentická, transparentní, osobitá a důsledná.

Fungování s ohledem na tripple – bottom - line – vzhledem ke skutečnosti, že firmy působí na své okolí, by se měly soustředit i na řešení otázek sociálních a otázek environmentálního charakteru a ne pouze na ekonomickou expanzi a maximální možný zisk.

Závazek zvyšovat kvalitu života - firmy by se měly ke společnosti chovat eticky a přispívat k její prosperitě. Měly by jevit zájem o dění ve svém okolí a pomoci eliminovat rizika ve všech třech oblastech tripple – bottom – line.

(Kunz, 2012, s. 17 - 18)

3.9.2 Přínosy CSR

Přijetí konceptu CSR je dlouhodobou investicí do rozvoje podniku, který nevytváří pouze maximalizaci finančního zisku, nýbrž zisk ve všech třech pilířích. Jedná se většinou

o zisk nefinančního charakteru, to však neznamená, že by byl méně důležitý. Firma, která se chová aktivně a je transparentní, působí důvěryhodněji. Tak získává silnou pozici na trhu (Kuldová, 2010, s. 32). Společensky odpovědné chování vytváří taktéž kladnou image firmy. K její podpoře může napomoci kvalitní marketing a reklama. Vrchní hranice v žebříčcích anket, které vyjadřují dárcovství nebo přisun pro zlepšení stavu životního prostředí, tvoří kvalitní mediální povědomí (Pavlík, Bělčík a kolektiv, 2010, s. 49). Pokud je podnik dobře zapsán do povědomí společnosti, snáze shání nové zaměstnance, investory a v neposlední řadě zákazníky, kteří přispívají i k samotné maximalizaci zisku.

4 Vlastní práce

4.1 Škoda Auto, a.s.

Škoda auto, a.s. vznikla jako pokračovatel společnosti Laurin & Klement, kterou roku 1895 založili Václav Laurin a Václav Klement. Podnik původně orientovaný na výrobu jízdních kol, později motocyklů, současně produkuje především osobní automobily. Prvním automobilem vůbec byl model Voiturette z roku 1905.

Později se ve dvacátých letech dvacátého století spojila s podnikem ŠKODA Plzeň, od níž přejala název. Působila během obou světových válek i v době socialismu, éře centrálně plánované ekonomiky. Podstatným milníkem byl rok 1907, kdy se firma stala akciovou společností (Škoda Auto a.s., 2019, [online]).

Na obrázku č.2 je znázorněn postupný vývoj firemního loga.

Obrázek 2 - Vývoj firemního loga



Zdroj: Škoda Auto a.s., 2019

Společnost současně sídlí v Mladé Boleslavi a patří k jedněm z nejstarších automobilek na světě. Škoda Auto, a.s. je součástí vlastnictví Volkswagen Group. Od roku 1991, kdy přešla pod vlastnictví VW, došlo k postupné transformaci až do její dnešní podoby.

4.1.1 Působení Škoda Auto, a.s. na mezinárodní úrovni

Hlavní závody se nenachází pouze na území České republiky, ale výroba automobilů a jejich komponentů probíhá také v Rusku, Číně, Ukrajině, Slovensku a Alžírsku. V budoucích letech společnost plánuje rozšířit zahraniční produkci a posílit tak mezinárodní účast na produkci automobilů. Tato idea koresponduje se sloganem „Simply Clever“, který vyjadřuje snahu o posilování povědomí o značce na mezinárodní úrovni,

investování do kvalitních týmů, inovací, výrobě krásných automobilů silné značky a vytváření zákaznických benefitů (Škoda Auto a.s., Výroční zpráva 2017, 2018 [online]).

V důsledku působení Megatrendů, jakými jsou digitalizace, elektromobilita a urbanizace, se mění také současná i budoucí podoba akciové společnosti. Aby i v budoucnu patřila Škoda Auto mezi prosperující firmy, byla vypracována Strategie 2025. Podle ní nebude firma nabízet pouze automobily, ale také řešení mobility a služby s ní spojené. Strategie určuje cíle stanovené do roku 2025 (Škoda Auto a.s., Výroční zpráva 2017, 2018, s. 29, [online]).

4.1.2 Produkované modely v roce 2019

V roce 2019 je k dostání široké portfolio modelů osobních automobilů s úpravami motorů nebo karoserií.

Společnost v roce 2019 nabízí modelové řady:

- Škoda Citigo
- Škoda Fabia, Škoda Fabia Combi
- Škoda Scala
- Škoda Rapid, Škoda Rapid Spaceback
- Škoda Octavia, Škoda Octavia Combi
- Škoda KaroQ
- Škoda KodiaQ
- Škoda Superb, Škoda Superb Combi

(Škoda Auto a.s., 2019, [online])

4.1.3 Strategie 2025

V návaznosti na Strategii 2025, která v sobě obsahuje téma elektromobility, byl představen první model elektromobilu značky Škoda s názvem Škoda VISION E. Produkce automobilů poháněných elektrickou energií přispívá ke zlepšení stavu životního prostředí a tuto myšlenku chce firma v budoucnu podporovat a rozvíjet. Kromě prvního vyvinutého automobilu s elektronickým pohonem zabezpečila i produkci elektromotorů a elektrických komponent. Podle Strategie by mělo být do roku 2025 představeno pět elektronických modelů. Sériová výroba by měla začít během roku 2020. Do té doby

zákazníci budou moci jezdit modelem plug in-hybrid, hybridní obdobou vozu Škoda Superb. (Škoda Auto, a.s., 2018, Výroční zpráva 2017 s. 19 [online]).

4.2 Škoda Auto, a.s. – Kvasiny

Jedna z poboček výrobního závodu Škoda Auto a.s. je umístěna na východě Čech v obci Kvasiny. Výroba v kvasinské fabrice se započala v roce 1947, kdy z výrobní linky sjel model Škoda Superb. Denně zde vyrobí 1 100 automobilů a v následujících letech se objem produkce plánuje zvyšovat. Závod výrazně přispívá k naplnění cílů strategie 2025, proto je do něj patřičně investováno. Investice neplynou pouze do samotného závodu, ale do celého místního území. V blízkém okolí se totiž nachází podniky, distribuující komponenty do modelů aut (Škoda Auto, a.s., Storyboard, 2019 [online]).

Oplocený areál Škoda Auto v Kvasinách se rozkládá na celkové ploše 501 300 m² a je tvořen 56 objekty. V těsné blízkosti se nachází pět dodavatelských podniků, distribuující komponenty do automobilů a jeden logistický komplex na tvorbu sekvencí a dodávek JIS (Just in Sequence) (Zdroj: personální útvar Škoda Auto, a.s.).

Systém směn

Denně se na místních linkách vyrobí 1 100 automobilů, to je, v návaznosti na systém směn, 6 600 vozů týdně. Pracuje se od pondělí do soboty a střídají se ranní, odpolední a noční směny. Současný směnový systém funguje v poměru, v režimu 18:5. Jeho fungování je následovné. Pro nastartování systému je potřeba zaučit 1/6 personálu navíc oproti běžnému patnácti směnnému režimu. Jednotlivé výrobní personální celky se rozdělí do malých skupin po šesti pracovnících a každý obdrží jiný pracovní kalendář. Podle přidělených kalendářů chodí do práce od pondělí do soboty pět z nich, šestý má vždy systémové volno jako kompenzaci z pracovní soboty. Kalendáře by měly být vypracovány tak, aby nikdo nebyl přetěžován nebo zvýhodňován (Zdroj: personální útvar Škoda Auto, a.s.).

4.2.1 Zaměstnanci

V celém závodě pracuje necelých 8 500 pracovníků na dělnických pozicích a 900 na pozicích technickohospodářských. Dělníky lze rozdělit do dvou skupin, podle zaměstnavatele, ne všichni pracovníci závodu jsou totiž zaměstnanci Škoda Auto. Tzv.

kmenoví zaměstnanci společností tvoří 85 % celkového počtu, zbývajících 15 % připadá na zaměstnance pracovních agentur (Zdroj: personální útvar Škoda Auto, a.s.).

Ubytování

Vzhledem k nárůstu pracovníků, který se díky expanzi výroby v posledních letech zvýšil, je potřebné řešit otázku kapacity ubytovacích zařízení. Celý rychnovský region se momentálně potýká s hrubým nedostatkem bytových jednotek a míst v ubytovacích zařízeních.

Do závodu nedochází pouze obyvatelé Kvasin, jakožto jeden a půl tisícové obce, ale i z širokého okolí, např. až z Hradce Králové, který je vzdálený 41 km. Takoví zaměstnanci bydlí v blízkém okolí, mají vlastní byt či dům, nebo si je pronajímají. Do zaměstnání se dostávají hromadnou dopravou, která zajišťuje spojení až před brány závodu, nebo dojíždění automobilem či chodí pěšky (Orlický.net, 2018, [online]).

Specifickou skupinu tvoří zaměstnanci, kteří přijeli za prací z delší vzdálenosti. Většinou se jedná o zahraniční pracovníky, především z Polska, Ukrajiny, v menších počtech pak z Rumunska a Bulharska. Ve valné většině se nejedná o tzv. kmenové zaměstnance, ale právě o zaměstnance pracovních agentur (Zdroj: personální útvar Škoda Auto, a.s.). Ti zpravidla přebývají na ubytovacích zařízeních v blízkém okolí. Mezi partnerské agentury, které zprostředkovávají práci většině takových pracovníků patří: Manpower Group s.r.o., GoodCall s.r.o., DP WORK s.r.o., GraftonRecruitment s.r.o. a další (Škoda Auto a.s., Partnerské agentury, 2019, [online]).

Ubytovny vedené přímo společností Škoda Auto se nachází ve městě Opočně, místní ubytovna má kapacitu 230 lůžek a Rychnově nad Kněžnou, ubytovna s 200 lůžky. Kapacity ubytoven jsou obvykle stoprocentně naplněné. I z toho důvodu se uvažuje nebo už realizuje budování nových. Ty vznikají především rekonstrukcí již existujících objektů na ubytovací zařízení (Zdroj: personální útvar Škoda Auto, a.s.).

Škoda Auto si je nedostatku bytů vědoma, a proto tvoří programy, které cílí na zlepšení stávající situace. Jedním z takových případů jsou tzv. startovací byty, které firma nabízí k pronájmu především mladým rodinám s dětmi. Konkrétně se jedná o 26 bytů, které se nachází v osmnáct kilometrů vzdáleném městě Opočně. (Orlický.net, 2018, [online]).

Zaměstnanecké benefity

Aby firma motivovala své zaměstnance, má pro ně připravenou celou škálu zaměstnaneckých benefitů. Podrobněji jsou popsány níže.

Benefity finanční povahy:

- Náborový příspěvek, jako odměna za nástup do závodu
- Zvýšení mzdy po prvních třech odpracovaných měsících
- Příspěvek na doplňkové penzijní spoření
- Roční bonus

Ostatní benefity:

- Dotované ubytování
- Svozová doprava
- Výhodnější pronájem nebo nákup vozu
- Dotované stravování
- Výhodnější mobilní tarify

Zaměstnanci mají možnost karierního růstu nebo dalšího vzdělávání, a to např. ve Škoda Auto ACADEMY. Tady mohou nastoupit do studijních programů a rozvíjet dovednosti v profesní činnosti nebo se učit jazyky (Škoda Auto, a.s., Kariéra, 2019, [online]).

4.3 Rychnovský region

4.3.1 Obec Kvasiny

Kvasiny jsou obcí o celkové rozloze 666 ha. Podle údajů Českého statistického úřadu platných k 1.1.2018 zde žije 1478 obyvatel. Nachází se v bývalém okrese Rychnov nad Kněžnou, který leží v Královéhradeckém kraji, a patří do regionu soudržnosti Severovýchod. Obec je dobře vybavena z hlediska občanské vybavenosti. Má vlastní zdravotnické zařízení, Základní školu nebo poštu (Obec Kvasiny, 2019, [online]).

4.3.3 Občanská vybavenost a obslužnost

Oblast mikroregionu je dobře vybavená z hlediska občanské vybavenosti. Především v Rychnově nad Kněžnou se nachází mateřské, základní i střední školy, kulturní zařízení s kinem. Několikrát do roka město pořádá kulturní akce zaměřené na divadlo, koncerty a další aktivity. Je zde provozována okresní nemocnice a řada lékáren. Město také dbá na rozvoj volnočasových a pohybových aktivit svých občanů. Lidé zde mohou navštěvovat sportovní hřiště, zimní stadion, docházet do řady sportovních oddílů. V létě je provozu městské koupaliště (Místopisy, 2019, [online]). Rychnov je největším městem celého mikroregionu, díky tomu je jeho obslužnost nejrozšířenější a využívají ji i obyvatelé z okolí. Avšak i další členská města a obce jsou dobře a velmi obdobně zaopatřena.

4.3.4 Nezaměstnanost v regionu

Královehradecký kraj patří dlouhodobě k lépe prosperujícím krajům v České republice. Je zde dostatek pracovních míst i pracovníků, a proto i nízká míra nezaměstnanosti. K 31.1.2019 byla nezaměstnanost v Královéhradeckém kraji 2,5 % (Český statistický úřad, 2019, [online]), což je hodnota blízká míře nezaměstnanosti v celé České republice, které se v lednu 2019 pohybovala kolem 2,4 % (Český statistický úřad, 2019, [online]).

Počet nezaměstnaných osob dlouhodobě pomáhá snižovat nabídka právě Škoda Auto a přidružené dodavatelské firmy, jakožto největší zaměstnavatelé v regionu.

4.4 CSR Škoda Auto a.s.

Škoda Auto se snaží aktivně rozvíjet činnosti podporující udržitelný rozvoj. Společenskou odpovědnost monitoruje ve všech oblastech tripple – bottom- line (Škoda Auto, a.s., Výroční zpráva 2017, 2018 [online]). Velmi zásadní pro společnost je, aby byla pro své zákazníky, zaměstnance i obchodní partnery prosperující, zároveň transparentní a spolehlivou organizací. I proto se od roku 2007 řídí doporučeními Kodexu správy a řízení podniků vydaného OESD. Na základě principů kodexu zlepšuje své interní procesy a provozování své činnosti v souladu s etickým kodexem.

4.4.1 Etický kodex Škoda Auto, a.s.

Etický kodex je dokumentem, který je vytvořený jako soubor zásad chování pro zaměstnance. Zavazuje společnost k odpovědnému jednání a počínání v různých aktivitách oblasti environmentální, sociální i ekonomické (Škoda Auto, a.s., Corporate Governance, 2019, [online]). Je rozčleněn do tří oddílů.

Odpovědnost Škoda Auto jako člena společnosti

Oddíl je pojednání o společenské odpovědnosti, kterou vytváří jednotliví zaměstnanci. Nabádá je, aby se chovali podle platných zákonů a s respektem ke svému okolí, čímž přispívají i k udržitelnému rozvoji. Mezi podoblasti tohoto oddílu etického kodexu patří **ochrana lidských práv a svobod, rovné zacházení** a příležitosti pro všechny bez rozdílu, netolerance diskriminování a nezaujatý výběr pracovníků. Řadí sem zároveň **minimalizaci rizik, plynoucí ze zacházení s jejími produkty** v oblastech bezpečnosti, životního prostředí, majetku zákazníka i třetí osoby, je ošetřována dodržováním standardizovaných, postupů v souladu se zákonem.

Podnik jako člen svého okolí **podporuje** potřebné transparentně poskytovanými, **sponzorskými dary**, čímž posiluje svou dobrou pověst. Škoda Auto si stanovuje **komunikovat s klíčovými skupinami osob**, zjišťovat jejich potřeby a provozovat tak dobrý marketing. Poslední bod tohoto oddílu se zaměřuje na hájení politických zájmů takovým způsobem, aby **lobbying** neovlivňoval politické rozhodování, byl neutrální a otevřený (Škoda Auto, a.s., Výroční zpráva 2017, 2018, s. 12-18, [online]).

Odpovědnost Škoda Auto jako obchodního partnera

V oblasti obchodního partnerství se podnik snaží získat co nejsilnější důvěru, proto ve svém etickém kodexu definuje zásady chování zaměstnanců, které by nemělo vést ke **střetům zájmů**. K němu dochází, pakliže zaměstnanec upřednostňuje své zájmy nad zájmy podniku. Osobní život je podle kodexu plně respektován, ale je potřeba se vyvarovat možného poškození podniku, vzniklého v závislosti na osobních vztazích zaměstnanců. Etický kodex **zakazuje korupci a praní špinavých peněz**, v rámci kodexu především mezi zaměstnanci. Zavazuje se **vykazovat** veškeré potřebné, za zákona dané **účetní údaje** a **dodržovat zásady mezinárodního i tuzemského daňového práva, dodržovat pravidla**

spravedlivé hospodářské soutěže (Škoda Auto a.s., Výroční zpráva 2017, 2018, s. 22-30, [online]).

Odpovědnost Škoda Auto na pracovišti

Je oblastí, ve které jsou hájeny zájmy všech zaměstnanců Škoda Auto. Zavazuje se chránit jejich **bezpečnost a zdraví při práci** a stejně tak **důvěrně spravovat jejich osobní údaje**. Kromě ochrany osobních údajů zaměstnanců, podnik **ochraňuje firemní know-how**, které je podstatou firemního úspěchu. Snaží se tedy zabraňovat neoprávněnému, ať už internímu nebo externímu, úniku citlivých informací. S čímž souvisí i zabezpečování IT a elektronických dat. Poslední bod je zaměřen na **nakládání s firemním majetkem**. Kodex nabádá k ohleduplnému nakládání s majetkem podniku a k jeho využívání výhradně k účelům pracovním. (Škoda Auto, a.s., Výroční zpráva 2017, 2018, s. 31-38, [online]).

4.4.2 Udržitelný rozvoj

Škoda Auto se ve svých výročních zprávách aktivně hlásí k dodržování zásad společenské odpovědnosti a k podpoře udržitelného rozvoje. Prosazuje soulad svého ekonomického jednání a sociálního rozvoje spolu se soudobou podobou ekosystému. Zachování životního prostředí pro další generace pomáhá naplňovat podniková strategie Green Future (Škoda Auto, a.s., Výroční zpráva 2017, 2018, s.52, [online]).

4.4.3 Oblast životního prostředí

Na odpovědnost vůči životnímu prostředí je dohlíženo ve všech fázích vývoje automobilů, při výrobě, prodeji a recyklaci. Na základě výsledků výzkumů, které společnost vyhodnocuje, jsou odhalovány zásadní parametry vlivné na životní prostředí. Tyto výsledky následně pomáhají vytvářet opatření ke zlepšení situace. Mají podobu ekologických investic, které cílí na eliminaci negativního vlivu činnosti podniku na životní prostředí. Zároveň zefektivňují samotnou produkci a vývoj, tak aby šetřila finance podniku.

Energie z obnovitelných zdrojů

V rámci svého environmentálně šetrného počínání využívá Škoda Auto energii z obnovitelných zdrojů, a to z 50 %. Pochází především ze stlačeného vzduchu, horké vody a

zemního plynu. Například využívání stlačeného vzduchu také napomáhá k efektivnějšímu provozu závodu a tím snižuje ceny vyrobených dílů.

Ochrana vod a půd

Společnost se snaží, aby byl únik nebezpečných látek do vod a půd minimální. Proto se snaží nahrazovat technologie a používané látky šetrnějšími k životnímu prostředí.

Ochrana ovzduší

V automobilovém průmyslu je oblast znečišťování ovzduší spojena především s emisemi. Během výroby vozů dochází k uvolňování organických látek VOC, NO_x, CO. Eliminace těchto látek je uskutečňována výměnou straších, nešetrných zařízení na dopalování těkavých látek nebo výměnou kotlů. V závislosti na těchto krocích se i přes zvýšení produkce (o 12 %) produkce emisí zredukovala.

Odpadové hospodářství

Pro produkovaný odpad v závodech se hledá další využití. Na základě potřeby lépe využívat odpad byla v roce 2017 vypsána výběrová řízení. Na základě nich společnost do budoucna plánuje více rozvíjet systém oběhového hospodářství, přeměnu odpadu na zdroje, které by mohla dál využívat. Spolu s lepší využíváním a recyklací odpadu je kladen důraz na snížení tvorby odpadu, ten se snížil během let 2016 a 2017 z 6,5 kg/vůz na 1kg/vůz.

(Škoda Auto, a.s., Výroční zpráva 2017, 2018, s. 54)

4.4.4 Grantové programy

Pro dosahování výsledků v rámci CSR aktivit, je založeno několik grantových programů, ty budou podrobněji rozebrány v následujícím textu. Tyto programy jsou spolu s celkovou strategií CSR Škoda Auto rozděleny na dvě části. První z nich je Kategorie prioritní. Obsahuje v sobě témata dopravní bezpečnosti, podporu vzdělání v technických oborech, podporu handicapovaných a dětí. Druhá kategorie dostala název Dobrý soused a týká se regionů, ve kterých má Škoda Auto své výrobní závody. Především právě tam poskytuje finanční podporu (Škoda Auto a.s., Výroční zpráva 2017, 2018, s. 54-56,

[online]). Pro rok 2019 bylo schváleno 7 regionálních grantových programů s celkovou hodnotou 7 600 000 Kč.

Doprava a bezpečnost

Společnost si je vědoma faktu, že kvůli vysokému počtu zaměstnanců a dodavatelů, kteří přijíždění denně, je v regionech zvýšená intenzita silniční dopravy. Cílem tohoto projektu je omezení rizikových míst, ve kterých může docházet ke kolizím chodců, cyklistů a automobilů.

Dopravní výchova

Grantový projekt cílený na prevenci dopravních nehod, zranění a úmrtí, ke kterým dochází na silnicích. V rámci programu je uskutečňována preventivní dopravní výchova, zaměřená především na nejmladší generace.

Technické vzdělávání

S vyšším počtem pracovníků, kteří získali vzdělání v technických oborech, by se měla zvýšit konkurenceschopnost a ekonomický růst celé České republiky. Z toho důvodu má projekt podporovat techniku a technické vzdělávání.

Region bez bariér

Škoda Auto nechce podporovat pouze rozvoj elektronické mobility, ale bere ohled i na pohyb lidí, v rámci tohoto grantu především těch handicapovaných. Cílem projektu je proto omezení bariér. Konkrétními aktivitami na podporu handicapovaných jsou: úpravy dopravních značení, zlepšování dostupnosti veřejných institucí, organizace charitativních akcí, spoluúčast na projektech neziskových organizací, podpora chráněných dílen a další.

Nad rámec tohoto projektu společnost disponuje vlastním programem **Škoda Handy**, v rámci kterého tvoří automobily pro handicapované a nabízí je za zvýhodněnou cenu (Škoda Auto, a.s., Škoda Handy, 2019, [online]).

Škoda dětem

Tento projekt se váže k podpoře dětí, a to především těch sociálně znevýhodněných. Snaží se podporovat aktivity, které mají účelně rozvíjet dětská nadání, sportovní nebo

umělecké talenty, obecně pomáhat těmto dětem začleňovat se do normální společnosti a zvýšit tak jejich šance do budoucna.

Tady jsme doma

Program tohoto projektu má spojovat lidi žijící v regionech, především zaměstnance závodu. Podporuje komunity a sociální interakci. Ti se od sebe v dnešní době distancují a žijí individuálněji. Nástroji pro upevňování komunitního žití jsou třeba podpora amatérských sportovních skupin, pořádání společenských a kulturních akcí nebo finanční podpora kulturního a přírodního dědictví.

Škoda stromky

Grantový program pokračuje v dlouhodobé tradici udržování české krajiny. Od roku 2007 se Škoda zařekla, že za každý prodaný vůz vysadí s pomocí zaměstnanců, jejich rodin a místních komunit, jeden nový strom. Samotná výsadba stromů má symbolizovat orientaci podniku společensko-ekologickým směrem.

(Škoda Auto a.s., Grantové programy, 2019, [online]).

4.5 Dotazníkové šetření

Hlavním cílem dotazníkového šetření bylo odhalit, jak obyvatelé regionu hodnotí aktivity firmy vykonávané v rámci rychnovského regionu a ověřit, zda společnost vnímá reálné uskutečňování společensky odpovědných aktivit, ke kterým se Škoda Auto zavazuje v rámci svých grantových programů a Etického kodexu.

Na otázky z dotazníku odpovídali obyvatelé rychnovského regionu a zaměstnanci Škoda Auto v Kvasinách. Celkem bylo osloveno 140 respondentů. Dotazník byl distribuován pomocí internetového odkazu a papírového archu, který byl rozdán zaměstnancům Škoda Auto. Obsahoval 14 otázek. První dvě měly charakter identifikačního znaku. Další byly dichotomické či polytomické s výběrem jedné správné varianty nebo polytomické s charakterem výčtové otázky. Dvě dichotomické otázky byly doplněny o otázky otevřené, jejichž odpověď nebyla povinná. Úplné znění dotazníku je uvedeno v příloze č. 1 této práce.

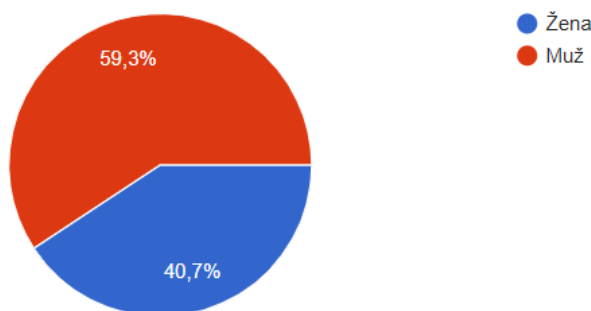
4.5.1 Zkoumaný soubor

Zkoumaný soubor tvořilo 140 respondentů, 83 mužů a 57 žen. Složení dotazovaných podle identifikačních znaků, pohlaví a věkové rozmezí, je uvedeno v následujících tabulkách a grafech.

Tabulka 1 - Složení zkoumaného souboru z hlediska pohlaví respondentů

Pohlaví	Počet	%
Žena	57	40,7
Muž	83	59,3
Celkem	140	100

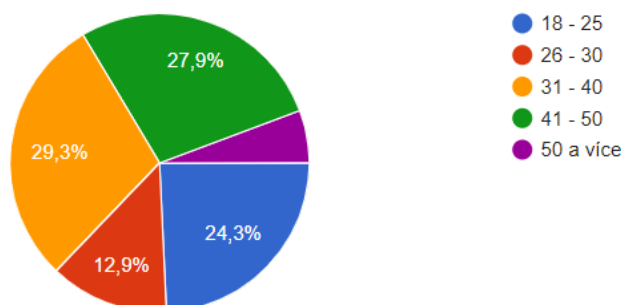
Graf 1 - Složení zkoumaného souboru z hlediska pohlaví respondentů



Tabulka 2 - Složení zkoumaného souboru z hlediska věku respondentů

Věk	Počet	%
18 – 25	34	24,3
26-30	18	12,9
31 – 40	41	29,3
41 – 50	39	27,9
51 a více	8	5,7
Celkem	140	100

Graf 2 - Složení zkoumaného souboru z hlediska věku respondentů

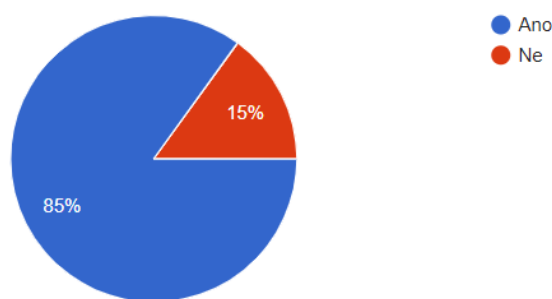


4.5.2 Výsledky výzkumu

Třetí otázka: Bydlíte v rychnovském regionu?

Povinná otázka. Rozděluje respondenty na dvě skupiny. Ti, kteří odpověděli Ano, byli obyvatelé rychnovského regionu. Ti, kteří odpověděli Ne, v regionu nebydlí, ale vzhledem ke skupině respondentů, kterým byl dotazník předložen, sem dojíždějí za prací z blízkého i vzdálenějšího okolí nebo se odstěhovali, ale na region mají silnou vazbu, např. studenti, kteří se vrací za rodiči z vysokých škol.

Graf 3 - Podíl obyvatel rychnovského regionu

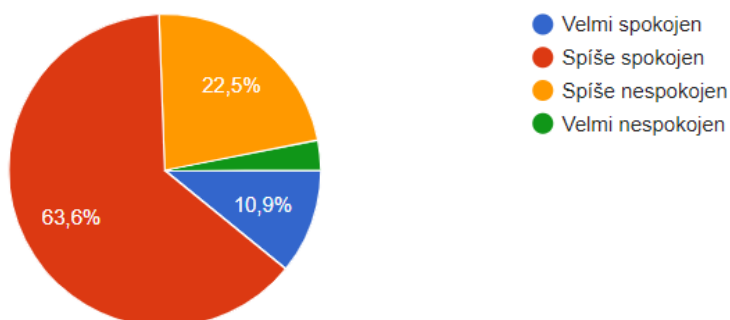


Z výše uvedeného grafu vyplývá, že 85 % respondentů bylo z rychnovského regionu. Konkrétně se jednalo o 119 odpovídajících. Zbývajících 15 %, tedy 21 dotazovaných, odpovědělo, že v regionu nežije, ale s ohledem na zkoumaný vzorek společnosti mají na region vazbu.

Čtvrtá otázka: Jak jste spokojeni s vybaveností regionu?

Povinná otázka, ve které respondenti měli vybrat jednu odpověď, která nejlépe charakterizuje jejich spokojenost s občanskou vybaveností v regionu.

Graf 4 - Spokojenost s vybaveností v rychnovském regionu

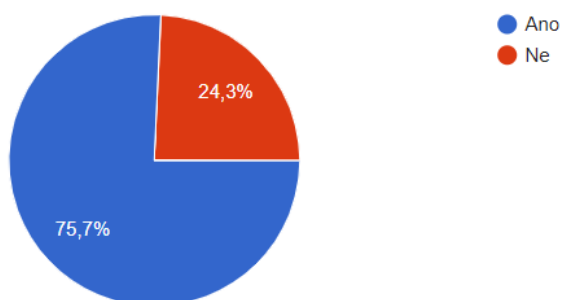


Z grafu uvedeného výše vyplývá, že 15 (10,9 %) dotazovaných uvedlo, že je velmi spokojeno se současným stavem vybavenosti regionu. Největší skupinu lidí tvořili spíše spokojení, 82 respondentů (63,6 %). Poněkud nespokojených najdeme ve vzorku 32 (22,5 %). A velmi nespokojení, u kterých můžeme předpokládat, že vyžadují rozšíření občanské vybavenosti, byli 4 (3,1 %) respondenti.

Pátá otázka: Pracujete Vy nebo někdo z Vaší rodiny ve Škoda Auto – Kvasiny?

Povinná otázka, rozdělila dotazované na dvě skupiny, na základě výběru z dichotomicky položené otázky, zda oni sami nebo někdo z jejich rodiny pracuje ve Škoda Auto, a.s., konkrétně v pobočce v Kvasinách.

Graf 5 - Podíl pracovníků a respondentů s rodinnými příslušníky pracujícími ve Škoda Auto - Kvasiny

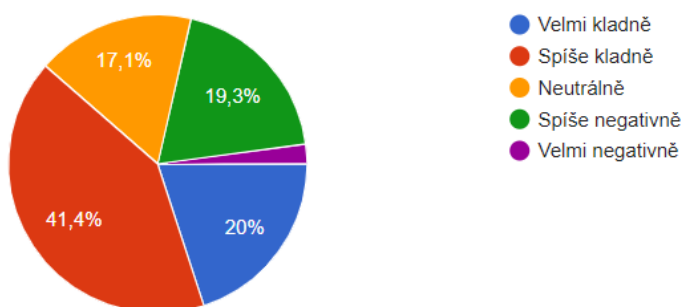


Z celkového počtu 140 respondentů jich 106 (75,5 %) pracuje nebo má alespoň jednoho člena rodiny, který pracuje v podniku Škoda Auto v Kvasinách. Zbýlých 34 (24,3 %) odpovídajících v podniku Škoda Auto v Kvasinách nepracuje a není zde zaměstnán ani jeden z členů jejich rodiny.

Šestá otázka: Jak vnímáte působení podniku na region?

V šesté otázce respondenti povinně vybírali ze škály variant, která vyjadřovala míru spokojenosti nebo naopak nespokojenosti s celkovým vlivem podniku na rychnovský region.

Graf 6 - Vyjádření míry spokojenosti s vlivem podniku na rychnovský region

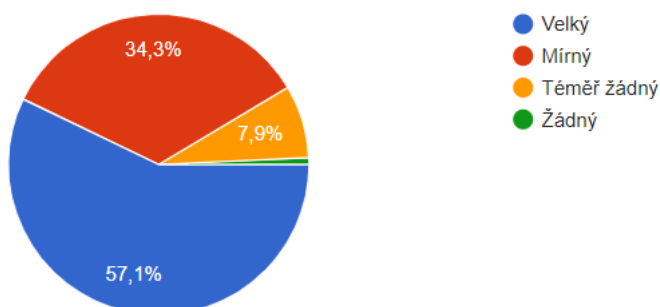


Z předcházejícího grafu je patrné, že největší podíl respondentů vnímá působení podniku na rychnovský region spíše kladně, konkrétně tak odpovědělo 58 dotazovaných (41,3 %). Naopak velmi negativně vnímají působení firmy pouze 3 respondenti (2,1 %) z celku. Výsledky zbývajících tří variant se pohybují poměrně blízko od sebe. Variantu Neutrálně, zaškrtnulo 24 (17,1 %) dotazovaných. Spíše negativně zvolilo 27 (19,3 %) respondentů a Velmi kladně vybralo 28 (20 %) dotazovaných.

Sedmá otázka: Jaký vliv na vybavenost regionu má podle Vás Škoda Auto?

V sedmé, povinné, otázce dotazovaní vybírali ze škály odpovědí, které vyjadřují míru vlivu, kterým se podílí společnost Škoda Auto na vybavenost regionu. Jak se v důsledku jejího působení rozvíjí např. školy, zdravotní instituce, hromadná doprava apod.

Graf 7 - Míra vlivu na vybavenost regionu

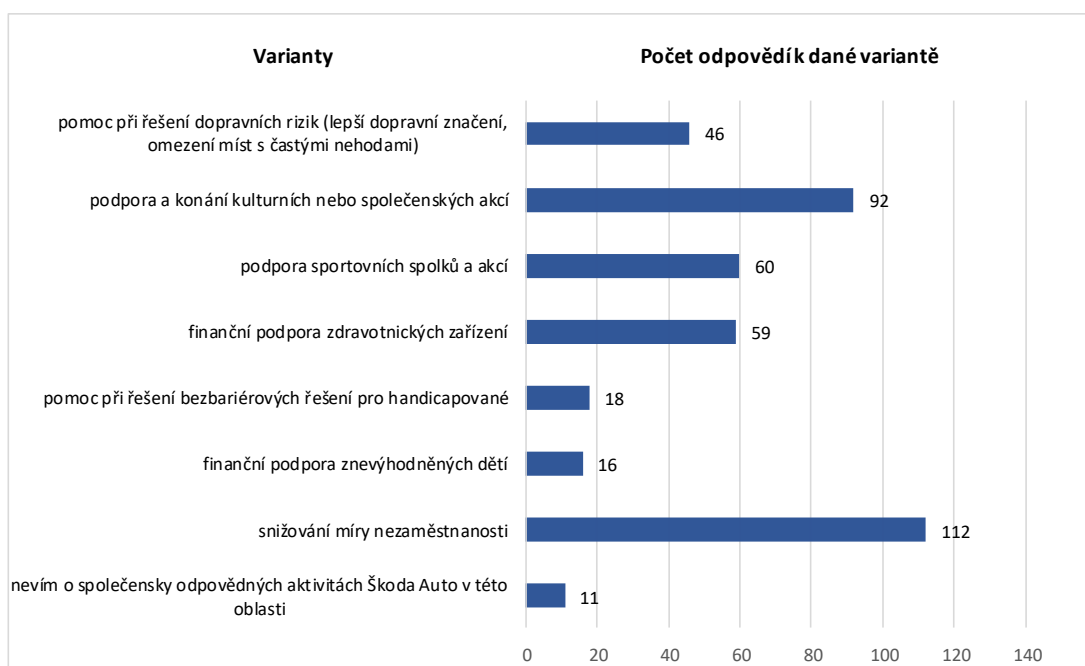


Jednoznačně převažuje odpověď, že vliv Škoda Auto na vybavenost regionu je velký, takto odpovědělo 80 (57,1 %) dotazovaných. O mírném vlivu je přesvědčeno 48 (34,3 %) respondentů. Téměř žádný vliv na občanskou vybavenost regionu uvedlo 11 (7,9 %) dotazovaných. A pouze jeden člověk (0,7 %) označil, že podnik nemá žádný vliv na vybavenost oblasti.

Osmá otázka: Vyberte, jaké společensky odpovědné aktivity podle Vás realizuje Škoda Auto pro regiony, kde má své závody?

Povinná otázka, ve které respondenti volili jednu nebo více možných odpovědí na základě toho, jaké aktivity podle nich realizuje podnik pro regiony, v nichž se vyskytují jeho závody.

Graf 8 - Aktivity Škoda Auto pro region



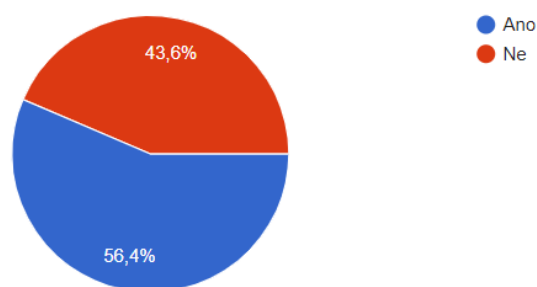
Počty respondentů, kteří volili jednotlivé varianty, jsou uvedeny v grafu výše. Nejvíce se respondenti shodovali na tom, že podnik dlouhodobě snižuje nezaměstnanost v regionu, což uvedlo 112 dotazovaných. S tím, že se angažuje v konání a podpoře kulturních a společenských akcí souhlasilo 92 dotazovaných. S podporou sportovních událostí a sportovních spolků souhlasilo 60 zúčastněných. To, že podporuje lokální

zdravotnická zařízení, zmínilo 59 respondentů. Aktivitu podniku v řešení dopravních rizik potvrdilo 46 dotazovaných. Poslední tři varianty nebyly tolik voleny, jako předchozí zmiňované. Pouze 18 respondentů souhlasilo s tím, že Škoda Auto pomáhá tvořit bezbariérová řešení pro handicapované, 16 respondentů si myslí, že podporuje znevýhodněné děti. Pouze 11 dotazovaných neví o žádných společensky odpovědných aktivitách, které by podnik realizoval pro rychnovský region.

Devátá otázka: Existují v regionu nějaké sociální problémy, na které může mít vliv Škoda Auto – Kvasiny?

Povinná otázka, v rámci které dotazovaní vybírali z odpovědí Ano, Ne, podle toho, zda podle nich mohou v regionu existovat problémy sociálního charakteru, na které by mohl mít vliv právě podnik Škoda Auto – Kvasiny.

Graf 9 - (Ne) Existence sociálních problémů v důsledku vlivu Škoda Auto – Kvasiny



Podle 79 (56,4 %) respondentů mohou existovat nějaké sociální problémy, na které má vliv Škoda Auto. Kvasiny, zbývajících 61 (43,6 %) je opačného názoru.

Desátá otázka: Pokud jste odpověděli Ano, jaké?

Desátá otázka nebyla povinnou. Respondenti měli vypsát jeden až tři příklady sociálních problémů, které podle nich mohou existovat v závislosti na působení Škoda Auto v rychnovském regionu.

Respondenti se shodovali na těchto odpovědích:

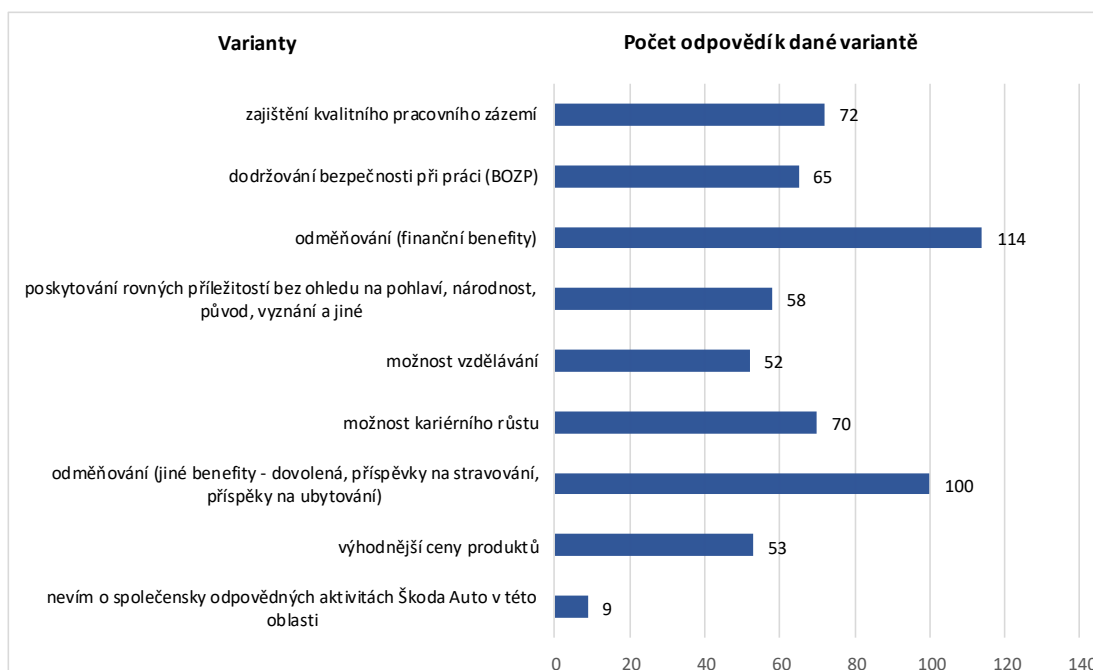
- Nárůst kriminality kvůli cizincům

- Vznik nelegálních ubytoven, obecně problémy na ubytovnách (hluk, nepořádek apod.)
- Monopolní chování firmy jako zaměstnavatele v regionu, v důsledku toho nedostatek lidí v jiných profesích
- Nedostatek bytů, zvyšování ceny nemovitostí a nájmu
- Zhoršování rodinných vztahů v důsledku směnového systému (např. pokud oba z rodičů pracují v podniku, časově se mívají, nedostatek času pro děti apod.)
- Zvýšená doprava na silnicích, především v době střídání směn

Jedenáctá otázka: Vyberte, jaké společensky odpovědné aktivity podle Vás realizuje Škoda Auto pro své zaměstnance?

V rámci této povinné otázky dotazovaní vybírali jednu nebo více správných možností. Cílem otázky bylo zjistit, jaké aktivity Škoda Auto podle respondentů opravdu realizuje pro své zaměstnance.

Graf 10 - Aktivity Škoda Auto a.s. pro zaměstnance



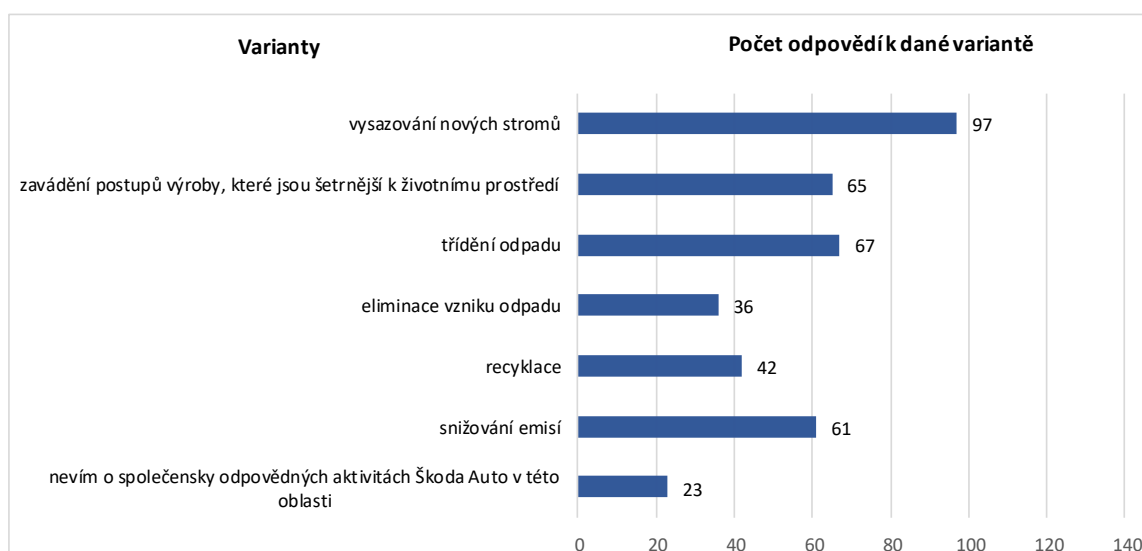
Počty respondentů, kteří volili jednotlivé varianty, jsou uvedeny ve výše uvedeném grafu. Nejčastěji souhlasili s tím, že zaměstnanci Škoda Auto jsou dobře finančně odměňováni

z hlediska platů (114 respondentů) i jiných benefitů finanční i nefinanční povahy (100 respondentů). Podle 72 dotazovaných podnik zajišťuje kvalitní pracovní zázemí, 65 dotazovaných souhlasí s tím, že jsou na pracovišti dodržována pravidla bezpečnosti a podle 58 jsou zde dodržovány rovné příležitosti pro všechny zaměstnance bez výjimky. S tím, že podnik nabízí možnost dalšího vzdělávání, souhlasilo 52 respondentů a následný kariéerní růst umožňuje podnik podle 70 z celku. Další výhodou, kterou podnik nabízí svým zaměstnancům, je zvýhodnění cen produktů, s touto variantou souhlasilo 53 dotazovaných. Pouze minimum respondentů, 9 z celku, nevědělo o žádných aktivitách, které by podnik realizoval pro své zaměstnance.

Dvanáctá otázka: Vyberte, jaké společensky odpovědné aktivity podle vás realizuje Škoda Auto pro ochranu životního prostředí?

Povinná otázka, ve které respondenti vybírali jednu nebo více aktivit, které podle nich podnik realizuje pro ochranu nebo zlepšování stavu životního prostředí v rychnovském regionu.

Graf 11 - Aktivity Škoda Auto – Kvasiny pro oblast životního prostředí



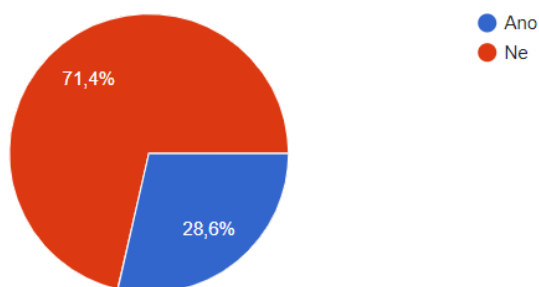
Nejvíce respondenti souhlasili s variantou, že podnik vysazuje nové stromy za každý prodaný automobil, celkově jich tuto variantu zvolilo 97. S implementací postupů výroby

šetrnějších k životnímu prostředí souhlasilo 65 dotazovaných, 67 z celku si zvolilo variantu, že podnik třídí odpad a 36 z nich souhlasí i s eliminací samotného vzniku odpadu. To, že Škoda recykluje produkovaný odpad, zvolilo 42 dotazovaných. Se snižováním emisí souhlasilo 61 respondentů. Celkem 23 respondentů nevědělo o žádných společensky odpovědných aktivitách, které by podnik uskutečňoval v oblasti životního prostředí.

Třináctá otázka: Existují podle Vás v okolí rychnovského regionu nějaké problémy v oblasti životního prostředí, na které může mít vliv Škoda Auto?

Povinná otázka, ve které měli respondenti vyjádřit, zda podle nich existují v okolí rychnovského regionu ekologické problémy, existující v důsledku působení Škoda Auto – Kvasiny.

Graf 12 - (Ne) Existence environmentálních problémů v důsledku vlivu Škoda Auto



Většina dotazovaných se shodla na tom, že nepocítují problémy v oblasti životního prostředí, které by podnik ovlivňoval. Tuto většinu představovalo 100 (71,4 %) dotazovaných. Zbývajících 40 (28,6 %) respondentů bylo opačného názoru, podle nich podnik neovlivňuje stav životního prostředí v regionu.

Čtrnáctá otázka: Pokud jste na předchozí otázku odpovědi Ano, napište jaké?

Čtrnáctá otázka nebyla povinnou. Respondenti měli vypsát jeden až tři příklady problémů v oblasti životního prostředí, které podle nich mohou existovat v závislosti na působení Škoda Auto v rychnovském regionu.

Respondenti se shodovali na těchto odpovědích:

- Znečištění ovzduší v důsledku výroby i velkém množství automobilů v silničním provozu
- Větší množství odpadu (především v okolí závodu a ubytoven)

- Zástavba krajiny v důsledku rozšiřování závodu a dodavatelských firem
- Odvodnění krajiny – velikost závodu a zastavěná krajina ovlivňuje srážky
- Vyšší úmrtnost lesní zvěře, kvůli dopravním nehodám

5 Výsledky výzkumu

Na základě dat sesbíraných dotazníkovým šetření je zřejmé, že obyvatelé rychnovského regionu spolu s lidmi, kteří jsou na region nějak vázáni, pocítují silný vliv podniku Škoda Auto v Kvasinách na celý tento region. Většina z nich je poměrně spokojena s tím, jak se vliv podniku odráží na regionálním dění. Avšak vnímají určité problémy, které v důsledku toho vznikají.

Především se jedná o potíže se zahraničními pracovníky. U otevřených otázek se objevovaly odpovědi, ve kterých respondenti zmiňovali problémy s cizími státními příslušníky, a to přímo v závodě při provozu i na ubytovnách, kde dělají hluk a nepokoje. Velký problém představuje kriminalita zvyšující se především kvůli cizím státním příslušníkům pracujícím ve Škoda Auto – Kvasiny. Kriminalitu představuje výtržnictví, drobné krádeže, potíže s drogově závislými a protizákonné chování cizinců jako řidičů na silnicích.

S dopravou je spjatý další pocítovaný problém. V důsledku nárůstu zaměstnanců Škoda Auto se zvýšil silniční provoz a zhoršila bezpečnost na komunikacích, a to především během střídání směn. Vzhledem k faktu, že většina pracovníků dojíždí sama vlastním automobilem, který vlastní či si jej pronajímá na operativní leasing právě od Škoda Auto nebo má služební vůz, je zřejmé, že silniční provoz je v okolí závodu zvýšený.

Ačkoliv velké množství respondentů odpovědělo, že podnik dlouhodobě snižuje nezaměstnanost tím, že dává práci tisícům lidí, někteří se shodují v tom, že odebírá potenciální zaměstnance jiným menším podnikům a podnikatelům v okolí. Tak vzniká nevyrovnaná situace na trhu práce.

I přes existenci problémů, jejichž příčinu lze podniku přisuzovat, vyšlo poměrně kladně zhodnocení aktivit, ke kterým se zavazuje. Respondenti vnímají, že Škoda Auto podporuje kulturně společenské i sportovní dění v regionu a snaží se řešit nedostatky v oblastech silniční dopravy nebo zdravotnictví, které mají kvůli zvýšenému počtu obyvatel a zaměstnanců podniku naplněné kapacity. Respondenti se shodovali také v tom, že firma pro své zaměstnance uskutečňuje převážně všechny benefity a výhody, jež uvádí ve svých náborových programech. Jelikož na kladené otázky odpovídali většinou samotní zaměstnanci nebo jejich rodinní příslušníci, byly tyto odpovědi získané přímo od lidí, jichž se benefity týkaly.

Oblast životního prostředí nebyla respondenty vnímána tolik jako jiné oblasti. Vzhledem k tomu, že přes 70 % dotazovaných ani nepocíťovalo negativní vliv podniku na přírodu, pravděpodobně v této oblasti žádná větší negativa nevnímají. Pokud však byly některé nedostatky zmiňovány, objevovalo se především znečištění ovzduší a vody nebo množství volně se povalujícího odpadu.

5.1 Navrhovaná řešení

Na základě informací, které byly získány dotazníkovým šetřením, by společnosti Škoda Auto a.s. bylo vhodné doporučit, aby se v rámci svých aktivit, které realizuje v okolí svého závodu v Kvasínách, zaměřila především na sociální oblast. Vliv, který má na celkové fungování rychnovského regionu, je vnímán místní komunitou jednoznačně velmi silně.

5.1.1 Kriminalita

Pro řešení asi nejvíce vnímaného problému s narůstající kriminalitou, zapříčiněnou přílivem zahraničních pracovníků, by bylo vhodné začít více spolupracovat s pracovními agenturami, které těmto lidem práci zprostředkovávají, a také s provozovateli ubytoven. Pracovníci by měli být během výběru na tyto pracovní pozice lépe prověřováni, např. by měli disponovat čistým trestním rejstříkem. Stejné podmínky by měly být požadovány i u ubytovaných. Dále by bylo vhodné sledovat jejich celkové chování na pracovišti a

ubytovnách, zpřísnit kárná opatření při porušování pracovního řádu a s dlouhodobě problémovými pracovníky ukončit pracovní poměr. Identifikaci problémových jedinců by mohl zajistit rozvinutější kamerový systém umístěný nejen na pracovišti a sdílených prostorách ubytoven, ale i na více navštěvovaných místech ve městech (restaurace, bary, veřejná prostranství apod.), na kterých dochází právě k situacím na hraně zákona. Celková investice, která by pokryla zabezpečení strategické průmyslové zóny Solnice – Kvasiny – Rychnov nad Kněžnou kamerovým systémem by odhadem měla činit 4 miliony Kč. Část peněz by mohla být uhrazena pomocí dotace, poskytnuté Ministerstvem vnitra České republiky (Rychnov nad Kněžnou, Kamerový systém, 2018, [online]).

K celkovému zlepšení této situace by mohl dopomoci výběr vhodné dodavatelské firmy, zajišťující služby ostrahy. Pracovníci security služeb by měli doplňovat kamerový systém právě na zmiňovaných místech. Fyzická ostraha objektů by měly být poskytována 24 hodin, sedm dní v týdnu. Hodinová sazba za tyto služby se pohybuje v rozmezí 90 – 150,- / hod.

5.1.2 Nedostatek bytových jednotek

Nedostatek bytových jednotek, které jsou jen těžko k dostání, by bylo vhodné řešit především stavbou nových obytných domů s několika bytovými jednotkami. Myšlenka startovacích bytů pro mladé rodiny se mi jeví jako velmi dobrá, ale současná kapacita, která činí 26 bytových jednotek, je nedostatečná. Návrhem by bylo vystavět další takové byty. A to alespoň další dva bytové domy, které v sobě budou obsahovat dvakrát 13 bytových jednotek. Dalším návrhem na řešení této situace by mohla být spolupráce s majiteli starších objektů, které současně nemají využití nebo jsou v nežádoucím stavu. Tyto budovy by místo přetvoření na ubytovny mohly být přestavěny na nové bytové jednotky, určené k odkoupení.

5.1.3 Škoda Auto a.s. jako dominantní zaměstnavatel

Co se týče postavení Škoda Auto a.s. jako nejdominantnějšího zaměstnavatele regionu, je evidentní, že pro firmu je žádoucí si tento statut udržet. Díky možnosti zajímavě finančně i jinak ohodnotit své zaměstnance, která je zapříčiněna i velikostí a prosperitou celého podniku, nemá v rámci regionu téměř žádnou konkurenci. Návrhem je

více podporovat i jiná odvětví, která jsou v rámci regionu vyžadována a jsou potřebná jak zaměstnancům podniku, tak všem obyvatelům. Konkrétně by se mohlo jednat o oblast zdravotnictví. Finanční podpora studentů zdravotnických oborů i celých škol, nemocnic nebo lékařů, kteří chtějí otevřít soukromé ordinace. Příkladem finanční podpory by mohl být náborový příspěvek poskytovaný lékařům, kteří nastoupí v místní nemocnici nebo bonus, za určitý počet odpracovaných let. Tyto příspěvky se pohybují v rozmezí 100 – 300 tisíc korun (iDNES, 2018, [online]). Podnik získá větší portfolio lékařů pro své zaměstnance, navíc s lékaři může uzavřít smlouvu s firemní Zaměstnaneckou pojišťovnou Škoda, což přinese výhody právě zaměstnancům Škoda Auto, kteří si u ní zřídili pojištění.

5.1.4 Oblast životního prostředí

Z oblasti životního prostředí bych doporučila zaměřit se na znečištění ovzduší. Škoda Auto a.s. se v rámci svých strategií zaměřuje na výrobu automobilů, které produkují menší množství emisí, plánuje vyrábět elektromobily a snaží se, aby tyto automobily ovzduší znečišťovaly stále méně. Samotný závod při jeho fungování a plném provozu však zatěžuje ovzduší nemalou měrou. Snaha zavádět šetrnější postupy výroby je velmi dobrá, a podporuje programy udržitelného rozvoje.

Pro dílčí snížení produkce emisí a výfukových plynů bych doporučila snažit se omezit využívání automobilů zaměstnanci na cesty do zaměstnání. Pokud by došlo k navýšení kapacity hromadné dopravy, které Škoda Auto zajišťuje pro své zaměstnance, nemuseli by pracovníci dojíždět každý zvlášť svým automobilem. Posílením linek autobusové dopravy, které by pojaly větší množství pracovníků, cestujících do zaměstnání by omezilo silniční provoz, který má podíl na znečišťování ovzduší a zároveň by došlo ke snížení provozu na silnicích.

6 Závěr

Tato bakalářská práce byla zaměřena na problematiku společenské odpovědnosti podniků, tedy jistého konceptu, který se nezaměřuje pouze na ekonomickou stránku podnikání, ale zajímá se i o ekonomické, sociální a environmentální dopady svého působení. Přijetím tohoto konceptu podniky získávají konkurenční výhodu v podobě „dobrého jména“, čímž se stávají atraktivnější v očích zaměstnanců, zákazníků, obchodních partnerů a jiných důležitých stakeholderů, kteří jsou pro efektivní fungování podniku podstatní. Implementací principů udržitelného rozvoje do firemní strategie nevede pouze ke zlepšení jména podniku, což dopomáhá i k dlouhodobému zvyšování zisku tohoto subjektu, ale pomůže zdokonalit vztahy uvnitř podniku a stejně tak vztahy s okolní komunitou.

V teoretické části této práce byl definován pojem společenská odpovědnost firem z pohledu jednotlivých specialistů nebo organizací a popsán jeho historický vývoj. Dále byla CSR rozdělena do tří oblastí, ekonomické, sociální a environmentální, které dohromady vytváří přístup „3P“ a následující kapitoly byly zaměřeny na přístup ke společenské odpovědnosti podniků v České republice a Evropské unii. S tím, jak je ke společenské odpovědnosti přistupováno v rámci Evropské unie, je spojeno i reportování, kterému je věnovaná další kapitola teoretické části. Poté byly popsány pojmy, které se vážou k problematice CSR a následně byla přiblížena společenská odpovědnost firem v automobilovém průmyslu České republiky. V závěru teoretické části práce byl pojem CSR charakterizován a byly zmíněny výhody, které by mělo přinést jeho přijetí.

V praktické části bakalářské práce byla popsána společnost Škoda Auto a.s. jako nadnárodní podnik a následně byl popsán přímo jeho závod v Kvasinách, který se nachází na území rychnovského regionu. Proto byl v následující kapitole charakterizován samotný region Rychnovsko. V rámci praktické části pak byl charakterizován přístup společnosti Škoda Auto a.s. ke konceptu společenské odpovědnosti firem a udržitelného rozvoje a strategii, kterou definuje v rámci Výroční zprávy a Etického kodexu.

V rámci vlastního výzkumu práce bylo provedeno dotazníkové šetření u zaměstnanců podniku, obyvatel regionu a lidí, kteří mají osobní vazbu na rychnovský region. Výzkum se měl pokusit zjistit, jak společnost vnímá aktivity, ke kterým se podnik zavazuje v rámci svých strategií, zda pocítuje vliv aktivit, které podnik činí v regionu a existují-li negativní dopady činnosti na jednotlivé oblasti, především na oblast sociální a environmentální.

Výsledek výzkumu a navrhovaná doporučení jsou uvedena v kapitole 5. Výsledky a diskuze.

Strategie, kterou Škoda Auto a.s. upravuje své společensky odpovědné chování a chování v rámci udržitelného rozvoje, je dobře zpracovaná. Podnik se principy CSR snaží aktivně rozvíjet a dodržovat. Dobře si uvědomuje, že svými aktivitami ovlivňuje okolí svých podniků a místní komunity. Jelikož automobilový průmysl představuje odvětví technicky velmi náročné, je stopa, kterou zanechává na životním prostředí evidentní, i když se jí snaží usměrňovat. Co se týče oblasti sociální, měla by být podniková strategie pro společenskou odpovědnost a udržitelný rozvoj více veřejně diskutována, to by vedlo k větší komunikaci se stakeholdery, především zaměstnanci a zákazníky. Dialogy vedené s nimi by napomohly rozšířit povědomí o společensky odpovědných aktivitách a Grantových programech firmy, což by zlepšilo situaci uvnitř firmy, ale i v komunitě, ve které se podnik nachází.

7 Seznam použitých zdrojů

Seznam použité literatury

- 1) BOWEN, Howard Rothmann, 2013. *Social responsibilities of the businessman*. Iowa City: University of Iowa Press. 276 s. ISBN 9781609381967.
- 2) CARROLL, A.B., 1999. *Corporate Social Responsibility – Evolution of a Definition Construct*. Business and Society. Vol. 38, No. 3, s. 268 – 295. ISSN 0007-6503.
- 3) CARROLL, A.B., 1979. *A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance*. The Academy of Management Review. Vol. 4, No. 4, s. 497 – 505. ISSN 0363-7425
- 4) CARROLL, A.B., 1991. *The Pyramide of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organization Stakeholders*. Business Horizons. Vol. 34, No. 4, s. 39 – 48. ISSN 0007-6813
- 5) FREEMAN, R.E., 2010. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. New York: Cambridge University Press. 292 s. ISBN10 0521151740.
- 6) KAŠPAROVÁ, Klára, 2011. *Reportování o společenské odpovědnosti podniku*. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta. 188 s. ISBN 978-80-210-5694-7.
- 7) KAŠPAROVÁ, Klára a Vilém KUNZ, 2013. *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*. Praha: Grada Management (Grada). 160 s. ISBN 978-80-247-4480-3.
- 8) KULDOVÁ, Lucie, 2010. *Společenská odpovědnost firem: [etické podnikání a sociální odpovědnost v praxi]*. Plzeň: OPS. 193 s. ISBN 978-80-87269-12-1.
- 9) KUNZ, Vilém, 2012. *Společenská odpovědnost firem*. Praha: Grada Expert (Grada). 208 s. ISBN 978-80-247-3983-0.
- 10) PAVLÍK, Marek a Martin BĚLČÍK, 2010. *Společenská odpovědnost organizace: CSR v praxi a jak s ním dál*. Praha: Grada Management (Grada). 176 s. ISBN 978-80-247-3157-5.
- 11) PRSKAVCOVÁ, Martina, 2008. *Společenská odpovědnost firem, lidský kapitál, rovné příležitosti a environmentální management s využitím zahraničních*

- zkušeností: monografie*. Liberec: Technická univerzita v Liberci. 162 s. ISBN 978-80-7372-436-8.
- 13) TETŘEVOVÁ, Liběna, 2017. *Společenská odpovědnost firem společensky citlivých odvětví*. Praha: Grada Publishing Expert (Grada). 224 s. ISBN 978-80-271-0285-3.
- 14) TETŘEVOVÁ, Liběna, 2011. *Veřejný a podnikatelský sektor*. 2. vyd. Praha: Professional Publishing. 190 s. ISBN 9788074310430.
- 15) ZADRAŽILOVÁ, Dana, 2010. *Společenská odpovědnost podniků: transparentnost a etika podnikání*. V Praze: C.H. Beck, Beckova edice ekonomie. 167 s. ISBN 978-80-7400-192-5.

Seznam elektronických zdrojů

- 1) Asociace společenské odpovědnosti, o.p.s. *Nová pravidla transparentnosti v oblasti CSR pro velké firmy*[online]. 2014 [cit. 2019-03-05]. Dostupné z: <http://www.spolecenskaodpovednostfirem.cz/obsah/307/nova-pravidla-transparentnosti-v-oblasti-csr-pro-velke-firmy/>
- 2) Automotive Industry Action Group. *Automotive QMS Update* [online]. 2016 [cit. 2019-03-05]. Dostupné z: http://admin.aiag.org/docs/uploads/events/presentations/S16QUALITY/ISO_fin_al.pdf
- 3) Bureau Veritas Czech Republic. *ISO/TS 16949:2009 se mění na IATF 16949:2016* [online]. 2016 [cit. 2019-03-05]. Dostupné z: <https://www.bureauveritas.cz/home/news/press-releases/iso-ts-16949-2016>
- 4) Business Leaders Forum. *Charakteristické rysy CSR* [online]. 2019 [cit. 2019-03-05]. Dostupné z: <https://www.csr-online.cz/co-je-csr/>
- 5) Business Leaders Forum. *Slovník pojmů* [online]. 2019 [cit. 2019-03-05]. Dostupné z: <https://www.csr-online.cz/co-je-csr/slovník-pojmu/>
- 6) CSR PORTAL. *Společenská odpovědnost v Evropské unii* [online]. 2012 [cit. 2019-03-05]. Dostupné z: <http://www.csrportal.cz/cz/spolecenska-odpovednost-firem/spolecenska-odpovednost-v-evropske-unii/spolecenska-odpovednost-v-evropske>

- 7) CSR Reporting. *Reportem sledované oblasti CSR* [online]. 2019 [cit. 2019-03-05]. Dostupné z: <https://csr-reporting.czu.cz/#1>
- 8) Český statistický úřad. *Zaměstnanost, nezaměstnanost* [online]. 11.2.2019 [cit. 2019-03-05]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/zamestnanost_nezamestnanost_prace
- 9) Český statistický úřad. *Počet obyvatel v obcích* [online]. 1.1.2018 [cit. 2019-03-05]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/61546986/13007218.pdf/1d52a859-3564-48e4-a816-45352d519a59?version=1.0>
- 10) DSO Mikroregion Rychnovsko. *Dobrovolný svazek obcí* [online]. 2019 [cit. 2019-03-05]. Dostupné z: <http://www.dso-rychnovsko.cz/>
- 11) Dopravní noviny. *Vláda se zavázala k další podpoře českého automobilového průmyslu* [online]. 2017 [cit. 2019-03-05]. Dostupné z: <http://www.dnoviny.cz/dopravni-politika/vlada-se-zavazal-k-dalsi-podpore-ceskeho-automobiloveho-prumyslu>
- 12) Evropská komise. *Obnovená strategie EU pro sociální odpovědnost podniků na období 2011-2014* [online]. (PDF). 25.10.2011 [cit. 2019-03-05]. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:52011DC0681&from=EN>
- 13) Evropská Komise. *Zelená kniha* [online]. (PDF). 9.2.2011 [cit. 2019-03-05]. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0048:FIN:cs:PDF>
- 14) iDNES.cz. *Nemocnice bojují o lékaře, lákají je na zajímavé benefity* [online]. 2018 [cit. 2019-03-12]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/lekari-zdravotnictvi-benefity-naborovy-prispevek-penize-krize-medicina-zdravi-doktor.A181024_112917_domaci_livn
- 15) Marketing, Science & Inspirations. *Zelená řešení v automobilovém průmyslu* [online]. 2016 [cit. 2019-03-05]. Dostupné z: <https://www.mins.sk/zelena-reseni-v-automobilovem-prumyslu-jako-soucast-spolecenske-odpovednosti-firem/>
- 16) Ministerstvo práce a sociálních věcí České republiky. *Základní informace o OECD* [online]. 2007 [cit. 2019-03-09]. Dostupné z: <https://www.mpo.cz/assets/dokumenty/54688/62494/648340/priloha002.pdf>

- 17) Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky. *Národní akční plán společenské odpovědnosti organizací v České republice* [online]. (PDF). 2015 [cit. 2019-03-05]. Dostupné z: <https://www.mpo.cz/assets/dokumenty/54688/62494/648340/priloha002.pdf>
- 18) Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky. *Stručná charakteristika OECD* [online]. 2018 [cit. 2019-03-09]. Dostupné z: <https://www.mpo.cz/cz/zahranicni-obchod/mezinarodni-organizace-a-obchod/oecd/strucna-charakteristika-organizace-pro-hospodarskou-spolupraci-a-rozvoj--5915/>
- 19) Místopisný průvodce po České republice. *Současnost obce Rychnov nad Kněžnou* [online]. 2019 [cit. 2019-03-05]. Dostupné z: <https://www.mistopisy.cz/pruvodce/obec/10600/rychnov-nad-kneznou/soucasnost/>
- 20) Národní informační portál o CSR. *Mezinárodní nástroje a standardy CSR* [online]. 2015 [cit. 2019-03-05]. Dostupné z: <https://www.narodniportal.cz/mezinarodni-nastroje-a-standardy-csr/>
- 21) Národní informační portál o CSR. *Národní akční plán CSR* [online]. 2016 [cit. 2019-03-05]. Dostupné z: <https://www.narodniportal.cz/narodni-akcni-plan-csr/>
- 22) Obec Kvasiny. *Základní informace* [online]. 2019 [cit. 2019-03-05]. Dostupné z: <https://www.obec-kvasiny.cz/zakladni-informace>
- 23) Orlický.net. *Automobilka má pro své nová ubytovací zařízení* [online]. 2018 [cit. 2019-03-05]. Dostupné z: http://www.orlicky.net/?id_zpravy=11547167091527628504
- 24) Rychnov nad Kněžnou. *Nový kamerový systém* [online]. 2018 [cit. 2019-03-12]. Dostupné z: <http://www.rychnov-city.cz/novy-kamerovy-system/ms-15318/p1=15318>
- 25) STEINEROVÁ, Magdaléna a Dawid MAKOVSKI. *Koncept CSR v praxi: průvodce odpovědným podnikáním* [online]. (PDF). 2008 [cit. 2019-03-05]. Dostupné z: http://equal.cd.cz/files/brozura_CSR_web_CZ.pdf
- 26) Škoda Auto a.s.. *Corporate Governance* [online]. 2019 [cit. 2019-03-05]. Dostupné z: <http://www.skoda-auto.cz/o-nas/corporate-governance>
- 27) Škoda Auto a.s.. *Historie Škoda* [online]. 2019 [cit. 2019-03-05]. Dostupné z: <http://www.skoda-auto.cz/p-nas/historie>

- 28) Škoda Auto a.s.. *Grantové programy* [online]. 2019 [cit. 2019-03-05].
Dostupné z: <http://www.skoda-auto.cz/o-nas/grantove-programy-skoda>
- 29) Škoda Auto a.s.. *Nabídka modelů* [online]. 2019 [cit. 2019-03-05]. Dostupné z:
<http://www.skoda-auto.cz/modely/prehled#any>
- 30) Škoda Auto a.s.. *Partnerské agentury* [online]. 2019 [cit. 2019-03-05].
Dostupné z: <https://www.skoda-kariera.cz/souhlas/subjekty>
- 31) Škoda Storyboard. *70 let v Kvasínách* [online]. 2017 [cit. 2019-03-05].
Dostupné z: <https://www.skoda-storyboard.com/cs/skoda-svet/70-let-v-kvasinach/>
- 32) Škoda Auto a.s.. *Škoda Handy* [online]. 2019 [cit. 2019-03-05]. Dostupné z:
<http://www.skoda-auto.cz/servis-a-prislusenstvi/skoda-handy>
- 33) Škoda Auto a.s.. *Výroční zpráva 2017* [online]. (PDF). 2018 [cit. 2019-03-05].
Dostupné z: <https://az749841.vo.msecnd.net/sitesencom/alv1/62658879-518c-4a3c-b45f-9e6330820bd0/skoda-annual-report-2017.c5a29f2a9b556d42158ef72031b710f3.pdf>
- 34) Škoda Auto a.s.. *Zaměstnanecké benefity* [online]. 2019 [cit. 2019-03-05].
Dostupné z: <https://www.skoda-kariera.cz/benefity>

8 Přílohy

8.1 Příloha č. 1 – Dotazník

Hodnocení společensky odpovědných aktivit Škoda Auto a.s. a vliv jejího působení na rychnovský region.

Dobrý den,

věnujte prosím několik minut svého času vyplnění následujícího dotazníku.

Dotazník je anonymní. Zjištěná data budou použita do mé bakalářské práce, která se zabývá společenskou odpovědností firmy Škoda Auto a.s. a vlivu její aktivity na Rychnovský region.

1. Pohlaví

- Žena
- Muž

2. Věk

- 18 – 25
- 26 – 30
- 31 – 40
- 41 – 50
- 51 a více

3. Bydlíte v rychnovském regionu?

- Ano
- Ne

4. Jak jste spokojeni s vybaveností ve Vašem regionu? (zdravotnická zařízení, školy, meziměstská doprava, kultura...) Pokud jste v předchozí otázce odpověděli ne, nevyplňujte.

- Velmi spokojen
- Spíše spokojen
- Spíše nespokojen
- Velmi nespokojen

5. Pracujete Vy nebo někdo z Vaší rodiny ve Škoda Auto-Kvasiny?

- Ano
- Ne

6. Jak vnímáte působení podniku na region?

- Velmi kladně
- Spíše kladně
- Neutrálně
- Spíše negativně
- Velmi negativně

7. Myslíte si, že podnik Škoda Auto má vliv na vybavenost regionu?

- Ano, velký
- Ano, mírný
- Téměř žádný

- Žádný

8. Vyberte, jaké společensky odpovědné aktivity podle Vás realizuje Škoda Auto pro regiony, kde má své závody?

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- pomoc při řešení dopravních rizik (lepší dopravní značení, omezení míst s častými nehodami)
- podpora a konání kulturních nebo společenských akcí
- podpora sportovních spolků a akcí
- finanční podpora zdravotnických zařízení
- pomoc při řešení bezbariérových řešení pro handicapované
- finanční podpora znevýhodněných dětí
- snižování míry nezaměstnanosti
- nevím o společensky odpovědných aktivitách Škoda Auto v této oblasti

9. Existují v rychnovském regionu nějaké sociální problémy, na které může mít vliv Škoda Auto?

- Ano
- Ne

10. Pokud jste odpověděli Ano, napište jaké. (1-3 příklady)

11. Vyberte, jaké společensky odpovědné aktivity podle Vás realizuje Škoda Auto pro své zaměstnance?

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- zajištění kvalitního pracovního zázemí
- dodržování bezpečnosti při práci (BOZP)
- odměňování (finanční benefity)
- poskytování rovných příležitostí, bez ohledu na pohlaví, národnost, původ, vyznání a jiné
- možnost vzdělávání
- možnost kariérního růstu
- vyvážené nastavení směnového režimu
- odměňování (jiné benefity - dovolená, příspěvky na stravování, příspěvky na ubytování)
- výhodnější ceny produktů
- nevím o společensky odpovědných aktivitách Škoda Auto v této oblasti

12. Vyberte, jaké společensky odpovědné aktivity podle Vás realizuje Škoda Auto pro ochranu životního prostředí?

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- vysazování nových stromů
- zavádění postupů výroby, které jsou šetrnější k životnímu prostředí
- třídění odpadu
- eliminace vzniku odpadu
- recyklace
- snižování emisí
- nevím o společensky odpovědných aktivitách Škoda Auto v této oblasti

13. Existují v rychnovském regionu nějaké problémy v oblasti životního prostředí, na které může mít vliv Škoda Auto?

- Ano
- Ne

14. Pokud jste na předchozí otázku odpověděli ano, napište jaké? (1-3 příklady).
