

Univerzita Pardubice
Fakulta ekonomicko-správní

Prohlubování společenské odpovědnosti ve stavebnictví
Ing. Martina Kornfeldová

Disertační práce
2012

University of Pardubice
Faculty of Economics and Administration

Deepening of Corporate Social Responsibility in Construction
Ing. Martina Kornfeldová

Thesis

2012

Prohlašuji:

Tuto práci jsem vypracovala samostatně. Veškeré literární prameny a informace, které jsem v práci využila, jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Byla jsem seznámena s tím, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000 Sb., autorský zákon, zejména se skutečností, že Univerzita Pardubice má právo na uzavření licenční smlouvy o užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona, a s tím, že pokud dojde k užití této práce mnou nebo bude poskytnuta licence o užití jinému subjektu, je Univerzita Pardubice oprávněna ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila, a to podle okolností až do jejich skutečné výše.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v Univerzitní knihovně.

V Pardubicích dne 19. června 2012

Ing. Martina Kornfeldová

Poděkování

Ráda bych touto cestou vyjádřila velké poděkování své školitelce, doc. Ing. et Ing. Renátě Myškové, Ph.D., za její podporu při zpracovávání této disertační práce, cenné rady, připomínky, odborné vedení, trpělivost i lidský přístup.

Dále bych chtěla poděkovat doc. Ing. Zdenkovi Dytrtovi, CSc., který mě k doktorskému studiu přivedl, a také Mgr. Petru Čenčíkovi a Ing. Romanu Svobodovi, Ph.D. za jejich cenné rady při statistickém zpracování dat.

Martina Kornfeldová

Abstrakt

Podstatou společenské odpovědnosti firmy je dobrovolnost a zaměření se na veškeré oblasti, které podniky a organizace ovlivňují nebo jsou jimi ovlivněny, a to z dlouhodobého hlediska. Významnou skutečností také je, že přihlásit se k naplňování společenské odpovědnosti může jakýkoli podnik, organizace, orgány státní správy i samosprávy. Vzhledem k tomu, že stavebnictví jako významné odvětví národního hospodářství výrazně ovlivňuje příslušný region, byla problematika společenské odpovědnosti zkoumána u podniků hlavní stavební výroby.

Pro posouzení plnění principů společenské odpovědnosti je vytvořen ukazatel Míra uplatňování CSR, který lze využít nejen v podnicích, ale v modifikované formě také v organizacích veřejné správy.

Klíčová slova

společenská odpovědnost, konkurenceschopnost, stavebnictví, veřejná správa, region

Abstract

The essence of Corporate Social Responsibility is voluntariness and focus on all areas which companies and organizations influence or they are influenced by them; in a long term. An important fact also is that any company, organization, government authorities and local government can follow the concept of CSR. According to the fact that the construction as an important sector of the economy significantly influences the region, the issue of Social Responsibility was studied in companies focused in the main construction.

To considerate the implementation of the principles of Social Responsibility, the implementation rate of CSR indicator was created. This indicator can be used not only in companies, but also in modified form in organizations of public administration.

Key words

Corporate Social Responsibility, Competitiveness, Construction, Public Administration, Region

OBSAH

ÚVOD	13
1 STAV VĚDECKÉHO POZNÁNÍ V PROBLEMATICE CSR	15
1.1 PŘÍNOSY CSR	18
1.1.1 <i>Přínosy CSR pro podniky</i>	18
1.1.2 <i>Přínosy CSR pro veřejný sektor</i>	20
1.1.3 <i>Přínosy CSR pro region</i>	21
1.2 STAKEHOLDERS A CSR	22
1.3 ČLENĚNÍ CSR	25
1.3.1 <i>Ekonomický pilíř</i>	26
1.3.2 <i>Sociální pilíř</i>	27
1.3.3 <i>Ekologický pilíř</i>	29
1.3.4 <i>Aktivity CSR v návaznosti na její pilíře</i>	31
1.4 ZJIŠŤOVÁNÍ PŘÍNOSŮ ZE SPOLEČENSKÉ ODPOVĚDNOSTI	33
1.5 SOCIAL ACCOUNTABILITY	35
1.6 ISO 26000	37
1.7 PŘÍSTUP EVROPSKÉ UNIE K CSR	38
1.8 SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST A PRAXE	40
1.9 SHRNUÍ	43
2 STAVEBNICTVÍ	46
2.1 STAVEBNÍ TRH A STAVEBNÍ VÝROBA	48
2.1.1 <i>Stavební trh</i>	48
2.1.2 <i>Stavební výroba</i>	49
2.1.3 <i>Bezpečnost práce ve stavebnictví</i>	50
2.2 HISTORICKÉ ODKAZY NA STAVEBNICTVÍ VE VZTAHU K CSR	53
2.3 VÝVOJ STAVEBNICTVÍ V ČESKÉ REPUBLICE	54
2.4 VÝVOJ EVROPSKÉHO STAVEBNICTVÍ	57
2.5 SHRNUÍ	59
3 CÍLE PRÁCE, HYPOTÉZY A METODY ZPRACOVÁNÍ	61
3.1 HYPOTÉZY DISERTAČNÍ PRÁCE	61
3.2 CÍLE DISERTAČNÍ PRÁCE	61
3.3 METODY ZPRACOVÁNÍ	62
4 EMPIRICKÝ VÝZKUM VE STAVEBNÍCH PODNICÍCH	64
4.1 KONSTRUKCE DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ	64
4.2 STATISTICKÉ METODY PRO INTERPRETACI VÝSLEDKŮ DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ	69
4.3 VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ	71
4.3.1 <i>Identifikace podniku</i>	71
4.3.2 <i>Hodnocení ekonomické oblasti CSR</i>	78
4.3.3 <i>Hodnocení sociální oblasti CSR</i>	90
4.3.4 <i>Hodnocení environmentální oblasti CSR</i>	108
4.3.5 <i>Zhodnocení současného stavu naplňování koncepce CSR</i>	118
4.4 SHRNUÍ EMPIRICKÉHO VÝZKUMU	130
5 MODEL KAUZÁLNÍCH VZTAHŮ MEZI ČINNOSTMI STAVEBNÍHO PODNIKU A MÍSTNÍ EKONOMIKOU A UKAZATEL MÍRY UPLATŇOVÁNÍ CSR	136
5.1 KAUZÁLNÍ ANALÝZA DOPADU ČINNOSTÍ STAVEBNÍHO PODNIKU NA MÍSTNÍ EKONOMIKU	136
5.2 UKAZATEL MÍRY UPLATŇOVÁNÍ CSR	140
5.2.1 <i>Konstrukce ukazatele Míra uplatňování CSR</i>	140
5.2.2 <i>Konstrukce a ověření ukazatele Míra uplatňování CSR ve vybraném stavebním podniku</i>	150
ZÁVĚR	157
LITERATURA	161

SEZNAM GRAFŮ	10
SEZNAM OBRÁZKŮ A TABULEK	11
SEZNAM ZKRATEK	12
PUBLIKACE.....	167
PŘÍLOHY	168

Seznam grafů

Graf 1: Vývoj počtu zaměstnanců stavebních podniků v ČR.....	56
Graf 2: Přehled zastoupených podniků dle obratu v roce 2010.....	72
Graf 3: Podniky podle počtu a kategorizace zaměstnanců	73
Graf 4: Podniky podle typu zakázek.....	76
Graf 5: Znalost koncepce „CSR“	77
Graf 6: Firemní hodnoty vs. respondenti podle výše obratu bez ohledu na počet zaměstnanců.....	83
Graf 7: Firemní hodnoty vs. respondenti podle výše obratu bez ohledu na počet zaměstnanců – 50% předpovědní pás.....	84
Graf 8: Chování na trhu vs. respondenti podle výše obratu bez ohledu na počet zaměstnanců.....	87
Graf 9: Chování na trhu vs. podniky podle výše obratu bez ohledu na počet zaměstnanců – 50% předpovědní pás	88
Graf 10: Jednání se zaměstnanci vs. respondenti podle výše obratu bez ohledu na počet zaměstnanců.....	94
Graf 11: Jednání se zaměstnanci vs. podniky podle výše obratu bez ohledu na počet zaměstnanců – 50% předpovědní pás	95
Graf 12: Vztah k místním komunitám vs. respondenti podle výše obratu bez ohledu na počet zaměstnanců	98
Graf 13: Vztah s místními komunitami vs. podniky podle výše obratu bez ohledu na počet zaměstnanců – 50% předpovědní pás	100
Graf 14: Komunikace a informování zaměstnanců podnikem	102
Graf 15: Podpora systému důchodového zabezpečení	106
Graf 16: Přístup k zaměstnancům v případě skončení pracovního poměru ze strany zaměstnavatele.....	107
Graf 17: Vztah k životnímu prostředí vs. respondenti podle výše obratu bez ohledu na počet zaměstnanců.....	112
Graf 18: Vztah k životnímu prostředí vs. podniky podle výše obratu bez ohledu na počet zaměstnanců – 50% předpovědní pás	113
Graf 19: Poskytování environmentálního školení zaměstnancům.....	115
Graf 20: Environmentální školení pro zaměstnance dle obratu podniku.....	116
Graf 21 a Graf 22: Existující manažerský environmentální systém	117
Graf 23: Informování stakeholderů o CSR aktivitách podniku a jejich zapojení do činností podniku	119
Graf 24: Zohlednění sociálních nebo environmentálních kritérií při výběru partnerů - stakeholderů.....	120
Graf 25: Plnění CSR ze strany partnerů.....	121
Graf 26: Vytvoření oddělení / určení pracovníka pro plnění koncepce CSR v podniku	128
Graf 27: Zájem respondentů o informace ke koncepci CSR	129
Graf 28: Sémantický diferenciál Míry uplatňování CSR.....	149
Graf 29: Míra uplatňování CSR ve vybraném stavebním podniku – vyhodnocení pomocí sémantického diferenciálu	152

Seznam obrázků a tabulek

Obrázek 1: Pilíře CSR.....	26
Obrázek 2: Grafický model kauzálních vztahů mezi činnostmi stavebního podniku a místní ekonomikou.....	137
Tabulka 1: Matice klíčových stakeholders	23
Tabulka 2: Pilíře společenské odpovědnosti.....	32
Tabulka 3: Měření přínosů CSR	34
Tabulka 4: Činnosti stavebního podniku	50
Tabulka 5: Vývoj počtu zaměstnanců stavebních podniků v ČR	56
Tabulka 6: Počet stavebních podniků podle kraje sídla podniku; stavební podniky s 50 a více zaměstnanci	65
Tabulka 7: Vztah podniků k firemním hodnotám a chování na trhu	79
Tabulka 8: Vztah respondentů k firemním hodnotám; pomocné výpočty.....	80
Tabulka 9: Dolní a horní kvartily u firemních hodnot (z grafu).....	85
Tabulka 10: Vztah respondentů k chování na trhu; pomocné výpočty.....	85
Tabulka 11: Dolní a horní kvartily u chování na trhu (z grafu).....	89
Tabulka 12: Plnění koncepce CSR v rámci ekonomické oblasti	89
Tabulka 13: Vztah podniků k jednání se zaměstnanci a místní komunitě.....	91
Tabulka 14: Vztah respondentů k jednání se zaměstnanci; pomocné výpočty.....	92
Tabulka 15: Dolní a horní kvartily u Jednání se zaměstnanci (z grafu)	96
Tabulka 16: Vztah respondentů k místním komunitám; pomocné výpočty	96
Tabulka 17: Dolní a horní kvartily u Vztahu s místními komunitami (z grafu).....	100
Tabulka 18: Plnění koncepce CSR v rámci sociální oblasti	101
Tabulka 19: Vztah podniků k životnímu prostředí	109
Tabulka 20: Plnění koncepce CSR v rámci ekonomické oblasti	109
Tabulka 21: Vztah respondentů k životnímu prostředí; pomocné výpočty	110
Tabulka 22: Dolní a horní kvartily u vztahu k životnímu prostředí (z grafu)	114
Tabulka 23: Priority jednotlivých témat CSR dle vyjádření managementu podniků...	123
Tabulka 24: Priority realizovaných témat CSR dle vyjádření managementu podniků.	124
Tabulka 25: Dílčí indikátory ukazatele Míra uplatňování CSR	142
Tabulka 26: Míra uplatňování CSR	148
Tabulka 27: Míra uplatňování CSR ve vybraném stavebním podniku.....	151

Seznam zkratk

BOZP	Bezpečnost a ochrana zdraví při práci
CQS	Sdružení pro certifikaci systémů jakosti
CSR	Corporate Social Responsibility (v překl.: Sociální odpovědnost firmy)
EMAS	Eco Management and Audit Scheme
EMS	Environmentální systém řízení
HDP	Hrubý domácí produkt
HSV	Hlavní stavební výroba
ISO	International Organization for Standardization
OHSAS	Systém managementu bezpečnosti a ochrany zdraví při práci
OIP	Oblastní inspektorát(y) práce
OOPP	Osobní ochranné pracovní prostředky
PPP	Public Private Partnership
PSV	Přidružená stavební výroba
ZSV	Základní stavební výroba

Úvod

Společenská odpovědnost firmy, z anglického **Corporate Social Responsibility** (dále „CSR“), představuje nástroj, jehož prostřednictvím mohou podniky dosáhnout konkurenčních výhod. Pakliže se management podniku rozhodne k tomuto kroku, může očekávat, že dojde k posílení image podniku, stabilitě jeho zaměstnanců vč. zvýšeného zájmu o pracovní uplatnění ze strany nových potenciálních zaměstnanců, zlepší se **komunikace a spolupráce s orgány státní správy, samosprávy i obchodními partnery**. Produkty tohoto podniku budou u jeho zákazníků více žádané, čímž se zvýší obrat podniku, zisk apod. Podstatou společenské odpovědnosti je zaměření se na tři oblasti činností – oblast ekonomickou, sociální a environmentální. Přestože se management podniku těmito činnostmi v rámci svých provozních aktivit běžně zabývá, při naplňování koncepce společenské odpovědnosti se jedná o činnosti a aktivity mnohem více na tyto problematiky zaměřené. Management podniku ve svém jednání a rozhodování jde mnohem dále, než jaké chování je stanoveno, resp. v jakých „mantinelech“ legislativního rámce se mohou nebo musí pohybovat. Zapotřebí je uvést, že rozhodnutí managementu podniku o implementaci a naplňování koncepce CSR je založeno čistě na jeho svobodném, dobrovolném vyjádření; neexistují nástroje, které by k aplikaci CSR nutily.

Rozhodnutí managementu podniků o naplňování koncepce CSR má **pozitivní vliv** také **na region**, ve kterém tyto podniky provozují své činnosti. S ohledem na výše uvedené přínosy koncepce CSR dochází při jejich aplikování ke **zvýšení atraktivnosti a k rozvoji daného regionu**, což dává vzniknout novým investičním příležitostem, které vedou ke zvýšení nabídky pracovních příležitostí, růstu zaměstnanosti i přílivu nových obyvatel, atraktivnosti pro působení dalších subjektů (např. zájmové organizace) atd.

Přestože je ve výše uvedeném textu zmíněná vazba mezi společenskou odpovědností a podnikem, jednou z hlavních charakteristik a snad i předností koncepce CSR je skutečnost, že její implementace a následné uplatňování principů není omezeno na určitou velikost podniku nebo konkrétní zaměření jeho činností. Ke koncepci CSR se mohou hlásit **podniky a organizace všech velikostí a s různým zaměřením**,

ziskové i neziskové. Z toho lze odvodit, že i subjekty veřejné správy se mohou hlásit k naplňování principů CSR.

Aplikace a uplatňování koncepce CSR v rámci veřejné správy může přinést zlepšení vztahů zejména na úrovni veřejná správa vs. veřejnost. Z pohledu environmentálního pilíře se může jednat o činnosti zaměřené na zlepšování prostředí obecně – prostředí, ve kterém se lidé pohybují, žijí, tráví svůj volný čas. Bezesporu se jedná o aktivity zaměřené na péči o zeleň, parky, třídění odpadu apod. Z pohledu sociálního pilíře se lze zaměřit na zlepšení činností a přístupů ve vztahu k veřejnosti, vzdělávání pracovníků v podnicích i veřejné správě, obecně dodržování lidských práv a další. V rámci třetího, ekonomického pilíře, bude pravděpodobně nejvíce zajímavá transparentnost veškerých činností vykonávaných veřejnou správou.

V této disertační práci je problematika CSR zkoumána v širším pojetí, které představuje zohlednění vztahů mezi regionem a podniky, případně veřejnou správou.

Disertační práce je rozdělena na pět dílčích částí. První část popisuje současné teoretické poznání o společenské odpovědnosti, jaké jsou její **přínosy pro podniky, region a veřejnou správu**, jaký je přístup k CSR ze strany Evropské unie. Druhá část se zaměřuje na specifika vybraného sektoru národního hospodářství – stavebnictví. V České republice se stavebnictví řadí mezi hlavní národohospodářská odvětví, které zajišťuje ekonomický rozvoj regionálního i národního charakteru a má významný vliv na zaměstnanost.

Ve třetí části jsou stanoveny cíle disertační práce a hypotézy, vč. statistických metod pro ověření empiricky zjištěných dat. V pořadí čtvrtá část disertační práce obsahuje empirický výzkum pro podporu nebo vyvrácení stanovených hypotéz. Na základě zjištění z tohoto šetření je v páté části vytvořen **model kauzálních vztahů mezi činnostmi stavebního podniku a místní ekonomikou a ukazatel Míra uplatňování CSR.**

1 Stav vědeckého poznání v problematice CSR

Koncepcí společenské odpovědnosti firmy (z anglického „Corporate Social Responsibility; dále jen CSR) se začínají teoretikové managementu zabývat od poloviny 20. století. V roce 1953 vydává Howard R. Bowen svou knihu *Social Responsibilities of the Businessman*. Jeho definice se zatím vztahuje spíše na podnikatele než na podnik, když uvádí, že závazkem podnikatele je uskutečňovat takové postupy, přijímat taková rozhodnutí nebo následovat takový směr jednání, který je žádoucí z hlediska cílů a hodnot naší společnosti. [18]

Koncept CSR znamená takový způsob vedení firmy a budování vztahů s partnery, který přispívá ke zlepšení reputace a zvýšení důvěryhodnosti podniku [76]; jedná se o nepsané pravidlo budování reputace firmy. [3]

„CSR znamená, že se firmy chovají odpovědněji, než jim ukládají právní předpisy.“ [55]

Být společensky odpovědným znamená nejen plnit (dodržovat) požadavky legislativy, ale jít dále nad tento rámec a investovat více do lidského kapitálu, životního prostředí a vztahů se stakeholdery [7; vlastní překlad]. Podnik tak dobrovolně provozuje svoji činnost v souladu s vysokými etickými principy, pečuje o své zaměstnance, dbá a pečuje o dobré vztahy se všemi svými obchodními partnery, podporuje lokalitu / region, ve kterém působí a snaží se o minimální negativní dopady na životní prostředí. [75]

Základní myšlenkou CSR je pomoc podniků při řešení sociálních problémů. [9]

Problematika CSR není určena jen pro určitý okruh podniků. Naopak, společenskou odpovědností se zabývají podniky s různorodým zaměřením svých činností, např. letecké společnosti, telekomunikační, stavební, finanční instituce atd.

Společenská odpovědnost se „týká podniků, které se rozhodnou překročit rámec svých minimálních právních závazků a povinností vyplývajících z kolektivních smluv, aby se věnovaly potřebám společnosti. Prostřednictvím společenské odpovědnosti mohou podniky bez ohledu na jejich velikost a ve spolupráci se zúčastněnými subjekty pomoci odstranit rozpory mezi hospodářskými, sociálními a environmentálními cíli.“ [64]

Trnková [79] uvádí, že „*odpovědné firmy¹ se tak z vlastní vůle rozhodují dělat i to, co není v daném právním rámci nezbytné, je však dlouhodobě prospěšné pro ně samotné, pro jejich zaměstnance, zákazníky, životní prostředí a obecně pro společnost jako takovou.*“ V současné době má společenská odpovědnost velký význam v rámci světového měřítko. Stala se součástí debat a jednání o globalizaci, konkurenceschopnosti a udržitelnosti. „*Odráží potřebu bránit společné hodnoty a zvýšit smysl pro solidaritu a soudržnost.*“ [64]

„*Evropa potřebuje podnikání, aby mohla dělat to, co umí nejlépe: zajišťovat produkty a služby, které přidají hodnotu společnosti, a rozvíjet podnikatelského ducha a tvořivost směrem k hodnotám a vytváření pracovních míst. Evropa však nepotřebuje jen podnikání, ale sociálně odpovědné podnikání, které nese svůj díl odpovědnosti za stav evropských záležitostí.*“ [64]

Společenská odpovědnost se vyznačuje následujícími rysy [76]:

- dobrovolnost (odpovědné aktivity jsou vykonávány dobrovolně, nad rámec zákonných povinností),
- dialog se stakeholdery (zapojení zainteresovaných stran, které firmu výrazně ovlivňují),

„*Dialog je zapotřebí vést se všemi zainteresovanými stranami. Jen tak lze předcházet sociálním a environmentálním problémům, které by jinak v opačném případě mohly ovlivnit budoucí konkurenceschopnost.*“ [64]

- dlouhodobý charakter (realizování aktivit CSR je dlouhodobé a nekončí, pokud se podnik ocitne v horší ekonomické situaci),
- důvěryhodnost (aktivity napomáhají k posílení důvěryhodnosti v podnik; vykonávané činnosti však musí být trvalé, transparentní a nezveličované).

Společenská odpovědnost nemá omezující hranice, je založena na dobrovolnosti, apeluje na změnu orientace firem z krátkodobých na dlouhodobé cíle, ze zisku maximálního na optimální. [80]

¹ Pojem „firma“ byl použit v originálním textu.

„Sociální odpovědnost podniků (CSR) je důležitá, protože odráží základní hodnoty společnosti, v níž si přejeme žít. Je důležitá pro jednotlivé společnosti², malé i velké, které mohou prostřednictvím inovativních produktů a služeb, nových dovedností a zapojení zúčastněných stran zlepšit svůj hospodářský, environmentální a sociální výkon v krátkodobém i dlouhodobém horizontu.“ [64]

„Je důležitá pro ty, kdo od společností nakupují, pro spotřebitele, kteří věnují stále více pozornosti sociálním a environmentálním posudkům produktů a služeb, jež si kupují. Je důležitá pro místní komunity, kde společnosti působí, které chtějí vědět, že žijí mezi organizacemi, které sdílí jejich hodnoty a obavy. Je důležitá pro investory, kteří jsou přesvědčeni, že je třeba podporovat odpovědné obchodní chování. Je důležitá pro lidi v ostatních částech světa, kteří očekávají, že evropské společnosti se budou chovat v souladu s evropskými a mezinárodními hodnotami a zásadami. A je důležitá pro naše děti a budoucí generace, které očekávají, že budou žít ve světě, který si váží lidí a přírody.“ [64]

Koncepce CSR nabývá v poslední době na stále větším významu. Tato skutečnost je dána [76]:

- existencí nadnárodních podniků (jejich firemní strategie a hodnotový systém jsou propracovány a CSR přenáší do svých jednotlivých poboček),
- vnímáním CSR jako možnosti, jak se odlišit od konkurence a uspět na unifikovaných trzích,
- spotřebiteli, kteří požadují produkty, jež nejenže uspokojí jejich potřeby, ale zároveň nejsou produkovány na úkor životního prostředí nebo důstojných pracovních podmínek,
- obecnou snahou zlepšit nepříznivý stav životního prostředí i společnosti (s ohledem na globální oteplování, korupci, špatné pracovní podmínky apod.),
- využíváním konceptu CSR ze strany státních orgánů, jež se snaží některé funkce převést na soukromé podniky,
- problematikou CSR se od 90. let 20. století intenzivně zabývá Evropská komise.

² Pojem „společnost“ byl použit v originálním textu.

Co společenská odpovědnost „vyžaduje, je posun pohledu na vlastní společenskou roli z úrovně „profit only“ k širšímu pohledu v kontextu tří „p“ – „people, planet, profit“. Znamená to „zaměření se nejen na ekonomický růst, ale i na environmentální a sociální aspekty činnosti firmy³. Firma nefunguje izolovaně od okolního světa, ale je jeho přímou součástí.“ [80], [36]

„CSR je poněkud odlišná od „firemní vlády“, která se zaměřuje na činnosti firemních vedení a vztahy s akcionáři, nebo od „firemní etiky“, jenž bere v úvahu konflikt zájmů a další právní – etické záležitosti.“ [57]

Podle vyjádření Antonyho Blaira: „Podnik má odpovídat nejen na požadavky majitelů, investorů a věřitelů, ale i na požadavky těch, kdo s ním sdílejí oprávněné zájmy: manažeři, zaměstnanci, kupující, dodavatelé, věda a školy, obce, dopravní a sdělovací služby, ochránci životního prostředí, pečovatelé o mládež apod. (stakeholders)” [24]

V současné době, v dnešním světě je problematika CSR rozhodujícím prvkem činností podniku. Podniky se musí chovat společensky odpovědně, protože takový způsob chování je od nich vyžadován společností. [36]

“Společenská odpovědnost se může projevovat v odlišných kulturních prostředích místně odlišně, ale její podstata a náplň je stejná bez ohledu na národ a kulturní tradice, protože na prvním místě společenské odpovědnosti je člověk a kvalita jeho života.” [Z2]

1.1 Přínosy CSR

1.1.1 Přínosy CSR pro podniky

V souvislosti s problematikou společenské odpovědnosti je bezpochyby nutné uvést, jaké výhody s sebou její zavedení a aplikace přinášejí. Společnosti csrnetwork a Radley Yeldar sestavily žebříček o deseti bodech [63], nicméně mnohé z nich jako důvod, proč se stát odpovědným podnikem, uvádí ve své publikaci i Steinerová [75]:

1. růst zisku,
2. přístup ke kapitálu,

³ Pojem „společnost“ byl použit v originálním textu.

3. snížení nákladů, zvýšení efektivity,
4. zlepšení image a pověsti značky,
5. růst prodeje a věrnosti zákazníků,
6. růst produktivity a kvality,
7. zvýšení schopnosti získávat a udržet zaměstnance,
8. případná shovívavost orgánů v případě pochybení,
9. snížení rizika a růst řízení rizik,
10. konkurenceschopnost a odbyt.

Pro podnik musí být užitečné a přínosné chovat se zodpovědně, musí se mu to vyplatit. Hlavica uvádí, že „...pokud je CSR chápáno pouze jako výdaj a nikoliv jako investice, pak je postaveno na velmi nejistých základech.“ [10]

Společenská odpovědnost nemá význam a výhody pouze pro velké podniky, přínosy mohou získat i podniky malé a střední [78]:

- snazší nacházení pracovníků (získání vhodné pracovní síly pro malé podniky je náročné, nemají dostatek finančních prostředků pro poutavé inzeráty; navíc absolventi škol sami upřednostňují velké podniky; prostřednictvím CSR tak může i malý podnik nabídnout potenciálnímu uchazeči o zaměstnání výhody, kterými si zajistí jeho zájem a následně i loajalitu);
- snazší získávání obchodních partnerů (CSR působí na odběratelsko-dodavatelské vztahy, jelikož některé firmy při výběru svého obchodního partnera berou v úvahu dodržování koncepce CSR.);
- public relations - nemožnost dovolit si vynaložit velké finanční prostředky na komunikaci s veřejností (velkého významu tak nabývá všeobecně známé dobré jméno daného podniku);
- kontakty a informace (získání informací z okolního prostředí a navázání vztahů s klíčovými partnery, což přináší prospěch ze střednědobého i dlouhodobého hlediska).

Autorky Varcholová a Dubovická ve své práci [41] při citaci M. Herrmanna uvádí, že „dnešní globalizovaný svět se stává homogenním. Zásadní atribut konkurenceschopnosti s použitím konvenčních nástrojů se hledá čím dál obtížněji a téma CSR přitom otevírá firmám nové možnosti“.

1.1.2 Přínosy CSR pro veřejný sektor

Nejen zákazníci, ale i obchodní partneři a další zainteresovaní stakeholdeři se stávají stále náročnějšími, co se týká kvality produktu, služeb od producenta. Nedotýká se to však jen subjektů v soukromém sektoru, ale i veřejného sektoru jako takového. I zde zákazníci požadují stále kvalitnější služby. V souvislosti s tímto lze uvést následující trendy [23]:

- rostoucí požadavky na kvalitu poskytovaných služeb veřejným sektorem,
- poptávku po informacích,
- rostoucí počet projektů spolupráce veřejného a soukromého sektoru (PPP projekty),
- omezené zdroje na uspokojení rostoucích potřeb občanů.

V případě veřejného sektoru je nezbytné, aby byl cíl CSR spojen se snahou o posílení udržitelného rozvoje – s tím také souvisí i snaha o budování „značky“, zvyšování kladného povědomí o „úradě“. Na pozadí CSR strategie tak může být vcelku jednoduchá otázka, poměrně typická pro obce (města): „Jak udržet/získat další občany ve městě/obci?“ [23]

Nástroje společenské politiky však nenahrazují veřejnou politiku - není možné od nich očekávat, že by ji nahradily zcela. Nicméně, jejich prostřednictvím lze přispět k dosažení celé řady cílů veřejných politik. Z obecného hlediska se může jednat o [64]:

- integrovanější trhy práce (aktivní hledání nových pracovníků v znevýhodněných skupinách),
- investice do rozvoje dovedností (celoživotní vzdělávání – vede k udržení konkurenceschopnosti, snaha vyrovnat se stárnutí obyvatelstva v aktivním věku),

- zlepšení veřejného zdraví (spočívá např. v uvádění na trh a označování potravin a netoxických chemických látek),
- lepší výsledky v oblasti inovací (na základě užší spolupráce s externími zainteresovanými skupinami a vytvoření takového pracovního prostředí, které inovace více podporuje),
- racionálnější využívání přírodních zdrojů (včetně menší míry znečišťování; prostřednictvím přijetí environmentálního systému řízení, investic do ekologicky zaměřených inovací),
- pozitivnější obraz podnikání a podnikatelů samotných,
- větší dodržování lidských práv, ochrany životního prostředí, základních pracovních norem (zejména v rozvojových zemích),
- snižování chudoby.

Přestože je koncepce společenské odpovědnosti založena na dobrovolnosti, z již získaných zkušeností vyplývá, že stát, resp. státní orgány mohou dalšímu šíření CSR napomoci vytvořením vhodných odpovídajících podmínek. Jednat se tak může o zohledňování hledisek společenské odpovědnosti v rámci výběrových řízení u veřejných zakázek, podpora CSR nejen mezi podniky, ale také spotřebiteli (značení výrobků, veřejná ocenění,...). Nelze opomenout ani vzájemnou spolupráci veřejného a soukromého sektoru, který je založen na skutečnosti, že určité problémy není možné či dokonce vhodné řešit izolovaně. Naopak, mnohem efektivnější je společný přístup k dané problematice. V důsledku tohoto přístupu dochází k zapojení soukromého sektoru do veřejné politiky, pozitivní je vzájemná výměna zkušeností a významným prvkem je vzájemná komunikace. [80]

1.1.3 Přínosy CSR pro region

Především malé a střední podniky mají velmi úzký vztah k danému lokálnímu prostředí. Z tohoto prostředí je zaměstnáváno nejvíce pracovníků a pochází z něj i nejvíce zákazníků. Je tedy patrné, že otázka dobrého jména podniku, prestiž a kvalita dialogu se stakeholders jsou pro tyto podniky více než důležité. Úroveň stability tohoto prostředí zpětně ovlivňuje komerční úspěch podniku. Mnoho malých a středních

podniků již praktiky CSR naplňuje, pouze nejsou uváděny pod tímto označením. Je tedy důležité najít vhodné cesty, které by praktiky CSR ještě více podpořily a navázaly zejména na strategii podniku. [80]

Také z globálního pohledu na region, v rámci globální ekonomiky, „je společenská odpovědnost významná, jelikož vyžaduje posun k širšímu pohledu na výkonnost, který obsahuje také určitý mechanismus zabraňující zhoršování životních podmínek lidské civilizace. Působení společensky zodpovědných mezinárodních korporací po celém světě vytváří předpoklady na globální řešení ekologických a sociálních problémů.“ [41]

1.2 Stakeholders a CSR

Součástí problematiky společenské odpovědnosti firem jsou tzv. stakeholders, neboli zájmové skupiny (v dalším textu bude používán anglický výraz „stakeholders“). Tyto zájmové skupiny představují skupiny osob, organizací a institucí, jež mají na činnosti podniku jistý zájem, ovlivňují jeho chování nebo jsou jeho chováním ovlivněny. Zařadit mezi ně můžeme zaměstnance a akcionáře, zákazníky, obchodní partnery, místní zájmové skupiny i mezinárodní organizace, zástupce státní správy a samosprávy, média, odbory, školy atd. Každý podnik však nebude mít shodnou strukturu skupiny stakeholders. Ty se liší dle jednotlivých podniků stejně tak, jak se odlišuje význam jednotlivých členů stakeholders.

V rámci uplatňování konceptu CSR se jedná o proces budování důvěry různých zainteresovaných stran ve fungování podniku. Aby si management podniku získal důvěru, musí se neustále snažit o navázání spolupráce se svými klíčovými stakeholders. [76]

Jednou z prvních činností management podniku v rámci společenské odpovědnosti by měla být schopnost identifikovat co nejpodrobněji své stakeholders a určit ty klíčové. Pro jejich hrubou identifikaci lze použít následujících otázek [18], [76].

- Kdo ovlivňuje podnik (vyjmenovat všechny stakeholders)?
- Jaký vliv mají na podnik?
- Které skupiny stakeholders ovlivňuje podnik?
- Které z uvedených skupin stakeholders jsou pro podnik klíčové?

Zaměstnanci, dodavatelé, akcionáři, zákazníci či investoři – tyto skupiny stakeholders označujeme za primární. Vyznačují se významným vlivem na každodenní činnost a fungování podniku. Naopak sekundární skupina, do které se řadí vláda, místní komunity, zástupci státní správy a samosprávy, neziskové organizace, občanská a obchodní sdružení, ale i lobbyisté a další, stojí mimo každodenní interakci s podnikem. Jejich zájem na činnosti podniku nemusí být přesně určen. [18], [72]

Klíčoví stakeholders se vyznačují vysokým očekáváním a také vysokou úrovní vlivu na podnik, jak znázorňuje níže uvedená matice (tabulka 1). S těmito zjištěnými stakeholders by pak management podniku měl vést dialog, věnovat jim zvýšenou péči a zahrnout je do rozhodování o CSR. [75] Je však zapotřebí zvážit, do jaké míry budou jednotlivé zájmové skupiny zapojeny a jak bude nastavena jejich spoluúčast na podnikových procesech na základě jejich vlivu a očekávání. [76]

Tabulka 1: Matice klíčových stakeholders

Úroveň očekávání	Vysoká	Průběžně informovat	Vést dialog
	Nízká	Odpovídat na otázky	Zajistit spokojenost
		Nízká	Vysoká
		Úroveň vlivu	

Zdroj: Steinerová, M. *Koncept CSR v praxi, průvodce odpovědným podnikáním*. Praha: ASPRA a.s. a 94 minutes s.r.o., 2008

Jaká mohou být očekávání stakeholders? Liší se dle jednotlivých zainteresovaných stran. Vyjmenovat můžeme následující [76]:

- pro zaměstnance – přiměřená mzda a nefinanční benefity za odvedenou práci, dobré pracovní podmínky, profesní růst a možnost dalšího vzdělávání, sladění osobního a profesního života,
- pro zákazníky – kvalitní produkty a služby, přiměřená cena produktu, poprodejní servis,

- pro vlastníky, investory – zisk, růst hodnoty podniku, transparentnost,
- pro obchodní partnery – kvalita smluv a jednání, včasné plnění závazků,
- pro lokální komunity – finanční i materiální podpora, získání know-how od firemních dobrovolníků,
- pro environmentální neziskové organizace – ekologická výroba, produkty a služby, minimální zátěž podniku na životní prostředí.

Nezbytným krokem však je **zapojení** všech skupin *stakeholders do řízení* podniku. To umožní vzájemné poznání, porozumění jednotlivým zájmům i následnému *dialogu*. Na základě dialogu je pak možné stanovit, na které CSR aktivity se bude management podniku zaměřovat. Za ideální stav můžeme označit situaci, kdy dojde k rovnováze mezi aktivitami, které upřednostňuje vedení podniku a těmi, o které mají zájem stakeholders. Jelikož se na základě zmíněného dialogu ve většině případů dospěje k oboustranné spokojenosti, je tato *situace* nazývána jako *win – win*; managementu podniku i stakeholderům se tak podaří uskutečnit společnou CSR aktivitou svůj záměr nebo vyřešit problém. [76]

Pro zapojení stakeholders lze využít tyto prostředky [76]:

- dotazníková šetření,
- online diskusní fórum,
- pracovní skupina,
- individuální jednání,
- neformální setkání,
- organizace společných projektů,
- telefonní podpora apod.

Pozitivním výsledkem dialogu se stakeholders mohou být vzniklá dlouhodobá partnerství mezi sektory společnosti – mezi veřejným, soukromým a občanským sektorem, a také vzájemná inspirace a motivace. Pakliže se odběratel jako podnik vyznačuje vysokou úrovní společenské odpovědnosti, bude to stejné požadovat

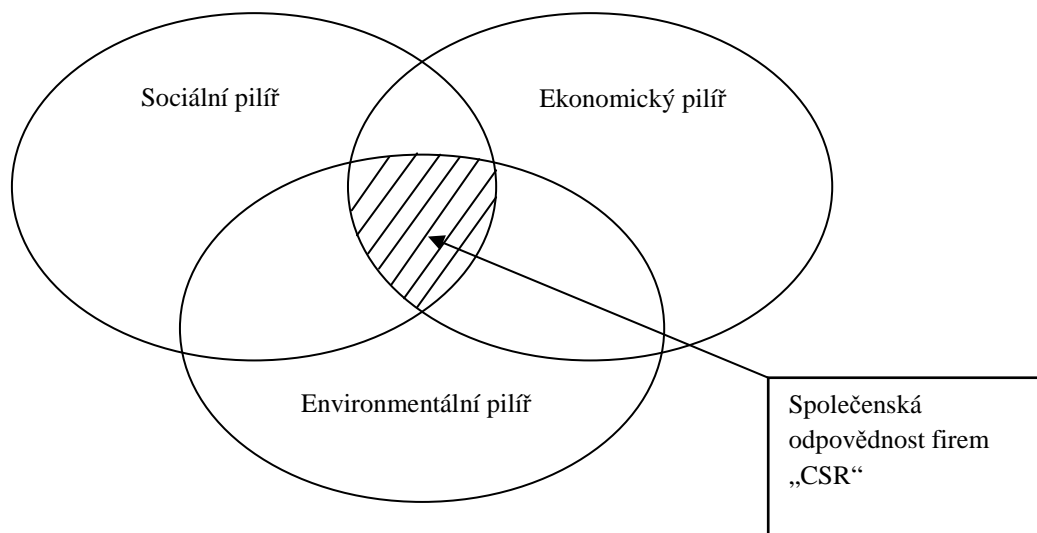
od svých dodavatelů. Jedná se tak o velice účinnou a přímou cestu šíření principů CSR. [80]

1.3 Členění CSR

Na členění CSR lze nahlížet z několika hledisek. Prvním z nich může být posouzení CSR z pohledu jeho pilířů.

CSR představuje integraci pozitivních postojů, praktik nebo programů do strategie podniku, a to na úrovni jeho nejvyššího vedení. *„Vyžaduje posun pohledu na vlastní společenskou roli z úrovně „profit only“ k širšímu pohledu v aktuálním kontextu často zmiňovaných třech „P“ – „people, planet, profit“, tedy lidé, planeta, zisk. Znamená to fungování s ohledem na tzv. triple-bottom-line, kdy se firma⁴ soustředí nejen na ekonomický růst, ale i na environmentální a sociální aspekty své činnosti, firma je tak přirozenou součástí obce, regionu, společnosti. Níže uvedený obrázek 1 představuje jednotlivé pilíře CSR.“* [18]

⁴ Pojem „firma“ byl použit autorem/autory originálního textu.



Obrázek 1: Pilíře CSR

Zdroj: Prskavcová, M, Maršíková, K., Řehořová, P., Zbránková, M. *Společenská odpovědnost firem, lidský kapitál, rovné příležitosti a environmentální management s využitím zahraničních zkušeností*. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2008.

1.3.1 Ekonomický pilíř

Tento pilíř představuje transparentnost podniku, uplatňování principů dobrého řízení, dodržování kodexů dobrého chování, etických kodexů a tvorbu dobrých vztahů se stakeholders, tedy se zájmovými skupinami – zákazníky, dodavateli, investory, obchodními partnery, orgány veřejné správy, jež jsou pro podnik významné. [3], [18]

Středem pozornosti jsou **dopady na ekonomiku na místní – lokální, národní i globální úrovni**. Sleduje se např. prostřednictvím rozvoje zaměstnanosti nebo boje proti korupci. [76]

Pro účinnou realizaci ekonomického pilíře v praxi je nezbytné [76]:

- definovat jasně firemní hodnoty (stanou se tak důsledným a jasným vodítkem pro řešení situací, jež odráží střety zájmů),
- zajistit, aby chování podniku korespondovalo se stanovenými firemními hodnotami,
- jít příkladem,

- nenechávat spolupracovníky mimo dění, ale zapojit je do dialogu, diskuzí týkající se firemních hodnot,
- ke starostem a zájmům svých zaměstnanců, zákazníků i obchodních partnerů přistupovat pozitivně,
- informovat o firemních hodnotách – uvnitř podniku i navenek.

Trnková [80] uvádí další charakteristiku ekonomické oblasti CSR:

- kodex podnikatelského chování firmy (příp. etický kodex),
- transparentnost,
- uplatňování principů dobrého řízení (corporate governance),
- odmítnutí korupce,
- vztahy s akcionáři (shareholders dialogue),
- chování k zákazníkům / spotřebitelům,
- chování k dodavatelům,
- chování k investorům,
- ochrana duševního vlastnictví.

1.3.2 Sociální pilíř

Středem pozornosti sociální oblasti CSR je zejména přístup k zaměstnancům podniku a podpora místních komunit. Management podniku tak ovlivňuje [65], [76]:

- bezpečnost (prevence proti kriminalitě, programy určené pro řidiče atd.),
- zdraví (včasné odhalení rakoviny prsu, prevence proti AIDS apod.),
- životní úroveň,
- vzdělávání (počítače – vybavení pro školy, speciální vzdělávání) i kulturní rozvoj občanů,
- zaměstnanost (školení, průprava na účast při výběrových řízeních apod.),

- životní prostředí (minimalizace používání zdraví škodlivých látek, recyklace apod.),
- ekonomický rozvoj (půjčky na bydlení s nižší, výhodnější úrokovou sazbou),
- další základní oblasti lidských potřeb a přání (práva na ochranu zvířat, problematika bezdomovectví, protidiskriminační opatření atd.

„Sociální politika podniku a její veškeré nástroje musí směřovat k vytvoření partnerství se zaměstnancem, o kterém uvažujeme jako o spolupodnikateli, nabízíme mu možnosti k využití jeho aktivních schopností, rozšiřujeme jeho schopnosti a dovednosti a přes dosažení jeho uspokojení dosahujeme svých podnikových cílů, avšak musíme mít na paměti, že veškeré investice do sociální politiky podniku musí být účelné a efektivní, jelikož vždy podnik rozvíjí jedince a prostřednictvím toho se snaží dosáhnout vyšších zisků.“ [18]

Podpora ze strany společností/korporací může mít mnohé podoby – přímé peněžní příspěvky, nadace, inzerce, publicitu, granty, technické expertízy, dobrovolnictví z řad zaměstnanců. [65]

Sociální pilíř je možné rozdělit ještě na dvě části, a to interní a externí. Interní část sociálního pilíře se věnuje sociální politice podniku, externí pak spolupracím se zájmovými skupinami. Z výše uvedeného vyplývá, že do interní části sociálního pilíře můžeme zařadit [18], [43], [79]:

- zaměstnaneckou politiku,
- vzdělávání, rozvoj lidského kapitálu,
- zaměstnanecké výhody, benefity,
- rovné příležitosti (nediskriminace při náboru zaměstnanců, rovnost mezd, podpora kariérního růstu žen, jesle či mateřská školka podporovaná zaměstnavatelem, využívání flexibilních forem práce, ...), vyváženost osobního a pracovního života zaměstnanců, a další.

Externí část sociálního pilíře představuje činnosti a chování, jež vedou k vědomé podpoře druhých osob – jednotlivců, organizací, skupin (tzv. filantropie). V obecném pojetí se jedná o snahu dosáhnout vyšší kvality života jak jednotlivce, tak celé

společnosti. „*Společensky odpovědná firma se snaží o vytváření, udržení a rozvoj dobrých tzv. sousedských vztahů.*“ [18] Není od věci podotknout, že podnik, který je v rámci místní komunity aktivně zapojen, může lépe posilovat věrnost zákazníků, získat nové obchodní příležitosti, zvýšit motivaci svých zaměstnanců apod.

Externí a interní části sociálního pilíře nejsou odděleny, naopak se vzájemně prolínají, např. zaměstnanci se zapojují do strategie firemní filantropie, jež je proaktivní (firma se dobrovolně zapojuje do aktivit, nečeká na příchozí žádosti). Další možností je založení nadačních fondů podniku, které mohou být zaměřeny na podporu rozvoje místního života.

1.3.3 Ekologický pilíř

Dodržování principů trvale udržitelného rozvoje, který zajistí život i pro budoucí generace, se stal nedílnou součástí každého subjektu. Pokud management podniku zavede a bude udržovat systém řízení zaměřený na ochranu životního prostředí (environmentální systém řízení), nejenže tak přispěje ke zlepšení životního prostředí, ale zároveň „pomůže i sám sobě“ – prostřednictvím snížení nákladů, získáním a posílením dobrého jména firmy atd.

„Trvale udržitelný rozvoj společnosti je takový rozvoj, který současným i budoucím generacím zachovává možnost uspokojovat jejich základní životní potřeby a přitom nesnižuje rozmanitost přírody a zachovává přirozené funkce ekosystému.“ [67]

V rámci ekologického pilíře se podniky zaměřují především na snižování negativního dopadu svých činností na životní prostředí. Environmentální řízení je možné charakterizovat jako záměrné působení na ty činnosti a výrobky podniku, které mají, měly nebo mohou mít negativní vliv na životní prostředí. Cílem je zejména ochrana přírodních zdrojů, omezování emisí, znečišťujících látek, environmentálních rizik a ochrana zdraví zaměstnanců a obyvatel, podpora vývoje a šíření takových technologií, které jsou ohleduplné k životnímu prostředí. [3], [18]

Stejně jako uplatňování sociálního pilíře i ekologický přístup má svá pozitiva. Pro podnik může znamenat konkurenční výhodu, snížení nákladů ve spojení s šetrnějším hospodařením, redukci využívání energetických zdrojů apod. [18]

V posledních letech se zvýšila popularita a zájem o certifikaci environmentálního, neboli ekologického managementu, přičemž důvody jsou dva – buď požadavek ze strany zákazníků, spotřebitelů nebo jeho prostřednictvím dosažení lepšího hospodářského výsledku.

Základem pro získání označení environmentálního managementu je získání certifikace na základě ISO 14001. To v sobě obsahuje dva trendy [35]:

1. rozhodující procesy při výrobě produktů jsou řádně dokumentovány, široce chápány,
2. jsou (tyto procesy) postaveny na podnikové politice vůči životnímu prostředí, odpovídající mezinárodním standardům.

Rozhodnutí o získání certifikace dle ISO normy je založené na dobrovolném rozhodnutí podniku. V případě, že podnik splní požadavky stanovené normou, je mu udělen certifikát.

Principem ISO 14001 je trvalé zlepšování systému řízení a environmentální výkonnosti. Environmentální systém řízení (EMS) zohledňuje ohleduplnost do každé činnosti podniku, každého produktu nebo služby a umožňuje managementu zlepšovat životní prostředí.

EMS představuje závazek vrcholového managementu podniku dodržovat soulad s platnou legislativou, průběžně zlepšovat jeho environmentální profil a vychází se z něj při stanovování environmentálních cílů a hodnot podniku. [19]

„Působení ISO 14001 v oblasti zlepšování vztahu k životnímu prostředí se projevuje mj. sestavováním různých podnikových týmů zainteresovaných pracovníků. V plně funkčním EMS zaměstnanci vědí, proč byl systém EMS zaveden a jaká je jejich role v oblasti environmentálního působení.“ [35]

EMS přináší možnost zaměřit se spíše na strategické problémy v oblasti životního prostředí než na každodenní problémy, slouží jako prevence znečištění (omezování odpadů, energetických ztrát, posiluje větší – lepší využití surovin), časové a energetické úspory.

Prevence znečištění je jedním z nejlepších způsobů, na který se dá ukázat, jaký finanční prospěch EMS přináší. V rámci dosahování úspor v důsledku implementace ISO 14001 záleží samozřejmě na různých faktorech. [35]

Ekologicky odpovědné praktiky podnikání (obchodu) jsou součástí CSR, v rámci kterého jsou často iniciovány z jiných důvodů než jakou je tvorba firemních peněz (někdy tomu tak je), nejsou (vždy) vyžadovány legislativou a pro společnost mají prospěch [47].

1.3.4 Aktivity CSR v návaznosti na její pilíře

Pilíře společenské odpovědnosti lze vyjádřit i níže uvedenou tabulkou 2 spolu s aktivitami CSR.

Tabulka 2: Pilíře společenské odpovědnosti

		Stakeholders	CSR aktivity
<i>Ekonomická oblast</i>	Trh	<ul style="list-style-type: none"> - vlastníci a investoři - zákazníci / spotřebitelé - dodavatelé a další obchodní partneři - vládní instituce - média 	<ul style="list-style-type: none"> - vytvoření etického kodexu - transparentnost - uplatňování principů dobrého řízení - odmítání korupce - včasné placení faktur - kvalitní a bezpečné produkty a služby - poprodejní servis - marketingová a reklamní etika - ochrana duševního vlastnictví - inovace a udržitelnost
	<i>Sociální oblast</i>	Pracovní prostředí	<ul style="list-style-type: none"> - zaměstnanci - odbory
Místní komunita		<ul style="list-style-type: none"> - neziskové organizace - veřejnost 	<ul style="list-style-type: none"> - firemní dárcovství (finanční i materiální) - firemní dobrovolnictví - sociální integrace - vzdělávání - podpora kvality života občanů (sport, kultura) - rozvoj zaměstnanosti a místní infrastruktury
<i>Environmentální oblast</i>	Životní prostředí	<ul style="list-style-type: none"> - environmentální skupiny - další mluvčí za životní prostředí 	<ul style="list-style-type: none"> - recyklační program - úspora energie / vody - hospodaření a odpady - omezení používání nebezpečných chemikálií - balení a přeprava - soulad s normami a standardy (ISO, EMAS a další) - ekologická výroba, produkty a služby - ochrana přírodních zdrojů

Zdroj: Steinerová, M., Václavíková, A., Mervart, R. *Společenská odpovědnost firem. Průvodce nejen pro malé a střední podniky*. Praha: Business Leaders Forum, 2008.

Výše uvedené oblasti CSR od managementu podniku vyžadují, aby se choval zodpovědně jak ke společnosti, tak i prostředí, ve kterém podniká, přispíval

k udržitelnému rozvoji a současně se zasazoval o zlepšování kvality života svých zaměstnanců. [41]

1.4 Zjišťování přínosů ze společenské odpovědnosti

Je možné zjistit užitek z dobrovolných aktivit, kterými je koncepce CSR? Podnik předpokládá, že se jedná o nehmotný přínos, např. zvýšení podnikové reputace, motivace zaměstnanců apod. Společenská odpovědnost je vnímána jako investice do nehmotných aktiv (tabulka 3), které je možné ohodnotit pomocí indikátorů a které v dlouhodobém horizontu přináší firmě měřitelný finanční prospěch. [76]

Z níže uvedených indikátorů je také patrné, že zjistit a zejména změřit přínosy CSR je poměrně složité. Téměř ve většině případů se jedná o takové přínosy, které jsou nehmotné povahy, a jejich kvantifikace je tedy velmi obtížná. [79]

Tabulka 3: Měření přínosů CSR

<i>Nehmotná aktiva</i>	<i>Hodnocení pomocí indikátorů</i>	<i>Dlouhodobé měřitelné projevy</i>
dobré jméno podniku	- dotazníková šetření - skupinové diskuze	- posílení pozice na trhu - možnost nových podnikatelských příležitostí v rámci místních partnerství
	- ohlasy v médiích	- získání sociálně citlivých spotřebitelů jako nových zákazníků - zefektivnění risk managementu
spokojenost a věrnost zákazníků	- průzkumy zákazníků - počet opakovaných objednávek - počet reklamací	- posílení pozice na trhu - zvýšení obrátu
flexibilita podniku (kreativita v uvádění nových produktů, služeb či procesů)	- počet modifikací produktu nebo služby - přidaná hodnota produktu nebo služby	- rozšíření výrobního sortimentu - zvýšení podílu na trhu
spokojenost a kvalifikace zaměstnanců	- průzkumy zaměstnanců - počet absenčních dní - počet proškolených zaměstnanců	- vyšší motivace, spokojenost a výkonnost zaměstnanců - nižší fluktuace zaměstnanců - větší možnosti pro nábor nových zaměstnanců
ekologická firemní kultura	- spotřeba energie - podíl recyklovaného odpadu - množství emisí - množství použitých nebezpečných látek	- možnost ucházet se o tendry velkých korporací a veřejné správy - získání ekologicky citlivých spotřebitelů za nové zákazníky - zvýšení ekoefektivity (snížení negativního dopadu na životní prostředí na jeden produkt)

Zdroj: Steinerová, M., Václavíková, A., Mervart, R. *Společenská odpovědnost firem. Průvodce nejen pro malé a střední podniky*. Praha: Business Leaders Forum, 2008

Problémem vyhodnocování CSR je skutečnost, že její přínosy mohou být zjištěny pouze z dlouhodobého hlediska.

Ke zjištění úrovně společenské odpovědnosti mohou napomoci dotazníková šetření. Dotazník zaměřený na koncepci CSR v podniku je uveden v příloze A. [76]

Pro jeho vyplnění by mělo být dostačujících 10 min. Je zapotřebí uvést, že zde nejsou správné nebo špatné odpovědi – cílem otázek je povzbudit a inspirovat k zavedení vhodných opatření. Otázky vychází z jednotlivých oblastí CSR – tedy oblasti ekonomické, sociální a environmentální.

Dalším možným dotazníkem, který je vhodný pro posouzení CSR, je dotazník uveřejněný na webových stránkách společnosti MHC International Ltd., z USA, jejíž ředitel, Michael Hopkins, je jedním z uznávaných teoretiků v oblasti společenské odpovědnosti – příloha B [19], [60] Tento dotazník obsahuje 20 otázek, na které by si měl management podniku odpovědět. Jedná se o otázky týkající se podporování místních komunit, etického kodexu, environmentálních standardů apod.

1.5 Social Accountability

SA8000, neboli Social Accountability 8000, je celosvětově uznávanou normou pro společenskou odpovědnost a nejvýznamnějším měřítkem pro společensky odpovědné řízení lidských zdrojů na mezinárodní úrovni.

Tato norma byla vyvinuta v roce 1997 organizací SAI – Social Accountability International. K 30. 9. 2010 bylo touto normou certifikováno na 2330 firem (z toho 459 nových v r. 2010) v 62 zemích světa, jež zaměstnávají dohromady téměř 1,4 milionu zaměstnanců. V České republice bylo uděleno 16 certifikátů. [37]

Přínosy vyplývající z certifikace SA8000 [52]:

- prokazatelný závazek k sociálně odpovědnému, etickému podnikání,
- ochrana značky a jména,
- zlepšení renomé v okolí jako společensky odpovědného podniku,
- důvěra zákazníků a pozitivní vnímání ze strany investorů.

Při certifikaci se posuzují tyto oblasti [49]:

- pracovní doba,
- bezpečnost a ochrana zdraví při práci,
- zákaz diskriminace,

- práce dětí a mladistvých,
- nucené práce,
- omezení disciplinárních praktik,
- svoboda sdružování,
- odměňování splňující základní potřeby,
- řídicí systém pro neustálé zlepšování.

Certifikace podle normy SA8000 je vhodná pro jakoukoli společnost, bez ohledu na obor činnosti nebo její velikost. Zavedení certifikace dle SA8000 má bezesporu své výhody, ale i nevýhody, kterých je však méně. Mezi výhody lze zařadit [37]:

- potvrzení prestiže v daném oboru,
- schopnost udržet si klíčové zaměstnance,
- širší možnost přístupu na zahraniční trhy,
- vylepšení vzájemných vztahů s orgány státní správy, samosprávy,
- zlepšení vztahu se zaměstnanci, komunikace uvnitř společnosti,
- rozvoj partnerských vztahů se zákazníky, obchodními partnery atd.

Nevýhodami, které z certifikace dle uvedené normy vyplývají, jsou:

- vcelku nákladná „údržba“,
- dohled 2x ročně, a to i neohlášený.

V České republice zajišťuje certifikaci např. společnost CQS.

První, kdo úspěšně prošel certifikačním auditem podle standardu SA8000:2008 v České republice, byla stavební společnost ZEVYP a.s., jejíž zaměření na českém stavebním trhu je především na komplexní zemní práce zahrnující výstavbu dopravní infrastruktury, občanskou vybavenost, ekologické stavby apod. „*Považujeme certifikaci SA8000 za logické vyústění naší dlouhodobé orientace na kvalitu a odpovědné podnikání, kterou potvrzují certifikáty ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001 a nyní i SA8000,*“ uvedl Kamil Calta, manažer integrovaného systému ZEVYP. [68]

1.6 ISO 26000

Pro společenskou odpovědnost byla vytvořena mezinárodní norma mimořádného významu i rozsahu s označením ISO 26000. Práce na této normě byly zahájeny Mezinárodní organizací pro normalizaci ISO na základě souhlasu se zařazením normy do plánu ISO ze strany 37 členů Mezinárodní organizace pro normalizaci. Po dlouhých jednáních a diskuzích zainteresovaných stran, ISO a spolupracujících organizací (např. ILO – Mezinárodní organizace práce, IOE – Mezinárodní organizace zaměstnavatelů,...) došlo k této shodě v lednu 2005.

Základem této normy je všeobecné poznání, že společenská odpovědnost je základem trvalé udržitelnosti každé organizace. [18]

Cíli normy ISO 26000 jsou [81]:

- poskytnout návod pro funkční společenskou odpovědnost,
- vytvořit mezinárodní normu aplikovatelnou pro všechny typy organizací,
- identifikovat a zapojit do práce zainteresované strany,
- zvýšit důvěryhodnost organizací a tím i jejich konkurenceschopnost,
- zvýšit spokojenost a důvěru zákazníků,
- podporovat jednotnou terminologii pro společenskou odpovědnost,
- být v souladu s již existujícími dokumenty, kodexy a dalšími mezinárodními dohodami (např. Světová deklarace lidských práv atd.).

K iniciativě CSR se Česká republika přihlásila v roce 2005, přičemž následně vznikla pracovní komise pro společenskou odpovědnost, jejíž činnost řídí Český normalizační institut. [18]

Tato norma však nebude sloužit k certifikaci jako takové. ISO norma neobsahuje požadavky a nemůže tedy být dokladem shody. Tato norma v sobě zahrnuje metodické pokyny týkající se základních principů společenské odpovědnosti, rozlišuje společenskou odpovědnost a zapojení zainteresovaných stran. Zdůrazňuje význam výsledků a zlepšení profilu organizace v oblasti společenské odpovědnosti. [81]

Profesor Zamarský při své závěrečné řeči v rámci 2. Konference společenské odpovědnosti konané dne 21. března 2012 v Ostravě směrem k certifikaci CSR uvedl: *„Certifikace CSR – ano či ne? Pokud ano, pak všichni budou usilovat o to, aby stanovené podmínky splnili, protože musí, ne, že chtějí.“*

1.7 Přístup Evropské unie k CSR

V rámci Lisabonského summitu (březen 2000) byl pro Evropu vytyčen cíl „stát se do roku 2010 nejdynamičtější a konkurenčně nejzdatnější znalostní ekonomikou na světě, zajišťující stálý ekonomický růst s větším počtem a lepšími pracovními místy a vyšší sociální soudržností“, s čímž velmi úzce souvisí koncept CSR. Na tomto summitu také došlo ke shodě, že CSR je nástrojem, který může tomuto cíli napomoci. Vrcholní představitelé EU tak poprvé přímo "apelovali na firemní smysl pro společenskou odpovědnost" a shodli se na nutnosti strategické podpory rozvoje společenské odpovědnosti firem po celé Evropě. [70]

Jednou z dalších iniciativ Lisabonského summitu bylo vydání tzv. Zelené knihy s podtitulem „Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility“. Tento dokument obsahuje první definici CSR.

Komise evropských společenství se snaží působit na evropskou podnikatelskou sféru tak, aby tato veřejně přijala závazek podporovat udržitelný rozvoj, hospodářský růst, vyšší počet lepších pracovních míst a zvýšila své úsilí v rámci společenské odpovědnosti zahrnující i spolupráci s ostatními zúčastněnými stranami. *„Evropa potřebuje aktivní podnikatele, pozitivní přístup k podnikání a důvěru ve vztahu k podnikům. Evropa potřebuje takové „veřejné klima“, v němž budou podnikatelé oceňováni nejen kvůli svým vysokým ziskům, ale také proto, že případně přispějí k řešení určitých sociálních problémů.“* [64]

Komise si je vědoma, že svých cílů dosáhne pouze za předpokladu úzké spolupráce s evropskou podnikatelskou sférou. Za tímto účelem se rozhodla založit „Evropskou alianci pro sociální odpovědnost podniků“. Aliance je otevřené povahy – je otevřená podnikům všech velikostí a různého zaměření a je založena na partnerství. Aliance představuje proces, který by měl vést k širšímu přijímání společenské odpovědnosti podniků v rámci evropských podniků. Není však právním nástrojem. Komise také

nebude evidovat, které podniky se rozhodly ji podporovat. Činnost Komise v rámci aliance spočívá na propagaci společenské odpovědnosti. Komise vychází z předpokladu, že tato aliance bude významně ovlivňovat přístup evropské podnikatelské sféry ke společenské odpovědnosti, k pozitivním závazkům v sociálních otázkách a v problematice týkající se životního prostředí. Tímto má dojít k rozvoji společenské odpovědnosti nejen v rámci EU, ale i v zahraničí. Úroveň výsledků se však bude odvíjet od míry zapojení zainteresovaných stran, které mohou využít příležitostí, jež jim aliance nabízí. [64]

Za účelem zvýšení viditelnosti a důvěryhodnosti postupů spojených se společenskou odpovědností byly podniky, které alianci podporují, vyzvány Komisí, aby informace o společenské odpovědnosti předávaly dále – všem zainteresovaným stranám (zákazníkům, obchodním partnerům atd.).

V rámci podpory a prosazování společenské odpovědnosti zdůrazňuje Komise následující aspekty [64]:

- zvýšení povědomí a výměna osvědčených postupů (podpora zvyšování povědomí a výměna osvědčených postupů v oblasti společenské odpovědnosti se zaměřením se na malé a střední podniky, členské a přistupující státy, ve kterých je tato problematika méně známa; posilování partnerství podniků a zainteresovaných stran atd.),
- podpora iniciativ mnoha zúčastněných stran,
- spolupráce s členskými státy,
- informace pro spotřebitele a transparentnost (spotřebitelé hrají významnou roli v rámci problematiky společenské odpovědnosti; očekává se, že provedou výběr a následně budou podporovat dobré produkty a tím dobré společnosti. Nutné však je, aby měli dostatek informací – Komise bude vyvíjet úsilí, aby bylo dosaženo větší transparentnosti a spotřebitelé tak mohli získat potřebné informace),
- výzkum (zaměřením na vztahy konkurenceschopnosti, udržitelného rozvoje a společenské odpovědnosti, účinnost CSR při dodržení sociálních a environmentálních cílů, vztahy zaměstnanci – zaměstnavatel),

- vzdělávání (zaměření na budoucí manažery, vedoucí pracovníky, aby si osvojili správné znalosti a dovednosti a aby se společenská odpovědnost mohla stát běžnou obchodní praxí; celoživotní vzdělávání, spolupráce se školami, aby do osnov byla problematika CSR zařazena),
- malé a střední podniky (je třeba pečlivého přístupu k těmto skupinám – usnadnit výměnu zkušeností, vyjádřit větší uznání za plnění iniciativ CSR),
- mezinárodní rozměr sociální odpovědnosti podniků (podpora společenské odpovědnosti v celosvětovém měřítku).

1.8 Společenská odpovědnost a praxe

Proč by vůbec měl management podniku uvažovat o tom stát se společensky odpovědným podnikem? Protože *„odpovědné podnikání přináší firmě přímý i nepřímý prospěch a zajišťuje dlouhodobou konkurenční výhodu oproti firmám, které se takto nechovají.“* [76]

Je-li CSR *„uchopena správně, má nejen výrazný společenský přínos, ale dokáže přinášet i celou řadu výhod firmě samotné.“* [80]

V prvé řadě je nutné připomenout, že aplikace společenské odpovědnosti do podnikové praxe je dobrovolným rozhodnutím. Pokud se management podniku rozhodne pro aplikaci CSR, mělo by to být skutečné, ne uvedené pouze na webových stránkách podniku či ve výroční zprávě. *„Závazek managementu je rozhodující pro úspěšné zavedení, realizaci, ale také k získání odpovídajících přínosů pro firmu.“* [18]

Nástroje pro zavedení CSR jsou bezpochyby různé pro různé typy podniků. Nicméně i tak je možné je zobecnit.

Uvažuje-li management podniku o zavedení CSR, mělo by se tak stát již na úrovni strategického řízení. *„Zapojení CSR do podnikové praxe by mělo být především systematické, strategické a v intenzích dlouhodobého přístupu k uvedené problematice, neměly by se objevovat náhodné, jednorázové charitativní aktivity, které by mohly ohrozit celý koncept CSR, a to především jeho systematickostí a dlouhodobé efekty.“* [18]

Dalším krokem je identifikace klíčových stakeholders (blíže viz kapitola 1.2). Tím management podnik získá přehled o zájmových skupinách, jejich potřebách i vlivech na podnik. Na základě této identifikace je možný individuální přístup ke každé skupině s ohledem na CSR a základní pilíře – sociální, ekonomický a environmentální. Na základě zjištěného stupně významu každé skupiny na podnik *„je poté spolupráce různě intenzivní, v některých případech stačí vytvořit zákaznické telefonní linky, webové stránky se schránkou na náměty apod. V některých případech je nutné vést se zájmovou skupinou rozhovor, tvořit skupinové diskuse, vytvářet pracovní skupiny nebo dokonce individuální jednání atd.“* [18]

Pro zavedení CSR je možné využít metodu „PDCA“, kdy dochází k realizaci konkrétního nástroje pro danou zájmovou skupinu. *„Zapojení stakeholders do celého procesu PDCA je vhodné, a to v každé z dílčích částí, dle významu jednotlivých stakeholders.“* [18]

„P – Plan“: plánování, popis činností, příprava konceptu

„D – Do“: realizace připravených akcí

„C – Check“: kontrola, vyhodnocení

„A – Act“: zlepšování, které se využije v cyklu následujícím

„P – Plan“

Tento první krok zahrnuje nutnou přesnou identifikaci zájmových skupin a dopady na tyto skupiny. Následuje vytvoření akčního plánu (jeho podrobné zpracování), včetně zodpovědných osob, časů, prostředků nutných k realizaci. Nezbytné je také stanovit kritéria, pomocí kterých se bude hodnotit ne/úspěšnost zavedeného konceptu CSR. Nejlépe jsou výsledky vidět u kritérií, jež můžeme kvantitativně vyjádřit (např. počet zaměstnanců, objem – výše finančních prostředků, které se např. podařilo rozdělit,...).

Velmi významná je komunikace se zájmovými skupinami – věnovat se jim, vysvětlit, co a proč je pro ně přínosné, jaká bude vzájemná kooperace apod.

„D – Do“

Tento krok představuje implementaci plánu do praxe (za spolupráce se zainteresovanými stakeholders).

„C – Check“

Kontrola, vyhodnocení – nejlépe kvantitativních, ale zároveň i kvalitativních bodů, jež byly stanoveny ve fázi plánování. Ať už jsou zjištěné výsledky pozitivní nebo negativní, je velmi vhodné je zainteresovaným skupinám sdělit. Ty pak budou mít jasnou představu o tom, jak dochází k plnění nastavených aktivit v rámci CSR.

„A – Act“

Na základě podkladů z předcházejícího kroku je nezbytné přijmout konkrétní opatření ke zlepšení, která v následujícím cyklu přinesou zlepšení, zefektivnění celého procesu.

Může nastat i situace, kdy se v následujícím období nebude vybraný nástroj CSR dále implementovat – k tomuto kroku může dojít na základě zjištění v rámci třetího kroku metody PDCA, že přínos z CSR aktivit nebyl naplněn a nedošlo k uspokojení zainteresovaných skupin.

„Společenská odpovědnost firmy by měla začínat identifikací klíčových stakeholders a nalezením způsobu, jak uspokojit a sladit jejich očekávání. Pokud tento proces uvnitř firmy proběhne, přinese velmi konkrétní výsledky, které pomohou nadefinovat její CSR politiku.“ [18]

Mnoho podniků (podnikatelů) má na paměti chovat se nebo dělat správné věci, např. [76]:

- chovat se seriózně k zákazníkům a partnerům,
- starat se o své pracovníky,
- pečovat o dobré sousedské vztahy,
- chránit životní prostředí a další.

Důvodem, proč podniky berou stále častěji a vážněji výše uvedené, je skutečnost, že dodržování seriózního chování, péče o pracovníky atd. přinese podniku výhody. Dalším důvodem je fakt, že dochází ke zvyšování tlaku na dodržování těchto „správných věcí“ ze strany spotřebitelů, obchodních partnerů, orgánů státní správy a samosprávy a dalších zainteresovaných skupin.

Pro úspěšnou implementaci koncepce CSR lze doporučit následující [76]:

- zahrnout CSR do podnikových hodnot (stanovit vizi podniku, jeho hodnoty; CSR by mělo být jedním ze základních prvků, který tyto napomáhají formulovat),
- sumarizovat CSR aktivity, které již podnik uskutečňuje (definovat činnosti, které podnik provádí – odhalí se tak stávající i potenciální činnosti CSR),
- vytvořit seznam činností, předat jej k prodiskutování zaměstnancům, kolegům,
- vytvořit seznam problémů, které podnik trápí, a navrhnout takové aktivity, které je pomohou vyřešit a zároveň budou užitek i pro stakeholders,
- uvědomit si, co okolí od podniku očekává.

„Odpovědné podnikání znamená úspěšně podnikat a zároveň myslet i na sociální a ekologické zájmy: včlenit sociální a ekologické aspekty do činností, které směřují k tvorbě zisku. Odpovědný podnik uspokojuje požadavky nejen zákazníků, ale i dalších osob (fyzických i právnických), s nimiž při svých aktivitách spolupracuje – například zaměstnanců, dodavatelů a místní komunity. Pozitivně tak působí na celou společnost a usměrňuje svůj vliv na životní prostředí.“ [76]

1.9 Shrnutí

Společenská odpovědnost představuje nástroj, pomocí kterého se mohou organizace odlišit od ostatních – od těch, které ji pomíjejí, resp. které její koncepci nenásledují. Aby byla CSR stabilní, zakládá se na třech pilířích – na pilíři sociálním, ekonomickém a environmentálním. Činnosti v rámci sociálního pilíře jsou zaměřovány především na zaměstnance a místní komunity, environmentální pilíř zohledňuje šetrný přístup k životnímu prostředí, přičemž navíc šetří náklady podniku, a ekonomický pilíř představuje transparentní řízení podniku a tvorbu a péči o dobré vztahy se všemi zájmovými skupinami – tzv. stakeholders. Podstatou koncepce CSR je skutečnost, že organizace věnují svému chování a přístupu k okolí velkou pozornost a to mnohdy nad rámec opatření, která jsou stanovena legislativním rámcem. Je zapotřebí uvést, že takovéto chování organizací je založeno na dobrovolnosti – na svobodném rozhodnutí každé organizace.

Uplatňování a rozvoj koncepce CSR vždy pozitivním způsobem ovlivňuje nejen blízké okolí podniku, ale následně i regionální a národní úroveň. Nikdy nemůže jít „zpět“, ve smyslu, že by ovlivňoval své okolí negativním způsobem. Tato skutečnost by představovala přinejmenším nerespektování základních ustanovení legislativního rámce.

Je zřejmé, že aby existoval zájem o uplatňování koncepce CSR, „musí“ tyto činnosti přinést určitou výhodu, bonus. Mezi přínosy podniků v důsledku naplňování koncepce CSR lze uvést např. snížení nákladů, podporu dobrého jména podniku, zvýšení odbytu, růst produktivity a konkurenceschopnosti, stabilitu zaměstnanců a zvýšený zájem nových potenciálních zaměstnanců apod. U subjektů veřejné správy je možné uvést zvýšení zájmu o spolupráci v rámci PPP projektů, zvýšení požadavků na zlepšení kvality poskytovaných služeb, zájem o informace apod. Je však zapotřebí zdůraznit, že přínosy aplikace koncepce CSR je možné posuzovat pouze z dlouhodobého hlediska. V krátkém časovém horizontu je lze posuzovat velmi obtížně, mohou se projevat i negativně jako zvýšení nákladů, které je však dočasné.

Z pohledu oficiálního uznání naplňování koncepce CSR je možné zvolit 2 přístupy certifikace - prostřednictvím normy SA8000 nebo ISO normy - ISO 26000. Obě normy mají svá pro a proti. Norma SA8000 představuje celosvětově uznávanou normu pro CSR a potenciální zájemce o certifikaci by mohl odradit dohled prováděný 2x ročně, a to i neohlášeně, a také poměrně vysoké náklady na udržování. ISO norma 26000 nemá charakter jako jiné ISO normy – nebude totiž využívána k certifikaci jako takové. V normě nejsou obsaženy požadavky a tak nemůže být dokladem shody. Jejím základem je všeobecné poznání, že společenská odpovědnost je základem trvalé udržitelnosti každé organizace. [18]

Komunikace je základem všeho – to platí i v případě CSR. Pakliže podnik vykonává činnosti v rámci koncepce CSR, bude jistě v jeho zájmu se o tyto skutečnosti podělit se svými stakeholders – tedy jak se zaměstnanci, tak obchodními partnery, místními komunitami apod. Podstatou komunikace je především ukázat, že činnosti podniku jsou vykonávány transparentním způsobem. Skupiny stakeholders se mohou zapojit do činností podniku a na činnosti CSR tak mohou nadále dohlížet. Mezi nejběžnější

nástroje komunikace se řadí internet, časopisy či brožury podniku, jejich výroční zprávy, etické kodexy, přednášky atd.

Společenská odpovědnost má velkou podporu ze strany Evropské unie. V kontextu Lisabonského summitu, který se uskutečnil v roce 2000, byla vydána tzv. Zelená kniha, která pojednává o problematice CSR a obsahuje de facto její první definici. Cílem je podpora podnikatelské sféry za účelem podpory hospodářského růstu, udržitelného rozvoje, zlepšení pracovních míst apod. Podpora je zaměřena na podniky všech velikostí s různým zaměřením činností.

V okamžiku, kdy se management podniku dobrovolně rozhodne pro naplňování koncepce CSR, a jedná-li se o rozhodnutí vážně míněné, měl by si být vědom toho, že tento jeho *„závazek je rozhodující pro úspěšné zavedení, realizaci, ale také k získání odpovídajících přínosů pro firmu.“* [18] Stručně je možné naznačit kroky vedoucí k zavedení koncepce CSR pomocí metody zvané PDCA – z angl.: **p**lan, **d**o, **c**heck a **a**ct. První krok *„plan“* představuje plánování, přípravu konceptu, druhý krok *„do“* v sobě zahrnuje realizaci připravených akcí. Třetím krokem je kontrola *„check“* a poslední, čtvrtý krok *„act“* zahrnuje zlepšování, ke kterému by mělo dojít v navazujícím cyklu.

2 Stavebnictví

Stavebnictví je jedním z odvětví národního hospodářství a stavební podnik jeho součástí. [15]

„Stavebnictví v České republice patří mezi hlavní národohospodářská odvětví a je možné jej zahrnout mezi hlavní pilíře zajišťující ekonomický rozvoj s výrazným dynamizujícím faktorem ekonomiky.“ [77]

S ohledem na to, že se jedná o odvětví s významnou spotřebou energií, výrobků a materiálů, velký význam má u něj dodržování zásad udržitelného rozvoje. Stavebnictví se vyznačuje národním a regionálním charakterem. Z pohledu národního měřítka je převážně soběstačné. Jedná o hlavního tvůrce budov a staveb, jež jsou jednou z hlavních součástí investic v celé ekonomice. [77]

Stavebnictví má také významný vliv na zaměstnanost v celé ekonomice. Na zaměstnanosti v ekonomice se podílí cca 9 % a na tvorbě HDP cca 6,5 %. [39] Ekonomický růst a zaměstnanost lze významně ovlivnit prostřednictvím veřejných stavebních zakázek, což může být využíváno v rámci hospodářské politiky. Z pohledu legislativy je tato oblast ovlivňována zejména předpisy z těchto okruhů [45]:

- zadávání veřejných zakázek,
- technické požadavky na výrobky,
- obchodně závazkové vztahy,
- územní plánování,
- stavební řád,
- ochrana životního prostředí a další (daňová oblast, správní právo, živnostenské podnikání apod.).

Podnik, značený jako stavební podnik, představuje na stavebním trhu zhotovitele a dodavatele a hlavní činností je stavební výroba (viz tabulka 4). [15]

Stavební podniky mají řadu místních jednotek, které jsou umístěny mimo sídlo podniku. Tyto místní jednotky představují výrobní základnu a zaměstnávají osoby z daného regionu. [45]

Z funkčního hlediska je možné stavby členit následovně [17]:

- občanské stavby (budovy a haly pro obchod, služby, kulturu, sport, a další),
- stavby pro bydlení,
- průmyslové stavby (pro výrobu, skladování, energetiku apod.),
- dopravní stavby (silnice, dálnice, letiště, parkoviště, mosty, atd.),
- vodohospodářské stavby (např. hráze, kanály, jezy, studny, čističky odpadních vod),
- objekty podzemní včetně důlních (ražené a hloubené šachty, tunely, štoly, garáže, kolektory a další),
- ostatní inženýrské stavby (vedení místní a dálková, např. vodovody, kanalizace, ČOV, plynovody),
- ostatní stavby (komíny apod.).

Stavební produkce je však ovlivňována mnoha faktory, mezi které se řadí např. tzv. globální faktory [45]:

- demografický vývoj,
- životní prostředí a stavebnictví,
- interakce klimatických změn a stavební výroby,
- životní styl a stavebnictví, vliv informační společnosti.
- vliv informační společnosti.

Neméně podstatné jsou však i ekonomické faktory [45]:

- stav finančních zdrojů u potencionálních investorů (obcí a měst, státu, domácností a další); většinou se jedná o kombinaci vlastních a zápůjčních prostředků,
- změna ekonomických pravidel, reforma veřejných financí,
- změna ekonomických podmínek spojených se vstupem do eurozóny,

- dopad výše uvedených změn do objemů disponibilních prostředků ve státním rozpočtu i ve фондах EU užitých pro realizace stavebních projektů,
- reálný dopad ekonomických cyklů české ekonomiky.

Charakteristickým prvkem stavebního díla je skutečnost, že je vázáno trvale na místo, kde se buduje a kde je po dokončení používáno – není možné jej jako ucelený předmět přemísťovat. To je také hlavní příčinou rozdílů mezi místem realizace stavební produkce a místem sídla stavebního podniku. [45]

V současné době významnou roli hraje nejen kvalita díla, jež velmi úzce souvisí s životností díla, především technickou životností, ale také ekologičnost a to nejen při provozu, využívání, ale již při jeho výrobě – výstavbě. [17]

Při zajišťování výše uvedených hodnot je zapotřebí soustředit pozornost na přírodní a kulturní hodnoty, jež by neměly být ničeny.

2.1 Stavební trh a stavební výroba

2.1.1 Stavební trh

Mezi hlavní znaky stavebního trhu se řadí [17]:

- náročnost na kapitál a jeho pomalý obrat,
- komplikovanost a unikátnost smlouvy mezi investorem a dodavatelem (tzv. smlouva o dílo),
- rozdíl v charakteru investora (veřejný vs. soukromý),
- mimořádná rozmanitost požadavků podle typů staveb (stavebních oborů),
- zadávání staveb různými způsoby (výběrová řízení, smluvní ceny, druhy kontraktů),
- vysoká citlivost poptávky na stav národního hospodářství,
- podmínka licencování (autorizace) podnikatelů na stavebním trhu (strana nabídky – projektanti, stavební firmy, výrobci stavebních hmot).

V rámci stavebního trhu je však nezbytné rozlišovat mezi jeho dílčími trhy [17]:

- trh realizace stavebních děl (představuje základ celého stavebního trhu, dochází ke vzniku vlastního díla, dochází ke střetu nabídky – zhotovitele a poptávky – investora),
- trh stavebních hmot a technologických celků,
- trh stavebního servisu,
- trh nemovitostí.

2.1.2 Stavební výroba

Hlavní stavební výroba (dále jen HSV) v sobě zahrnuje dodávky stavebních prací vykonávané vlastními pracovníky a je známá jako základní stavební výroba (ZSV). Tyto práce je možné dále členit na hlavní stavební výrobu (HSV) a přidruženou stavební výrobu (PSV). Práce jsou vykonávány s cílem vzniku nového stavebního objektu nebo se uskutečňují na stávajícím stavebním objektu, který je již v užívání – zde se pak jedná o modernizaci, rekonstrukci nebo opravy.

HSV se u pozemního stavitelství skládá z prací a dodávek týkající se hrubé stavby – základy, svislé a vodorovné konstrukce, u liniových staveb a vodních staveb zahrnují celou dodávku.

PSV se vyznačuje pracemi a dodávkami při dokončování stavby – u pozemního stavitelství např. řemesla (truhlářské konstrukce, elektro apod.) nebo profese (zdravotně technické instalace). [15]

Pro dotazníkové šetření v rámci disertační práce si autorka zvolila ty stavební podniky, jejichž činnost je zaměřena na hlavní stavební výrobu.

Produktem stavební výroby mohou být [15]:

- ucelené stavební objekty nové výstavby nebo
- části stavebních objektů realizovaných jako dodávky stavebních prací za účelem nové výstavby, modernizace, rekonstrukce, oprav a údržby.

Tabulka 4: Činnosti stavebního podniku

Činnosti stavebního podniku				
Hlavní stavební výroba (základní stavební výroba)		Vedlejší výroba	Pomocná výroba	Ostatní
HSV	PSV	Průmyslová výroba		
Práce hlavní stavební výroby	Práce přidružené stavební výroby	Stavebních polotovarů stavebních hmot		

Zdroj: Marková, L. a kol. *Základy ekonomiky stavebního podniku*. Brno: Akademické nakladatelství CERM, s.r.o., Brno, 2002.

2.1.3 Bezpečnost práce ve stavebnictví

Bezpečnost jako taková je velice důležitá nejen pro zaměstnavatele, ale také pro zaměstnance a obyvatele místních komunit, protože se mohou vyskytovat určitá rizika.

Podle provedených kontrol Státního úřadu inspekce práce (pověřen kontrolou dodržování povinností zaměstnavatele, které ukládá zákon č. 262/2006 Sb., zákoník práce, ve znění pozdějších dodatků a změn; tento orgán je zřízen samostatným zákonem – zákon č. 251/2005 Sb., o inspekci práce, ve znění pozdějších dodatků a změn (dále jen zákon o inspekci práce)) za 1. čtvrtletí roku 2011 bylo zjištěno, že stavebnictví je odvětvím, ve kterém dochází k největšímu počtu pracovních úrazů. Hlavní příčinou těchto pracovních úrazů byly nebezpečné pracovní postupy, konkrétně pak nedodržování bezpečnostních požadavků při práci ve výškách. Na základě těchto kontrol za uvedené období byly také zjištěny a označeny nejčastější porušení v oblasti bezpečnosti a ochrany zdraví při práci [30]:

- vyhledávání a hodnocení rizik včetně přijímání opatření k jejich odstranění,
- nevybavení zaměstnanců předepsanými osobními ochrannými pracovními prostředky,
- chybějící nebo neúplná provozně technická dokumentace,
- nesprávná organizace práce.

Bezpečnost a ochrana zdraví při práci a kontrola dodržování povinností

Podniky se mohou při nedodržení stanovených povinností dopustit tzv. správního deliktu. Tento pojem představuje takové porušení právních povinností, které není trestným činem. [26] Pakliže se podnik dopustí správního deliktu na úseku bezpečnosti, může se jednat o porušení povinností vztahující se k:

- zajištění bezpečného pracoviště,
- poskytování osobních ochranných pracovních prostředků zaměstnancům a jejich udržováním,
- vyšetření příčin a okolností pracovního úrazu, vyhotovení předepsané dokumentace apod.

Za výše uvedené jednotlivé správní delikty může být uložena pokuta, jejich horní hranicí může být 300 000 Kč, 400 000 Kč, 1000 000 Kč a 2000 000 Kč. [26]

Ze zprávy inspektorátu práce vyplývá, že v roce 2010 došlo k mírnému nárůstu počtu smrtelných pracovních úrazů oproti roku 2009. K nárůstu došlo v odvětvích stavebnictví, doprava a skladování, zemědělství a lesnictví a rybářství. [73]

V roce 2010 provedly oblastní inspektoráty práce (dále OIP) šetření v rámci bezpečnosti a ochrany zdraví při práci (dále BOZP) u podniků ve stavebnictví. Nejčastější porušení, která byla zjištěna, jsou tato:

- poskytování OOPP podle vlastního seznamu na základě vyhodnocení rizik,
- obsah a četnost školení o právních a ostatních předpisech k zajištění BOZP,
- zajišťování školení BOZP u zaměstnanců,
- zajištění informací a pokynů o BOZP zaměstnancům,
- přijímání opatření k předcházení rizik,
- povinnost soustavně vyhledávat nebezpečné činitele procesy pracovního prostředí a pracovních podmínek, zjišťovat jejich příčiny a zdroje,
- technická zařízení – pravidelná a řádná údržba, kontrola a revize,
- ochrana zaměstnanců proti pádu a zřícení.

V rámci kontrol bylo uloženo 122 pokut o celkové hodnotě 2 584 000 Kč za správní delikty. [74]

Bezpečný podnik

Program Bezpečný podnik byl v České republice zaveden před 15 lety. Do tohoto programu se zapojují ty společnosti, pro něž je oblast BOZP na prvním místě. V současnosti je držiteli tohoto ocenění na 65 společností, což zahrnuje cca 61 tis zaměstnanců. Platnost certifikátu je 3 roky a je možné usilovat o něj opakovaně. Podstatou pro usilování a získání tohoto ocenění je zaměření e a samozřejmě mít co nejlepší pracovní podmínky a pracovní prostředí. Nezáleží přitom na té skutečnosti, z jakého oboru podnikání společnost je. V roce 2011 toto ocenění získaly společnosti se zaměřením na činnosti stavební, strojírenské, energetické, ale třeba i potravinářské. Kontrolou a hodnocením splnění stanovených podmínek programu jsou pověřeny oblastní inspektoráty práce. [61]

OHSAS 18001

Z mezinárodního hlediska se v rámci certifikace pro oblast bezpečnosti práce využívá specifikace systému bezpečnosti a ochrany zdraví při práci – OHSAS 18001. Podstatou tohoto dokumentu je pomoc podnikům při řízení ochrany zdraví a rizik při práci. Je koncipována tak, aby byla použitelná pro organizace všech typů a velikostí.

Podstatou je vést podniky k tomu, aby navrhly a zavedly opatření, která všude, kde je to možné, nebezpečí odstraní, omezí nebo zaměstnance od něj izolují. Pokud to není možné, musí být pracovní činnost plánována a řízena pomocí organizačních opatření tak, aby její výkon byl bezpečný a neohrožoval zdraví. [51], [54]

Přínosy certifikace systému managementu bezpečnosti dle OHSAS 18001 [51], [54]:

- zavedení systému bezpečnosti a ochrany zdraví při práci k eliminaci nebo minimalizaci pracovních rizik všech osob, které jsou ovlivňovány činnostmi, výrobky nebo službami organizace,
- demonstrování svého vztahu k bezpečnosti práce svým zákazníkům, dodavatelům a veřejnosti,
- udržování a zlepšování systému BOZP,

- omezování výskytu nemocí z povolání a pracovních úrazů,
- minimalizace nákladů spojených s nehodami na pracovišti,
- být bezproblémoví vůči kontrolním orgánům – prokázání závazku k plnění zákonných požadavků, požadavků předpisů týkajících se BOZP,
- vybudování samoregulujícího systému, který pružně reaguje na změny požadavků z legislativních předpisů, bezpečnostních požadavků i změn uvnitř organizace (organizační změny, nové technologie apod.).

BOZP a Evropská unie

Problematika BOZP je jednou z hlavních priorit v rámci zemí EU. Cílem EU je snížit počet pracovních úrazů do r. 2012 o 25 %, neboť pracovní úrazy a nemoci související vykonávanou prací výrazně zatěžují ekonomiku členských zemí EU. Oblast BOZP a dosahování ekonomických výsledků k sobě mají velmi blízko. Pokud by docházelo ke snižování úrovně bezpečnosti práce, projevila by se tato skutečnost negativně na ekonomických výsledcích. [61]

2.2 Historické odkazy na stavebnictví ve vztahu k CSR

Mezi první odkazy na odpovědnost za činnosti ve stavebnictví lze jistě považovat Chammurapiho zákoník, sepsaný babylonským králem Chammurapim, jež se řadí mezi jeden z nejstarších dochovaných kodexů vůbec. K sepsání tohoto zákoníku došlo kolem roku 1800 před naším letopočtem a obsahuje na 280 zákonů, včetně oblasti týkající se stavebnictví. Tato problematika byla postavena na osobní zodpovědnosti stavitele jako fyzické osoby [38], [62]:

- jestliže stavitel postavil pro někoho dům, svou práci však neprovedl pevně a dům, který postavit, se zřítíl, a (jestliže) způsobil smrt majitele domu, tento stavitel bude potrestán smrtí (§ 229);
- jestliže tím způsobil smrt syna majitele domu, bude usmrcen syn tohoto stavitele (§ 230);
- jestliže tím způsobil smrt otroka majitele, zaplatí stavitel majiteli domu otroka nového (§ 231);

- jestliže zničil věci (v domě), cokoliv zničil, nahradí; a poněvadž dům, který postavil, nezbudoval pevně, a dům se (proto) zřítíl, postaví dům, který se zřítíl, (znovu) na vlastní náklad (§ 232);
- jestliže stavitel postavil pro někoho dům, neprovedl však svou práci náležitě a zdivo zchátralo, tento stavitel opraví toto zdivo na vlastní náklad (§ 233).

2.3 Vývoj stavebnictví v České republice

Ve stavebnictví a průmyslu pracuje v České republice nejvíce lidí ze všech zemí Evropské unie – dva z pěti zaměstnanců jsou závislí na tom, jak se budou tato odvětví vyvíjet. Pro Českou republiku může být tento stav zdrojem budoucích vážných ekonomických i politických problémů. Mezi nejohroženější odvětví (v USA a Evropě) patří právě stavebnictví a průmysl, která v globalizované ekonomice krachují nejčastěji. [80]

„Dle Českého statistického úřadu vzrostl významně počet nezaměstnaných v 1. čtvrtletí roku 2009 v České republice, a to o 66 tisíc. To je nejvíce od r. 1993. Závislost míry zaměstnanosti na průmyslu a stavebnictví může podle ekonomů způsobovat velké problémy právě v Česku i v době, kdy se už může krize ve světě zmírňovat. Jedním z důsledků krize je nejen zánik řady firem, ale i radikální zeshňování těch, co přežijí, a následný přesun zaměstnanců do jiných odvětví.“ [83]

Problémem je, že přibývá počet lidí, kteří jsou nezaměstnaní dlouhodobě (více než 1 rok), což následně zatěžuje státní pokladnu prostřednictvím výplaty podpory a následně sociálních dávek. Podle Eurostatu se Česká republika řadí mezi země s nadprůměrným počtem podnikatelů – za podnikatele je totiž počítán i jediný řemeslník, který pracuje sám, a není tak v zaměstnaneckém poměru. Ti pak mohou být dalším problémem, při snížení ekonomické produkce, když začnou patřit mezi lidi bez práce. [83]

Vývoj ve stavebnictví v ČR v roce 2010 následoval rok 2009. V důsledku odkládání nebo rušení realizací nových zakázek ztrácely stavební firmy zásoby práce. Ke snížení poptávky došlo zejména v oblasti inženýrského stavitelství (především u dopravní infrastruktury), jelikož se jedná především o zakázky pro veřejný sektor a působení soukromého sektoru formou PPP projektů (PPP = Public Private Partnership) zde ještě

není příliš rozvinuté. [46] U projektů typu PPP lze předpokládat, že za několik let se bude jednat o běžný princip financování např. v dopravní infrastruktuře, zdravotnictví, vězeňství apod. Hlavní příčinou je nedostatek zdrojů veřejných financí a tato spolupráce – soukromého a veřejného sektoru – je důsledkem přebytku volných finančních prostředků na světových trzích a využití schopností stavebních firem pokrýt celý proces – od přípravy, přes realizaci, správy stavby. [45]

S ohledem na celkový vývoj roku 2011 oproti roku 2010 došlo k poklesu stavební produkce o 3,1 %; pokud se zohlední srovnání s konjunkturálním rokem 2008, došlo v roce 2011 k poklesu o 10,8 %. U pozemního stavitelství došlo k poklesu o 0,3 %, u inženýrského stavitelství o 8,7 % oproti roku 2010. Přestože v roce 2011 bylo vydáno více stavebních povolení (o 1,4 % oproti roku 2010), jejich hodnota klesla o 14,8 %. U podniků s 50 a více zaměstnanci došlo v roce 2011 k nárůstu počtu stavebních zakázek, a to o 18,1 % oproti roku 2010. Nicméně jejich hodnota klesla o 12,2 %. [53]

Hodnota veřejných zakázek klesla v roce 2011 při meziročním srovnání s rokem 2010 o 2,9 %, při srovnání s rokem 2009 o 38,9 % a ve srovnání s rokem 2008 dokonce o 43,1 %. Nejvýraznější pokles zaznamenaly inženýrské stavby, když jejich pokles při meziročním srovnání let 2011 a 2008 činil téměř 50 %. [39]

Municipální sektor měl v roce 2011 podíl na celkové hodnotě zadaných zakázek 59,1 %, čímž více než dvojnásobně převýšil podíl vládního sektoru. Naprosto opačný poměr byl v roce 2008. [39]

Stavební produkce nejspíše zaznamená v následujících měsících další pokles, situace nebude jednoduchá především pro malé a střední podniky, které budou obtížně obhajovat své místo na stavebním trhu. S problémy se však budou potýkat i velké podniky, jež se zaměřují na získávání veřejných zakázek. [39]

S ohledem na sledování vývoje počtu zaměstnanců u podniků s 50 a více zaměstnanci došlo v roce 2011 k jeho poklesu, a to o 5,9 %.

Celkový přehled vývoje zaměstnanců ve stavebnictví za období 2007 – 2011 uvádí tabulka 5 (data za r. 2011 byla při zpracování disertační práce k dispozici za 3. čtvrtletí). [53]

Tabulka 5: Vývoj počtu zaměstnanců stavebních podniků v ČR

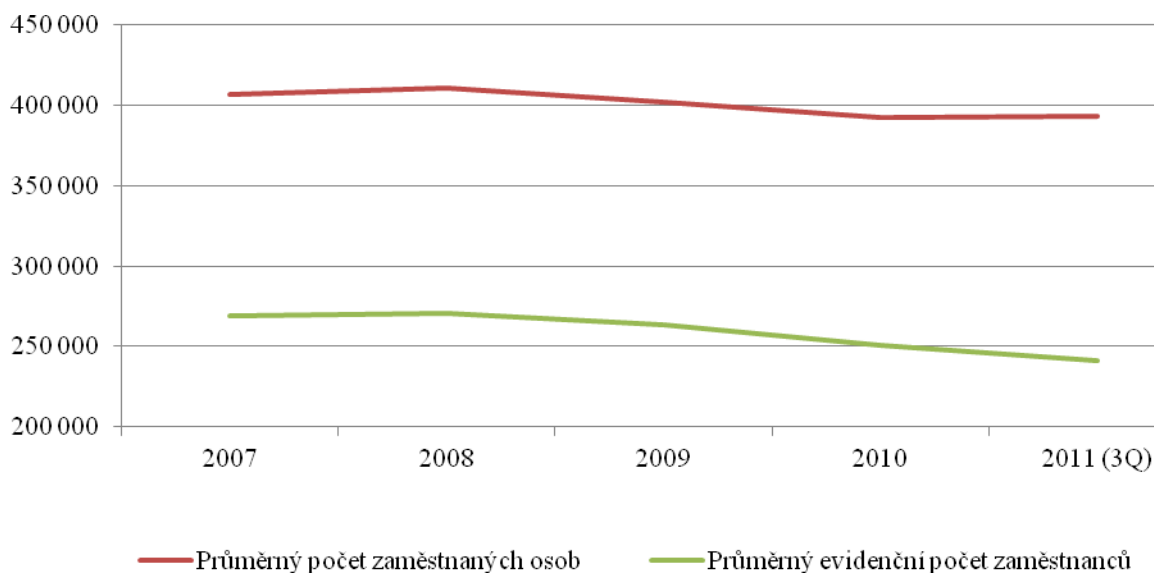
Ukazatel	2007	2008	2009	2010	2011 (3Q)
Průměrný počet zaměstnaných osob	406 997	410 927	402 000	392 605	392 883
Průměrný evidenční počet zaměstnanců	269 417	270 516	263 458	250 468	241 004

Pozn.:

Průměrný evidenční počet zaměstnanců – všichni stálí i dočasní zaměstnanci, kteří jsou v pracovním poměru.

Průměrný počet zaměstnaných osob – evidenční počet zaměstnanců včetně osob pracujících na dohody o pracích mimo pracovní poměr a ostatní zaměstnaní, kteří se podílejí na práci ve firmě a nejsou s ní v pracovním poměru – majitelé podniku, drobní řemeslníci pracující na vlastní IČO.

Zdroj: Český statistický úřad

**Graf 1: Vývoj počtu zaměstnanců stavebních podniků v ČR**

Zdroj: Český statistický úřad; vlastní zpracování

Z grafického znázornění je patrné, že rok 2008 byl prozatím posledním, kdy došlo ke zvýšení počtu zaměstnanců ve stavebnictví, nicméně od tohoto roku do roku 2010 docházelo ke snižování jejich počtu v tomto odvětví národního hospodářství. Podklady dostupné z Českého statistického úřadu k 3. čtvrtletí roku 2011 znázorňují, že rok 2011 se výrazně neodlišoval co do počtu zaměstnaných osob ve stavebnictví.

2.4 Vývoj evropského stavebnictví

V červnu roku 2007, na 63. konferenci Euroconstruct (= sdružení 19 specializovaných výzkumných organizací v rámci Evropy, je mezinárodně uznávaná a poskytuje odhady vývoje, analýzy trhu pro tvůrce podnikových strategií, národních politik a odborníky; mezi členskými státy jsou např. Česká republika, Dáno, Belgie, Finsko, Francie, Maďarsko, Německo, Itálie, Polsko, Rakousko, Slovensko, Švédsko, Švýcarsko a další; více na www.euroconstruct.org), byly uveřejněny výsledky evropského stavebnictví za r. 2006, tj. nejvyšší tempo růstu za posledních třicet let, ve výši 3,7 %.

V 19 evropských zemích, které jsou sdruženy v Euroconstructu, dosáhlo stavebnictví v roce 2006 nejvyššího objemu stavební produkce – vyprodukovalo 1383 mld. EUR stavební produkce. Podíl ve výši 95,7 % vyprodukovalo 15 západoevropských zemí, produkce čtyř východoevropských zemí (ČR, Slovensko, Polsko a Maďarsko) dosáhla podílu 4,3 %. Velký rozdíl ve struktuře stavební produkce byl v podílu bytové výstavby, když v západoevropské stavební produkci představuje v dlouhodobém měřítku polovinu produkce. Ve východoevropské produkci se jedná pouze o jednu čtvrtinu.

Na základě studia dlouhodobé vývojové křivky evropské stavební produkce za období 1980 – 2009 byl potvrzen konjunkturální vývoj stavebnictví v sedmiletých sinusoidních křivkách. V r. 2007 bylo stavebnictví na vrcholu v 3. tisíciletí první sinusoidní vlny, která začíná klesajícím vývojem po roce 1999 s nejnižším bodem vývoje v roce 2002 a vrcholem v roce 2006. Potom začíná opět fáze nejprve poklesu tempa růstu, který by měl dosáhnout dna v roce 2009, následovaný vrcholem v roce 2013. [59]

V letech 1990 – 2009 probíhal vývoj stavební produkce ve 3 vlnách. Stagnace je zřetelná v období 1990 – 1996. Od tohoto období skupina menších zemí, východoevropské země a celek 19 zemí Euroconstructu, svoji stavební produkci zvyšují. Ke zvyšování stavební produkce v severských zemích dochází až od roku 1996. Charakteristický je nerovnoměrný vývoj v jednotlivých směrech stavební produkce.

V roce 2006 se nejvíce prostavělo v Irsku – 7064 EUR PPP/obyvatele (parita stavebnictví na obyvatele 19 členských zemí Euroconstructu). Průměr České republiky byl v daném roce 3229 EUR PPP/obyvatele – za sebou tak české stavebnictví zanechalo 9 zemí (např. Francii, Švýcarsko, Německo, Švédsko, Velkou Británii a Belgii a 3 východoevropské země). V daném roce, tedy v r. 2006, mělo stavebnictví v České republice jednu z nejvyšších intenzit stavění v nebytové a druhou nejvyšší intenzitu v inženýrské stavební produkci (dopravní, energetické a vodohospodářské stavby). [59]

V roce 2007 vydala společnost KPMG (celosvětová síť poradenských společností poskytujících služby v oblasti auditu, daní a poradenství – více na www.kpmg.cz) tiskovou zprávu, která obsahuje informace o skutečnostech, že stavební firmy po celém světě mají problémy s nedostatkem kvalitních dodavatelů.

Jelikož poptávka po kvalitních dodavatelích roste velmi rychlým tempem, situace by se mohla v nadcházejících pěti letech ještě zhoršit. *„Vzhledem k tomu, že dodavatelé budou čím dál více přetíženi a majitelé budou nové pracovníky hledat jen těžko, mnoho projektů bude zpožděno.“* [66]

Z výzkumu, který společnost KPMG International uskutečnila, vyplynula také kritéria, na jejichž základě si majitelé staveb vybírají své pracovníky. Jedná se zejména o zkušenosti a reputaci dodavatelské firmy v daném oboru – ty mají mnohem větší význam než cena. Také vztah mezi zadavateli a pracovníky se dostal na jinou – vyšší úroveň – posunul se do roviny více partnerské, a to již ve fázi představební. [66]

„Dobrá „značka“ tak může být pro dodavatelské firmy velkou výhodou. Firma se zvučným jménem může lépe nalákat talentované pracovníky a kvalifikovanější subdodavatele.“ [66]

Očekávání pro r. 2011 v oblasti stavebnictví jsou taková, že stavební trh by v zemích Euroconstructu – a tedy i v České republice - mohl být zpět ve svých kolejích, přičemž do r. 2012 nebude jeho růst takový, jakého dosahoval před recesí. Předpokládá se, že v r. 2010 ekonomika jako celek poroste rychleji než stavebnictví, v roce 2011 budou dosahovat stejného růstu a v roce 2012 se očekává, že stavební sektor předběhne růst HDP. [44]

2.5 Shrnutí

Stavebnictví se řadí mezi odvětví národního hospodářství s velkým významem. Vyznačuje se velkou spotřebou energií, materiálů, má regionální a národní charakter a je velmi významným hráčem i na poli zaměstnanosti. Produkty jeho činností (stavby, budovy) jsou hlavními součástmi investic v rámci celé ekonomiky.

Hlavní členění staveb je možné rozdělit na stavby občanské vybavenosti, průmyslové stavby, stavby pro bydlení, vodohospodářské, dopravní, inženýrské a ostatní stavby. Na stavební produkci působí mnoho faktorů, mezi které je možné zařadit životní prostředí, demografický vývoj, klimatické změny, ale i dostupné finanční zdroje investorů, ekonomická pravidla apod.

Stavební výrobu lze podle typu dodávek stavebních prací rozdělit na hlavní stavební výrobu (HSV) a přidruženou stavební výrobu (PSV). HSV je charakterizována dodávkami hrubých staveb, PSV souvisí s pracemi a dodávkami spojenými s dokončováním staveb (elektroinstalace, truhlářské konstrukce apod.)

Za historický odkaz k odpovědnosti za provedené činnosti ve stavebnictví může být považován Chammurapiho zákoník – jeden z nejstarších dochovaných kodexů. Jako příklad lze uvést jednu ze stanovených zodpovědností: odpovědnost stavitele jako fyzické osoby v případě, kdy tento stavitel postavil pro někoho dům, avšak svoji práci neprovedl náležitě a zdivo zchátralo, stavitel opraví toto zdivo na vlastní náklad.

Vývoj evropského stavebnictví dosáhl svého posledního vrcholu v roce 2006, kdy v rámci zemí Euroconstructu (sdružení specializovaných výzkumných organizací v Evropě, mezi členské státy patří i Česká republika) bylo dosaženo nejvyššího tempa růstu ve výši 3,7 % za posledních třicet let – stavební produkce dosáhla svého nejvyššího objemu. Podíl např. bytové výstavby činil v rámci západoevropské stavební produkci celou polovinu stavební produkce. Od roku 2006 začalo tempo růstu klesat. Nový vrchol je předpokládán v roce 2013.

Pro Českou republiku je stavebnictví velmi významné, neboť v tomto odvětví pracují 2 z 5 zaměstnanců. Patrně nejhorším byl pro české stavebnictví rok 2009 a následně i rok 2010, jelikož docházelo k odkládání nebo rušení realizací nových zakázek. Toto se nejvíce dotklo oblasti inženýrského stavitelství – dopravní infrastruktury.

V roce 2011 došlo k poklesu stavební produkce o 3,1 % oproti předcházejícímu roku, přičemž tento pokles nejvíce zasáhl inženýrské stavitelství – pokles o více než 8,5 % proti roku 2010. Rok 2011 zaznamenal nárůst stavebních zakázek (+ 18,1 %), nicméně došlo k poklesu jejich hodnoty (- 12,2 %).

3 Cíle práce, hypotézy a metody zpracování

3.1 Hypotézy disertační práce

V rámci disertační práce byly stanoveny tyto hypotézy:

1. hypotéza

Vztah k firemním hodnotám není ovlivněn velikostí stavebního podniku.

2. hypotéza

Vztah k chování na trhu není ovlivněn velikostí stavebního podniku.

3. hypotéza

Vztah k životnímu prostředí není ovlivněn velikostí stavebního podniku.

4. hypotéza

Zavedením ukazatele pro posouzení uplatňování CSR ve stavebních podnicích bude ovlivněn rozvoj regionu i rozvoj podniku.

3.2 Cíle disertační práce

Na základě stanovených hypotéz byl vytyčen cíl práce - na základě analýzy současného stavu CSR ve stavebnictví navrhnout ukazatel pro posuzování uplatňování CSR ve stavebních podnicích.

K naplnění cíle je nutné splnit tyto úkoly:

- provést řešení současného teoretického poznání v oblasti CSR,
- charakterizovat specifika stavebnictví a jeho význam pro region,
- na základě empirického výzkumu zjistit současný stav CSR ve stavebních podnicích,
- vymezit předpoklady pro naplňování a rozvoj CSR ve stavebních podnicích,
- vymezit faktory ovlivňující CSR ve stavebnictví, v návaznosti na jednotlivé pilíře CSR.

Na základně splnění těchto úkolů bude vytvořen syntetický ukazatel pro posouzení uplatňování CSR ve stavebních podnicích.

3.3 Metody zpracování

V disertační práci je aplikován **analyticko-syntetický přístup**, který lze charakterizovat jako uplatnění analýzy za účelem poznat zkoumaný systém a poznat zákonitosti jeho chování. Tento přístup se zaměřuje také na vymezení jednotlivých prvků systému a jejich vzájemných vazeb.

Analýza představuje dekompozici strukturovaného objektu na jednotlivé komponenty, jež jsou dále podrobněji zkoumány za určitým účelem. Jedná se o dekompozici struktury objektu na prvky a vazby mezi nimi s určitým cílem.

Syntéza je proces, kdy se z jednotlivých prvků a jejich vazeb vytváří strukturovaný objekt. Jedná se o spojování poznatků získaných analytickým postupem.

Analýza a syntéza jsou využity při řešení domácí a zahraniční odborné literatury a také při posuzování dostupných informací ze studovaných podniků.

Při sledování vazeb je možné zkoumat vztah příčina – následek, a v této souvislosti se nabízí **kauzální analýza**. Kauzální analýza byla východiskem pro návrh modelu vyjadřujícího kauzální vztahy mezi činnostmi stavebního podniku, regionem a rozvojem příslušného podniku.

Příkladem další analytické metody, která je aplikována při posuzování vývoje ve stavebnictví, je **analýza trendů**.

Komparací získaných dat je získán přehled o míře uplatnění společenské odpovědnosti ve sledovaných podnicích.

V rámci empirického výzkumu jsou použity metoda **pozorování** a metoda **dotazování**.

Při vyhodnocování dotazníků byla využita **statistická indukce**, tj. na základě zjištění vlastností výběrového souboru jsou usuzovány vlastnosti celého základního souboru.

V rámci statistických metod byly používány **výběrové charakteristiky polohy** (aritmetický průměr prostý, vážený, výběrový modus, výběrový medián, analýza rozptylu, testu významnosti hodnoty korelačního koeficientu).

Vztahy v podnicích ke stakeholders i k regionu jsou zkoumány s využitím **abstrakce**, a to s cílem oddělit nepodstatné vlastnosti od podstatných.

Metoda **indukce** představuje vyvozování obecného závěru na podkladě poznatků o jednotlivostech. Jedná se o proces zobecňování, o přechod od jednotlivých faktů k obecným tvrzením.

Dedukce je postupem od obecného ke konkrétnímu, specifickému, je možné ji označit jako libovolný závěr.

4 Empirický výzkum ve stavebních podnicích

Pro ověření stanovených hypotéz byl proveden empirický výzkum formou dotazníkového šetření.

4.1 Konstrukce dotazníkového šetření

Dotazníkové šetření proběhlo u stavebních podniků, jejichž hlavním předmětem podnikání je hlavní stavební výroba. Podniky, které byly osloveny pro účast v dotazníkovém šetření, byly vybrány ze základního statistického souboru náhodným výběrem bez opakování.

Evropská komise definuje níže uvedené velikostní skupiny podniků [58]:

- mikropodniky – zaměstnávají méně než 10 osob a roční obrat nepřesahuje 2 miliony EUR,
- malé podniky – zaměstnávají méně než 50 osob a jejich roční obrat nepřesahuje 10 milionů EUR,
- střední podniky s méně než 250 zaměstnanci a obratem méně než 50 milionů EUR a
- velké podniky – ostatní podniky nespĺňující výše uvedená kritéria mikro, malých a středních podniků,

ovšem pro účely zpracování v rámci disertační práce byla základním statistickým souborem úplná množina 84 stavebních podniků s hlavním předmětem podnikání hlavní stavební výrobou s 50 a více zaměstnanci se sídlem v Královéhradeckém a Pardubickém kraji. Podklady byly poskytnuty Českým statistickým úřadem (tabulka 6). Dotazník byl určen pro pracovníka z vyššího managementu stavebního podniku, u něhož se předpokládají komplexní znalosti a přehled o podniku. První – pilotní verze dotazníku byla předána ke zkušebnímu vyplnění a zhodnocení 10% vzorku vybraných stavebních podniků (2 podniky). Cílem tohoto předvýzkumu bylo ověřit, do jaké míry je sestavený dotazník srozumitelný a zda jsou jeho jednotlivé otázky pochopitelné. V zásadě nebyly k jeho konstrukci žádné připomínky. Od jednoho respondenta se vrátilo doporučení, aby byla blíže doplněna otázka č. 18, kde je uveden odkaz

na ustanovení zákoníku práce (zákon č. 262/2006 Sb., zákoník práce – výpověď daná zaměstnavatelem z důvodu: § 52 a) – ruší-li se zaměstnavatel nebo jeho část, § 52 b) – přemísťuje-li se zaměstnavatel nebo jeho část a § 52 c) – stane-li se zaměstnanec nadbytečným.), protože pokud se pracovník problematikou pracovního práva nezabývá detailněji, pravděpodobně by nevěděl, co je obsahem tohoto ustanovení. Upravená finální podoba dotazníku ⁵ byla distribuována náhodně vybraným stavebním podnikům prostřednictvím elektronické pošty i osobním doručením.

Počty podniků zaměstnávajících 50 a více zaměstnanců dle jejich sídla uvádí tabulka 6. Uveden je počet podniků za rok 2010, neboť na toto období se dotazníkové šetření odkazuje.

Tabulka 6: Počet stavebních podniků podle kraje sídla podniku; stavební podniky s 50 a více zaměstnanci

Rok:	2010
Počet podniků celkem	822
Hlavní město Praha	148
Středočeský kraj	65
Jihočeský kraj	58
Plzeňský kraj	39
Karlovarský kraj	23
Ústecký kraj	64
Liberecký kraj	22
Královéhradecký kraj	38
Pardubický kraj	46
Vysočina	42
Jihomoravský kraj	97
Olomoucký kraj	35
Zlínský kraj	56
Moravskoslezský kraj	89

Zdroj: Český statistický úřad

⁵ Dotazník je uveden v příloze C.

Dotazníkové šetření proběhlo v období srpen a září 2011. Náhodným výběrem bylo osloveno 40 podniků. Návratnost dotazníků však byla velmi nízká. Bylo zjištěno, na základě informací podniků získaných osobní návštěvou, že management podniků není ochoten se obdobných dotazníkových šetření účastnit, protože existuje velká nedůvěra při sdělování informací o podniku. Z tohoto důvodu byla účastníkům dotazníkového šetření přislíbena anonymita, nebudou v rámci vyhodnocování dotazníkového šetření jmenováni. Druhé kolo dotazování tak bylo uskutečněno v měsíci prosinci 2011.

Dotazník vyplnili a předali zpět na základě osobní návštěvy nebo prostřednictvím elektronické pošty vrcholoví manažeři ze 13 podniků. Z tohoto souboru byl vyloučen 1 dotazník, protože na základě identifikačních otázek v dotazníku bylo zjištěno, že stavební podnik nesplňuje identifikační znaky. Návratnost dotazníků dosahuje 30 %. Přestože pro přesnější odvození charakteristik pro základní soubor by byla lepší vyšší návratnost, pro účely šetření disertační práce je tento vzorek při návratnosti 30 % reprezentativním.

Uskutečněný výběr ze základního souboru byl reprezentativní, neboť [12]:

- všechny prvky pocházely ze stejného základního souboru,
- jednotlivé prvky ze základního souboru byly vybírány nezávisle na sobě,
- každý prvek měl stejnou možnost dostat se do výběru.

Připravený dotazník obsahoval 35 otázek a tyto otázky byly konstruovány tak, aby bylo možné odpovědět na ně co nejrychleji - proto dvě třetiny těchto otázek uvedených v dotazníku byly otázkami uzavřenými. Tři otázky byly konstruovány jako otevřené a u dvou otázek bylo využito stanovování pořadí / bodování na základě priorit respondentů.

Připravený dotazník měl 3 části:

- první část dotazníku obsahovala otázky týkající se identifikace respondentů s ohledem na stanovené hypotézy,
- druhá část byla zaměřena na hlavní problematiku, účel, za jakým je dotazníkové šetření uskutečňováno, tedy na oblast společenské odpovědnosti,

- třetí – závěrečná část byla určena pro poznámky a vyjádření případného zájmu o zpětnou vazbu z dotazníkového šetření.

První blok otázek měl prověřit, zda je respondentovi znám pojem CSR a v rámci jedné z otevřených otázek měl stručně tento pojem definovat vlastními slovy. Následující otázky se již týkaly jednotlivých oblastí společenské odpovědnosti, a to oblasti ekonomické, sociální a environmentální.

Pro zjištění stavu činností podniku v rámci **ekonomické oblasti** bylo využito následujících otázek týkající se firemních hodnot a chování podniku na trhu:

- má-li podnik jasně definované firemní hodnoty a pravidla chování, zda zaměstnanci a zákazníci tyto firemní hodnoty a pravidla chování znají,
- zda jsou informace o firemních hodnotách a pravidlech chování předávány zaměstnancům, zákazníkům a obchodním partnerům podniku,
- jsou-li jednání a propagace podniku poctivé, a zda podnik věnuje náležitou pozornost kvalitě smluv,
- jsou-li poskytovány správné a jasné informace o svých výrobcích a službách,
- zda je věnována náležitá pozornost včasné úhradě faktur,
- zajímá-li podnik a stará-li se o efektivní zpětné vazby, dialog se svými obchodními partnery,
- zda jsou evidovány a řešeny případné stížnosti ze strany obchodních partnerů.

Pro **sociální oblast** byly použity tyto otázky:

- existuje-li podpora zaměstnanců podniku pro rozvoj jejich dovedností a dlouhodobé kariéry,
- je-li v podniku zaveden proces, jenž zabraňuje diskriminaci nejen na pracovišti, ale již ve fázi výběrového řízení a přijímání nových zaměstnanců,
- jestli se v případě důležitých záležitostí management podniku se svými zaměstnanci radí,
- existují-li vhodná opatření, která mají zajistit ochranu zdraví, bezpečnosti a sociální péči zaměstnanců,

- vychází-li podnik vstříc pro vyvážení pracovního a osobního života zaměstnanců např. prací z domova, pružnou pracovní dobou apod.,
- jestli podnik komunikuje a informuje své zaměstnance o situaci podniku a jakými formami tato komunikace eventuelně probíhá,
- podporuje-li podnik své zaměstnance na důchodovém zabezpečení,
- nabízí-li podnik pracovní uplatnění lidem z obce, místních komunit,
- zaměřuje-li podnik svoji pozornost při pořizování zboží a služeb na své nejbližší okolí,
- zapojuje-li se podnik prostřednictvím finanční podpory veřejných aktivit a projektů,
- podporuje-li podnik své zaměstnance, pokud se účastní veřejných aktivit a projektů,
- vede-li podnik otevřený dialog o negativních jevech, které se týkají činností tohoto podniku.

V rámci volné otázky mohly podniky uvést, jaké benefity v rámci svých sociálních programů zaměstnancům nabízí a poskytují, ovšem pouze ty, o nichž se však domnívají, že jsou „výjimečné“.

Začleněna byla také otázka týkající se případné pomoci zaměstnanci v okamžiku, kdy je tento propuštěn podnikem z důvodu uvedených v zákoníku práce z důvodu zrušení nebo přemístění zaměstnavatele nebo stane-li se zaměstnanec nadbytečným.

Pro zjištění vztahů s místními komunitami měl management podniku zodpovědět na následující otázky:

- jsou-li pracovní příležitosti nabízeny lidem z obce,
- pořizuje-li podnik zásoby z nejbližšího okolí,
- zda podnik vede s obcí dialog týkající se negativních jevů, např. hlučnosti, omezení dopravy apod.,
- poskytuje-li podnik zaměstnancům podporu k účasti na veřejných aktivitách,
- zda i po finanční stránce poskytuje podnik podporu veřejným aktivitám a projektům.

Oblast dotazníku věnovaná **environmentální problematice** zahrnovala otázky týkající se vztahu k životnímu prostředí:

- je-li zaměstnancům podniku poskytováno školení z environmentální oblasti,
- poskytuje-li podnik svým stakeholderům konkrétní ekologické informace o svých produktech, činnostech apod.,
- zabývá-li se podnik snižováním negativního vlivu jeho činností na životní prostředí snižováním emisí, minimalizováním odpadů, využitím recyklace, prostřednictvím úspor energií, dopravy,
- má-li podnik zaveden manažerský environmentální systém,
- mohou-li podniky ušetřit své finanční prostředky snižováním dopadů na životní prostředí,
- mohou-li podniky využít ekologických parametrů výrobků k dosažení či zvýšení konkurenční výhody atd.

4.2 Statistické metody pro interpretaci výsledků dotazníkového šetření

Na základě zjištění vlastností výběrového souboru se budou usuzovat vlastnosti celého základního souboru, jedná se tedy o **statistickou indukci**.

Pro výpočty a následnou interpretaci bylo použito následujících výběrových charakteristik poloh. [12], [13]

Prostý aritmetický průměr, kde $\bar{x} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_i$; za X_i ($i = 1, 2, \dots, n$) jsou dosazovány

náhodné veličiny konkrétní realizace náhodného výběru a n představuje rozsah

náhodného výběru. **Vážený aritmetický průměr** ve tvaru $\bar{x} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^r X_i m_i$,

kde X_i ($i = 1, 2, \dots, r$) je hodnota náhodné veličiny, m_i je třídň četnost, r je počet tříd a n je rozsah náhodného výběru.

Výběrový modus x představuje takovou hodnotu statistického znaku, která má v náhodném výběru největší třídň četnost; takových hodnot může být i několik.

Výběrový medián \tilde{x} je hodnota, která leží uprostřed posloupnosti, kdy jsou všechny hodnoty z náhodného výběru uspořádány do neklesající posloupnosti. Jedná-li se o lichý počet hodnot, je medián určen jednoznačně, obsahuje-li posloupnost sudý počet hodnot, mediánem je aritmetický průměr prostředních dvou členů posloupnosti.

Analýza rozptylu, jejímž prostřednictvím se porovnávají střední hodnoty několika základních souborů. Předpokladem pro použití analýzy rozptylu je nezávislost výběrů, normální rozdělení pravděpodobností a shoda rozptylů. Podstatou je rozklad celkového součtu čtverců odchylek. Celkový součet čtverců odchylek S_y je rozložen na součet čtverců odchylek mezi třídami $S_{y,m}$, který vzniká v důsledku rozdílů mezi aritmetickými průměry a součet čtverců odchylek uvnitř tříd $S_{y,v}$, který vzniká v důsledku náhodných odchylek:

$$S_y = S_{y,m} + S_{y,v}$$

kde $S_y = \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} (y_{ij} - \bar{y})^2$, $S_{y,m} = \sum_{i=1}^k n_i (\bar{y}_{i\cdot} - \bar{y})^2$; $S_{y,v} = \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} (y_{ij} - \bar{y}_{i\cdot})^2$, přičemž

k vlastním výpočtům byly použity tyto vzorce:

- celkový součet čtverců, který odráží celkovou variabilitu:

$$S_y = \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} y_{ij}^2 - \frac{1}{n} \left(\sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} y_{ij} \right)^2,$$

- součet čtverců mezi skupinami: $S_{y,m} = \sum_{i=1}^k n_i \bar{y}_{i\cdot}^2 - \frac{1}{n} \left(\sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} y_{ij} \right)^2$,
- součet čtverců uvnitř skupin: $S_{y,v} = S_y - S_{y,m}$

Náhodné veličiny S_y , $S_{y,v}$ a $S_{y,m}$ budou mít χ^2 kvadrát rozdělení pravděpodobnosti, protože ve vztazích vystupují součty druhých mocnin normálně rozdělených náhodných veličen. Náhodná veličina S_y bude mít $n-1$, $S_{y,m}$ s $k-1$ a $S_{y,v}$ s $n-k$ stupni volnosti.

K ověření stanovené hypotézy H_0 bylo použito testové kritérium:

$$F = \frac{\frac{S_{y,m}}{k-1}}{\frac{S_{y,v}}{n-k}}$$

s $k-1$ a $n-k$ stupni volnosti. Kritická oblast je definována jako množina $W = \{F; F > F_\alpha(k-1, n-k)\}$.

K výpočtu testu významnosti hodnoty korelačního koeficientu vč. grafických výstupů bylo použito softwaru STATISTICA.

Otázky, jež není možné vyhodnotit po kvantitativní stránce, jsou interpretovány pouze verbálně.

4.3 Vyhodnocení dotazníkového šetření

4.3.1 Identifikace podniku

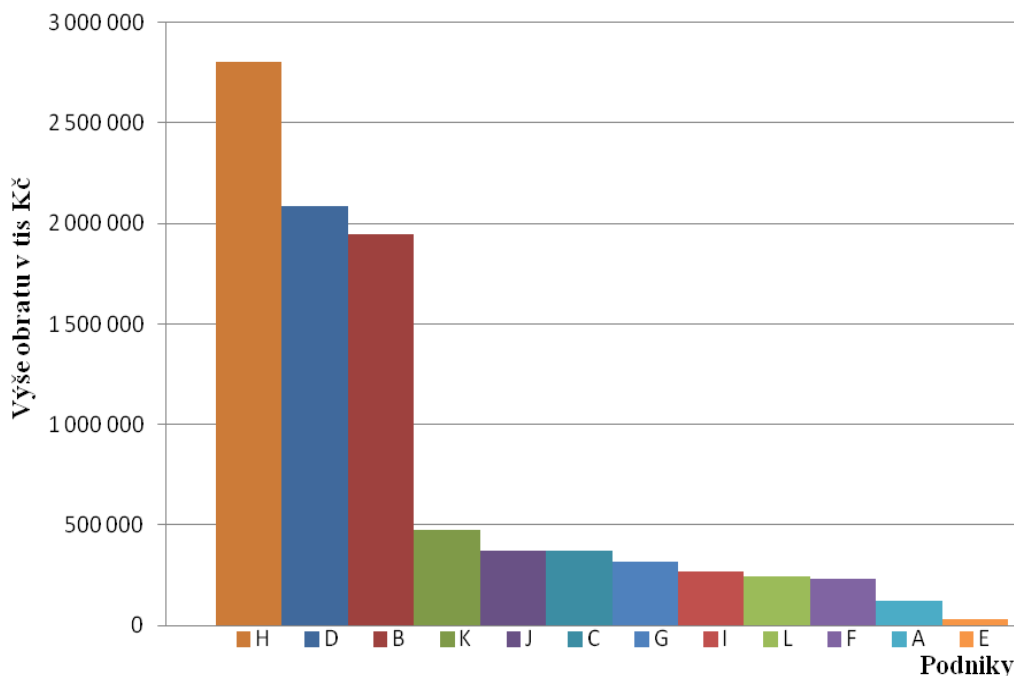
Jak bylo uvedeno výše, první soubor otázek sloužil pro identifikaci respondentů a pro jejich případné vyřazení z dalšího šetření, pakliže by nesplňovali stanovené znaky zkoumaného vzorku.

Respondenti měli podnik zařadit do intervalů stanovených podle obratu v roce 2010:

- do 50 mil Kč,
- 50 – 200 mil Kč,
- 200 – 500 mil Kč,
- 500 mil - 1 mld Kč,
- 1 – 2,5 mld Kč,
- více než 2,5 mld Kč.

Vzhledem k tomu, že pro další zpracovávání podkladů bylo potřebné znát výši dosaženého obratu, byla tato informace získána z jednotlivých Výkazů zisku a ztráty

příslušných podniků. Graf 2 znázorňuje zastoupené respondenty podle dosahované výše jejich obratu v roce 2010.



Graf 2: Přehled zastoupených podniků dle obratu v roce 2010

Zdroj: Vlastní zpracování

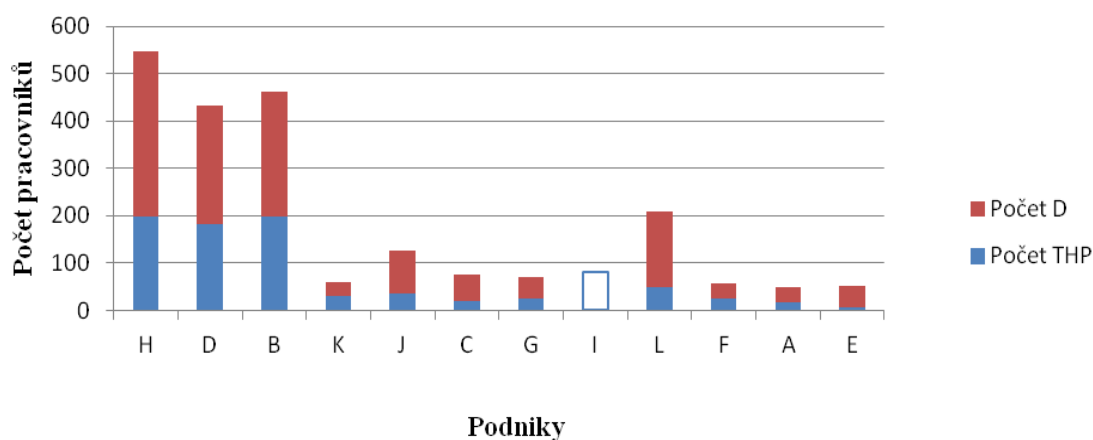
Při zjištění průměrné dosažené výše obratu se jedná o hodnotu 773 117 tis Kč. Jak je však patrné z výše uvedeného grafu, nejedná se o hodnotu, která reprezentuje vhodně danou skupinu respondentů, neboť tato hodnota je zkreslena zastoupenými podniky, které dosahují obratu 2 mld Kč a více, přestože těchto respondentů je malý počet. Pravdivější obraz udává hodnota mediánu, která činí 347 000 tis Kč. Modem by mohla být označena hodnota obratu 374 000 tis Kč, které až na minimální rozdíly v tisících dosahují podniky J a C.

Na základě zpracování dotazníkového šetření tedy bylo zjištěno, že všechny stanovené skupiny podniků podle výše obratu v dotazníku zastoupeny nebyly. Z tohoto důvodu

a pro další zkoumání bylo vhodné respondenty seskupit podle skutečně dosažené výše obrátu v roce 2010, a to následovně:

- 0 – 249 mil Kč: respondenti L, F, A, E,
- 250 – 499 mil Kč: K, J, G, C, I,
- 500 mil Kč a více: respondenti H, D a B.

Respondenti měli také zodpovědět otázku, kolik pracovníků je ve společnosti zaměstnáno (jedná se o kmenové pracovníky, nikoli pracovníky vykonávající činnosti na základě dohod konaných mimo pracovní poměr – dohody o provedení práce nebo o pracovní činnosti) a uvést jejich rozdělení na technickohospodářské pracovníky (dále v textu „THP“) a dělníky (dále v textu „D“). Struktura zaměstnanců v podnicích je znázorněna v grafu 3, a to opět s ohledem na výši dosaženého obrátu, v sestupné tendenci.



Graf 3: Podniky podle počtu a kategorizace zaměstnanců

Zdroj: Vlastní zpracování

Na základě grafického srovnání respondentů z pohledu struktury a počtu zaměstnanců a také velikosti jejich dosahovaného obrátu je patrné, že mezi respondenty jsou velké rozdíly. Podnik K například dosahuje vyššího obrátu s nižším počtem zaměstnanců

v porovnání s podnikem L. Tento rozdíl by mohl být dán jinou úrovní dosahované produktivity práce nebo způsobem vykonávání činností, protože podnik, který sám vykonává realizační práce, potřebuje zpravidla více vlastních zaměstnanců.

Průměrný počet zaměstnanců u respondentů dosahuje 185 zaměstnanců, avšak hodnotou mediánu je hodnota 77 zaměstnanců.

Z pohledu kategorie zaměstnanců u respondentů převažuje podíl D pracovníků nad THP pracovníky. (Pozn.: podnik „I“ uvedl pouze celkový počet zaměstnanců, nikoli bližší rozdělení).

Seskupíme-li respondenty podle počtu zaměstnanců, kteří jsou zaměstnáni na hlavní pracovní poměr, můžeme tyto skupiny vytvořit pomocí kvartilů, které rozdělují soubor na čtyři skupiny stejné velikosti. Respondenti do dotazníku zaznamenali, že v kmenovém stavu mají tento počet zaměstnanců (uvedeno ve vzestupném pořadí):

50, 51, 57, 60, 70, 75, 80, 125, 210, 434, 463, 547.

Medián, resp. kvartil x_{50} , je roven aritmetickému průměru šesté a sedmé hodnoty, tedy $x_{50} = 77,5$.

Dolní kvartil je roven třetí hodnotě ($12 \times 25 / 100 = 3$), tedy $x_{25} = 57$.

Horní kvartil je roven deváté hodnotě ($12 \times 75 / 100 = 9$), tedy $x_{75} = 210$.

Tyto výpočty daly vzniknout novým skupinám (kategoriím) respondentů podle počtu zaměstnanců:

- do 57 zaměstnanců,
- 58 – 77 zaměstnanců (medián dosahuje hodnoty 77,5, nicméně není možné zaměstnance „dělit“),
- 78 – 210 zaměstnanců a
- 211 a více zaměstnanců.

Na základě takto vzniklých kategorií je možné respondenty seskupit následovně:

- do 57 zaměstnanců: podniky A, E, F,
- 58 – 77 zaměstnanců: C, G, K,
- 78 – 210 zaměstnanců: J, L a I,
- 211 a více zaměstnanců: B, D a H.

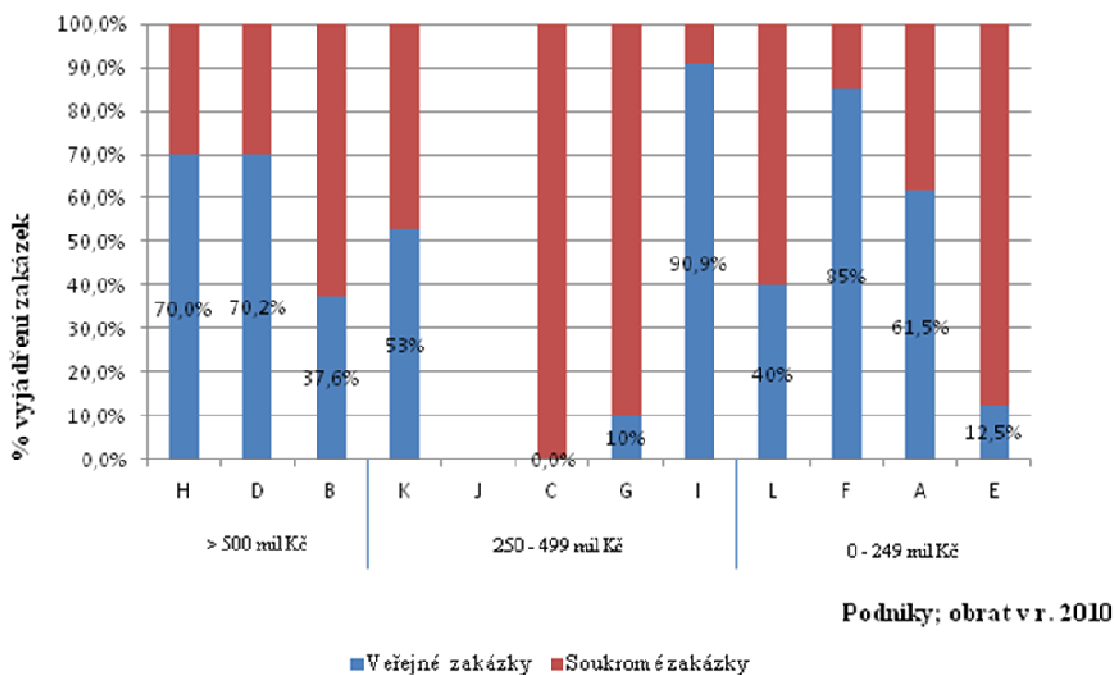
Respondenti měli uvést, na jaké hlavní činnosti se v rámci stavebnictví zaměřují.

Zvolit mohli ze čtyř oblastí:

- pozemní stavby,
- dopravní stavby,
- vodohospodářské stavby,
- speciální stavby, a to i více možností.

Dotazovaní se nejvíce zaměřují na pozemní stavby, a to v celých 80 %. Na druhé pomyslné příčce se umístila oblast s vodohospodářskými stavbami a na třetí pak dopravní stavby. Oblast speciálních staveb nebyla označena žádným z respondentů.

Podniky ve stavebnictví mohou vykonávat své činnosti jak pro soukromé investory, tak i pro státní správu a samosprávu – tzv. veřejné zakázky. Součástí dotazníků byla proto také otázka zaměřená na to, jaký je podíl jejich činností na soukromých a veřejných zakázkách.



Graf 4: Podniky podle typu zakázek

Zdroj: Vlastní zpracování

Z uvedených podkladů je patrné, že téměř každý z respondentů realizuje v rámci svých činností zakázky jak pro soukromý, tak i veřejný sektor (mimo respondenta „C“, který uvedl 100% podíl soukromých zakázek; respondent „J“ bohužel toto členění neuvedl). Rozložení zakázek a realizací prací mezi soukromý a veřejný sektor je výhodné z důvodu případného rozložení rizika – rizika, že může dojít k redukci množství investic ze strany 1 ze skupin investorů. Příkladem může být např. rozhodnutí ministra dopravy z roku 2010 o velmi výrazném snížení investic do dopravní infrastruktury. Důležité je však najít „ideální“ poměr mezi realizací zakázek pro tyto dva sektory tak, aby podnik měl vždy zajištěné dostatečné množství práce pro své zaměstnance.

Další otázka byla zaměřena na skutečnost, zda podnik disponuje zahraničním kapitálem či nikoli. Respondenti měli uvést, zda jsou podnikem:

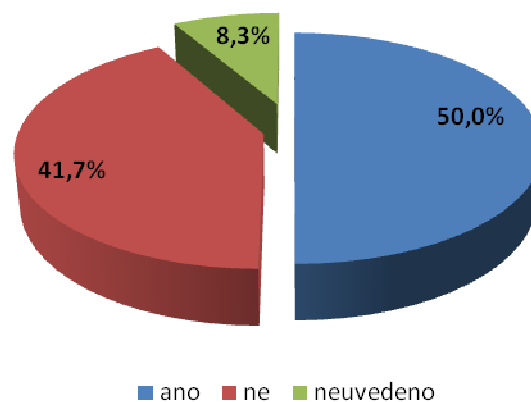
- bez účasti zahraničního kapitálu,

- s účastí zahraničního kapitálu nebo
- ryze zahraniční společností působící na českém stavebním trhu.

Bylo zjištěno, že mezi respondenty, kteří se zapojili do výzkumného šetření, ani jeden z nich nedisponuje účastí zahraničního kapitálu a ani není ryze zahraniční společností působící na českém stavebním trhu se sídlem podniku v Královéhradeckém nebo Pardubickém kraji.

Z hlediska regionální působnosti respondenti zaměřovali zejména svou činnost na Východní Čechy, dále pak na oblast Prahy a jejího nejbližšího okolí, Střední i Severní Čechy.

Další dvě otázky dotazníku v pořadí měly zjistit, zda respondenti mají určité povědomí o problematice CSR. Jednoduše tak měli zodpovědět na tuto otázku „ano“ nebo „ne“ (graf 5), ovšem v další otázce měli pojem CSR vyjádřit vlastními slovy.



Graf 5: Znalost koncepce „CSR“

Zdroj: Vlastní zpracování

Ze získaných podkladů vyplývá, že 50 % respondentů je již s problematikou CSR obeznámeno, resp. minimálně o tomto pojmu již slyšeli. Pro 41,7 % respondentů je tento pojem novým, neboť jejich odpovědí byla na tuto otázku volba „ne“. 8,3 % respondentů se k této otázce nevyjádřilo.

Otázka, která následovala, byla konstruována jako otevřená. Respondenti zde měli možnost uvést vlastními slovy, co podle nich pojem CSR představuje. Shrnutí za odpovědi respondentů je uvedeno níže:

- společnost má zaveden systém SA 8000:2008 – systém řízení společenské odpovědnosti; znalosti máme velké, uplatňujeme v praxi;
- CSR obsahuje několik oblastí – zájem o místní komunitu, zdravé životní prostředí, sociální rozvoj, kvalitní pracovní prostředí, etické podnikání;
- péče o životní prostředí, zaměstnance v sociální oblasti, vzdělávání, působení v regionu;
- jednání podniku, které se snaží co nejvíce omezit negativní dopady její činnosti;
- neví, blíže se tímto pojmem nezabývali.

4.3.2 Hodnocení ekonomické oblasti CSR

Po identifikačních otázkách na respondenta a ověření základního povědomí o CSR byly obsahem dotazníku otázky týkající se ekonomické oblasti podniku. Tyto otázky směřovaly ke zjištění, jaký je vztah podniku – respondenta k jeho firemním hodnotám a jaký je obraz jeho chování na trhu.

Pro zjištění dosahované úrovně firemních hodnot a chování podniku na trhu bylo využito tematicky stanovených podotázek – u firemních hodnot jich bylo 5, u chování na trhu 6. Tyto podotázky byly konstruovány jako uzavřené. Respondent mohl volit z následujících možností odpovědí:

- ano,
- ne,
- částečně,
- nevím,
- nelze použít.

Základem pro vyhodnocení těchto otázek, resp. odpovědí, bylo přiřazení skóre každé odpovědi. Odpovědi „ano“ bylo stanoveno a přiřazeno skóre „1“, odpověď „částečně“ měla hodnotu „0,5“, odpovědi „ne“ pak náleželo skóre „0“. Odpovědi s označením „nevím“ a „nelze použít“ byly vyhodnoceny samostatně.

Za okruh otázek týkajících se firemních hodnot bylo tedy možné získat nejvyšší průměrné skóre „1“, to samé platilo i u otázek zaměřených na chování na trhu; za oba okruhy mohli respondenti získat celkového skóre maximálně „2“. Výpočty byly provedeny na základě součtu za skóre a zjištění průměru.

Následující tabulka 7 uvádí, do jaké míry jednotlivé podniky plní nebo mají nadefinované politiky a cíle v rámci firemních hodnot a chování na trhu.

Tabulka 7: Vztah podniků k firemním hodnotám a chování na trhu

Podnik	Znalost koncepce CSR	Firemní hodnoty	Chování na trhu	Σ
D	ano	0,88	0,92	1,8
H	ano	0,88	0,92	1,8
K	ne	0,8	1	1,8
B	ano	0,7	1	1,7
J	neuveдено	0,7	1	1,7
I	ne	0,7	0,92	1,62
F	ne	0,7	0,9	1,6
A	ano	0,63	0,92	1,55
L	ano	0,7	0,83	1,53
E	ano	0,7	0,75	1,45
G	ne	0,4	0,58	0,98
C	ne	0,2	0,6	0,8

Zdroj: Vlastní zpracování

Na základě uvedených otázek související s firemními hodnotami a chováním na trhu je zřejmé, že velmi kladný vztah k těmto problematikám mají podniky D, H, K, B, J, když dosáhly v součtu za oblast firemních hodnot a chování na trhu hodnoty alespoň 1,7 z maximálně možné dosažitelné hodnoty „2“. Také podniky I, F, A a L dosahují velmi dobrých výsledků, když jejich celková dosažená váha je větší než 1,5.

V případě, kdy podnik plní stanovená kritéria alespoň z části, získá celkové skóre za oblast „0,5“, resp. „1“ v příp. součtu firemních hodnot a chování na trhu. Tyto odpovědi převažovaly, jak vyplývá z výše uvedeného přehledu, u podniků pod označením „G“ a „C“.

V následujícím textu je provedeno statistické zhodnocení odpovědí ze socioekonomického dotazníku pomocí analýzy rozptylu (viz str. 71).

Pro tyto a další výpočty byly stanoveny skupiny respondentů podle dosahované výše obratu:

- 500 mil Kč a více – skupina I,
- 250 – 499 mil Kč – skupina II,
- 0 – 249 mil Kč – skupina III.

Předmětem řešení je hypotéza H_0 : vztah k firemním hodnotám není ovlivněn velikostí podniku podle výše obratu bez ohledu na počet zaměstnanců. Uvažuje se 5% hladina významnosti.

Tabulka 8: Vztah respondentů k firemním hodnotám; pomocné výpočty

i	y_{ij}					n_i	$\sum ij$	$ \sum ij ^2$	\bar{ij}	$(\bar{ij})^2 n_i$
I	3,5	3,5	3,5			3	10,5	36,75	3,5	36,75
II	4	3,5	2	1	3,5	5	14	45,5	2,8	39,2
III	3,5	3,5	2,5	3,5		4	13	43	3,25	42,25
Σ						12	37,5	125,25		118,2

Zdroj: Vlastní výpočty

k... 3, n...12

Celkový součet čtverců odchylek S_y je rozložen na součet čtverců odchylek mezi třídami $S_{y,m}$, který vzniká v důsledku rozdílů mezi aritmetickými průměry a součet čtverců odchylek uvnitř tříd $S_{y,v}$, který vzniká v důsledku náhodných odchylek [12]:

$$S_y = S_{y,m} + S_{y,v}$$

Celkový součet čtverců odrážející celkovou variabilitu:

$$S_y = \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} y_{ij}^2 - \frac{1}{n} \left(\sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} y_{ij} \right)^2 = 125,25 - \frac{1}{12} * 37,5^2 = 8,0625$$

Součet čtverců mezi skupinami:

$$S_{y,m} = \sum_{i=1}^k n_i \bar{y}_i^2 - \frac{1}{n} \left(\sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} y_{ij} \right)^2 = 118,2 - \frac{1}{12} * 37,5^2 = 1,0125$$

Součet čtverců uvnitř skupin:

$$S_y = S_{y,m} + S_{y,v}$$

$$S_{y,v} = 8,0625 - 1,0125 = 7,05$$

K ověření hypotézy H_0 bylo použito testové kritérium:

$$F = \frac{\frac{S_{y,m}}{k-1}}{\frac{S_{y,v}}{n-k}}$$

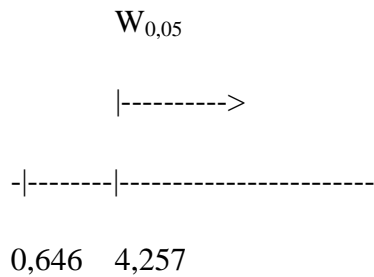
s $k-1$ a $n-k$, resp. 3-1 a 12-3 stupni volnosti. Hodnota testového kritéria:

$$\mathbf{F = 0,646}$$

Zvolíme hladinu významnosti $\alpha = 0,05$

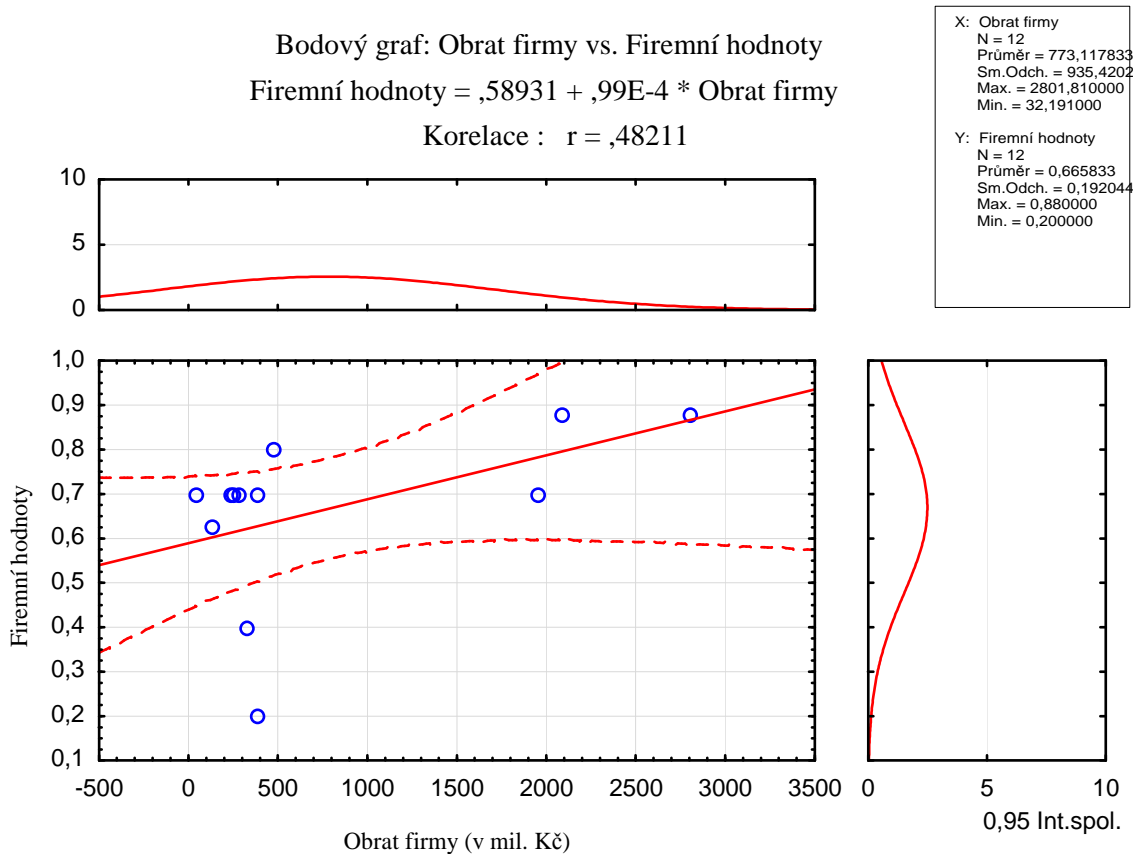
Kritická oblast je definována jako množina $W = \{F; F\} F_\alpha(k-1, n-k)$.

Kritická hodnota: $F_{0,95} = (2;9) = 4,257$ [14]



Hodnota testovacího kritéria padla do oblasti přípustných hodnot - hypotézu o nezávislosti na 5% hladině významnosti přijímáme, **nebyl prokázán vztah mezi podniky podle výše obrátu bez ohledu na počet zaměstnanců a plněním firemních hodnot.**

Pro ověření stejné hypotézy H_0 bylo také použito testu významnosti hodnoty korelačního koeficientu ($H_0: \rho=0$), přičemž výpočet byl uskutečněn pomocí softwaru STATISTICA.



Graf 6: Firemní hodnoty vs. respondenti podle výše obratu bez ohledu na počet zaměstnanců

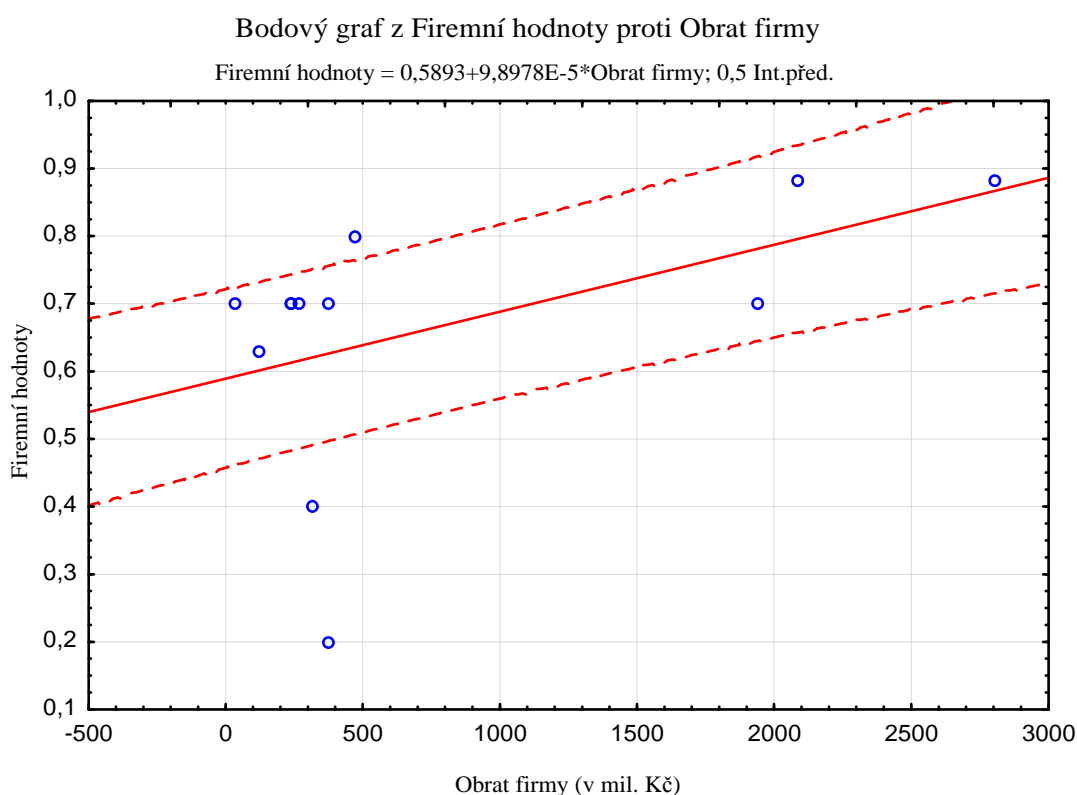
Zdroj: Vlastní zpracování (využití softwaru STATISTICA)

Zjištěná hodnota korelačního koeficientu je $r = 0,48211$. Tabulková hodnota, resp. kritická hodnota korelačního koeficientu r : $P(|r| > r_{\alpha}) = \alpha$ při rozsahu výběru $n = 12$ činí: $r_{tab.} = 0,5760$ [14]

Ze zjištěných hodnot $r < r_{tab}$, hypotézu H_0 přijímáme - nebyla prokázána statisticky lineární závislost mezi vztahem k firemním hodnotám a velikostí podniku podle výše obratu bez ohledu na počet zaměstnanců.

Na základě použití dvou statistických metod – analýzy rozptylu a korelačního koeficientu bylo shodně zjištěno, resp. prokázáno, že na základě uvedených dat souboru nebyl zjištěn statisticky významný vztah mezi firemními hodnotami a velikostí podniku podle výše obratu bez ohledu na počet zaměstnanců.

Níže uvedený graf 7 znázorňuje 50% předpovědní pás. Respondenti, kteří se vyskytují mimo pás, představují jeho „horší“ polovinu; přičemž – nad pásem je horní kvartil a pod pásem dolní kvartil. Respondenti, kteří se vyskytnou nad pásem, představují „nadstandard“, ti, kteří se umístí v dolním kvartilu – pod pásem, představují nejhorších 25 % podniků v Královéhradeckém a Pardubickém kraji. Z respondentů, kteří se zapojili do dotazníkového šetření, se jeden zařadil do „nadstandardní“ skupiny (respondent K) a dva respondenti mezi „přestavitele“ nejhorších podniků v uvedených krajích (G a C). Tito dva „nejhorší“ respondenti by měli uvažovat o nápravě, neboť pro danou velikost respondentů jsou dosti podprůměrné.



Graf 7: Firemní hodnoty vs. respondenti podle výše obratu bez ohledu na počet zaměstnanců – 50% předpovědní pás

Zdroj: Vlastní zpracování (využití softwaru STATISTICA)

Z uvedeného předpovědního pásu lze očekávat následující dolní a horní kvartily, které pro podniky s různou výší obratu uvádí tabulka 9.

Tabulka 9: Dolní a horní kvartily u firemních hodnot (z grafu)

Obrat podniku:	Dolní kvartil	Horní kvartil
do 0,5 mld Kč	0,48	0,75
kolem 1 mld Kč	0,56	0,82
kolem 1,5 mld Kč	0,6	0,88
kolem 2 mld Kč	0,64	0,92
kolem 2,5 mld Kč	0,7	0,98

Zdroj: Vlastní zpracování

Podniky vyskytující se pod dolním kvantilem jsou tzv. podprůměrnými podniky a měly by zvažovat zlepšení v dané oblasti. Naopak respondenti pohybující se nad hranicí horního kvantilu jsou nadstandardními podniky.

Pomocí analýzy rozptylu se také zkoumal vztah mezi velikostí podniku podle výše obratu bez ohledu na počet zaměstnanců a chováním na trhu. Pro tyto účely byla stanovena hypotéza H_0 : vztah k chování na trhu není ovlivněn velikostí podniku podle výše obratu bez ohledu na počet zaměstnanců. Uvažuje se 5% hladina významnosti.

Tabulka 10: Vztah respondentů k chování na trhu; pomocné výpočty

i	y_{ij}					n_i	$\sum ij$	$ \sum ij ^2$	\bar{ij}	$(\bar{ij})^2 n_i$
I	5,5	5,5	6			3	17	96,5	5,67	96,33
II	5,5	3	3	6	6	5	23,5	120,25	4,7	110,45
III	5,5	4,5	4,5	5		4	19,5	95,75	4,88	95,06
\sum						12	60	312,5		301,85

Zdroj: Vlastní výpočty

k... 3, n...12

Celkový součet čtverců odrážející celkovou variabilitu:

$$S_y = S_{y,m} + S_{y,v} = \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} y_{ij}^2 - \frac{1}{n} \left(\sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} y_{ij} \right)^2 = 312,5 - \frac{1}{12} * 60^2 = 12,5$$

Součet čtverců mezi skupinami:

$$S_{y,m} = \sum_{i=1}^k n_i \bar{y}_i^2 - \frac{1}{n} \left(\sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} y_{ij} \right)^2 = 301,85 - \frac{1}{12} * 60^2 = 1,85$$

Součet čtverců uvnitř skupin:

$$S_y = S_{y,m} + S_{y,v}$$

$$S_{y,v} = 12,5 - 1,85 = 10,65$$

K ověření hypotézy H_0 bylo použito testové kritérium:

$$F = \frac{\frac{S_{y,m}}{k-1}}{\frac{S_{y,v}}{n-k}}$$

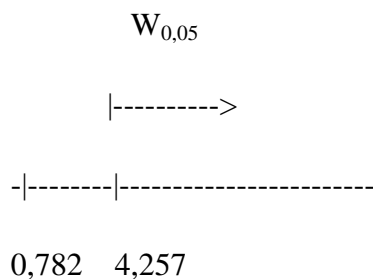
s $k-1$ a $n-k$, resp. 3-1 a 12-3 stupni volnosti. Hodnota testového kritéria:

$$F = 0,782$$

Zvolíme hladinu významnosti $\alpha = 0,05$

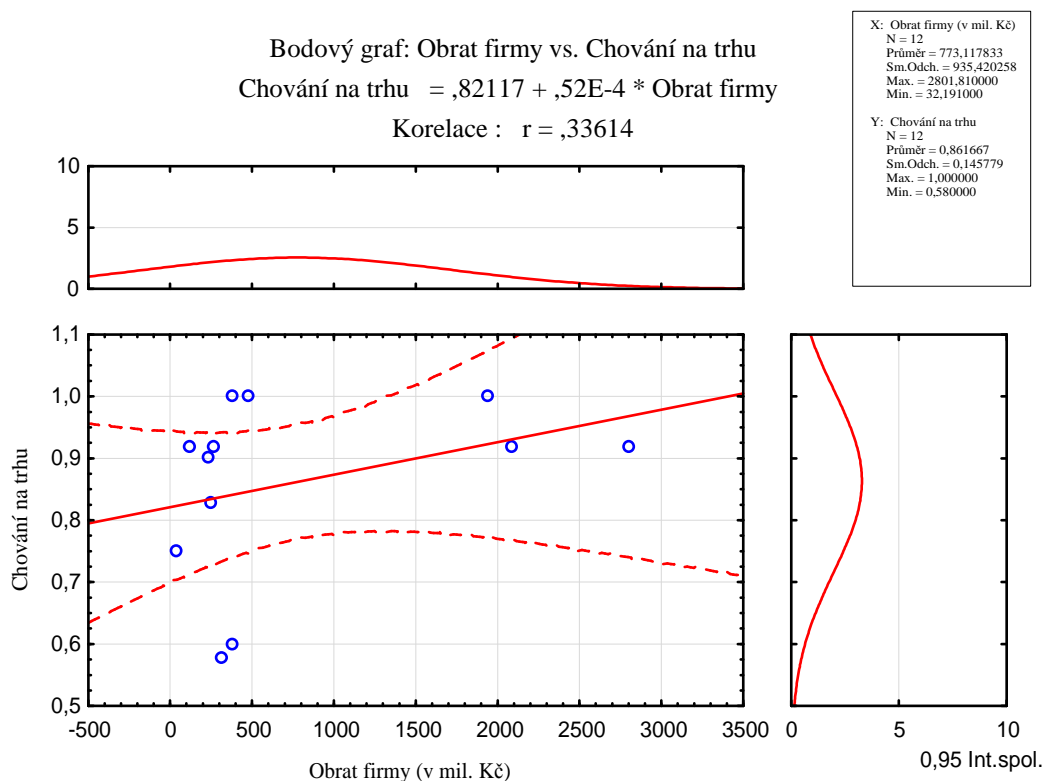
Kritická oblast je definována jako množina $W = \{F; F > F_{\alpha}(k-1, n-k)\}$.

Kritická hodnota: $F_{0,95} = (2;9) = 4,257$ [B3]



Hodnota testovacího kritéria padla do oblasti přípustných hodnot – přijímáme tak hypotézu o nezávislosti na 5% hladině významnosti, nebyl prokázán vztah mezi podniky podle výše obrátu bez ohledu na počet zaměstnanců a chováním na trhu.

Pro ověření stejné hypotézy H_0 bylo také použito testu významnosti hodnoty korelačního koeficientu ($H_0: \rho=0$). Výpočet byl opět zpracován v softwaru STATISTICA.



Graf 8: Chování na trhu vs. respondenti podle výše obrátu bez ohledu na počet zaměstnanců

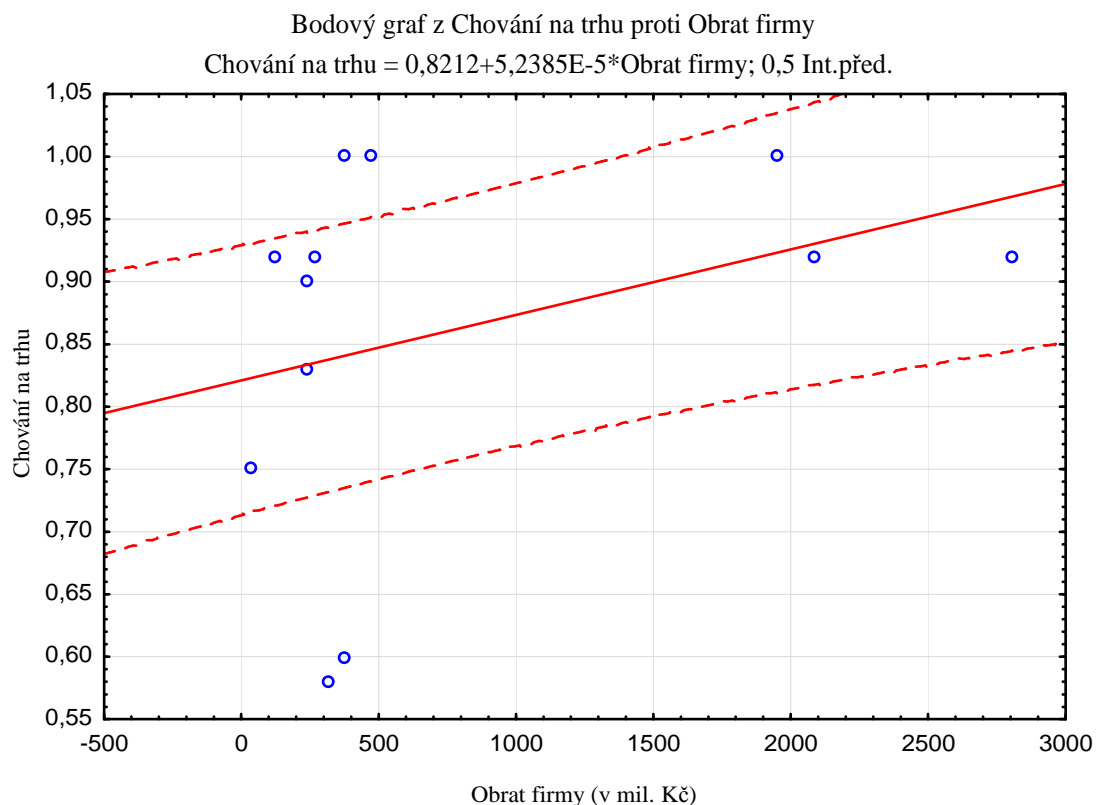
Zdroj: Vlastní zpracování (využití softwaru STATISTICA)

Zjištěná hodnota korelačního koeficientu je $r = 0,33614$. Tabulková hodnota, resp. kritická hodnota korelačního koeficientu $r: P(|r| > r_\alpha) = \alpha$ při rozsahu výběru $n = 12$ činí: $r_{tab.} = 0,5760$ [14]

Ze zjištěných hodnot $r < r_{tab.}$, hypotézu H_0 tedy nezamítáme, **nebyla prokázána statisticky lineární závislost mezi vztahem chování na trhu a velikostí podniku podle výše obrátu bez ohledu na počet zaměstnanců.**

I v tomto případě, na základě použití dvou statistických metod – analýzy rozptylu a korelačního koeficientu bylo shodně zjištěno, že nebyl prokázán statisticky významný vztah mezi chováním na trhu a velikostí podniku podle výše obrátu bez ohledu na počet zaměstnanců.

Na základě znázornění formou 50% předpovědního pásu pro Chování na trhu je patrné, že 2 respondenti ve skupině do 500 mil Kč jsou nadstandardními a současně 2 spadají do oblasti „nejhorších“ podniků v Královéhradeckém a Pardubickém kraji v rámci této skupiny. Tito by opět měli uvažovat o nápravě.



Graf 9: Chování na trhu vs. podniky podle výše obrátu bez ohledu na počet zaměstnanců – 50% předpovědní pás

Zdroj: Vlastní zpracování (využití softwaru STATISTICA)

Z tohoto předpovědního pásu je možné vyčíst dolní a horní kvartily pro podniky, které uvádí tabulka 11.

Tabulka 11: Dolní a horní kvartily u chování na trhu (z grafu)

Obrat podniku:	Dolní kvartil	Horní kvartil
do 0,5 mld Kč	0,73	0,95
kolem 1 mld Kč	0,77	0,98
kolem 1,5 mld Kč	0,79	1,01*
kolem 2 mld Kč	0,82	1,02*
kolem 2,5 mld Kč	0,83	x*

Zdroj: Vlastní zpracování

Pozn.: * Hodnoty vyplývající z grafického znázornění 50% předpovědního pásu; fakticky nejvyšší možná dosažitelná hodnota je 1 – nevyšší možné dosažitelné skóre (pro info viz výše)

Respondenti vyskytující se pod dolním kvartilem jsou tzv. podprůměrnými podniky. Naopak respondenti pohybující se nad hranicí horního kvartilu jsou nadstandardními podniky.

Výsledky za ekonomickou oblast shrnuje tabulka 12.

Tabulka 12: Plnění koncepce CSR v rámci ekonomické oblasti

Znalost koncepce CSR	průměrná hodnota	modus	medián
ano	1,64	1,8	1,63
ne	1,36	celý soubor	1,60
za všechny respondenty	1,53	1,8	1,61

Zdroj: Vlastní zpracování

Jak z podkladů vyplývá, průměrnou hodnotou skóre za ekonomickou oblast při znalosti koncepce CSR dosahují podniky společně hodnoty 1,64. Výběrovým mediánem v tomto případě je hodnota 1,63. Nejčtenější hodnotou je 1,8 (= výběrový modus). Při zohlednění celého souboru respondentů je průměrná hodnota za ekonomickou oblast 1,53, která je nižší než u souboru, jež je reprezentován podniky se znalostí koncepce

CSR. Tato skutečnost je jistě dána podniky „G“ a „C“, které ani nedosahují hodnoty „1“. Hodnota mediánu je nižší jen nepatrně, když dosahuje hodnoty 1,61 a modus, tedy hodnota, která dosahuje největší četnosti, je shodná – 1,8.

Pouze u podniku „J“ nebylo u otázky č. 9 uvedeno, zda respondent má nebo nemá povědomí o problematice CSR, tato otázka zůstala nezodpovězena.

V rámci konstrukce uzavřených otázek se nabízela možnost jako odpověď uvést „nevím“ a „nelze použít“. Odpovědi „nevím“ zvolila čtvrtina respondentů u otázky dotazující se na skutečnost, zda:

- zákazníci podniku znají jeho firemní hodnoty a pravidla chování.

Shodně 8,3 % respondentů zvolilo odpověď „nevím“ u otázek zjišťujících, zda:

- podniky dbají na včasné placení dodavatelských faktur a
- jestli podnik spolupracuje s jinými partnery při řešení problémů souvisejících s odpovědným podnikáním.

Odpověď „nelze použít“ nebyla v rámci ekonomické oblasti uvedena žádným z respondentů.

4.3.3 Hodnocení sociální oblasti CSR

Další část dotazníkového šetření byla zaměřena na sociální oblast společenské odpovědnosti. Cílem této části dotazníku bylo zjistit, jaký vztah mají respondenti ke svým zaměstnancům, jakými formami a s jakou frekvencí s nimi komunikují, a na jaké úrovni je vztah respondentů k místní komunitě. Respondenti měli také uvést, zda podporují důchodové zabezpečení svých zaměstnanců, jaké další benefity zaměstnancům nabízí a které by označili za „výjimečné“. Měli také zodpovědět otázku, zda v případě, kdy se musí s některým ze zaměstnanců rozloučit, se jim snaží pomoci (např. revizí profesního životopisu, přípravou na výběrové řízení apod.).

Otázky spojené se získáním informací o jednání podniků se zaměstnanci a vztahy k místní komunitě byly taktéž otázkami uzavřenými se shodnou nabídkou odpovědí, tedy: „ano“, „ne“, „částečně“, „nevím“ a „nelze použít“. Taktéž přiřazení hodnoty skóre

jednotlivým odpovědím bylo shodné – odpovědi „ano“ bylo přiřazeno skóre 1, odpovědi „ne“ skóre 0, a jestliže respondent uvedl odpověď „částečně“, pak jí pro výpočty bylo přiřazeno skóre 0,5. Postup výpočtu je shodný jako v předcházejícím případě. Tabulka 13 zaznamenává přehled, jak, resp. zda respondenti jednají se svými zaměstnanci a jaký je jejich vztah k místním komunitám.

Tabulka 13: Vztah podniků k jednání se zaměstnanci a místní komunitě

Podnik	Znalost koncepce CSR	Jednání se zaměstnanci	Vztah k místní komunitě	Σ
D	ano	0,9	0,7	1,6
F	ne	0,8	0,75	1,55
A	ano	0,8	0,7	1,5
B	ano	0,88	0,6	1,48
J	neuvedeno	0,63	0,6	1,23
E	ano	0,5	0,7	1,2
H	ano	0,7	0,5	1,2
G	ne	0,7	0,4	1,1
I	ne	0,5	0,6	1,1
K	ne	0,7	0,3	1
L	ano	0,66	0,33	0,99
C	ne	0,3	0,5	0,8

Zdroj: Vlastní zpracování

Z výše uvedeného shrnutí je patrné, že ani jednomu podniku se nepodařilo dosáhnout celkového nejlepšího skóre „2“. Dosažené hodnoty jsou ještě o něco nižší, než jakých podniky dosahovaly za ekonomickou oblast. Nejlepší výsledky tak dosahují podniky D, F a A, naopak jako „nejhorší“ vztahy se svými zaměstnanci a místními komunitami mají podniky L a C, když nedosáhly za vztahy se zaměstnanci a místními komunitami celkového skóre 1.

Také v tomto případě bylo použito analýzy rozptylu pro zjištění vztahu mezi velikostí podniku podle výše obratu bez ohledu na počet zaměstnanců a jednáním se zaměstnanci. Tato oblast je úzce spojena s přístupem managementu k firemním hodnotám, takže podporuje ověření hypotézy č. 1 stanovené v rámci této disertační práce. Ověřovala stanovená hypotéza H_0 : vztah k jednání se zaměstnanci není ovlivněn

velikostí podniku podle výše obratu bez ohledu na počet zaměstnanců; hladina významnosti 5 %.

Tabulka 14: Vztah respondentů k jednání se zaměstnanci; pomocné výpočty

<i>i</i>	y_{ij}					n_i	$\sum ij$	$ \sum ij ^2$	\bar{ij}	$(\bar{ij})^2 n_i$
I	3,5	4,5	3,5			3	11,5	44,75	3,83	44,08
II	2,5	3,5	1,5	3,5	3,5	5	14,5	45,25	2,9	42,05
III	2,5	4	4	2		4	12,5	42,25	3,13	39,06
\sum						12	38	132,25		125,2

Zdroj: Vlastní výpočty

k... 3, n...12

Celkový součet čtverců odrážející celkovou variabilitu:

$$S_y = S_{y,m} + S_{y,v} = \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} y_{ij}^2 - \frac{1}{n} \left(\sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} y_{ij} \right)^2 = 132,25 - \frac{1}{12} * 38,5^2 = 8,73$$

Součet čtverců mezi skupinami:

$$S_{y,m} = \sum_{i=1}^k n_i \bar{y}_i^2 - \frac{1}{n} \left(\sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} y_{ij} \right)^2 = 125,2 - \frac{1}{12} * 38,5^2 = 1,68$$

Součet čtverců uvnitř skupin:

$$S_y = S_{y,m} + S_{y,v}$$

$$S_{y,v} = 8,73 - 1,68 = 7,05$$

$$K \text{ ověření hypotézy } H_0 \text{ bylo použito testové kritérium: } F = \frac{\frac{S_{y,m}}{k-1}}{\frac{S_{y,v}}{n-k}}$$

s k-1 a n-k, resp. 3-1 a 12-3 stupni volnosti.

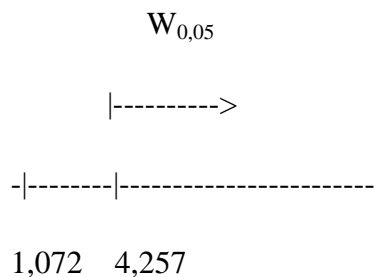
Hodnota testového kritéria:

$$F = 1,072$$

Zvolíme hladinu významnosti $\alpha = 0,05$

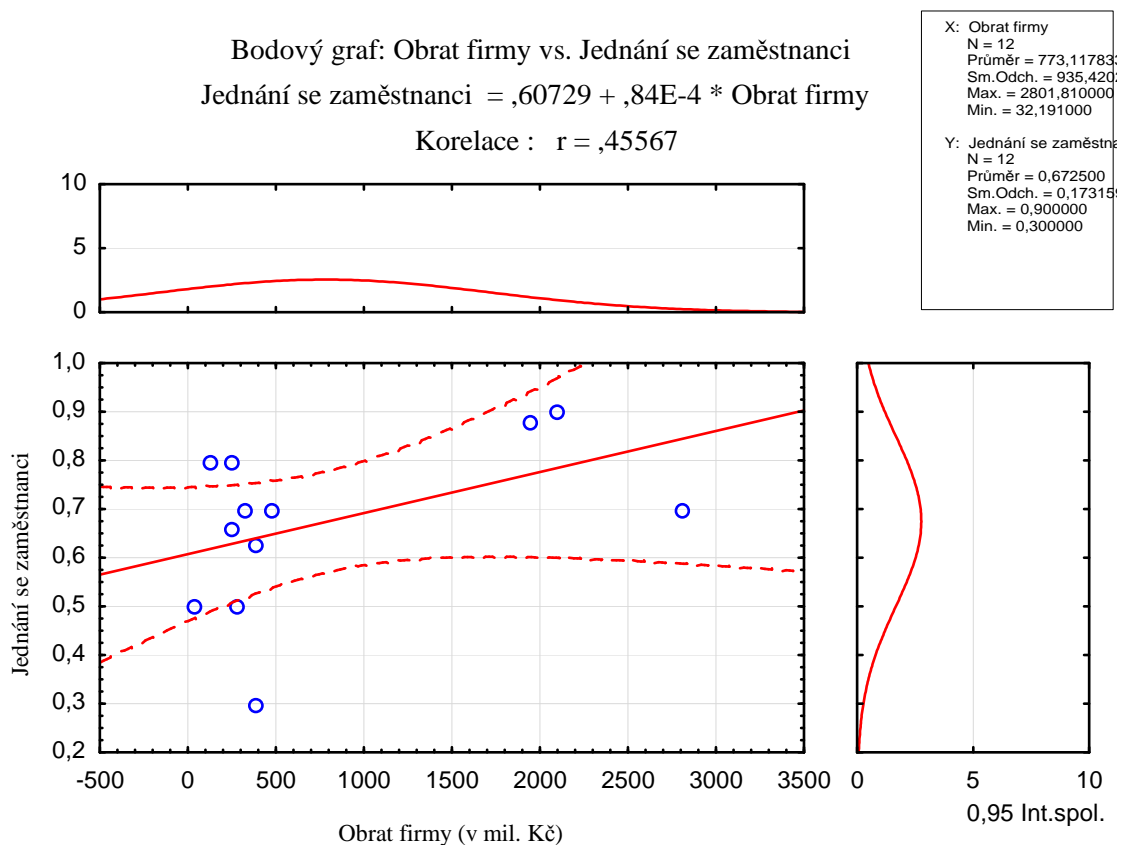
Kritická oblast je definována jako množina $W = \{F; F > F_{\alpha}(k-1, n-k)\}$.

Kritická hodnota: $F_{0,95} = (2;9) = 4,257$ [14]



Hodnota testovacího kritéria padla do oblasti přípustných hodnot. Přijímáme tedy hypotézu o nezávislosti na 5% hladině významnosti, **nebyl prokázán vztah mezi podniky podle výše obratu bez ohledu na počet zaměstnanců a jednáním se zaměstnanci.**

Pro ověření stejné hypotézy H_0 bylo také použito testu významnosti hodnoty korelačního koeficientu ($H_0: \rho=0$). Výpočet byl opět zpracován v softwaru STATISTICA.



Graf 10: Jednání se zaměstnanci vs. respondenti podle výše obratu bez ohledu na počet zaměstnanců

Zdroj: Vlastní zpracování (využití softwaru STATISTICA)

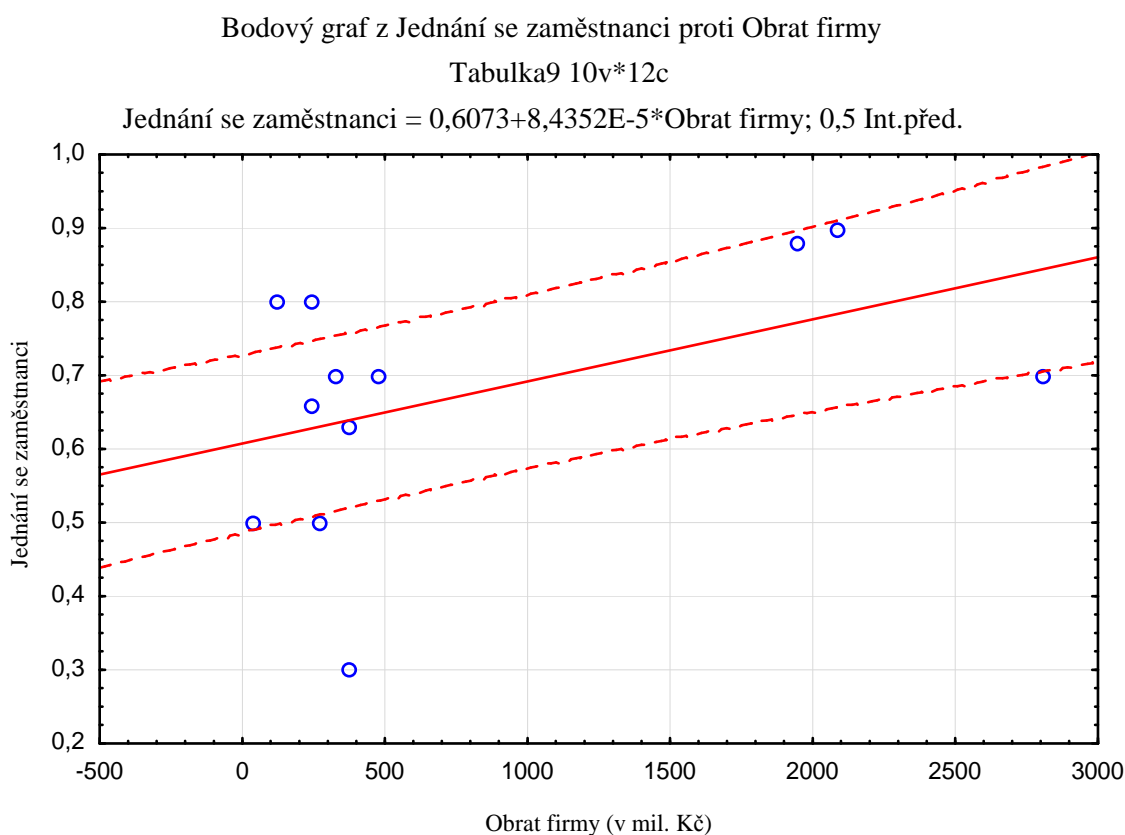
Zjištěná hodnota korelačního koeficientu je $r = 0,45567$. Tabulková hodnota, resp. kritická hodnota korelačního koeficientu r : $P(|r| > r_{\alpha}) = \alpha$ při rozsahu výběru $n = 12$ činí: $r_{tab.} = 0,5760$ [14]

Ze zjištěných hodnot $r < r_{tab}$, hypotézu H_0 tedy nezamítáme, nebyla prokázána statisticky lineární závislost mezi vztahem jednání se zaměstnanci a velikostí podniku podle výše obratu bez ohledu na počet zaměstnanců.

Ani v tomto případě, na základě použití dvou statistických metod – analýzy rozptylu a korelačního koeficientu bylo shodně ověřeno, že nebyl zjištěn statisticky významný

vztah mezi jednáním se zaměstnanci a velikostí podniku podle výše obrátu bez ohledu na počet zaměstnanců.

Na základě znázornění formou 50% předpovědního pásu pro Jednání se zaměstnanci lze uvést, že 2 respondenti ve skupině do 500 mil Kč jsou nadstandardními a současně 2 spadají do oblasti „nejhorších“ podniků v Královéhradeckém a Pardubickém kraji v rámci této skupiny. Jeden z respondentů ze skupiny velkých podniků se nachází na hranici dolního kvartilu. Pro všechny tyto respondenty tak vyplývá doporučení o nápravu.



Graf 11: Jednání se zaměstnanci vs. podniky podle výše obrátu bez ohledu na počet zaměstnanců – 50% předpovědní pás

Zdroj: Vlastní zpracování (využití softwaru STATISTICA)

Také z tohoto předpovědního pásu je možné uvést následující dolní a horní kvartily pro podniky, uvedené v tabulce 15.

Tabulka 15: Dolní a horní kvartily u Jednání se zaměstnanci (z grafu)

Obrat podniku:	Dolní kvartil	Horní kvartil
do 0,5 mld Kč	0,49	0,78
kolem 1 mld Kč	0,58	0,81
kolem 1,5 mld Kč	0,61	0,86
kolem 2 mld Kč	0,68	0,9
kolem 2,5 mld Kč	0,69	0,98

Zdroj: Vlastní zpracování

Podniky vyskytující se pod dolním kvantilem jsou tzv. podprůměrnými a měly by zvažovat zlepšení v dané oblasti. Naopak respondenti pohybující se nad hranicí horního kvantilu jsou nadstandardními podniky.

Shodný postup zhodnocení dotazníkového šetření proběhl také u vztahu s místní komunitou. Využito bylo jak analýzy rozptylu, tak i korelačního koeficientu. Ověřována byla hypotéza H_0 : vztah k místní komunitě není ovlivněn velikostí podniku podle výše obratu bez ohledu na počet zaměstnanců; opět se uvažuje 5% hladina významnosti. Tato hypotéza podporuje hypotézu č. 2 stanovenou v rámci této disertační práce.

Tabulka 16: Vztah respondentů k místním komunitám; pomocné výpočty

i	y_{ij}					n_i	$\sum ij$	$ \sum ij ^2$	\bar{ij}	$(\bar{ij})^2 n_i$
I	3	3,5	2,5			3	9	27,5	3	27
II	2	2	3	3	1,5	5	11,5	28,25	2,3	26,45
III	3,5	3,5	3	1		4	11	34,5	2,75	30,25
Σ						12	31,5	90,25		83,7

Zdroj: Vlastní výpočty

k... 3, n...12

Celkový součet čtverců odrážející celkovou variabilitu:

$$S_y = S_{y,m} + S_{y,v} = \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} y_{ij}^2 - \frac{1}{n} \left(\sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} y_{ij} \right)^2 = 90,25 - \frac{1}{12} * 31,5^2 = 7,56$$

Součet čtverců mezi skupinami:

$$S_{y,m} = \sum_{i=1}^k n_i \bar{y}_i^2 - \frac{1}{n} \left(\sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} y_{ij} \right)^2 = 83,7 - \frac{1}{12} * 31,5^2 = 1,01$$

Součet čtverců uvnitř skupin:

$$S_y = S_{y,m} + S_{y,v}$$

$$S_{y,v} = 7,56 - 1,01 = 6,55$$

K ověření hypotézy H_0 bylo použito testové kritérium: $F = \frac{\frac{S_{y,m}}{k-1}}{\frac{S_{y,v}}{n-k}}$

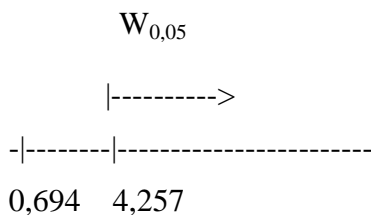
s $k-1$ a $n-k$, resp. 3-1 a 12-3 stupni volnosti. Hodnota testového kritéria:

F = 0,694

Zvolíme hladinu významnosti $\alpha = 0,05$

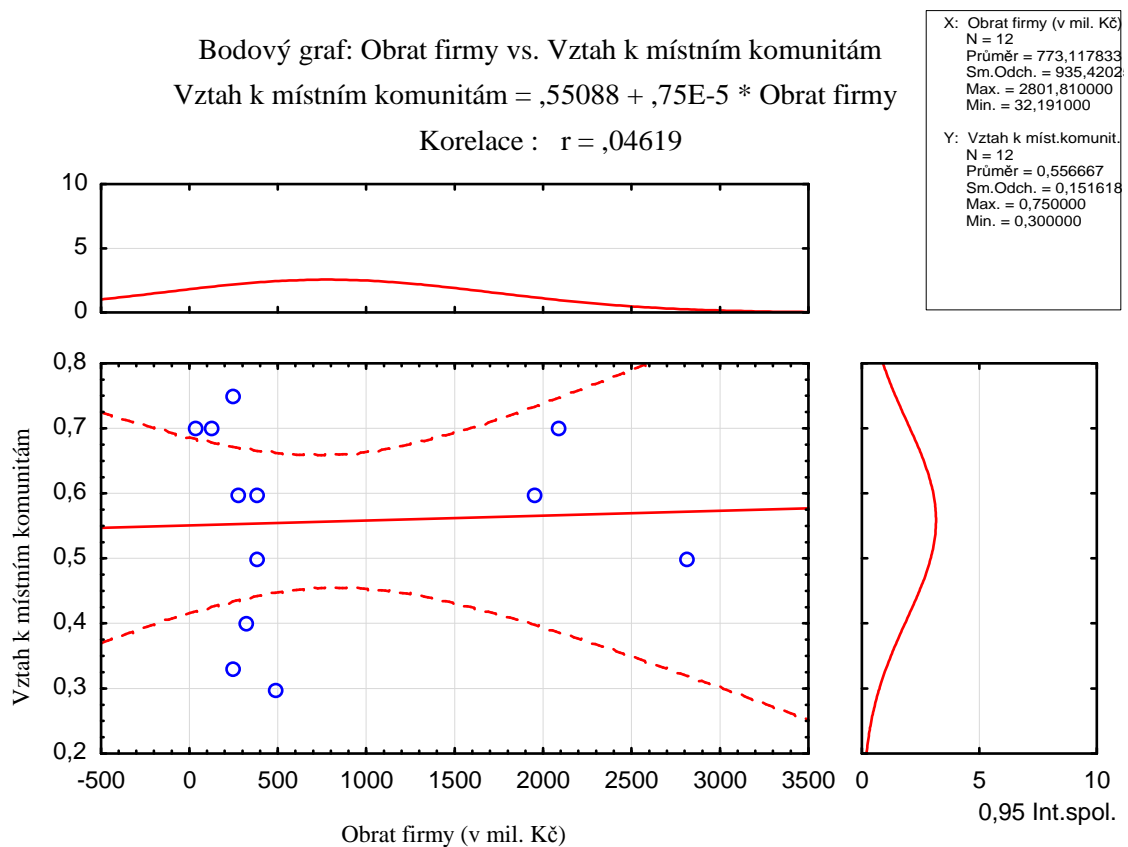
Kritická oblast je definována jako množina $W = \{F; F\} F_\alpha(k-1, n-k)\}$.

Kritická hodnota: $F_{0,95} = (2;9) = 4,257$ [14]



Hodnota testovacího kritéria padla do oblasti přípustných hodnot. **Přijímáme i tuto hypotézu o nezávislosti na 5% hladině významnosti, nebyl prokázán vztah mezi podniky podle výše obrátu bez ohledu na počet zaměstnanců a vztahem k místním komunitám.**

Pro ověření stejné hypotézy H_0 bylo také použito testu významnosti hodnoty korelačního koeficientu ($H_0: \rho=0$). Výpočet byl opět zpracován v softwaru STATISTICA.



Graf 12: Vztah k místním komunitám vs. respondenti podle výše obrátu bez ohledu na počet zaměstnanců

Zdroj: Vlastní zpracování (využití softwaru STATISTICA)

Zjištěná hodnota korelačního koeficientu je $r = 0,04619$. Tabulková hodnota, resp. kritická hodnota korelačního koeficientu $r: P(|r| > r_\alpha) = \alpha$ při rozsahu výběru $n = 12$ činí: $r_{tab.} = 0,5760$ [B3]

Ze zjištěných hodnot $r < r_{tab.}$, hypotézu H_0 tedy nezamítáme, **nebyla prokázána statisticky lineární závislost mezi vztahem jednání se zaměstnanci a velikostí podniku podle výše obratu bez ohledu na počet zaměstnanců.**

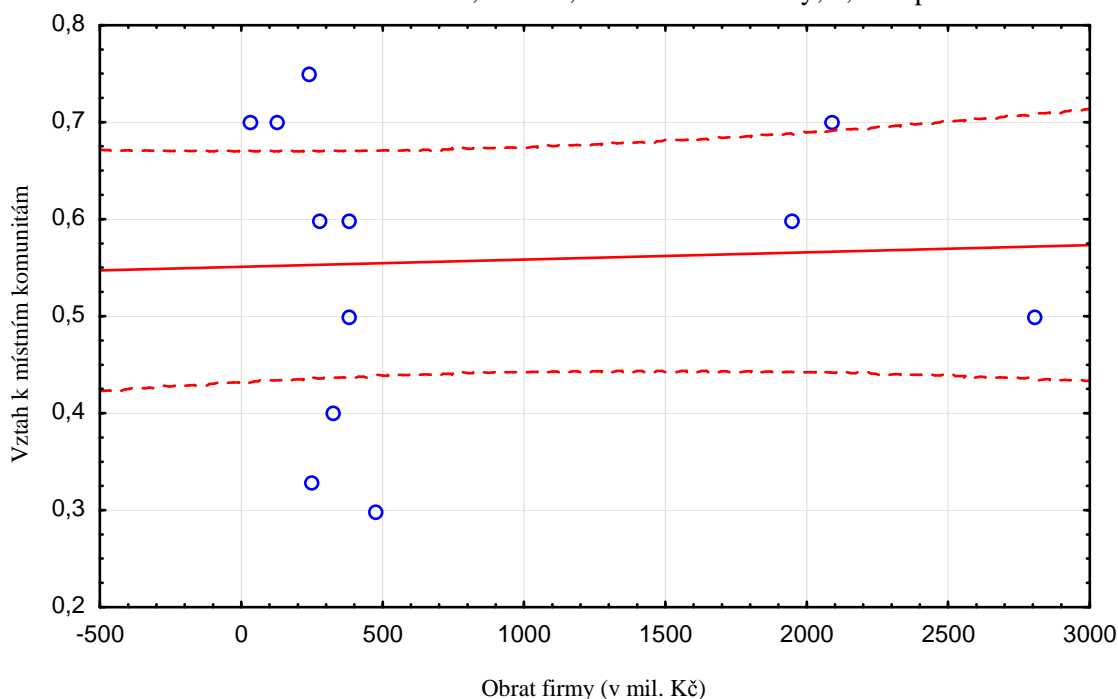
Při ověřování vztahu mezi velikostí podniku podle výše obratu bez ohledu na počet zaměstnanců a vztahy k místním komunitám jak analýza rozptylu, tak i korelační koeficient shodně ověřily, že nebyl zjištěn statisticky významný vztah mezi těmito veličinami.

Na základě znázornění formou 50% předpovědního pásu pro vztah s místními komunitami je zřejmé, že 3 zástupce ve skupině do 500 mil Kč lze označit za nadstandardní respondenty, jelikož se vyskytují nad hranicí horního kvartilu. Naopak pro 3 respondenty z této skupiny vyplývá doporučení o nápravu, neboť jejich poloha je pod hranicí dolního kvartilu; představují tak „nejhorší“ zástupce podniků v Královéhradeckém a Pardubickém kraji v této skupině. Jeden zástupce z respondentů ve skupině kolem 2 mld Kč obratu je taktéž podnikem nadstandardním.

Bodový graf z Vztah k místním komunitám k Obratu firmy

Tabulka1_místní komunita 10v*12c

Vztah k místním komunitám = $0,5509 + 7,487E-6 \cdot \text{Obrat firmy}$; 0,5 Int.před.



Graf 13: Vztah s místními komunitami vs. podniky podle výše obratu bez ohledu na počet zaměstnanců – 50% předpovědní pás

Zdroj: Vlastní zpracování (využití softwaru STATISTICA)

Také z tohoto předpovědního pásu je možné uvést následující dolní a horní kvartily; blíže tabulka 17.

Tabulka 17: Dolní a horní kvartily u Vztahu s místními komunitami (z grafu)

Obrat podniku:	Dolní kvartil	Horní kvartil
do 0,5 mld Kč	0,43	0,675
kolem 1 mld Kč	0,44	0,68
kolem 1,5 mld Kč	0,45	0,685
kolem 2 mld Kč	0,44	0,69
kolem 2,5 mld Kč	0,43	0,7

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 18 shrnuje výsledky za sociální oblast.

Tabulka 18: Plnění koncepce CSR v rámci sociální oblasti

Znalost koncepce CSR	průměrná hodnota	modus	medián
ano	1,33	1,2	1,34
ne	1,11	1,1	1,1
za všechny respondenty	1,23	1,1; 1,2	1,2

Zdroj: Vlastní zpracování

Sociální oblast, resp. podniky za tuto oblast, dosahují průměrné hodnoty skóre při znalosti koncepce CSR společně hodnoty 1,33. Mediánem v tomto případě je hodnota 1,34 a nejčtenější hodnotou pak 1,2.

V případě podniků, které nemají povědomí o CSR, dosahují tyto podniky při výpočtech shodných hodnot u průměru, mediánu i modu, a to získaného skóre 1,1 (resp. 1,11 u průměru).

Za celý soubor bylo dosaženo výše skóre, které se pohybuje mezi oběma skupinami – se znalostí CSR i bez její znalosti. Průměrnou hodnotou je tak skóre 1,23, mediánem 1,2 a modem jsou hodnoty dvě – 1,1 a 1,2.

Jak bylo uvedeno v úvodu této kapitoly, odpovědi na otázky týkající se jednání se zaměstnanci a vztahy s místními komunitami zahrnovaly možnosti „nevím“ a „nelze použít“.

Odpověď „nevím“ využilo 8,3 % respondentů pouze u jediné otázky, jež byla zaměřena na skutečnost, zda podnik vede otevřený dialog o citlivých věcech s obcí (týkající se např. hluchnosti, hromadění odpadu apod.).

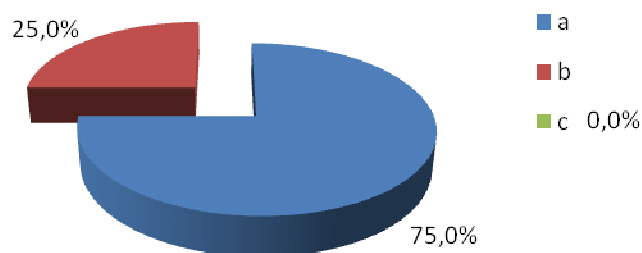
Odpovědí s možností „nelze použít“ bylo více. Oblasti, u nichž respondenti tuto možnost uvedli, jsou uvedeny níže, opět s procentuálním vyjádřením odpovědí respondentů:

- existuje v podniku proces, kterým brání diskriminaci na pracovišti i při náboru nových zaměstnanců – 16,7 %,

- zda je zaměstnancům nabízena rovnováha mezi pracovním a osobním životem (např. pružnou pracovní dobou,...) – 8,3 %,
- nabízí-li podnik možnost uplatnění, získání pracovních zkušeností mládeži, invalidním občanům – 8,3 %,
- snaží-li se podnik nakupovat zboží, suroviny aj. v jeho nejbližším okolí – 8,3 %,
- vede-li podnik otevřený dialog s obcí o negativních, kontroverzních nebo citlivých jevech, které se podniku týkají – 8,3 %.

Další otázka, otázka č. 14, byla v rámci sociální oblasti zaměřena na komunikaci se zaměstnanci a předávání informací zaměstnancům ze strany podniku. Tato otázka byla konstruována jako uzavřená, přičemž na otázku ve znění „Komunikujete a informujete své zaměstnance o situaci ve společnosti“ měli respondenti na výběr z těchto tří možností:

- a) pravidelně,
- b) pouze na vyžádání ze strany vedení podniku, vyžaduje-li to např. změna zaměření podniku, změna strategie, příchod nového partnera apod.,
- c) ne.



Graf 14: Komunikace a informování zaměstnanců podnikem

Zdroj: Vlastní zpracování

Z grafického znázornění na uvedenou otázku vyplývá, že tři čtvrtiny respondentů komunikují se svými zaměstnanci pravidelně a poskytují jim tak nezbytné informace. Jedna čtvrtina respondentů se přiklonila k vyjádření, že se svými zaměstnanci komunikuje v případě potřeby – např. vyžaduje-li to změna zaměření podniku, vyžádá-li si to vedení společnosti apod. Dobrou zprávou je, že nikdo z respondentů nevedl jako odpověď písmeno „c“, které nabízelo odpověď na komunikaci a informování zaměstnanců „ne“. Zde je vhodné uvést, že informování zaměstnanců podniku je povinností, která podniku – zaměstnavateli vyplývá přímo ze zákona. Tato povinnost je dána ustanovením zákoníku práce dle § 276: *„Zaměstnanci v základním pracovněprávním vztahu uvedeném v § 3 mají právo na informace a projednání. Zaměstnavatel je povinen informovat zaměstnance a jednat s nimi přímo, nepůsobí-li u něj odborová organizace, rada zaměstnanců nebo zástupce pro oblast BOZP...Informování zaměstnanců a projednání s nimi se uskutečňují na úrovni odpovídající předmětu jednání s ohledem na oprávnění a působnost zástupců zaměstnanců a úroveň řízení.“*[43]

Na tuto otázku navazovala další, jejímž cílem bylo zjistit, jaké jsou nejběžnější formy komunikace mezi podnikem a jeho zaměstnanci. Odpovědi mohlo být v tomto případě samozřejmě více. Vybírat respondenti mohli od „klasických“ komunikačních nástrojů až po ty „moderní“:

- jednání, porady, schůze,
- nástěnky,
- firemní časopis,
- email,
- intranet,
- jiné – možnost pro volnou odpověď.

Součástí této otázky bylo také možné doplnit, v jaké frekvenci je komunikační nástroj využíván:

- pravidelně,
- občas,
- výjimečně,
- nevyužívá se,
- uvažujeme o využití.

Přestože respondenti mohli zvolit více odpovědí, výsledky jsou nastíněné v procentuálním vyjádření zastoupení využívání komunikačních nástrojů. Mezi nejvíce respektive pravidelně využívané komunikační nástroje se řadí na základě informací respondentů tyto:

- jednání, porady – 67 %,
- email – 58 %,
- nástěnky – 42 %,
- intranet – 33 %,
- firemní časopis a schůze – po 17 %.

„Občas“ se mezi respondenty pro komunikaci využívají:

- email a schůze – po 33 %,
- nástěnky – 25 %.

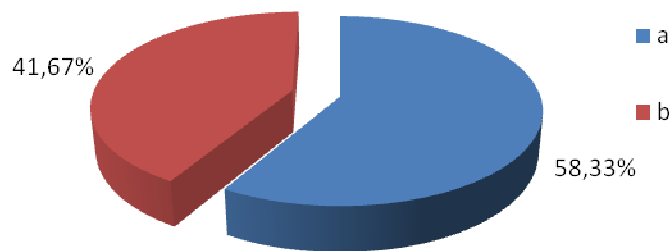
Někteří z respondentů také uvedli, že vůbec nevyužívají komunikačních nástrojů:

- firemního časopisu v 58 %,
- intranetu v 33 %,

- nástěnek v 17 %.

S ohledem na využívané komunikační nástroje mezi managementem podniku a zaměstnanci je zřejmé, že nejužívanějšími jsou jednání, porady, ale také elektronická pošta. Ta je na jednu stranu velmi rychlá, nicméně není využitelná pro všechny zaměstnance. Pracovníci zastávající dělnické profese například zedníka, řidiče či jeřábníka jistě firemním emailem nedisponují. Z tohoto pohledu byla zajímavou informací odpověď části respondentů, že mezi jejich komunikační nástroje patří také dělnické konference, a to s pravidelnou realizací. Vezmeme-li v úvahu, že pracovníci na dělnických profesích nemají přidělenou firemní emailovou adresu, pravděpodobně ani nedisponují technickým vybavením z pohledu firemního počítače a další přístupů do firemních softwarů. Tato skutečnost jistě podtrhuje vyjádření třetiny respondentů, kteří uvedli, že ke komunikaci se zaměstnanci vůbec nevyužívají intranetu. Firemní časopis pak nevyužívá více než polovina respondentů, což může být důsledkem především finanční náročnosti. Přesto 8,3 % respondentů uvedlo, že v roce 2011 uvažují o zavedení a využívání těchto dvou nástrojů pro komunikaci se svými zaměstnanci.

Sociální oblast zahrnuje péči o zaměstnance podniku jako takovou. Do nabídek různých benefitů, výhod, které podniky svým zaměstnancům nabízejí a které mohou zaměstnanci čerpat v rámci např. sociálních programů, začaly před několika lety podniky zahrnovat možnost přispívat zaměstnancům na jejich penzijní připojištění, příp. jejich životní pojištění. Z pohledu zaměstnavatele se samozřejmě jedná o fakt, že si tyto příspěvky může uplatnit formou daňových úlev. Přestože se tento typ benefitu stal jakýmsi obecným standardem nabízených výhod ze strany zaměstnavatelů svým zaměstnancům a mnoho zaměstnanců se o něj při změně zaměstnavatele zajímá (jestli tento benefit nový zaměstnavatel poskytuje či nikoli), ne u každého zaměstnavatele se řadí mezi běžnou nabídku sociálních programů, benefitů, jak vyplývá z podkladů získaných dotazníkovým šetřením.



Graf 15: Podpora systému důchodového zabezpečení

Pozn.: a – ano, b - ne

Zdroj: Vlastní zpracování

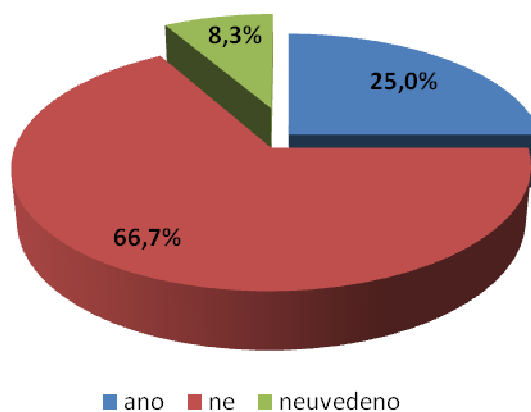
Z grafického znázornění podpory systému důchodového zabezpečení zaměstnanců respondentů je patrné, že tento systému u svých zaměstnanců podporuje více než polovina dotázaných, resp. 58,33 % respondentů. Nejedná se tak ale o nijak výrazné zastoupení.

V návaznosti na podporu důchodového zabezpečení zaměstnanců mohli respondenti v rámci volných odpovědí uvést, jaké další výhody, benefity nabízí, poskytují svým zaměstnancům a o nichž se domnívají, že je možné je označit za „výjimečné“. Z oslovených respondentů se 42 % z nich k této otázce blíže nevyjádřilo, patrně tak jimi poskytované benefity považují za běžné, standardní, nijak výjimečné. Někteří respondenti v návaznosti na předcházející otázku týkající se podpory důchodového zabezpečení zaměstnanců uvedli možnost přispívání k penzijnímu připojištění, resp. životnímu pojištění, které mají jejich zaměstnanci uzavřené. Uvedeny však byly mimo jiné i tyto výhody, které mají podniky ve svých sociálních programech:

- možnost používání služebního automobilu a mobilního telefonu k soukromému užití,
- podpora sportovních aktivit zaměstnanců, možnost využívání firemních sportovišť za zvýhodněné ceny,

- kulturní akce pro děti,
- příspěvky na letní rekreaci dětí, příspěvek na dovolenou,
- společné výlety,
- možnost využití bytu v horské oblasti po celý rok,
- individuální přístup k řešení problémů zaměstnanců (z osobního života),
- nadstandardní lékařské prohlídky nad rámec zákonných povinností zaměstnavatele (vstupní a periodické lékařské prohlídky) a další.

Podstatou další otázky v pořadí, poslední v rámci sociální oblasti, bylo zjistit, zda v případě, kdy je podnik nucen se rozloučit se zaměstnancem, zda mu v této situaci nabízí nějaký způsob pomoci. V úvahu se bere situace, kdy zaměstnavatel ukončuje pracovní poměr se zaměstnancem podle ustanovení zákoníku práce § 52 v případě, kdy se zaměstnavatel ruší, přemísťuje nebo stane-li se zaměstnanec nadbytečným. Z pohledu ekonomického vývoje od r. 2009 byla tato skutečnost velmi častým jevem při snižování počtu zaměstnanců u zaměstnavatelů.



Graf 16: Přístup k zaměstnancům v případě skončení pracovního poměru ze strany zaměstnavatele

Zdroj: Vlastní zpracování

Více než 66 % respondentů – zaměstnavatelů uvedlo, že v případě, kdy se rozhodli ukončit se zaměstnancem pracovní poměr z důvodu § 52 zákoníku práce písm.:

- a) zrušení zaměstnavatele (nebo jeho části),
- b) přemístění zaměstnavatele (nebo jeho části),
- c) stal-li se zaměstnanec nadbytečným,

nenabízí, neposkytují těmto zaměstnancům „pomocnou ruku“ nebo jinou formu podpory. Jedna čtvrtina respondentů však uvedla, že přestože se musí z výše uvedených důvodů s některým ze zaměstnanců „rozloučit“, snaží se jim přesto pomoci. Mezi nejčastější podporu je snaha pomoci najít nové pracovní uplatnění v rámci holdingu společností, mezi svými sesterskými podniky, zrevidovat a zaktualizovat profesní životopis zaměstnance. Někteří z respondentů tuto otázku nezodpověděli, nicméně byla např. doplněna informace, že za dobu působení podniku nebylo nutné z těchto důvodů žádného zaměstnance propustit.

4.3.4 Hodnocení environmentální oblasti CSR

Třetí, ucelenou částí dotazníkového šetření, pomineme-li identifikační část dotazníku, zaměřeného na CSR u podniků zabývajících se hlavní stavební výrobou byly otázky zaměřené na environmentální oblast. Cílem této části dotazníku bylo zjistit, jaký vztah mají respondenti k životnímu prostředí. Jedná se o problematiku velmi aktuální, která stále více nabývá svého významu.

I v tomto případě byly otázky konstruované jako uzavřené s variabilitou odpovědí: „ano“, „ne“, „částečně“, „nevím“ a „nelze použít“. Jako v předcházejících případech, i zde bylo odpovědím přiřazeno hodnotové skóre. Pokud odpověď na otázku zněla „ano“, pak tato odpověď získala skóre 1, v případě odpovědi „částečně“ bylo přiřazeno skóre „0,5“, pokud odpověď zněla „ne“, přiřazeno bylo skóre „0“. Postup vyhodnocení této otázky byl shodný jako v předcházejících případech.

Tabulka 19: Vztah podniků k životnímu prostředí

Podnik	Znalost koncepce CSR	Vztah k životnímu prostředí
A	ano	1
H	ano	1
J	neuvedeno	1
I	ne	0,92
L	ano	0,92
B	ano	0,89
D	ano	0,89
F	ne	0,78
C	ne	0,5
E	ano	0,5
G	ne	0,44
K	ne	0,42

Zdroj: Vlastní zpracování

Na základě výše uvedeného zpracování otázek dotazníkového šetření z části zaměřené na environmentální oblast lze uvést, že respondenti mají k životnímu prostředí kladný vztah, když jich více než polovina dosáhla hodnoty vyšší než „0,8“, přičemž hodnota „1“ byla nejvyšší možnou k dosažení. Průměrná hodnota skóre dosažená za všechny podniky dosáhla výše „0,77“, mediánem je „0,89“ a modem dokonce hodnota „1“.

V případě vztahu k životnímu prostředí lze uvést, že respondenti, kteří mají znalost problematiky CSR, dosahují lepších hodnot výsledků než ti respondenti, jež znalost CSR nemají. Názorně výsledky zachycuje níže uvedená tabulka.

Tabulka 20: Plnění koncepce CSR v rámci ekonomické oblasti

Znalost koncepce CSR	průměrná hodnota	modus	medián
ano	0,87	1	0,91
ne	0,61	0,5	0,50
za všechny respondenty	0,77	1	0,89

Zdroj: Vlastní zpracování

Ani hodnocení vztahu k životnímu nebylo „ochuzeno“ o ověření prostřednictvím analýzy rozptylu i korelačního koeficientu. Stanovena a ověřována byla H_0 : vztah k životnímu prostředí není ovlivněn velikostí podniku podle výše obrátu bez ohledu na počet zaměstnanců; opět se uvažuje 5% hladina významnosti.

Tabulka 21: Vztah respondentů k životnímu prostředí; pomocné výpočty

i	y_{ij}					n_i	$\sum ij$	$ \sum ij ^2$	\bar{ij}	$(\bar{ij})^2 n_i$
I	8	8	9			3	25	209	8,33	208,33
II	4,5	4	5,5	8	2,5	5	24,5	136,75	4,9	120,05
III	9	4	7	5,5		4	25,5	176,25	6,38	162,56
Σ						12	75	522		490,95

Zdroj: Vlastní výpočty

k... 3, n...12

Celkový součet čtverců odrážející celkovou variabilitu:

$$S_y = S_{y,m} + S_{y,v} = \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} y_{ij}^2 - \frac{1}{n} \left(\sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} y_{ij} \right)^2 = 522 - \frac{1}{12} * 75^2 = 53,25$$

Součet čtverců mezi skupinami:

$$S_{y,m} = \sum_{i=1}^k n_i \bar{y}_i^2 - \frac{1}{n} \left(\sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} y_{ij} \right)^2 = 490,95 - \frac{1}{12} * 75^2 = 22,2$$

Součet čtverců uvnitř skupin:

$$S_y = S_{y,m} + S_{y,v}$$

$$S_{y,v} = 53,25 - 22,2 = 31,05$$

K ověření hypotézy H_0 bylo použito testové kritérium: $F = \frac{\frac{S_{y,m}}{k-1}}{\frac{S_{y,v}}{n-k}}$

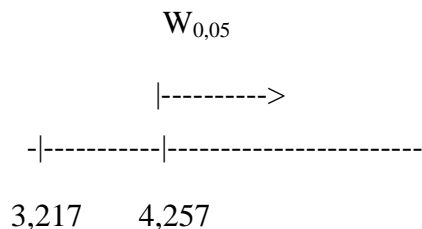
s $k-1$ a $n-k$, resp. 3-1 a 12-3 stupni volnosti. Hodnota testového kritéria:

$$F = 3,217$$

Zvolíme hladinu významnosti $\alpha = 0,05$

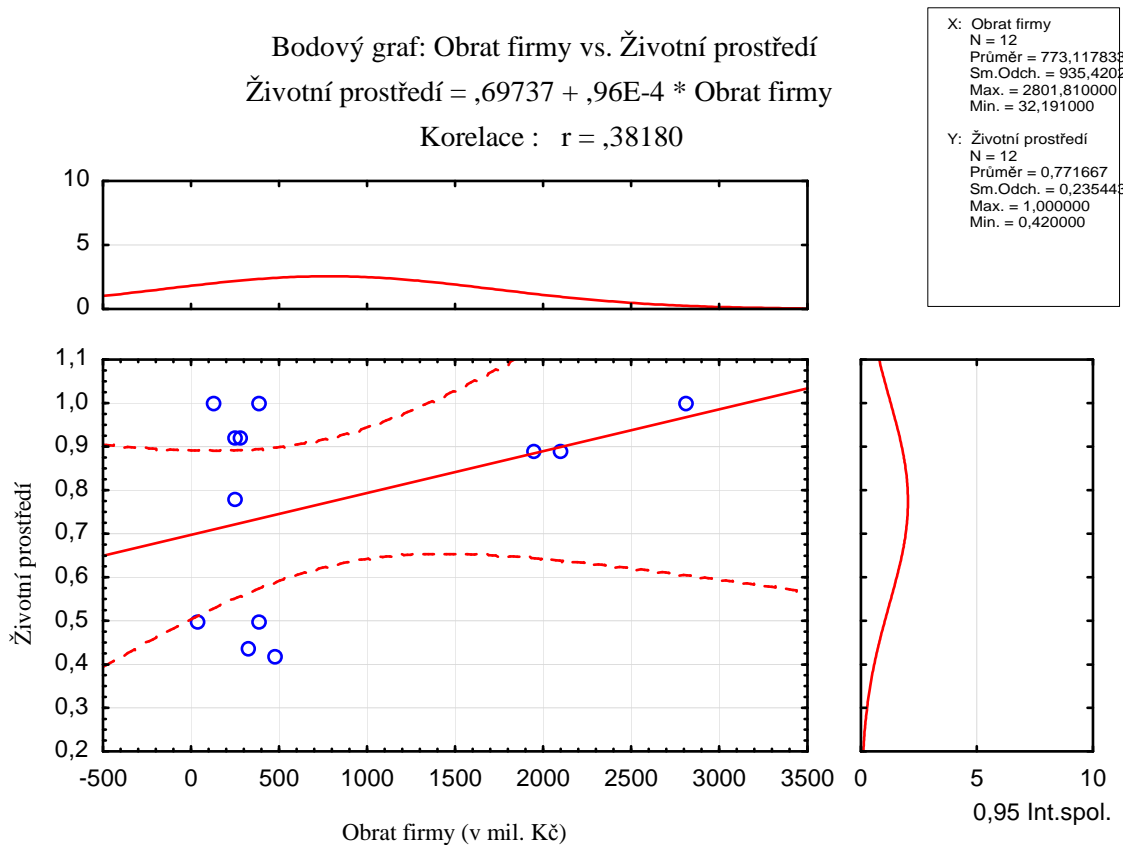
Kritická oblast je definována jako množina $W = \{F; F\} F_{\alpha}(k-1, n-k)\}$.

Kritická hodnota: $F_{0,95} = (2;9) = 4,257$ [14]



Hodnota testovacího kritéria padla do oblasti přípustných hodnot. **Přijímáme hypotézu o nezávislosti na 5% hladině významnosti, nebyl prokázán vztah mezi podniky podle výše obrátu bez ohledu na počet zaměstnanců a vztahem k životnímu prostředí.**

Pro ověření stejné hypotézy H_0 bylo také použito testu významnosti hodnoty korelačního koeficientu ($H_0: \rho=0$). Výpočet byl opět zpracován v softwaru STATISTICA



Graf 17: Vztah k životnímu prostředí vs. respondenti podle výše obratu bez ohledu na počet zaměstnanců

Zdroj: Vlastní zpracování (využití softwaru STATISTICA)

Zjištěná hodnota korelačního koeficientu je $r = 0,38180$. Tabulková hodnota, resp. kritická hodnota korelačního koeficientu $r: P(|r| > r_\alpha) = \alpha$ při rozsahu výběru $n = 12$ činí: $r_{tab.} = 0,5760$ [B3]

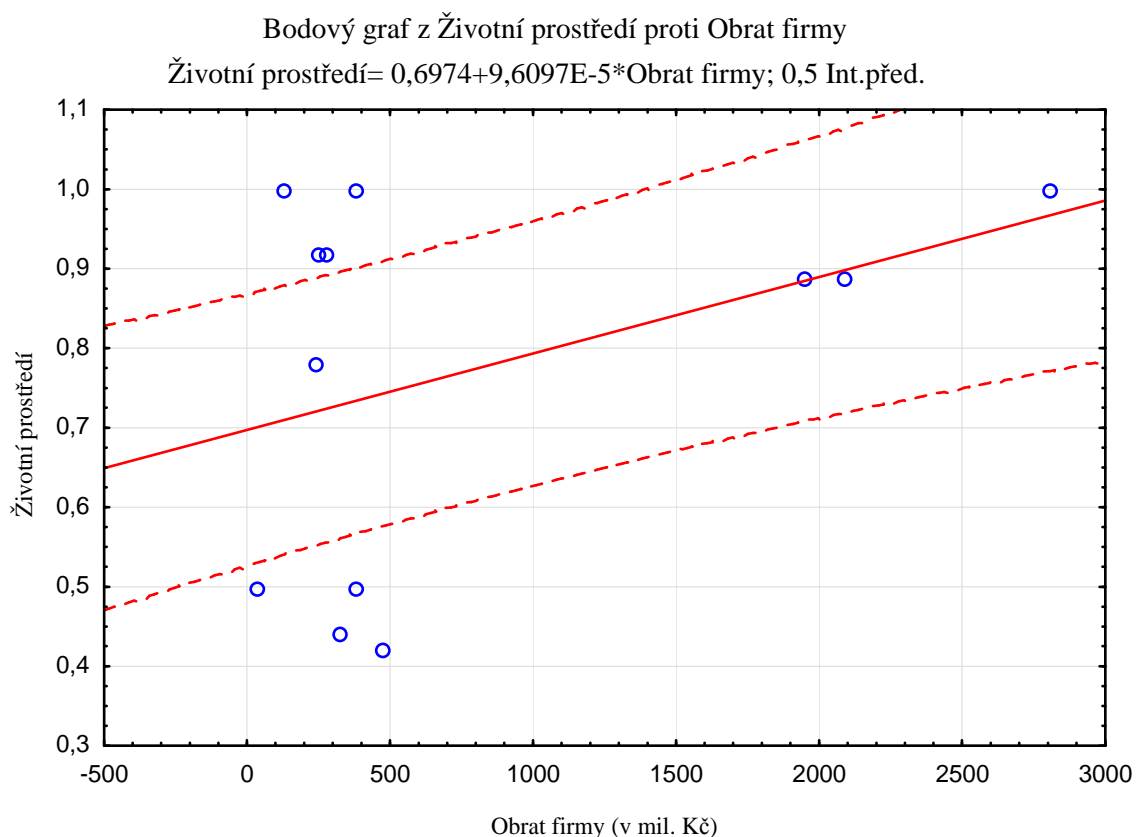
Ze zjištěných hodnot $r < r_{tab}$, hypotézu H_0 tedy nezamítáme, nebyla prokázána statisticky lineární závislost mezi vztahem k životnímu prostředí a velikostí podniku podle výše obratu bez ohledu na počet zaměstnanců.

Při ověřování vztahu mezi velikostí podniku podle výše obratu bez ohledu na počet zaměstnanců a vztahy k životnímu prostředí jak analýza rozptylu, tak i korelační

koeficient shodně ověřily, že nebyl zjištěn statisticky významný vztah mezi těmito veličinami.

Využití 50% předpovědního pásu pro vztah k životnímu prostředí znázorňuje v případě skupiny do 500 mil Kč její rozdělení prakticky na 2 poloviny, přičemž jedna polovina respondentů je představiteli nadstandardního přístupu k životnímu prostředí, když se nachází nad hranicí horního kvartilu, nicméně druhá polovina představuje nejhorší zastoupení. Pro tyto respondenty platí doporučení na zlepšení přístupu k životnímu prostředí.

Zástupci skupiny kolem 2 mld Kč se nachází v prostoru mezi dolním a horním kvartilem.



Graf 18: Vztah k životnímu prostředí vs. podniky podle výše obratu bez ohledu na počet zaměstnanců – 50% předpovědní pás

Zdroj: Vlastní zpracování (využití softwaru STATISTICA)

I pro tento předpovědní pás jsou uvedeny dolní a horní kvartily pro uvedené skupiny respondentů dle dosahované výše obratu:

Tabulka 22: Dolní a horní kvartily u vztahu k životnímu prostředí (z grafu)

Obrat podniku:	Dolní kvartil	Horní kvartil
do 0,5 mld Kč	0,52	0,91
kolem 1 mld Kč	0,625	0,96
kolem 1,5 mld Kč	0,675	1,015*
kolem 2 mld Kč	0,71	1,075*
kolem 2,5 mld Kč	0,75	x*

Zdroj: Vlastní zpracování

Pozn.: * Hodnoty vyplývající z grafického znázornění 50% předpovědního pásu; fakticky nejvyšší možná dosažitelná hodnota je 1 – nevyšší možné dosažitelné skóre (pro info viz výše)

Jak bylo uvedeno, i v případě otázek zaměřených na životní prostředí mohli respondenti jako odpověď označit „nevím“ nebo „nelze použít“. Těchto možností také využili. Odpovědi „nevím“ zvolil níže uvedený počet respondentů u uvedených otázek:

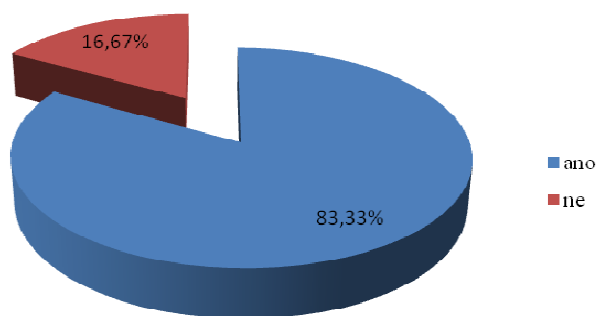
- snižuje-li podnik vliv na životní prostředí prostřednictvím úspor energie – 8,3 %,
- snižuje-li podnik vliv na životní prostředí prevencí znečišťování (týkající se např. hluku, odpadních vod apod.) – 8,3 %,
- může-li podnik ušetřit finanční prostředky snížením dopadu na životní prostředí – 16,7 %.

Přestože u podniků obecně převažuje kladný vztah k životnímu prostředí na základě vyhodnocení odpovědí, respondenti uvedli u některých otázek taktéž vyjádření „nelze použít“. V úvahu tak jistě přichází skutečnost, zda tyto odpovědi nejsou důsledkem charakteristické činnosti, resp. výsledků a „produktů“ činnosti stavebních podniků.

Respondenti v případě odpovědi „nelze použít“ takto vyjádřili své přesvědčení u 4 otázek:

- uvažuje-li podnik o potenciálních dopadech na životní prostředí při vývoji nových výrobků a služeb (v úvahu se bere spotřeba energie, možná recyklovatelnost apod.) – 16,7 %,
- může-li podnik ušetřit finanční prostředky snížením dopadu na životní prostředí – 8,3 %,
- snižuje-li podnik negativní vliv na životní prostředí pomocí udržitelných možností dopravy – 8,3 %,
- informuje-li podnik své zákazníky, dodavatele a další stakeholdery jasně a přesně o ekologických informacích týkající se jejich výrobků, aktivit a služeb – 25 %.

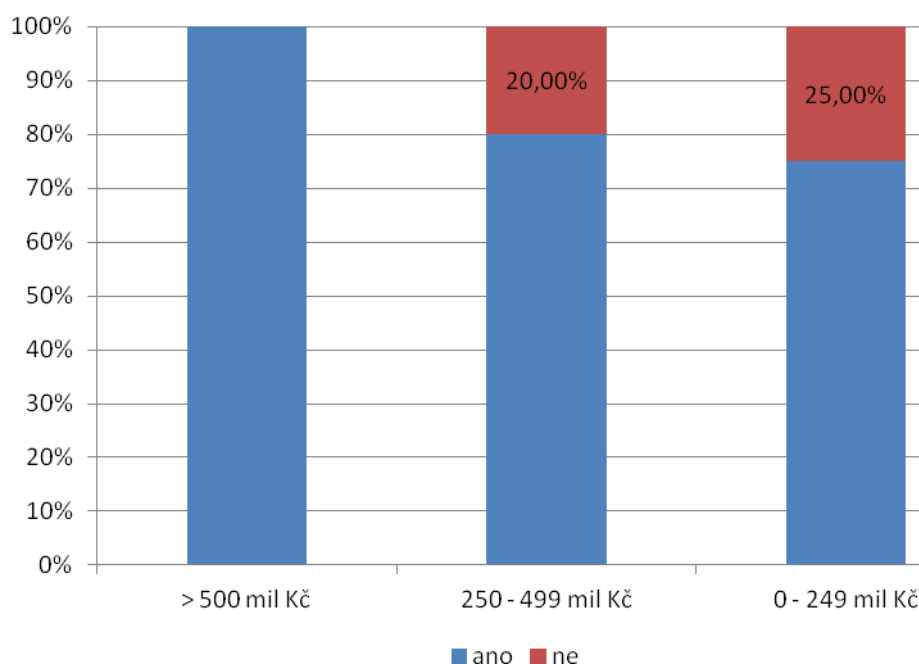
Cílem následujících třech otázek v pořadí bylo ověřit, zda podnik věnuje pozornost vzdělávání svých zaměstnanců v oblasti životní prostředí, je-li v podniku zaveden manažerský environmentální systém a zda podnik splňuje předpoklady v rámci mezinárodních standardů.



Graf 19: Poskytování environmentálního školení zaměstnancům

Zdroj: Vlastní zpracování

Výše uvedené podklady přehledně zachycují, že respondenti zajišťují a podporují školení svých zaměstnanců z problematiky environmentu v 83,33 % případů. Zbývající podniky však uvedly, že toto školení neposkytují. Nasnadě je otázka, proč tomu tak je. K tomu by však bylo zapotřebí doplnit např. v dotazníku možnost tuto informaci uvést (jako otevřenou otázku). Přesto je v úvaze, zda tomu tak není spíše u podniků, kteří mají nižší počet zaměstnanců nebo dosahují nižšího obratu. Z pohledu obratu je přehled uveden níže.



Graf 20: Environmentální školení pro zaměstnance dle obratu podniku

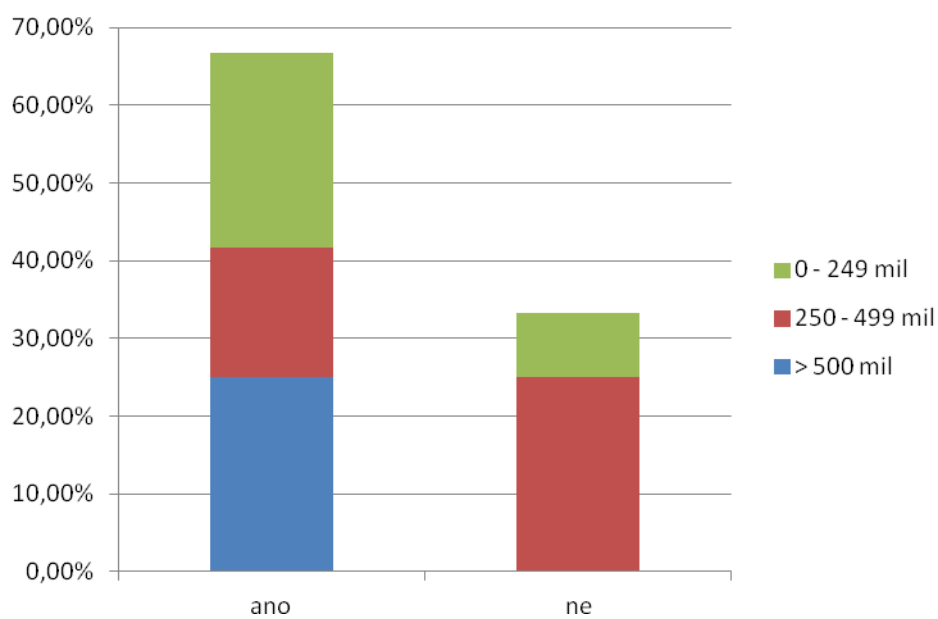
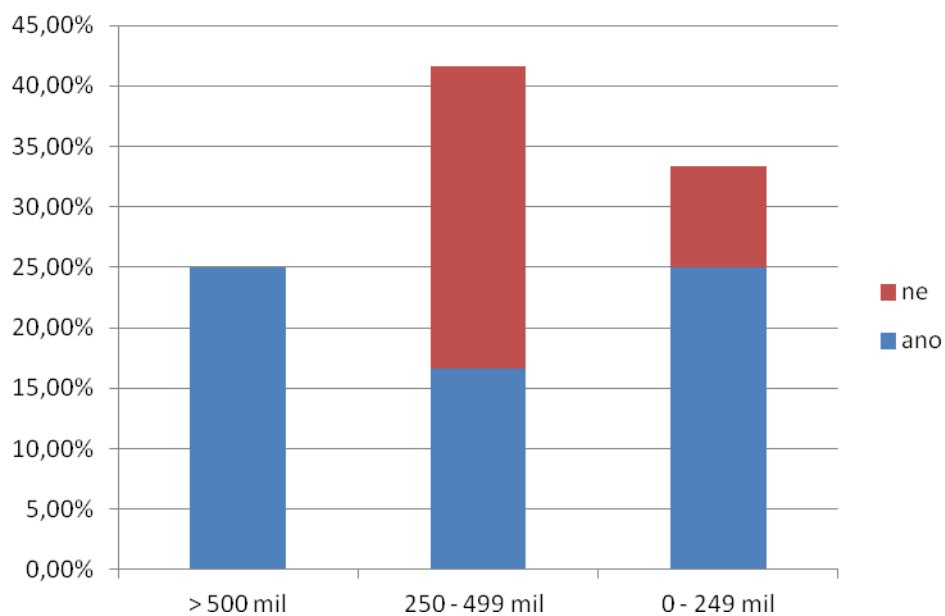
Pozn.: ano – zaměstnancům podniku je poskytováno environmentální školení

ne – zaměstnancům podniku není poskytováno environmentální školení

Zdroj: Vlastní zpracování

Podle podkladů je zřejmé, že jedna čtvrtina respondentů, jejichž obrat se pohybuje v rozmezí do 249 mil Kč, školení zaměstnancům z environmentální oblasti nezajišťují. Stejně tak tomu je i u jedné pětiny respondentů dosahující obratu 250 – 499 mil Kč.

Otázka s pořadovým číslem 22 byla zaměřena na skutečnost, zda je v podnicích zaveden manažerský environmentální systém.



Graf 21 a Graf 22: Existující manažerský environmentální systém

Zdroj: Vlastní zpracování

Zpracování této otázky bylo s ohledem na rozdělení podle výše obrátu. Dvě třetiny respondentů uvedly, že manažerský environmentální systém je u nich zaveden. Přesto jedna třetina uvedla, že tento systém řízení prozatím zaveden nebyl. Z podkladů

respondentů je patrné, že tento systém nebyl dosud zaveden u podniků s obratem 250 – 499 mil Kč (u 25 % respondentů) a 0 - 249 mil Kč (8,33 % respondentů).

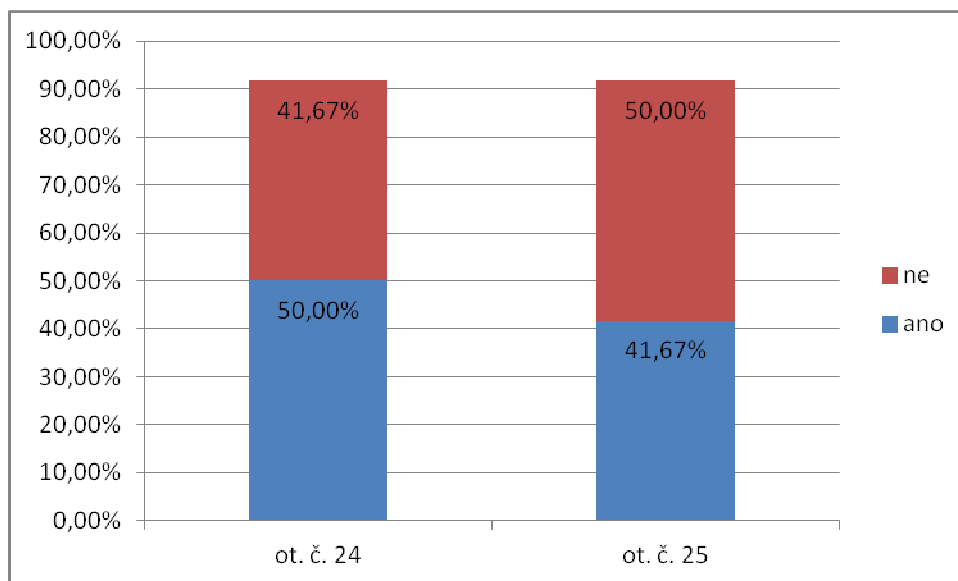
Cílem poslední otázky této části bylo zjistit, zda respondenti splňují předpoklady národních nebo mezinárodních standardů (ISO, EMAS a další). Zvolit mohli z pěti odpovědí:

- a) ano, máme je zavedené a certifikované,
- b) ano, ale prozatím nemáme certifikované, nicméně k certifikaci připravujeme,
- c) spíše ne,
- d) ne,
- e) nevím.

Celých 83,33 % respondentů zvolilo pro svou odpověď nabídku a), tedy že tito respondenti mají zavedené a certifikované některé z národních nebo environmentálních standardů. Zbývajících podíl respondentů uvedlo odpověď c), tedy že spíše předpokladů pro splňování těchto standardů nedosahují.

4.3.5 Zhodnocení současného stavu naplňování koncepce CSR

Následujících několik otázek (počínaje otázkou č. 24) bylo zaměřeno na CSR jako takové. Respondenti měli uvést, zda jejich partnery, resp. stakeholdery, informují o jejich aktivitách z pohledu společenské odpovědnosti a zda je také zapojují do svých CSR činností – otázky č. 24 a 25.



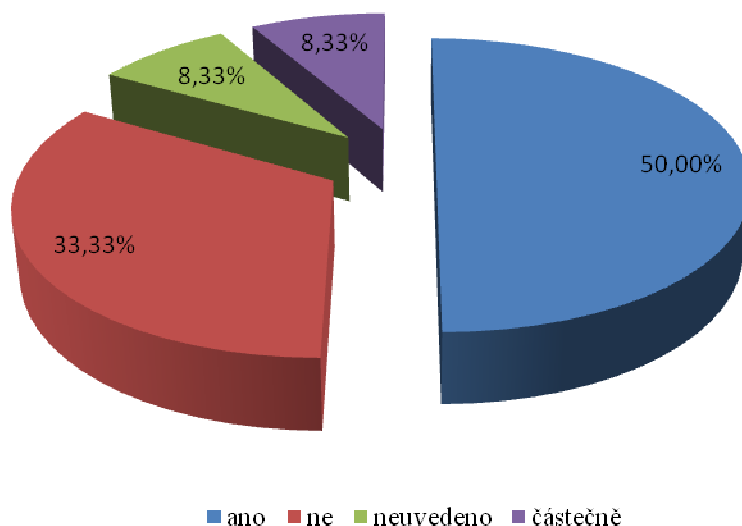
Graf 23: Informování stakeholderů o CSR aktivitách podniku a jejich zapojení do činností podniku

Zdroj: Vlastní zpracování

Polovina respondentů u otázky zaměřené na informování partnerů – stakeholders podniku (ot. č. 24) se vyjádřila kladně, tedy že své partnery o těchto záležitostech informují, naopak téměř 42 % uvedlo, že informace o svých CSR aktivitách neposkytují. „Zbývající“ část respondentů – 8,33 % - si v tomto případě zvolila svoji odpověď, tedy neoznačila možnost ani a), ale ani b) a naopak doplnila, že o svých CSR aktivitách informují stakeholdery zčásti.

Velmi podobných výsledků bylo dosaženo u otázky č. 25, jejímž cílem bylo odhalit, zda podnik zapojuje své stakeholdery do svých CSR aktivit. Zde se však přesně polovina respondentů vyjádřila, že své partnery do CSR činností nezahrnuje. Jako u předcházející otázky, 8,33 % se vyjádřilo, že své partnery zahrnuje z části; téměř 42 % respondentů uvedla, že své stakeholdery do svých CSR aktivit zahrnují.

Neméně podstatnou informací je, zda podniky při výběru svých partnerů – stakeholderů berou v úvahu environmentální, resp. sociální kritéria těchto partnerů. Odpovědi mohli respondenti zvolit opět jednoduše – na výběr měli vyjádření „ano“ a „ne“.

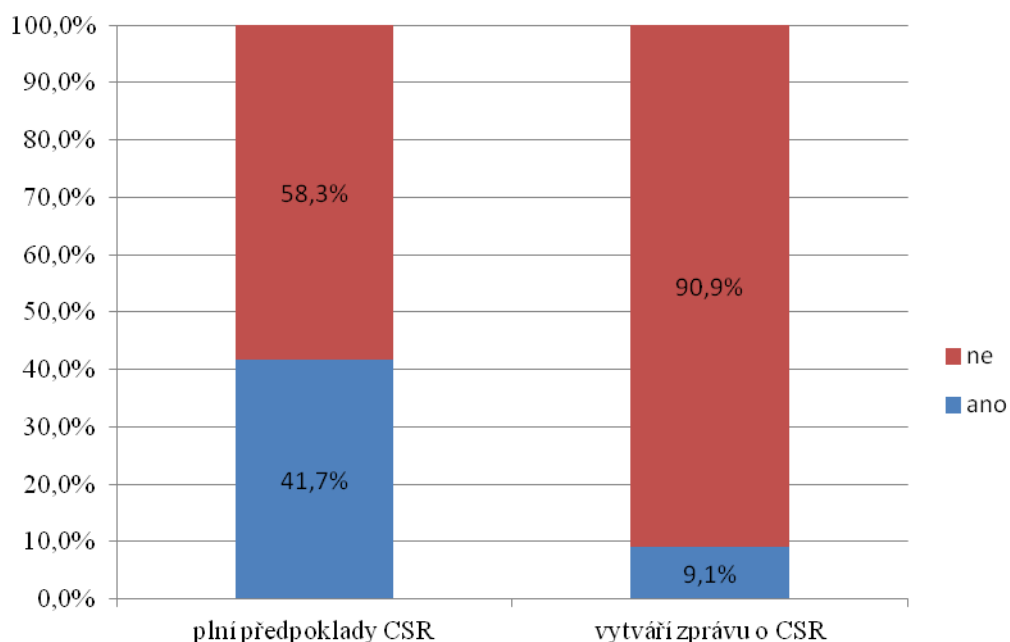


Graf 24: Zohlednění sociálních nebo environmentálních kritérií při výběru partnerů - stakeholderů

Zdroj: Vlastní zpracování

Při odpovědi na tuto otázku se polovina respondentů vyjádřila, že při výběru svých partnerů – stakeholderů bere v úvahu také sociální nebo environmentální kritéria. K tomuto pozitivnímu vyjádření je také možné přičíst vyjádření 8,33 % respondentů, kteří, přestože si odpověď doplnili oproti nabízeným možnostem, se vyjádřili, že tato kritéria berou v úvahu částečně. Zbývající část respondentů neuvedla žádné vyjádření k této otázce.

Cílem otázky pod číslem 27 bylo ověřit, zda se respondenti zajímají, resp. mají informace o tom, že některý z jejich partnerů se zajímá a následuje koncepci CSR či nikoli.



Graf 25: Plnění CSR ze strany partnerů

Zdroj: Vlastní zpracování

Z výše uvedeného grafu je patrné, že na 41,7 % respondentů ví, jsou informováni, že jejich obchodní partneři plní předpoklady CSR. To je možné považovat za velmi dobrý výsledek. Lze usuzovat, že postupem doby se tento poměr ještě zvýší, když respondenti budou této problematice věnovat větší pozornost. Sami se následně budou více zajímat, zda i jejich obchodní partneři koncepci CSR následují či nikoli. Naproti tomu pouze 9 % respondentů ví, že obchodní partneři vytváří zprávu o jejich plnění CSR. Ani v tomto případě se nejedná o „špatný“ výsledek, nicméně jako významnější autorka této práce považuje vyjádření respondentů ke znalosti o plnění koncepce CSR jejich obchodními partnery.

Otázka s pořadovým číslem 28 měla za úkol zjistit, jaké priority řadí respondenti jednotlivým uvedeným problematikám – tématům, které spadají a jsou součástí problematiky CSR. Jednalo se o:

- vzdělávání zaměstnanců,

- péči o zaměstnance,
- rovné příležitosti mužů a žen,
- ekologii,
- vztahy s institucemi státní správy, samosprávy,
- vztahy se školami, neziskovými organizacemi,
- dárcovství,
- nadační činnost, transparentnost a
- nabídka volné odpovědi.

Respondenti měli každému výše uvedenému tématu přiřadit číselné označení v rozmezí 1 – 10, kdy č. 1 představovalo nejvyšší prioritu a č. 10 prioritu nejnižší.

Tabulka 23: Priority jednotlivých témat CSR dle vyjádření managementu podniků

	Průměr	Modus	Medián
Péče o zaměstnance	1,83	1	2
Vzdělávání zaměstnanců	2,17	1	2
Transparentnost podniku	3,09	1; 2	2
Vztahy s institucemi státní správy, samosprávy...	3,64	4	4
Ekologie	3,75	3; 5	3,5
Vztahy se školami, neziskovými organizacemi,...	5,36	5	5
Rovné příležitosti mužů a žen	5,67	3; 4; 6; 8; 9	6
Dárcovství	7,00	7; 8	7,5
Nadační činnost	7,45	8; 9	8

Zdroj: Vlastní zpracování

Z výše uvedeného zpracování je patrné, že se jedná o symetrické rozdělení veličin, neboť zjištěné hodnoty jsou si velmi blízko. V případě „transparentnosti podniku“ lze uvést, že průměrná hodnota byla ovlivněna těmi podniky, pro které představuje tato problematika mnohem nižší prioritu, neboť z hodnot získaných výběrovým modelem a mediánem je patrné, že pro většinu respondentů se jedná naopak o téma velmi aktuální, kterému by v rámci CSR věnovali náležitou pozornost.

Při seřazení problematik dle hodnoty průměru vyplývá, že respondenti považují za prioritně nejdůležitější témata spojená s péčí o zaměstnance, jejich vzděláváním, ale i zmíněnou transparentnost podniku. Na pomyslné čtvrté příčce se umístilo téma zabývající se vztahy s institucemi státní správy a samosprávy. Tato problematika by jistě hrála významnou roli u těch podniků, které mají zájem o realizaci zakázek pro veřejný sektor. Mezi témata v rámci CSR s nejnižšími prioritami se dle respondentů

řadí nadační činnost a dárcovství, ale i problematika beroucí v úvahu rovné příležitosti mužů a žen.

Navazující otázka s pořadovým číslem 29 měla zjistit, které činnosti z výše uvedených jsou u respondentů již realizovány a opět, jakou mají pro respondenty prioritu.

Tabulka 24: Priority realizovaných témat CSR dle vyjádření managementu podniků

	Průměr	Modus	Medián
Péče o zaměstnance	1,92	1	2
Vzdělávání zaměstnanců	2,17	1	2
Transparentnost podniku	2,82	1	2
Ekologie	3,67	3	3
Vztahy s institucemi státní správy, samosprávy...	4,09	5	4
Vztahy se školami, neziskovými organizacemi,...	4,89	5	5
Rovné příležitosti mužů a žen	5,20	3; 4; 9	4,5
Dárcovství	6,00	7	7
Nadační činnost	7,00	8	8

Zdroj: Vlastní zpracování

Taktéž v rámci tohoto zjišťování lze uvést, že na základě hodnot průměru, výběrového modu a mediánu se bude jednat o symetrické rozdělení veličin.

Při posuzování, které z činností jsou u respondentů již realizovány, bylo zjištěno, že s ohledem na stanovené priority jsou respondenti ve shodě se svým vyjádřením, které činnosti z oblasti CSR považují za nejdůležitější. Na prvních třech místech dle hodnot průměru za jednotlivá témata se řadí shodně péče o zaměstnance, jejich vzdělávání a transparentnost podniku. Nicméně na čtvrtou příčku se dle praxe respondentů řadí problematika ekologie před vztahy s institucemi státní správy

a samosprávy. Toto zjištění je jistě velmi pozitivní. Z praxe respondentů tak vyplývá, že nejcennější je pro ně lidský kapitál, kterému se snaží věnovat co největší péči a dále jej vzdělávat, rozvíjet jeho schopnosti, znalosti. Neméně podstatnou je pro respondenty transparentnost jejich činností vůči vnějšímu okolí. Čtvrté příčky dosáhla problematika ekologie, což je jistě také velmi dobrým výsledkem. Je tedy zřejmé, že životnímu prostředí věnují respondenti náležitou pozornost a snižují tak dopady svých činností ve prospěch ochrany životního prostředí.

V případě, kdy respondenti některou z nabízených a uvedených činností nerealizují, měli uvést hodnotu 0. V několika případech této možnosti respondenti využili. Nejvíce tomu tak bylo u činností „vztahy se školami“ a „nadační činnost“, když se k těmto činnostem, resp. „nečinnostem“ vyjádřila plná čtvrtina respondentů.

Z uvedeného je možné odvodit, že tito respondenti patrně příliš se školami, ať už středními odbornými nebo vysokými školami, nespolupracují nebo se rozhodně nejedná o jejich prioritu. V této oblasti se však naskytá velká příležitost – budou-li s těmito organizacemi spolupracovat, mají podniky jedinečnou příležitost vybrat si ještě v předstihu, před ukončením studií, své nové zaměstnance a podílet se již v tomto okamžiku na jejich rozvoji. Jakými cestami je tohoto možné dosáhnout? Stále platí, že pro období letních prázdnin si studenti zajišťují různé brigády, možnosti praxe. Studenti vysokých škol pak pracují i během jejich studií podle toho, jak jim to umožňuje rozvrh. Přestože je v dnešní nelehké době pro podniky prioritní mít dostatek práce především pro své zaměstnance, do rozpočtu jim jistě příliš nezasáhne, pokud na určité období během letních prázdnin přijmou na výpomoc ať již studenta středního učiliště či jiné střední odborné školy nebo univerzity. Ve většině případů management podniků argumentuje tím, že na tyto brigádníky není čas, neustále se jim musí někdo věnovat, kontrolovat je apod. Ano, to jsou jistě pravdivé argumenty. Nicméně, je více než pravděpodobné, že v okamžiku, kdy tento student svá studia dokončí, bude u podniku žádat o pracovní místo. Pro podnik má tato spolupráce výhodu v tom, že kvality tohoto žadatele jsou pro něj již známy (jak je učenlivý, šikovný, samostatný, ale i jestli může do daného kolektivu tzv. zapadnout, což je pro pracovní kolektiv a plnění pracovní úkolů bezesporu velmi důležitým kritériem).

Z pohledu studenta – praktikanta je výhodou stáže nejen to, že získá nějaký finanční obnos za odvedenou práci, ale především to, že má:

- možnost získat praktické zkušenosti a reálný náhled na praxi oproti teoretickému výkladu a studiu ve škole,
- vyzkoušet si nabyté znalosti a dovednosti v praxi,
- zjistit, co skutečné zapojení do pracovního procesu obnáší,
- uvědomit si, čemu by se po ukončení studií chtěl skutečně věnovat, na co se zaměřit (v případě absolventů stavebních škol může někdo z nich dojít k závěru, že se chtějí věnovat a baví je projektování, jiní mohou mít zájem uplatnit se v realizaci nebo naopak při přípravě zakázek apod.),
- vybrat si svého potenciálního zaměstnavatele (na základě pracovního prostředí, kolektivu, přístupu zaměstnavatele k jeho zaměstnancům apod.).

Nadační činnost byla druhou nejčastěji označovanou činností, u níž se respondenti vyjádřili, že nepatří mezi jejich priority. Je velice pravděpodobné, že respondenti mají toto téma spojené zejména s finančními prostředky, které je zapotřebí vložit, a to bez jejich návratnosti. Na druhou stranu je pochopitelné, že v aktuálním, ne zrovna příznivém období hospodářské ekonomiky se podniky snaží co nejvíce minimalizovat své náklady. Nadační činnost nebo podporování jiných organizací je však možné pojmout i jinými pohledy než jen po stránce finanční. Nabízí se například uskutečnění sbírky nepotřebných hraček mezi zaměstnanci a jejich věnování zvolené školce nebo dětskému domovu. V případě, kdy podnik organizuje pro děti svých zaměstnanců některé zábavné nebo sportovní aktivity, opět lze přizvat v rámci možností děti z dětských domovů. Při troše snahy je určitě možné najít mnoho dalších příkladů, jak i ne přímo finančně podporovat školu, domov pro seniory apod.

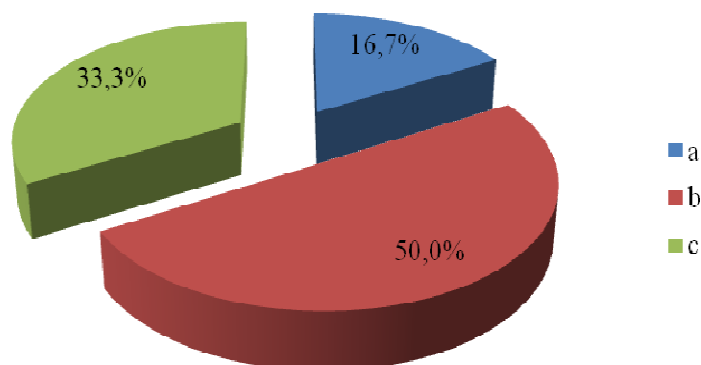
S výše uvedeným bezesporu úzce souvisí činnost „dárcovství“, která byla uvedena jako realizovaná přibližně 16 % respondenty s tím, že ji nepovažují za prioritní činnost. Shodné procento respondentů se vyjádřilo i k činnosti „rovných příležitostí mužů a žen“. U této činnosti by bylo zapotřebí více přemýšlet, z jakého důvodu se respondenti

rozhodli takto vyjádřit. Pokud mají na mysli pouze to, že ve stavebnictví nejsou některé činnosti pro ženy vhodné, pak je to samozřejmě v pořádku. Nicméně jinou situací je, kdy v případě výběrového řízení mají přednost muži, jelikož u ženy hrozí, že jakmile se zapracuje a získá smlouvu na dobu neurčitou, odejde na mateřskou dovolenou. Také v případě kariérních růstů jsou upřednostňováni muži, protože se považují za odolnější vůči stresu, nezůstávají doma s nemocnými dětmi apod. Domnívám se, že tyto názory je v současné době možné označit za skutečné předsudky. Čerpání rodičovské dovolené stále více využívají také muži (ať už z finančních důvodů rodiny, z důvodu zdravotních komplikací u ženy apod.), to samé platí v okamžiku nemoci dětí. Nově přijatý pracovník – muž, po roce působení ve společnosti, se může rozhodnout změnit zaměstnání, stejně jako se může přihodit, že by případně po stejně dlouhé době odešla na mateřskou dovolenou pracovnice - žena. Podstatou rovných příležitostí je to, že je nezbytné nahlížet a hodnotit zaměstnance shodným měřítkem – na základě pracovního výkonu, znalostí, schopností, vzdělání, dovedností, ale třeba i přirozené autority a schopností vést kolektiv, uvažuje-li podnik o novém vedoucím pracovníku toho kterého pracovního týmu.

Poslední činností, která byla respondenty označena za „neprioritní“, byly „vztahy s institucemi státní správy a samosprávy“. U někoho může tato činnost vyvolávat představy o korupci a možném úplatkářství. Podstatou je ale komunikace s orgány státní správy nebo samosprávy. V případě realizace stavebních činností spojených s určitým projektem mohou pro obyvatele, obecně místní komunity, znamenat stavební činnosti určitá omezení, dočasné zhoršení podmínek (například při pohybu po chodících, využívání místních komunit, omezení dodávky vody apod.). V tomto případě je nutné včas informovat a jednat s dotčenými úřady a orgány, aby případná omezení byla buď menšího rozsahu nebo trvala kratší časovou dobu.

Problematika společenské odpovědnosti může být při své realizaci poměrně náročná, což závisí na mnoha faktorech. Jedním z nich je skutečnost, kde se podnik rozhodne naplňovat koncepci CSR a s touto koncepcí teprve začíná nebo již její aplikaci udržuje či rozšiřuje. Dotazníkové šetření také zjišťovalo u managementu podniku, zda považuje za důležité a praktické, aby pro činnosti realizace koncepce společenské odpovědnosti bylo vyčleněno nové oddělení nebo aby byl určen pracovník zabývající se touto

problematikou, případně zda bude postačující přiřadit činnosti některému pracovníkovi nebo útvaru (a rozšířit tak jejich stávající činnosti).



Graf 26: Vytvoření oddělení / určení pracovníka pro plnění koncepce CSR v podniku

Pozn.: a – ano, mělo by tomu tak být; b – stačí, když problematika CSR bude svěřena jako další z náplně práce jednomu z pracovníků; c – domnívám se, že to není nutné

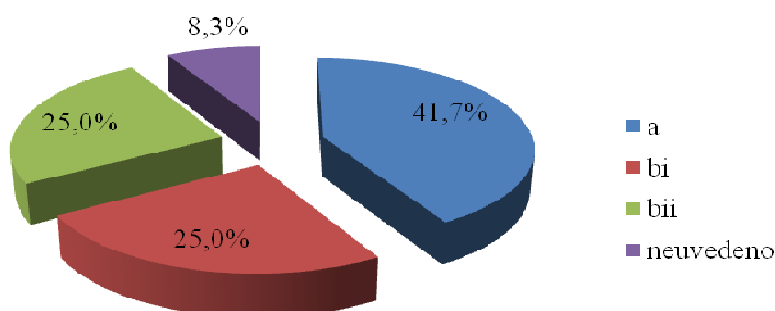
Zdroj: Vlastní zpracování

Podle průzkumu bylo zjištěno, že 50 % respondentů managementu podniků je názoru, aby o problematiku plnění koncepce CSR byla rozšířena pracovní náplň určenému pracovníkovi. Tito respondenti nepovažují za nutné, aby pro aplikaci a plnění koncepce CSR byl přijat / vyčleněn nový pracovník, ev. nové oddělení. S tímto lze souhlasit, avšak je nutné podotknout, že bude bezpochyby odlišné, o jakou fázi či úroveň plnění koncepce CSR se jedná a také v jak velkém podniku. Pakliže by se jednalo teprve o zavádění koncepce CSR v podniku, bylo by jistě vhodnější, aby se určený pracovník věnoval této problematice naplno. Po jejím zavedení a výkonu dohledu nad činnostmi plnění koncepce společenské odpovědnosti může být již jen jako součást pracovní náplně určeného pracovníka. Jelikož koncepce CSR v sobě zahrnuje témata z oblasti životního prostředí, ekonomické i sociální oblasti, bude zapotřebí úzké spolupráce tohoto pracovníka s ostatními odděleními – pracovníky např. personálního oddělení, pracovníky, kteří odpovídají za oblast ochrany životního prostředí, dále

např. s obchodními manažery, ekonomickým útvarem apod. Co je však v této fázi nejdůležitější - mít podporu a oporu v managementu podniku.

Pouhých 16,7 % respondentů se vyjádřilo, že vytvoření oddělení nebo vyčlenění pracovníka, kteří se budou zabývat pouze problematickou CSR, je vhodným řešením. Naopak třetina respondentů na uvedenou otázku odpověděla, že z jejich pohledu není nutné, aby bylo vytvořeno oddělení nebo určen pracovník, který by se zabýval problematikou koncepce plnění společenské odpovědnosti.

Cílem jedné z posledních otázek dotazníkového šetření bylo zjistit, jaký je zájem respondentů o problematiku společenské odpovědnosti. Pokud je pro ně tato koncepce zajímavá, respondenti mohli uvést, že mají zájem o získání další informací a podkladů, které jim budou i v souvislosti s tímto dotazníkovým šetřením poskytnuty. Někteří z respondentů však mohou být s danou koncepcí CSR již více obeznámeni, tudíž mají dostatek podkladů a nezbytných informací, ev. koncepce CSR pro ně není předmětnou.



Graf 27: Zájem respondentů o informace ke koncepci CSR

Pozn.: a – ano; bi – ne (máme dostatek informací); bii – ne; tato problematika pro nás není předmětná

Zdroj: Vlastní zpracování

Z uvedeného lze usuzovat, že problematika koncepce CSR je pro respondenty zajímavou. Takto usuzovat je možné na základě vyjádření více než 40 % respondentů,

kteří díky této otázce projeví zájem o získání dalších informací a podkladů k CSR. Polovina ze zúčastněných respondentů zapojených do tohoto dotazníkového šetření uvedla, že o doplňující informace k CSR nemají zájem, přičemž tuto skupinu respondentů je možné dále rozdělit také na polovinu (resp. tedy na čtvrtinu z celkového počtu respondentů) – polovina respondentů uvedla, že další informace k CSR nepotřebují, neboť ty, kterými disponují, považují za dostatečné. Druhá polovina uvedla, že pro ně koncepce CSR není předmětnou.

4.4 Shrnutí empirického výzkumu

Na základě provedeného zpracování podkladů mezi podniky – respondenty za ekonomickou oblast společenské odpovědnosti lze uvést, že respondenti dosahují velmi dobrých až vynikajících výsledků. Respektive, že jejich vztah k CSR v rámci ekonomické oblasti je na velmi dobré úrovni. Při zjišťování byla ekonomická oblast rozčleněna do dvou částí, a to ve vztahu k firemním hodnotám a k chování podniku na trhu. Za každou tuto část bylo možné získat skóre v maximální výši „1“, resp. pak skóre „2“ za obě dvě části. U tří čtvrtin respondentů bylo zjištěno, že dosahují skóre více než 1,53 z 2 maximálně možných, což lze označit za výsledek velmi dobrý. Pouze necelých 17 % respondentů nedosáhlo ani celkového skóre „1“. U těchto respondentů tak existuje mnoho příležitostí, jak svůj přístup a vztah k firemním hodnotám a chování na trhu vylepšit. Doporučuji projít relevantní otázky a vzít v úvahu, u kterých z těchto otázek by bylo možné dosáhnout vyšší úrovně nejdříve.

Prostřednictvím analýzy rozptylu se ověřoval vztah respondentů k firemním hodnotám a chování na trhu z pohledu velikosti podniku podle dosahované výše obratu bez ohledu na počet zaměstnanců. Testování bylo uskutečněno při předpokládané hladině významnosti 0,05. Při aplikaci analýzy rozptylu bylo zjištěno, že nebyl prokázán vztah mezi firemními hodnotami a velikostí podniku podle dosahované výše obratu bez ohledu na počet zaměstnanců, ani mezi chováním na trhu a velikostí podniku podle dosahované výše obratu bez ohledu na počet zaměstnanců. Zkoumané veličiny jsou tedy statisticky nezávislé. Stejná hypotéza byla také ověřována pomocí významnosti korelačního koeficientu, výpočet byl uskutečněn pomocí softwaru STATISTICA. Ani v tomto případě nebyla prokázána statisticky lineární závislost mezi zkoumanými

veličinami. Pomocí použití tzv. 50% předpovědního pásu u firemních hodnot bylo zjištěno, že v případě respondentů do 500 mil Kč obratu 2 respondenti představují zástupce nejhorších podniků v uvedených krajích a měli by zvážit nápravu. Jeden respondent naopak dosahuje nadstandardní hodnoty, neboť se umístil v horním kvartilu. V případě chování na trhu opět 2 respondenti ve skupině do 500 mil Kč obratu reprezentují „nejhorší“ podniky v daných krajích. Zde opět vyplývá doporučení k nápravě. Naopak dokonce 2 respondenti v této skupině jsou respondenty nadstandardními.

Při zohlednění vztahu respondentů k ekonomické oblasti z pohledu jejich znalosti koncepce CSR bylo zjištěno, že i ti respondenti, kterým problematika společenské odpovědnosti nebyla dosud známa, využívají jejích prvků a dosahují velmi dobrých výsledků. Průměrné dosažené skóre u těchto respondentů činí 1,36 z 2 maximálně možných.

V případě vyhodnocení výsledků za sociální oblast společenské odpovědnosti je nutné konstatovat, že v rámci tohoto sledování dosahují respondenti horších výsledků, než jak tomu bylo v případě za ekonomickou oblast.

Jestliže bylo možné za otázky týkající se jednání se zaměstnanci a vztahu podniku k místním komunitám získat opět nejvyšší možné skóre 2, nejvyšší dosaženou hodnotou bylo však skóre 1,6. Žádný respondent nedosáhl hodnoty maximálně možného skóre za část věnovanou jednání se zaměstnanci ani v části zaměřené na vztah k místním komunitám. V této části dosahovali respondenti nejnižších skór. Průměrná hodnota za všechny respondenty dosáhla 1,23, přičemž u ekonomické oblasti tato hodnota činila 1,53.

Při zohlednění, jestli je respondentům problematika koncepce CSR známa či nikoli, je mezi těmito dvěma skupinami nižší rozdíl při dosažení celkového skóre než v případě ekonomické oblasti. Celkové dosažené průměrné skóre u respondentů, kteří neznají koncepci CSR, je 1,11. Pro obě skupiny respondentů, respektive pro všechny zúčastněné, vyplývá na základě zjištěných faktů doporučení podrobně se na tuto oblast zaměřit, znovu projít jednotlivé body a zvážit, kde by byl prostor a možnosti pro zlepšení.

Také v tomto případě bylo použito analýzy rozptylu a korelačního koeficientu pro ověření vztahu mezi veličinami – jednání se zaměstnanci a vztahem k místním komunitám a velikostí podniku podle dosahované výše obratu bez ohledu na počet zaměstnanců. Na základě těchto statistických metod bylo zjištěno, že nebyla mezi zkoumanými veličinami prokázána statisticky lineární závislost. Zkoumané veličiny jsou tedy statisticky nezávislé.

V rámci použití tzv. 50% předpovědního pásu bylo zjištěno, že jak u jednání se zaměstnanci, tak i u vztahu k místním komunitám má skupina podniků do 500 mil Kč obratu zástupce pod hranicí dolního kvartilu, tedy že tyto jsou představiteli „nejhorších“ podniků v daných krajích. Pro tyto podniky tak vyplývá doporučení na zlepšení. Nicméně byli zjištěni i zástupci „nadstandardní“, když se tyto nacházejí naopak nad hranicí horního kvartilu.

Velmi pozitivním zjištěním na základě zpracování podkladů je skutečnost, že tři čtvrtiny respondentů pravidelně se svými zaměstnanci komunikují a využívají rozmanitých nástrojů pro komunikaci. Nejméně využívaným nástrojem je firemní časopis, což může být samozřejmě z pohledu finančních nákladů na jeho zhotovení. Přesto někteří z respondentů uvedli, že mají v plánu jeho vydání v roce 2011 zrealizovat.

Pro zaměstnance se za posledních několik let stal velmi ceněným benefitem ze strany zaměstnavatele příspěvek k jejich penzijnímu připojištění nebo životnímu pojištění. Na základě dotazníkového šetření bylo zjištěno, že více než 58 % respondentů má tento benefit pro své zaměstnance ve svém sociálním programu zahrnutý. Mezi další výhody, které respondenti svým zaměstnancům nabízí, patří ze zjištění možnost využívání služebního auta a mobilního telefonu k soukromému užití, zajištění kulturních akcí pro děti vč. příspěvku na dovolenou, podpora sportovních aktivit zaměstnanců apod.

Za environmentální oblast společenské odpovědnosti dosahují na základě zjištěných výsledků respondenti velmi dobrých výsledků. Nejvýše možné dosažitelné skóre mělo hodnotu 1. Znamená to, že respondenti na uvedené otázky odpověděli „ano“ – máme, uvažujeme, využíváme apod. Tohoto plného skóre dosáhla plná čtvrtina respondentů, přičemž na 33 % respondentů k plnému počtu nemá daleko. Pro zbývající třetinu

respondentů je tu však prostor pro zlepšení, neboť pro tyto respondenty byla nejvyšší dosaženou hodnota skóre 0,5 a nižší.

Pokud vezmeme v úvahu tu část respondentů, pro něž byla koncepce společenské odpovědnosti prozatím neznámou, dosáhli tito respondenti poměrně slušného výsledku. Průměrná hodnota dosaženého skóre byla v tomto případě 0,61.

Pro ověření vztahu mezi jednotlivými veličinami – vtať k životnímu prostředí a velikost podniku podle dosahované výše obratu bez ohledu na počet zaměstnanců bylo využito jako v předcházejících částech analýzy rozptylu a korelačního koeficientu. I v tomto případě bylo zjištěno, že nebyla mezi zkoumanými veličinami prokázána statisticky lineární závislost. Zkoumané veličiny jsou tedy statisticky nezávislé.

Cílem dalších otázek dotazníkového šetření bylo zjistit, zda je u respondentů zaveden manažerský environmentální systém, zda se věnují environmentálnímu školení zaměstnanců a zda respondenti splňují předpoklady národních nebo mezinárodních standardů. Více než 80 % respondentů uvedlo, že věnují pozornost environmentálnímu školení svých zaměstnanců, což je vynikajícím výsledkem. Při srovnání, které podniky se této problematice věnují, resp. nevěnují, bylo zjištěno, že nejmenší pozornosti takto tematicky zaměřenému školení se z jedné čtvrtiny nevěnují podniky s obratem 249 mil Kč a méně. K nim se řadí také pětina respondentů ze skupiny podniků s obratem 250 – 499 mil Kč. Je zřejmé, že respondenti s nižším obratem směřují své finanční prostředky do jiných oblastí než na školení za životní prostředí. Přesto i pro tyto respondenty vzniká doporučení, aby takovéto školení bylo zavedeno. Nemusí být rozsáhlé, postačí základní informace, které v rámci svých činností a aktivit mohou zaměstnanci realizovat i v běžném občasném životě. Zajímavostí by jistě byly informace, kolik např. tun odpadu podnik vyprodukuje, kolik se ušetřilo energie v rámci zavedení určitých opatření apod.

Je-li u respondentů zaveden environmentální manažerský systém, bylo zjišťováno s ohledem na velikost podniku podle výše jeho obratu. Tento systém řízení nemá zavedena čtvrtina respondentů dosahující obrat 250 - 499 mil Kč a přibližně 8 % respondentů s obratem 0 – 249 mil Kč. Celkem tedy tento systém nemá zavedena

třetina respondentů. Je tedy velmi dobrým výsledkem, když můžeme naopak uvést, že dvě třetiny respondentů mají zaveden manažerský environmentální systém řízení.

Velmi dobrého výsledku dosáhli respondenti při odpovědi na otázku, zda splňují předpoklady národních a mezinárodních standardů (ISO, EMAS apod.). 80 % dotázaných uvedlo, že je mají zavedené a certifikované.

Z pohledu informovanosti stakeholderů o aktivitách CSR polovina respondentů uvedla, že o svých činnostech zaměřených na CSR informují, přičemž více než 8 % respondentů zvolilo vlastní odpověď, že informují své stakeholdery zčásti. Oproti tomu 42 % respondentů zapojuje své stakeholdery do svých aktivit a více než 8 % respondentů uvedlo, že je zapojují z části.

Cílem jedné z dalších otázek bylo zjistit, zda a případně do jaké míry zohledňují respondenti při výběru svých stakeholderů otázky sociálních a environmentálních kritérií. Kladně, tedy že tato kritéria jsou pro respondenty významná, se vyjádřila polovina zapojených respondentů, částečně je v úvahu bere více než 8 % respondentů; naopak celá třetina o nich vůbec neuvažuje.

U respondentů se také zjišťoval jejich postoj k jednotlivým tématům v rámci koncepce CSR, na základě stanovení priorit. Každé uvedené oblasti měl respondent přiřadit hodnotu od 1 do 10, přičemž číslo 1 bylo s nejvyšší prioritou a 10 s nejnižší. Na základě dosažených průměrných hodnot vyplývá, že na první místa v pořadí se dle vyjádření respondentů řadí: péče o zaměstnance, vzdělávání a transparentnost podniku. Stejného pořadí dosáhla témata při zjištění hodnot výběrového modu i mediánu.

Otázka, která následovala, byla velmi obdobná. Na výběr byly stejné oblasti, ale respondenti měli určit, které z těchto oblastí – činností a právě s jakou prioritou jsou již u nich realizovány. Nutno podotknout, že pořadí bylo úplně shodné – tedy na pomyslných prvních třech místech se umístily opět péče o zaměstnance, vzdělávání i transparentnost podniku.

Z těchto dvou zjištění lze shrnout, že pro respondenty je na prvním místě lidský kapitál, plně si uvědomují jeho význam a nenahraditelnost.

Naopak na posledních pomyslných přičkách se umístily dárcovství a nadační činnosti.

S ohledem na koncepci CSR byla zahrnuta otázka, zda se management podniku domnívá, jestli by měl být ustanoven pracovník pro řízení koncepce CSR nebo bude postačující, pokud se o tuto činnost rozšíří pracovní náplň některého ze stávajících pracovníků. K této druhé variantě se přiklonila polovina respondentů, více než 16 % se přiklání k variantě samostatného pracovníka (útvary) pro CSR.

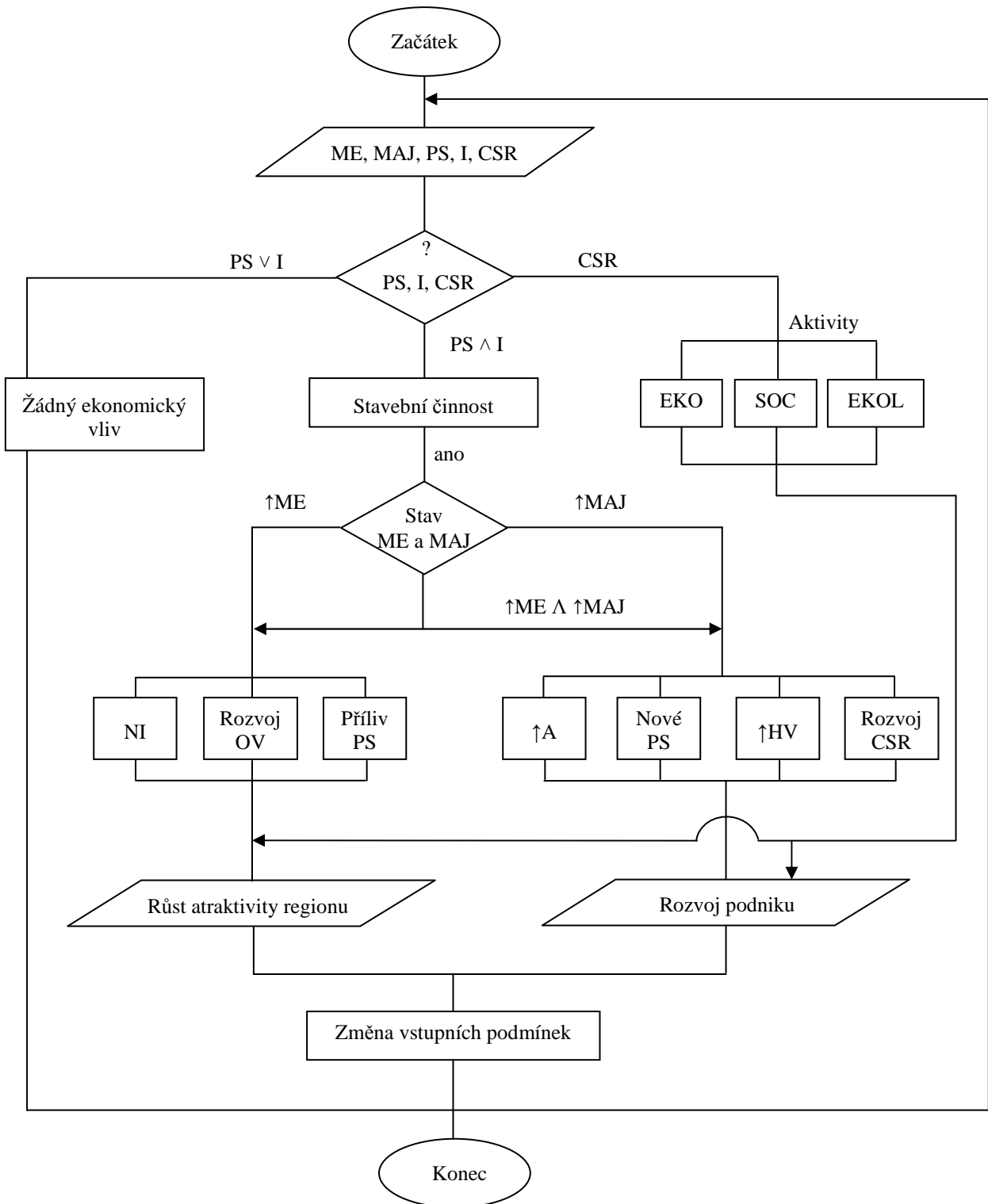
Jednou z posledních otázek byl dotaz na množství informací k CSR, resp. zda by podniky ocenily další informace. Na základě vyhodnocení by více než 40 % z oslovených respondentů informace k problematice CSR přivítalo, čtvrtina uvedla, že mají dostatek potřebných podkladů.

5 Model kauzálních vztahů mezi činnostmi stavebního podniku a místní ekonomikou a ukazatel Míry uplatňování CSR

5.1 Kauzální analýza dopadu činností stavebního podniku na místní ekonomiku

Na základě syntézy poznatků z odborné literatury a provedeného empirického výzkumu lze konstatovat, že nejen aktivity v oblasti CSR, ale veškeré činnosti stavebního podniku mají vliv na rozvoj regionu, kde příslušný stavební podnik působí. Vztahy popisují grafickým modelem kauzálních vztahů mezi činnostmi stavebního podniku a místní ekonomikou, který je znázorněn vývojovým diagramem.

Obrázek 2: Grafický model kauzálních vztahů mezi činnostmi stavebního podniku a místní ekonomikou



Zdroj: Vlastní zpracování

Pozn.:

ME – místní ekonomika; MAJ – majetek podniku; PS – pracovní síla; I – investice; NI – nové investice; OV – občanská vybavenost; HV – hospodářský výsledek; A – aktiva podniku; CSR – společenská odpovědnost firmy; EKO – ekonomické aktivity; SOC – sociální aktivity; EKOL – ekologické aktivity

Vstupními veličinami jsou: místní ekonomika (ME), majetek podniku (MAJ), pracovní síla (PS), investice (I) a společenská odpovědnost firmy (CSR). Pro zjednodušení modelu byl stanoven předpoklad, že v rámci investic mohou být uvažovány nové stavby, rekonstrukce a modernizace, rozsáhlé opravy.

V modelu se zkoumá, jaký je stav pracovní síly, investic a společenské odpovědnosti a podle stanovených podmínek jsou zakresleny dopady stavební činnosti na rozvoj regionu a rozvoj podniku a stejně tak i dopad činností v oblasti CSR na region a podnik.

Pro realizaci stavební činnosti je důležité, zda má podnik pro činnost dostatek pracovních sil a současně existuje finanční zajištění pro příslušnou investici. Pokud ano, realizuje se stavební činnost, která se odráží do stavu místní ekonomiky a majetku podniku. Pokud ne, ke stavební činnosti nedochází a podnik tedy nevykazuje žádný vliv na místní ekonomiku a nezískává ani možnost vlastního rozvoje.

Kritérium, zda podnik uplatňuje koncepci CSR, je na pracovní síle a investicích nezávislé, protože aktivity v oblasti CSR mohou být vyvíjeny, přestože podnik stavební činnost právě nevyvíjí (tzn., pokud stavební podnik vyvíjí stavební činnost a současně je aktivní v CSR, jedná se o optimální působení na region i rozvoj vlastní organizace).

Místní ekonomika a majetek podniku mohou vykazovat tři stavy:

1. Roste pouze místní ekonomika, ovšem podnik realizuje stavební činnost s nulovým efektem pro svůj rozvoj, tzn., majetek podniku se nemění.
2. V důsledku stavební činnosti roste majetek podniku, ovšem realizovaná činnost je takového charakteru, že nemá dopad na růst místní ekonomiky.
3. V důsledku stavební činnosti roste místní ekonomika i majetek podniku.

Bližší popis výše uvedených stavů:

Ad 1.

Rozvoj místní ekonomiky se může odrážet v nových investičních příležitostech, v rozvoji občanské vybavenosti i v přílivu nové pracovní síly. To vše působí na zvýšení atraktivity regionu.

Ad 2.

Podnik realizuje pouze takovou stavební činnost, která vede k jeho rozvoji, což představuje možný růst aktiv podniku, možnost přijetí nových pracovních sil, obvykle se odráží ve zlepšení hospodářského výsledku a management podniku se může věnovat aktivitám podporujícím CSR. Lze předpokládat, že tyto stavební aktivity jsou minimální, nicméně v modelu jsou zohledněny (např. modernizace vlastních budov).

Ad 3.

Stavební činnost má dopad jak na růst místní ekonomiky, tak na růst majetku podniku, což je optimální situace z hlediska rozvoje regionu i rozvoje podniku.

Aplikuje-li podnik principy CSR, a to v ekonomické, sociální nebo ekologické oblasti, opět dochází k ovlivnění regionu a lze předpokládat růst atraktivity regionu. Dále je uveden příklad činností, které mají vztah k CSR a mohou být v jednotlivých oblastech vyvíjeny i v případě, kdy podnik momentálně nevyvíjí stavební činnost:

a) v rámci ekonomické oblasti:

- poskytování informací o výrobcích a službách,
- snaha co nejvíce informovat zákazníky o firemních hodnotách,
- rozvíjení vztahů s obchodními partnery i vládními institucemi;

b) v sociální oblasti:

- rozvoj systému sociální péče,

- rozvoj a podpora vztahů s místními komunitami;

c) v environmentální oblasti:

- poskytování informací o environmentálních aktivitách stakeholderům,
- aktivní zapojování do činností v rámci péče o životní prostředí (např. udržování zeleně).

Stavební činnost podniku a aktivity spojené s CSR mají tedy v každém případě vliv na změnu vstupních podmínek popisovaného modelu.

5.2 Ukazatel Míra uplatňování CSR

Pro potřeby manažerů sledovat úroveň CSR a její rozvoj v podniku i ve vztahu k okolí byl navržen v disertační práci ukazatel **Míra uplatňování CSR**. Jeho jednotlivé indikátory následují základní principy a oblasti CSR, ovšem podle specifických podmínek podniku. Jiná kritéria bude volit např. stavební podnik zaměřující se na hlavní stavební výrobu, jehož činnosti mají přímý vliv na životní prostředí, jiná např. projektová kancelář. Na první pohled se u těchto dvou subjektů bude odlišovat jejich přístup k environmentu, resp. váha (stupeň) dílčích indikátorů pro tuto oblast.

5.2.1 Konstrukce ukazatele Míra uplatňování CSR

Míra uplatňování CSR může obsahovat níže uvedené, podle potřeby modifikované indikátory. Aby bylo možné posuzovat míru zlepšování a v podstatě na samém počátku hodnocení míry plnění CSR určit, kde se podnik nachází, je nezbytné ke každému indikátoru stanovit škálu pro jeho hodnocení a k té pak popisnou charakteristiku. Při stanovení intervalu je vhodné stanovit pro škálu sudý počet prvků, aby hodnotitele nelákala možnost vybrat prostřední hodnotu jako tzv. „zlatý střed“. Kromě vyhodnocení pomocí škály lze využít také jazykovou proměnnou Uplatnění indikátoru. V tomto případě budou hodnoty jazykové proměnné vyjádřené takto: nízké, střední, vysoké, úplné.

Indikátory zahrnuté v míře uplatňování CSR musí postihovat všechny pilíře, takže musí vyhodnocovat ekonomickou, sociální i environmentální oblast.

5.2.1.1 Dílčí indikátory Míry uplatňování CSR

Soubor dílčích indikátorů, které lze zahrnout do Míry uplatňování CSR, je zpracován v tabulkové formě včetně jejich zařazení do jednotlivých pilířů, vymezení škály a charakteristiky jejich stupnice (tabulka 25).

.

Tabulka 25: Dílčí indikátory ukazatele Míra uplatňování CSR

Píleř CSR	Oblast v rámci píleře CSR	Indikátor	Stupnice (nebo hodnota jazykové proměnné) a charakteristika			
			1 (nízké)	2 (střední)	3 (vysoké)	4 (úplné)
Ekonomický	Vztah k zákazníkům a spotřebitelům	Přesné informace o výrobcích, službách	Zákazníkům, spotřebitelům jsou předávány pouze základní povinné informace o výrobku vyplývající z legislativních předpisů.	Zákazníkům, spotřebitelům jsou poskytovány doplňující informace o výrobku nad rámec požadavků legislativních předpisů; spotřebitelé vědí, kde a s kým mohou hovořit v souvislosti s případnými reklamacemi.	Zákazníkům, spotřebitelům jsou poskytovány doplňující informace o výrobku nad rámec požadavků legislativních předpisů, které jsou pravidelně aktualizovány a doplňovány o inovace výrobků a služeb.	Zákazníci, spotřebitelé mají všechny možné dostupné informace o výrobku vč. materiálů (a jejich zdrojích), ze kterého je produkt vyroben, jakými technologiemi je produkt vyráběn, dopady těchto činností na životní prostředí apod.; aktivní dialog je velmi pozitivně přijímán, zákazníci tak mají možnost podílet se na případných modifikacích/vylepšeních výrobků.
		Vedení aktivního dialogu	Podnik se zákazníky, spotřebiteli nevede aktivní dialog, o jejich názory, postřehy se aktivně nezajímá.	Podnik se zajímá o názor svých zákazníků, spotřebitelů, k poskytovaným službám, zboží v omezené míře; spotřebitelé mohou svůj názor vyjádřit na pobočce podniku, elektronickou cestou, prostřednictvím speciální linky pro zákazníky apod.	Podnik se v pravidelných intervalech zajímá o názor svých zákazníků, spotřebitelů, k poskytovaným službám, zboží; názory zákazníků jsou brány v úvahu částečně.	Zákazníci, spotřebitelé jsou pravidelně zapojováni do aktivního dialogu, podnik si uvědomuje důležitost zpětné vazby, vyjádření spokojenosti, ale především ev. nespokojenosti; názory zákazníků jsou pravidelně uveřejňovány (např. na webových stránkách) a ze strany podniku je vždy uvedeno s odůvodněním, časem nápravy apod.
		Speciální akce pro zákazníky	Speciální akce pro zákazníky nejsou uvažovány.	V případě chystaných akcí je informace o jejich uskutečnění nabídnuta s časovým předstihem pouze věrným /velkým zákazníkům.	V případě chystaných akcí je informace o jejich uskutečnění nabídnuta s časovým předstihem nejdříve pro věrné/velké zákazníky; některé akce pro všechny zákazníky.	V případě chystaných akcí je informace o jejich uskutečnění nabídnuta s časovým předstihem pro všechny zákazníky.
		Informování zákazníků o firemních hodnotách	Firemní hodnoty nejsou konkrétně stanovené, zákazníci o nich nejsou informováni.	Proces definování firemních hodnot byl zahájen; k předání informace o nich zatím nedošlo.	Firemní hodnoty byly nadefinované a odsouhlasené managementem podniku; zákazníci o nich byli informováni.	Firemní hodnoty jsou stanovené, pravidelně aktualizované, zákazníci jsou o nich informováni prostřednictvím internetových stránek, etického kodexu nebo obdobných firemních prohlášeních.

Píleř CSR	Oblast v rámci píleře CSR	Indikátor	Stupnice (nebo hodnota jazykové proměnné) a charakteristika			
			1 (nízké)	2 (střední)	3 (vysoké)	4 (úplné)
	Vztah s obchodními partnery	Pravidelné informování o chystaných akcích, službách a další	Obchodním partnerům nejsou podávány informace k připravovaným akcím, poskytovaným službám.	Obchodní partneři disponují základními informacemi k připravovaným akcím, poskytovaným službám; o novinkách jsou informováni nepravidelně.	Obchodní partneři disponují dostatečným množstvím informací týkající se připravovaných akcí, službách atd. Obchodní partneři vědí, na koho se v případě potřeby obrátit, ale nejsou vždy aktivně informováni.	Obchodní partneři mají maximálně možné dostupné množství informací o chystaných akcích, poskytovaných službách; informace jim jsou poskytovány aktivně a v pravidelných frekvencích.
		Informování obchodních partnerů o firemních hodnotách	Firemní hodnoty nejsou konkrétně stanovené, obchodní partneři o nich nejsou informováni.	Proces definování firemních hodnot byl zahájen; k předání informace o nich zatím nedošlo.	Firemní hodnoty byly nadefinované a odsouhlasené managementem podniku; obchodní partneři o nich byli informováni.	Firemní hodnoty jsou stanovené, pravidelně aktualizované, zákazníci jsou o nich informováni prostřednictvím internetových stránek, etického kodexu nebo obdobných firemních prohlášeních.
		Aktivní dialog	Podnik se svými obchodními partnery nevede aktivní dialog, o jejich názory, postřehy se aktivně nezajímá.	Podnik se zajímá o názor svých obchodních partnerů pouze k vybraným poskytovaným službám, zboží; obchodní partneři mohou své postřehy předávat prostřednictvím webových stránek – formulářů, při osobním jednání apod.	Podnik si uvědomuje váhu názoru obchodních partnerů; ti mohou své postřehy předávat prostřednictvím webových stránek – formulářů, při osobním jednání apod.; podnik tyto názory zohledňuje zčásti.	Obchodní partneři jsou pravidelně zapojováni do aktivního dialogu, podnik si uvědomuje důležitost zpětné vazby, vyjádření spokojenosti, ale především případné nespokojenosti; názory, připomínky obchodních partnerů jsou řešeny okamžitě a vždy je obchodnímu partnerovi předáno vyjádření.
	Vztah k vládním institucím	Dodržování stanovených legislativních předpisů a nařízení	Podnik dodržuje základní ustanovení legislativních předpisů a nařízení.	Podnik má v rámci svých vnitropodnikových předpisů za jednotlivé oblasti stanovená přísnější nařízení a opatření než jaká jsou stanovena legislativními předpisy a nařízeními, ovšem pouze ve vybraných oblastech.	Podnik má snahu vytvořit (nebo má z části vytvořen) komplexní kodex chování a jednání všech svých zaměstnanců ve všech oblastech působení (ve vztahu k obchodním partnerům, vládním institucím, uchazečům o zaměstnání, zaměstnancům, mezi zaměstnanci apod.) tak, aby bylo možné o těchto způsobech chování informovat veřejnost (odbornou i laickou).	Podnik má stanovena přísnější nařízení a opatření, která jsou nad rámec legislativních předpisů a nařízení; opatření jsou stanovena v rámci např. etického kodexu, který je veřejný, každý ze zaměstnanců a obchodních partnerů je s ním obeznámen; sleduje se a vyžaduje jeho přísné dodržování.
		Potírání korupce, přijímání/nabízení úplatků	V podniku nejsou stanovena a přijata žádná opatření potírající korupci a přijímání/nabízení úplatků, základem chování a jednání jsou legislativní předpisy.	Potírání korupce, přijímání/nabízení úplatků je stanoveno v rámci vnitropodnikových předpisů, ale dodržování se příliš nesleduje.	Potírání korupce, přijímání/nabízení úplatků je stanoveno v rámci vnitropodnikových předpisů, sleduje se, ale nejsou stanoveny vhodné postihy.	Potírání korupce, přijímání/nabízení úplatků je stanoveno v rámci etického kodexu; každý ze zaměstnanců je s ním obeznámen; sleduje se a vyžaduje jeho přísné dodržování vč. případných postihů za porušení.

Píleř CSR	Oblast v rámci píleře CSR	Indikátor	Stupnice (nebo hodnota jazykové proměnné) a charakteristika			
			1 (nízké)	2 (střední)	3 (vysoké)	4 (úplné)
	Vztah k vládním institucím	Aktivní dialog a spolupráce	Podnik vede v rámci vztahů k vládním institucím dialog na základně nezbytně nutné úrovni vyplývající z legislativních předpisů a nařizení.	Podnik se snaží včas informovat relevantní vládní instituce o zamýšlených činnostech a poskytnout nutné podklady.	Podnik si uvědomuje váhu vzájemné komunikace s vládními institucemi, zavčas tyto informuje a předává nezbytně nutné podklady o uskutečněných či plánovaných aktivitách.	Podnik bere v úvahu podstatu vzájemných dobrých vztahů s vládními institucemi, včas je informuje o zamýšlených činnostech, snaží se jim vyjít maximálně vstříc při kontrolách a jednáních.
	Vztah k vlastníkům	Stanovení firemních hodnot	Management podniku nepřihlíží k zájmům vlastníků.	Firemní hodnoty zčásti odrážejí zájmy vlastníků.	Firemní hodnoty zohledňují zájmy vlastníků, ovšem ne vždy dochází k jejich respektování.	Firemní hodnoty jsou stanoveny a pravidelně revidovány spolu s vlastníky.
Sociální	Vztah k zaměstnancům	Informování zaměstnanců o firemních hodnotách	Firemní hodnoty nejsou konkrétně stanovené, zaměstnanci o nich nejsou informováni.	Proces definování firemních hodnot byl zahájen; k předání informace o nich zatím nedošlo.	Firemní hodnoty byly nadefinované a odsouhlasené managementem podniku; zaměstnanci o nich byli informováni.	Jsou stanovené, pravidelně aktualizované, zaměstnanci jsou o nich informováni prostřednictvím intranetových stránek, etickým kodexem nebo obdobnými vnitropodnikovými předpisy, prostřednictvím propagačních materiálů apod.
		Školení zaměstnanců	Zaměstnanci jsou školeni pouze z pohledu povinných zákonných a profesních požadavků pro výkon jejich činností.	Organizování a zajišťování povinných profesních školení vč. školení doplňkových, nadstavbových – z pohledu IT, praktické školení pro řidiče motorových vozidel, zdokonalování se v cizím jazyce apod.	Zajišťování školení pro budoucí manažery a vedoucí pracovníky (zaměřené na odborné znalosti i měkké dovednosti).	Možnosti zahraničních školení, stáží, výměnné programy mezi pobočkami apod.; možnosti specifických školení na základě odůvodněné žádosti zaměstnance.
		Systém sociální péče	Systém sociální péče není zaveden.	Systém sociální péče je zaveden částečně, v omezeném rozsahu.	Systém sociální péče je zaveden, není ale dostatečně aktualizován a prezentován zaměstnancům.	Systém sociální péče je detailně propracován a pravidelně aktualizován vč. zohlednění vlastních návrhů zaměstnanců.

Píleř CSR	Oblast v rámci píleře CSR	Indikátor	Stupnice (nebo hodnota jazykové proměnné) a charakteristika			
			1 (nízké)	2 (střední)	3 (vysoké)	4 (úplné)
	Vztah k zaměstnancům	Sladění profesního a osobního života	Management podniku nebere v úvahu, neuvědomuje si nutnost souladu profesního a osobního života svých zaměstnanců.	Management podniku si uvědomuje nutný soulad sladění profesního a osobního života, nicméně příp. záležitosti řeší individuálně.	Management podniku si je vědom nutnosti souladu profesního a osobního života svých zaměstnanců a umožňuje jim využívat flexibilních úvazků, pracovní doby dle potřeby.	Management podniku se snaží vyjít svým zaměstnancům maximálně vstříc při sladování jejich profesního a soukromého života (prostřednictvím flexibilních úvazků, možností práce z domova, zakládáním školek apod., zapojení zaměstnanců do pracovního procesu i během čerpání rodičovské dovolené apod.); zaměstnanci mají možnost v tíživých otázkách jejich soukromého života obrátit se na specialisty v podniku z oblasti práva, financí apod.
		Ocenění zaměstnanců při návrhu úsporného opatření, zlepšovacího návrhu apod.	Zaměstnanci nejsou motivováni pro hledání návrhů zlepšovacích, úsporných opatření; za jejich realizaci nejsou odměněni.	V případě nalezení nového způsobu úsporného opatření, zlepšovacího návrhu při výrobním procesu je zaměstnanci přiznána jednorázová finanční odměna.	Zaměstnanci, který našel způsob nového úsporného opatření, vymyslel zlepšovací návrh apod., je kromě finanční odměny vyjádřeno poděkování a veřejné uznání při celopodnikovém setkání nebo jiné obdobné příležitosti.	Management podniku pravidelně vyhodnocuje všechna nová úsporná opatření, návrhy, které přednesly zaměstnanci za určité období a dle uvážení vybere zaměstnance, kterému/kterým je jako poděkování přiznán benefit.
	Vztah s veřejností	Pravidelná a aktivní informovanost o prováděných činnostech, které mohou mít dočasně negativní vliv na život nejbližší veřejnosti	Podnik neinformuje nejbližší veřejnost o činnostech, které mohou mít byť dočasně negativní vliv na jejich život (omezení provozu na komunikacích apod.).	Podnik informuje nejbližší veřejnost o potřebných omezeních v minimálním rozsahu, např. na svých webových stránkách, informativními tabulemi apod.	Podnik informuje nejbližší veřejnost o potřebných omezeních v potřebném rozsahu, ovšem ne vždy s dostatečným předstihem.	Podnik je pravidelně v kontaktu s nejbližší veřejností a s dostatečným časovým předstihem ji informuje o případných omezeních, jež mohou mít i dočasně dopad na život této veřejnosti, trpělivě odpovídá na případné dotazy.
		Účast na veřejných projektech	Podnik se nezapojuje do veřejných projektů.	Podnik se v rámci veřejných projektů zapojuje pouze prostřednictvím finančních příspěvků.	Podnik se zapojuje do veřejných projektů nejen finančními příspěvky, ale i zapůjčením strojů, nářadí.	Podnik se aktivně zapojuje do veřejných projektů, ať už finančními prostředky, tak poskytnutím nářadí, strojů, dle možností i uvolněním pracovníků na nezbytně nutnou dobu; typy na účast v projektech mohou přinášet sami zaměstnanci.
		Informování o změnách v příslušné legislativě	Management podniku neinformuje veřejnost o změnách v legislativě.	Management podniku poskytuje informace o zásadních změnách pasivní formou (webové stránky apod.).	Management podniku poskytuje informace o všech změnách pasivní formou (webové stránky apod.).	Management podniku poskytuje informace o všech změnách aktivní formou; pravidelně informace aktualizuje.

Píleř CSR	Oblast v rámci píleře CSR	Indikátor	Stupnice (nebo hodnota jazykové proměnné) a charakteristika			
			1 (nízké)	2 (střední)	3 (vysoké)	4 (úplné)
Vztah s místními komunitami		Spolupráce na vzájemných projektech (chráněné dílny, vyžití pro děti a mládež, seniory, apod.)	Podnik se nezapojuje do činností organizovaných místními komunitami.	Podnik podporuje pouze vybrané projekty organizované místními komunitami zejména po finanční stránce.	Podnik se aktivně zapojuje do projektů organizovaných místními komunitami, ať už finančními prostředky, zapůjčením nářadí, techniky, uvolněním nezbytného počtu pracovníků na nezbytně nutnou dobu apod.; vzájemná spolupráce je založena na pravidelných aktivitách, nejedná se pouze o jednorázovou spolupráci.	Podnik iniciuje vznik spolupráce s místními komunitami na společných projektech, protože si plně uvědomuje důležitost této spolupráce.
		Zapojování studentů/žáků do praxe; následně do pracovního procesu	Spolupráce se studenty a žáky, resp. školami (odbornými, středními, univerzitami) není nastavena.	Podnik nabízí spolupráci v případě povinných školních praxí.	Možnosti uplatnění pro studenty v rámci povinných školních praxí a praxí/brigád přes letní období; existuje zde reálná možnost budoucího pracovního uplatnění pro ty studenty, kteří se „osvědčí“.	Podnik aktivně spolupracuje se studenty a žáky, nabízí jim možnosti praxí na různých odděleních; během letního období a dle možností studentů i v průběhu akademického roku; každoročně dle kapacit je dáována přednost absolventům, kteří absolvovali v podniku praxi .
		Podpora a aktivní účast na studijních programech ze strany zaměstnanců - specialistů	Podnik se nepodílí na výuce studentů/žáků, nevyjadřuje se k obsahu témat učiva.	Podnik se zapojuje do diskuze se školami ohledně studijních plánů, doporučení jejich rozšíření, bližší zaměření na jimi vybrané problematice oblasti u odborných předmětů.	Podnik se zapojuje do diskuze se školami ohledně studijních plánů, doporučení jejich rozšíření, bližší zaměření na jimi vybrané problematice oblasti u odborných předmětů; organizuje pravidelné exkurze na pracoviště podniku, nabízí možnost stáží.	Podnik se podílí jak na pravidelné revizi obsahu odborných předmětů, organizuje pravidelné exkurze na pracoviště podniku, nabízí možnost stáží; prostřednictvím svých specialistů se také podílí na výuce.
		Exkurze do podniků, přiblížení pracovních procesů,...	Management podniku neumožňuje přístup, exkurze do podniků žádnému ze stakeholderů; toto není možné realizovat vzhledem k charakteru pracovních postupů.	Exkurze jsou organizované pouze v případě žádosti ze strany některého ze stakeholderů.	Management podniku navíc v rámci spolupráce se školami nabízí a organizuje exkurze pro žáky a studenty, čímž jim mohou přiblížit jednotlivé vykonávané profese.	Management podniku je otevřený exkurzím, přiblížení a osvětlení pracovních procesů zainteresovaným stakeholderům – odborné veřejnosti, školám, obchodním partnerům, místním komunitám apod. Pravidelně, dle možností a povahy pracovních procesů organizuje tzv. den otevřených dveří.

Píleř CSR	Oblast v rámci píleře CSR	Indikátor	Stupnice (nebo hodnota jazykové proměnné) a charakteristika			
			1 (nízké)	2 (střední)	3 (vysoké)	4 (úplné)
	Vztah s místními komunitami	Adaptace dlouhodobě nezaměstnaných	Podnik se nezabývá případnou spoluprací s úřady práce při adaptaci dlouhodobě nezaměstnaných.	Podnik ve spolupráci s úřady práce pravidelně reviduje možné pracovní příležitosti a dle možností přijímá nové pracovníky (v omezeném rozsahu).	Podnik ve spolupráci s úřady práce pravidelně reviduje možné pracovní příležitosti a dle možností zaměstnává uchazeče o práci; pro vybrané a doporučené profese ze strany úřadu práce připravuje pracovní příležitosti.	Podnik ve spolupráci s úřady práce pravidelně reviduje možné pracovní příležitosti a dle možností zaměstnává uchazeče o práci; pro vybrané a doporučené profese ze strany úřadu práce připravuje pracovní příležitosti a úzce spolupracují na requalifikaci.
Environmentální	Vztah k životnímu prostředí	Šetření nákladů z pohledu energií, snižování emisí, využívání recyklací	Management podniku bere v úvahu pouze legislativními předpisy a nařizenými stanovené limity.	Management podniku dbá především na recyklaci materiálů (papír, sklo,...) a šetření energií (elektrina, voda, teplo, pohonné hmoty,...), zaměstnanci jsou náležitě informováni a proškoleni.	Management podniku pravidelně vyhodnocuje a zjišťuje možnosti snižování emisí a dalších negativních dopadů na životní prostředí, snaží se najít nápravná opatření a realizovat je.	Management podniku se zaměřuje na šetření nákladů a snižování emisí ve všech možných oblastech, má nastavené vlastní limity, které se pravidelně vyhodnocují a dle možností zpřísňují; zaměstnanci jsou o těchto výsledcích pravidelně informováni.
		Aktivní zapojení k udržování zeleně, odpočinkových zón, dětských hřišť,...	Podnik se nezapojuje do těchto aktivit.	Podnik realizuje péči o zeleň, odpočinkové zóny pouze v areálu podniku a jeho blízkém okolí.	Podnik se zapojuje do těchto činností i v širším okolí, ale především prostřednictvím finančních příspěvků na vybrané projekty.	Podnik se zapojuje aktivně do péče o odpočinkové zóny, dětská hřiště,... nejen finančně, ale i např. bezplatným zapůjčením strojů, nářadí; typy na projekty mohou předávat přímo zaměstnanci.
		Informování stakeholderů o environmentálních aktivitách	Stakeholderi nejsou informováni o environmentálních aktivitách podniku.	Management podniku informuje své stakeholdery o základních environmentálních aktivitách prostřednictvím nejčastěji webových stránek a propagačních materiálů.	Management podniku si uvědomuje význam environmentálního přístupu a to, jak jím mohou být stakeholderi ovlivněni. Proto se snaží mít dostupný dostatek informací o svých environm. aktivitách.	Podnik informuje všechny své stakeholdery o svých environmentálních aktivitách, přístupech a přesvědčeních v maximální možné míře (webové stránky, propagační materiály, školení zaměstnanců apod.) a do těchto činností je také zapojuje. Poskytuje také podrobné informace o vlivu produktů na životní prostředí, o procesu při výrobě apod.
		Vytvoření vlastní "eco značky"	Podnik nezamýšlí nad vytvořením vlastní eco-značky; toto není možné realizovat.	Podnik uvažuje o zavedení vlastní eco značky; byl zahájen proces analýzy a přípravné dokumentace.	Podnik po schválení projektu eco značky managementem společnosti realizuje pilotní ověření jejího využívání.	Podnik má vytvořenu vlastní eco značku, kritéria jsou pravidelně vyhodnocována a posuzována, možnost vyjádřit se mají také zákazníci, obchodní partneři.

Zdroj: Vlastní zpracování

Pro syntetický ukazatel Míra uplatňování CSR doporučuji vybrat z každého z pilířů minimálně tři indikátory s tím, že všem bude přiřazena stejná váha.

5.2.1.2 Zhodnocení úrovně dosažené v dílčích indikátorech

Vybraným indikátorům se následně přiřadí hodnota 1 – 4 podle úrovně jejich naplnění v případě hodnocení pomocí škály nebo jedna z hodnot nízké, střední, vysoké, úplné v případě využití jazykové proměnné Uplatnění indikátoru.

Pro vyhodnocení Míry uplatňování CSR je vhodné použít grafický výstup, např. pomocí barevného rozlišení dosažených hodnot (tabulka 26) nebo s využitím sémantického diferenciálu.

S využitím barevného rozlišení je ukazatel Míra uplatňování koncepce CSR znázorněn následovně.

Tabulka 26: Míra uplaňování CSR

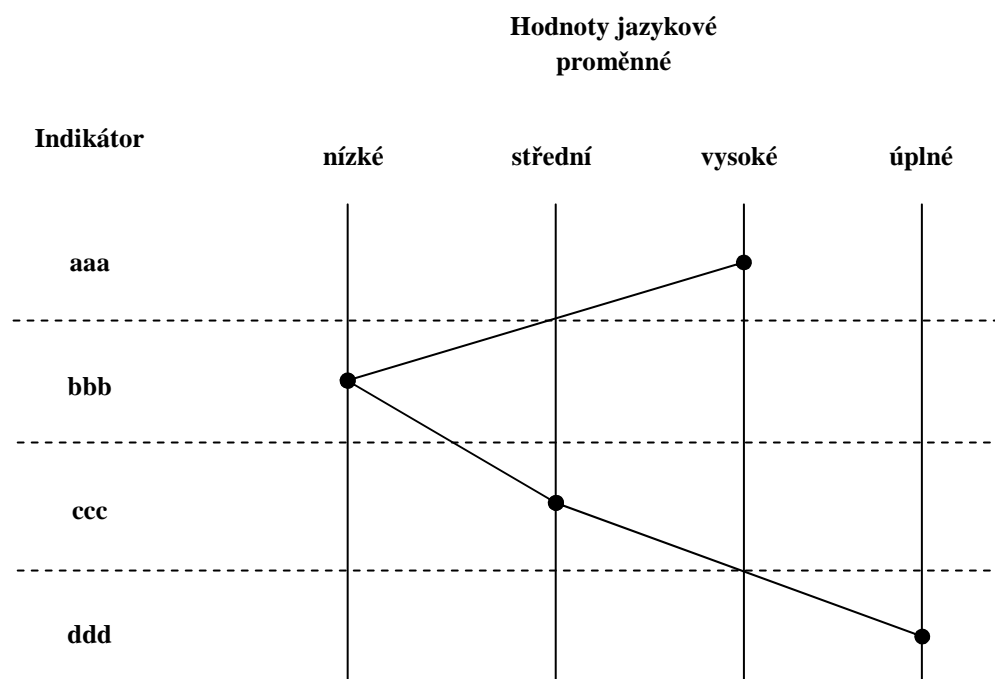
Název indikátoru:	Úroveň indikátoru:			
	1	2	3	4
aaa				
bbb				
ccc				
ddd				

Zdroj: Vlastní zpracování

Barevné odlišení vytváří na první pohled jasnou představu o tom, které úrovně daného dílčího indikátoru bylo dosaženo. Určení barev závisí na rozhodnutí uživatele, v této práci zelená barva vyjadřuje, že u daného indikátoru „aaa“ došlo k naplnění nejvyšší úrovně (tzn., že byly splněny veškeré požadavky vyplývající z charakteristiky této úrovně vyjádřené hodnotou 4). U tohoto indikátoru se tedy jedná o nejlepší možný výsledek. Oranžová barva při dosažení třetí úrovně indikátoru „bbb“ znamená, že nejvyššího stupně dosaženo zatím nebylo. Je zde tedy ještě prostor, kam se posunout a lze hledat, co je možné vylepšit. Červená barva představuje splnění stanovených charakteristik pro druhou úroveň a černá barva u indikátoru „ddd“ značí, že aktivity v rámci tohoto indikátoru jsou minimální.

Hodnocení úrovní dílčích indikátorů pomocí číselné škály umožňuje také procentuální vyjádření Míry uplatňování CSR. Při stanoveném minimálním počtu indikátorů 9 může Míra uplatňování CSR nabývat maximální hodnoty 36. Docílí-li v podniku tento ukazatel např. celkového bodového hodnocení 20 (viz dále kapitola 5.2.2), lze z toho vypočítat, že aktivity v rámci CSR jsou naplňovány z 55,55 %.

V případě využití druhé možnosti zobrazení formou sémantického diferenciálu grafické znázornění Míry uplatňování CSR vypadá tak, jak uvádí graf 28.



Graf 28: Sémantický diferenciál Míry uplatňování CSR

Zdroj: Vlastní zpracování

V případě, kdy by nedocházelo k hodnocení některého z nastavených indikátorů, nebyla by určena žádná hodnota pro úroveň splnění. K takovému indikátoru je potom nutné slovně doplnit, z jakého důvodu mu není věnována pozornost, proč není vyvíjena snaha o jeho naplňování nebo proč není možné jeho splnění dosáhnout.

Tato situace by mohla nastat v případě, kdy by tým vybraných pracovníků při stanovování indikátorů nejasně pochopil činnosti útvaru / oddělení / podniku, zvolil nesprávné indikátory a bez ověření (zpětné vazby) by byl vytvořen a následně i sledován takto chybně nastavený ukazatel Míra uplatňování CSR.

Oba způsoby vyjádření Míry uplatňování CSR umožňují nalézt oblasti, na které by se měl management podniku při zlepšování CSR zaměřit.

Přestože je zapotřebí hodnotit výsledky nástrojů CSR spíše z dlouhodobého hlediska, výše uvedené stupně plnění jednotlivých indikátorů mohou napomoci, nasměrovat, ale hlavně názorně a na první pohled velice dobře upozornit na to, jaké oblasti je zapotřebí věnovat více pozornosti. Tato hodnocení by měla probíhat v pravidelných intervalech, ne však dříve než po 12 měsících. Doporučuji uvést u každého indikátoru důvod případné stagnace, neboť se může jednat o záležitosti dlouhodobějšího charakteru, a pro každého, kdo by jednotlivá období porovnával (např. při změně hodnotitelů, při změnách ve vedení apod.), budou informace kompletní a hlavně srozumitelné.

5.2.2 Konstrukce a ověření ukazatele Míra uplatňování CSR ve vybraném stavebním podniku

Aplikace navrženého ukazatele Míra uplatňování CSR byla ověřena u vybraného stavebního podniku zabývajícího se hlavní stavební výrobou na základě řízeného rozhovoru s manažerem zodpovědným za životní prostředí.

První otázka se zaměřila na vyjádření jeho subjektivního názoru, jak je společenská odpovědnost v daném podniku uplatňována. Manažer celkově zhodnotil naplňování principů CSR v procentuálním vyjádření 70 %. Dále uvedl, že velká pozornost je v podniku věnována přístupu k životnímu prostředí a péči o zaměstnance.

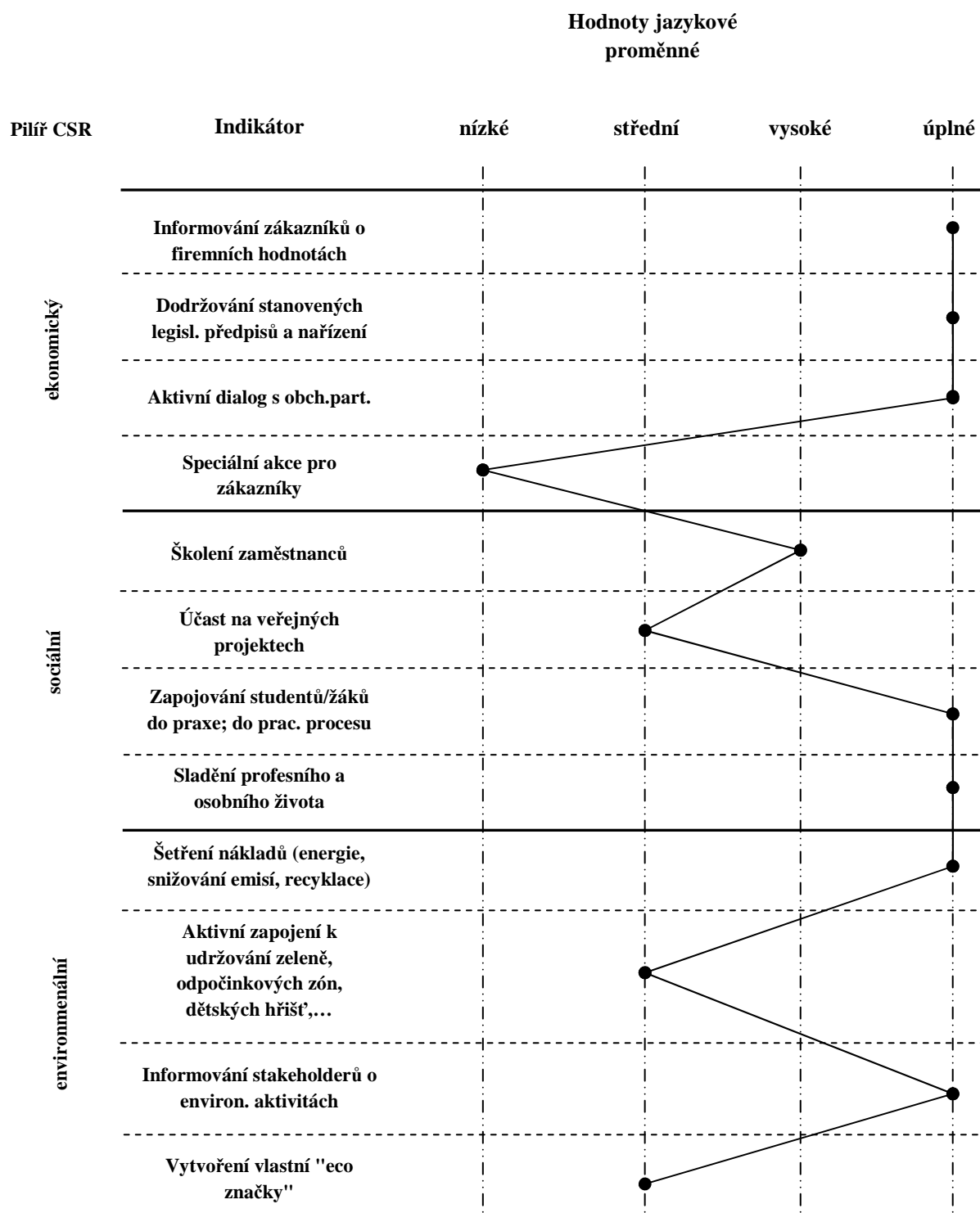
Následně byl manažerovi předložen navržený ukazatel Míra uplatňování CSR se žádostí, aby z každého uvedeného pilíře zvolil 4 indikátory, které jsou pro posouzení CSR v tomto podniku významné, a u každého z nich stanovil, jak je ve stavebním podniku naplňován.

Výběr indikátorů a jejich posouzení uvádějí tabulka 27 (vyhodnocení pomocí škály) a graf 29 (využití sémantického diferenciálu).

Tabulka 27: Míra uplatňování CSR ve vybraném stavebním podniku

		Úroveň indikátoru			
Pilíř CSR	Název indikátoru	1	2	3	4
ekonomický	Informování zákazníků o firemních hodnotách	■	■	■	■
	Dodržování stanovených legislativních předpisů a nařízení	■	■	■	■
	Aktivní dialog s obchodními partnery	■	■	■	■
	Speciální akce pro zákazníky	■	■	■	■
sociální	Školení zaměstnanců	■	■	■	■
	Účast na veřejných projektech	■	■	■	■
	Zapojování studentů/žáků do praxe; do prac. procesu	■	■	■	■
	Sladění profesního a osobního života	■	■	■	■
environmentální	Šetření nákladů (energie, snižování emisí, recyklace)	■	■	■	■
	Aktivní zapojení k udržování zeleně, odpočinkových zón, dětských hřišť,...	■	■	■	■
	Informování stakeholderů o environmentálních aktivitách	■	■	■	■
	Vytvoření vlastní "eco značky"	■	■	■	■

Zdroj: Vlastní zpracování



Graf 29: Míra uplatňování CSR ve vybraném stavebním podniku – vyhodnocení pomocí sémantického diferenciálu

Zdroj: Vlastní zpracování

S ohledem na zvolené indikátory a jejich ohodnocení **dosahuje stavební podnik vynikajících výsledků v rámci ekonomického pilíře CSR**. Tři ze čtyř indikátorů byly ohodnoceny nejvyšším, tedy nejlepším stupněm plnění. Manažer uvedl, že pro stavební podnik je velmi důležité, aby jejich **zákazníci** byli **informováni** pravidelně o stanovených **firemních hodnotách**. Firemní hodnoty vyjadřují vztah podniku nejen ke svým vlastním zaměstnancům, ale i všem obchodním partnerům. Velmi významným je přístup k životnímu prostředí a také potírání korupčního chování. S tímto indikátorem je úzce spjat indikátor **Dodržování stanovených legislativních předpisů a nařízení**. V oblastech, ve kterých je to možné, má podnik nastavena přísnější opatření než jaká jsou stanovena v rámci legislativních nařízení a opatření. Všem stakeholderům jsou tyto informace k dispozici např. prostřednictvím zpracovaného etického kodexu. Management podniku si velice uvědomuje důležitost a váhu **aktivního dialogu** s obchodními partnery, proto i u tohoto indikátoru byl dosažen nejvyšší stupeň jeho plnění. Vedení dbá na pravidelný dialog s obchodními partnery a vysokou míru pozornosti jim věnuje zejména v případě zjištěné nespokojenosti, která je řešena okamžitě a za účasti tohoto obchodního partnera. Přestože pro zjištění Míry uplatňování CSR byl manažerem zahrnut do hodnocení indikátor **speciálních akcí pro zákazníky**, byla míra jeho plnění označena nejnižším stupněm, tedy stupněm 1 (nízké). K tomuto je nutné doplnit, že u stavebního podniku je pojem „zákazník“ poněkud odlišný od pojetí zákazníků např. v obchodní společnosti. Zákazníky se v tomto případě rozumí především investoři projektů. Přesto, některé (specifické) stavební činnosti mohou být dodávány jako jednotlivé služby a u těchto by mohl být uplatněn specifický přístup.

Při procentuálním vyjádření Míry uplatňování CSR **za ekonomický pilíř** dosahuje podnik z **81,25 %**.

V rámci sociálního pilíře byl zvolen indikátor **školení zaměstnanců** a úroveň jeho plnění byla ohodnocena stupněm 3, tedy vysoké. Management podniku si je vědom důležitosti investic do vzdělávání svých zaměstnanců nejen z pohledu povinných, zákonných školení, ale obecně důležitosti aktivit podporujících rozvoj jejich znalostí a dovedností. Zajišťovaná školení nejsou realizována pouze z pohledu profesního zaměření, ale jsou také připravovány kurzy pro rozvoj měkkých dovedností, schopností vyjednávat, komunikovat, řídit a vést podřízené apod. Do těchto kurzů školení jsou

zahrnutí také ti zaměstnanci, u nichž je předpoklad, že v budoucnosti mohou působit jako manažeři a vedoucí pracovníci ve své profesi. Manažer, se kterým byl veden tento řízený rozhovor, váhal, zda u indikátoru školení nezvolit dokonce nejvyšší stupeň ohodnocení – 4, tedy „úplné“, neboť zaměstnancům je umožněno absolvovat specifická školení, pokud jsou pro výkon jejich činností opodstatněná, schválená jejich nadřízeným a prodiskutována s pracovníkem zodpovědným za vzdělávání. Nicméně, v tomto případě není možné – zatím – absolvovat odborná školení, případné stáže v zahraničí. Tento 4. stupeň tak není kompletně naplněn. Manažerovi tedy bylo doporučeno ponechat míru plnění tohoto indikátoru na stupni tři (úplné) s doplněným komentářem, proč není možné nejvyššího stupně prozatím dosáhnout. **Účast na veřejných projektech** byla druhým indikátorem v rámci sociálního pilíře. Jeho míra uplatňování ve vybraném stavebním podniku je na stupni č. 2, tedy střední, kdy se stavební podnik do veřejných projektů zapojuje prozatím zejména z pohledu finanční podpory. Zde se tak nachází prostor zvážit, jak by mohly být činnosti zohledňující tento indikátor posunuty na vyšší úroveň. V daném stavebním podniku jsou již dlouholeté praktické zkušenosti ze **spolupráce se studenty a žáky**, kteří mají možnost každoročně v rámci letního období získat praktické zkušenosti ze studovaného oboru. Z pohledu individuálních časových možností mají někteří studenti možnost spolupracovat se stavebním podnikem také během akademického roku, při studiu, na zkrácený úvazek. Pakliže to umožní kapacity podniku, je těmto absolventům posléze nabídnuta možnost pracovat v podniku na hlavní pracovní poměr. Posledním indikátorem v rámci sociálního pilíře bylo manažerem zvoleno **sladění profesního a osobního života**, se stupněm naplňování 4, tedy úplné. Jak bylo uvedeno u indikátoru zaměřeného na školení zaměstnanců, daný stavební podnik si svých zaměstnanců velmi váží. Proto jim umožňuje, v případě potřeby, při sladování jejich profesního a osobního života, možnosti práce z domova, flexibilní úvazky apod. Také během čerpání rodičovské dovolené je zaměstnancům umožněno podílet se na činnostech stavebního podniku. Za samozřejmost se pokládá, že v případě tíživých životních situacích mohou zaměstnanci požádat o konzultaci kolegy z oblasti financí, práva apod.

Za sociální pilíř dosahuje stavební podnik při procentuálním vyjádření míru uplatňování opět z **81,25 %**.

Třetí oblastí CSR jsou aktivity spojené s životním prostředím. I v této oblasti vybral manažer 4 indikátory. Prvním za tuto oblast je indikátor **šetření nákladů z pohledu energií, snižování emisí, využívání recyklací**. Byl ohodnocen čtvrtým, tedy nevyšším stupněm. Vedení stavebního podniku si je vědomo významu jeho činností na životní prostředí, proto tomuto tématu věnuje náležitou pozornost. Jeho snahou je v maximální možné míře minimalizovat dopad jeho činností na životní prostředí, proto má nastaveny vlastní přísnější limity, pravidelně je vyhodnocuje a přijímá následná opatření. O těchto skutečnostech jsou informováni jak zaměstnanci, tak i ostatní stakeholdeři. V případě **aktivního zapojování k udržování zeleně, odpočinkových zón** dosahuje stavební podnik dle informací manažera druhého stupně, tedy střední hodnoty. Relevantní činnosti tak realizuje především v areálu podniku a jeho blízkém okolí. Čtvrtý stupeň, resp. úplnou hodnotu přiřadil manažer indikátoru **informování stakeholderů o environmentálních aktivitách**. Tato skutečnost je opět spojena jak se zájmem stavebního podniku o životní prostředí jako takové, tak i vztahy se stakeholdery obecně. Považuje se za velmi důležité informovat všechny své stakeholdery o uskutečňovaných, ale i plánovaných environmentálních aktivitách. Je-li to možné, pak jsou do těchto činností také zapojeni. Manažer uvedl, že vedení stavebního podniku zvažuje možnost vytvoření **vlastní „eco značky“** na některé činnosti. Toto byl čtvrtý vybraný indikátor a jeho stupeň plnění byl stanoven dvě, tedy dosažení střední hodnoty. Pokud by se tento nápad realizoval, pro stakeholdery by to představovalo další potvrzení toho, že stavební podnik velmi odpovědně přistupuje k životnímu prostředí. **V rámci environmentálního pilíře** bylo na základě vybraných indikátorů dosaženo procentuálního vyjádření míry uplatňování **75 %**.

Z pohledu celého zhodnocení Míry uplatňování CSR u daného stavebního podniku může tento ukazatel nabývat maximální hodnoty 48. **Podnik docílil celkového bodového hodnocení 38**. Z tohoto lze odvodit, že **aktivity v rámci CSR naplňuje ze 79,17 %**.

Manažer stavebního podniku uvedl, že už jen z pohledu dopadu činností podniku na životní prostředí mají činnosti stavebního podniku obecně vliv na region, ve kterém působí. Beze sporu se to týká i přilákání nových pracovních sil. Nejen s ohledem na získání pracovního uplatnění, ale i uplatnění u stabilního a zodpovědného

zaměstnavatele je důkazem to, že pracovníci jsou ochotni změnit své bydliště nebo v rámci možností dojíždět za zajímavým a perspektivním zaměstnáním. Tato skutečnost následně ovlivňuje danou lokalitu (region) z pohledu dopravní obslužnosti, příležitostí k bydlení i dalších služeb (kapacity ve školkách, školách, obchodních služeb apod.). Jak již bylo zmíněno, s ohledem na činnosti, na které by se podnik mohl zaměřit a zlepšit jejich dosaženou úroveň, může být příležitostí rozšíření akcí pro zákazníky. Pokud by bylo možné některé stavební činnosti dodávat jako jednotlivé nezávislé služby, nejen že si podnik rozšíří portfolio svých poskytovaných služeb, ale může dojít k pozitivnímu ovlivnění výnosů, následně hospodářského výsledku a tím i přínosu danému regionu z ekonomického pohledu. Zvýšení účasti na veřejných projektech s místními organizacemi by vedlo ke většímu zviditelnění podniku a opět ke zvýšení atraktivnosti regionu. Lokalita, ve které jsou příležitosti pro sportovní a kulturní vyžití, pro vzdělávání, ale i nízká úroveň kriminality, je atraktivní nejen pro stávající, ale i nové obyvatele a následně pro nové zaměstnavatele. Z pohledu aktivního zapojování k udržování zeleně, odpočinkových zón, je v této oblasti prostor pro rozšíření činností. Činnosti mohou být realizovány např. ve spolupráci s místními školkami a dalšími organizacemi. Spolupráce by např. mohla být s těmi organizacemi, do kterých dochází děti zaměstnanců apod. Tato skutečnost opět pomůže ke zlepšení dobrého jména stavebního podniku, ale opět i ke zviditelnění regionu z pohledu zvýšení zájmu zejména nových obyvatel.

Závěr

Pro podnikatelské i nepodnikatelské subjekty, subjekty státní správy i samosprávy je velmi důležité jejich dobré jméno a „být vidět“. Společenská odpovědnost firmy představuje nástroj, který jim k tomu může pomoci. Její koncepce nemá omezení, následovat ji mohou kterékoli subjekty bez rozdílu. Aplikace jejích činností však nemá vliv pouze na organizaci, která se dobrovolně rozhodne následovat její principy. Důsledky jejího chování se následně promítají i na úroveň regionu, ve kterém organizace realizuje své činnosti. Patrně jedním z nejviditelnějších „důkazů“ má vliv činností organizace na environment – region vykazuje dobré životní prostředí, čisté ovzduší, vodu, půdu, zakládání či revitalizace odpočinkových zón, naučných stezek, dětských hřišť, sportovních zázemí apod. Nicméně i další činnosti nemalým způsobem ovlivňují atraktivnost regionu. Řadí se mezi ně bezesporu vztahy mezi organizacemi a místními komunitami, vztahy mezi organizacemi navzájem, úroveň vztahů se školskými zařízeními apod. Výše zájmu a péče organizace o vlastní zaměstnance vede ke zvýšení zájmu být v této organizaci zaměstnán – výsledkem je příliv nových pracovních sil do regionu a následně nutnost řešit dopravní obslužnost, možnosti bydlení, jsou zde příležitosti pro další poskytovatele služeb apod. Všechny tyto a další aktivity následně ovlivňují místní ekonomiku. Díky jejímu růstu mohou být poskytovány lepší služby, které opět povedou k přílivu nových pracovních sil atd.

Hlavním cílem disertační práce bylo zjištění současného stavu uplatňování společenské odpovědnosti ve stavebnictví u podniků hlavní stavební výroby a navrhnout ukazatel pro posouzení míry uplatňování CSR u těchto podniků.

Pro dosažení stanoveného cíle byla disertační práce rozdělena do pěti částí. V první části práce byla zpracována rešerše domácí i zahraniční literatury, podrobně vysvětleny základní pojmy koncepce CSR a uvedeny přínosy aplikace CSR pro podniky, region i veřejný sektor. Uvedeny byly také poznatky z praxe a přístup Evropské unie ke koncepci společenské odpovědnosti. Za dílčí přínos lze považovat vícekriteriální posuzování dopadu aktivit v oblasti CSR, v návaznosti na jejich vliv na podnik i na region.

Druhá část práce identifikuje zvolený sektor národního hospodářství – stavebnictví, jeho vývoj v České republice i Evropské unii. Stavebnictví se významně podílí na ekonomice České republiky, proto je mu věnována pozornost i z hlediska jeho specifíků, mezi která patří např. to, že zákazník je obvykle chápán jako investor, výsledky stavebních činností z dlouhodobého hlediska formují danou lokalitu (region). V kontextu CSR to znamená, že pochopení zvláštností stavebnictví vede k podpoře těchto činností a umožňuje dosáhnout synergického efektu, který se projevuje jak ve stavebním podniku, tak v regionu.

Zajímavostí je ohlédnutí se do minulosti k Chammurapiho zákoníku, ve kterém lze najít první odkazy na odpovědnost v rámci stavební činnosti.

Hypotézy, cíl disertační práce a vědecké metody využití v této práci i metody vyhodnocující empirický výzkum byly zahrnuty do třetí části.

Empirický výzkum uskutečněný v rámci disertační práce byl aplikován u podniků hlavní stavební výroby za účelem potvrzení hypotéz stanovených v disertační práci. Jeho průběh, zpracování získaných údajů a jejich vyhodnocení tvoří čtvrtou část disertační práce. Podrobně je uvedena konstrukce dotazníkového šetření, statistické metody, které byly využity pro interpretaci výsledků dotazníkového šetření a vlastní vyhodnocení uskutečněného dotazníkového šetření. Na tomto základě byly posouzeny hypotézy jedna až tři stanovené v kapitole 3 disertační práce. Bylo prokázáno, při použití dvou statistických metod (analýzy rozptylu a korelačního koeficientu), že na základě uvedených dat souboru nebyl zjištěn statisticky významný vztah mezi firemními hodnotami a velikostí podniku podle výše obrátu bez ohledu na počet zaměstnanců. Tyto statistické metody také prokázaly, že nebyla zjištěna statisticky lineární závislost mezi vztahem chování na trhu a velikostí podniku podle výše obrátu bez ohledu na počet zaměstnanců a nebyl ani prokázán statisticky významný vztah mezi uvedenými podniky a jejich vztah k životnímu prostředí. Hypotézy 1, 2 a 3 byly potvrzeny.

V páté části disertační práce byla na základě zjištěných poznatků o CSR, jejich přínosech a charakteru působení v subjektech zabývajících se stavební činností a v jejich blízkém okolí zpracována **kauzální analýza dopadu činností stavebního**

podniku na místní ekonomiku. Přínosem pro teorii je vytvoření grafického modelu těchto kauzálních vztahů, ve kterém jsou zohledněny významné dopady činností stavebního podniku zahrnujících aktivity v oblasti CSR na region (atraktivitu regionu) a podnik (rozvoj podniku). V modelu jsou aktivity CSR rozčleněny do tří pilířů, a to ekonomického, sociálního a environmentálního, podobné členění je uplatněno při návrhu syntetického ukazatele **Míra uplatňování CSR. Konstrukce tohoto ukazatele je obecně využitelná pro kterékoli odvětví národního hospodářství a lze ji využít i pro subjekty veřejného sektoru.** V této disertační jsou však charakteristiky dílčích indikátorů vytvořeny vzhledem k tématu práce pro stavební podniky hlavní stavební výroby. Ukazatel umožňuje nejen vyhodnocení stavu CSR v daném okamžiku, ale evokuje to, že management podniku (vedení) by měl své aktivity ve sledované oblasti pravidelně vyhodnocovat a hledat cesty ke zlepšení. Návrh ukazatele Míra uplatňování CSR lze považovat za přínos z hlediska teorie, ale také z hlediska praxe, protože manažeři podniků často neznají všechny tři pilíře zahrnuté v CSR.

Aplikace navrženého ukazatele byla ověřena u vybraného podniku, který byl zapojen do dotazníkového šetření. Ke zhodnocení míry uplatňování CSR byly vybrány vždy 4 indikátory z každého pilíře CSR, a to na základě vlastního pozorování a řízeného rozhovoru s manažerem, který je v podniku zodpovědný za oblast týkající se životního prostředí. Z pohledu celého zhodnocení Míry uplatňování CSR u tohoto stavebního podniku mohl tento indikátor nabývat maximální hodnoty 48. **Podnik docílil celkového bodového hodnocení 38,** z čehož lze odvodit, že **aktivity v rámci CSR naplňuje ze 79,17 %.** Vzhledem k tomu, že v podniku, kde byl ukazatel ověřován, nebyly doposud zohledňovány při posuzování CSR všechny tři pilíře, jednalo se pouze o dílčí, nekoordinované aktivity. Zahrnutím všech 3 pilířů dojde ke komplexnímu hodnocení CSR.

K potvrzení čtvrté hypotézy posloužily poznatky z kvalitativního výzkumu. Z něho vyplynulo, že činnosti stavebního podniku umožňují přilákat nové pracovní síly, což následně ovlivňuje daný region z pohledu dopravní obslužnosti, příležitostí k bydlení i dalších služeb. U služeb poskytovaných podnikem se management může zaměřit na zlepšení jejich úrovně nebo na rozšíření jejich portfolia. Tím může dojít k pozitivnímu ovlivnění výnosů, následně hospodářského výsledku a tedy i k přínosu

danému regionu z ekonomického pohledu. Zvýšení účasti na veřejných projektech s místními organizacemi povede k většímu zviditelnění podniku a opět ke zvýšení atraktivnosti regionu. Hypotéza byla vyhodnocena slovně, nikoli kvantitativně, nebyla vyvrácena.

V rámci pedagogické činnosti se mezi přínosy disertační práce řadí souhrn poznatků o problematice koncepce společenské odpovědnosti, včetně specifík vybraného odvětví národního hospodářství. Zjištěné informace lze využít v rámci předmětů zaměřených na malé a střední podnikání, etiku, environmentální řízení, řízení lidských zdrojů, bezpečnost práce apod.

Literatura

- [1] BABBIE, E. *The Practice of Social Research*. Wadsworth: Thomson Learning Inc., 2003. ISBN 0-534-62029-9
- [2] BANERJEE, S. B. *Corporate Social Responsibility. The good, the bad and the ugly*. Cornwall: MPG Books Ltd., 2007. ISBN 978 1 84542 976 8
- [3] BARTOŠOVÁ, Z. *Měření a benchmarking jako součást strategie CSR*. Praha: Fórum dárců, o.s., 2006. ISBN 80-902965-6-4
- [4] BLÁHA, J., DYTRT, Z. *Manažerská etika*. Praha: Management Press, 2003. ISBN 80-7261-084-8
- [5] DYTRT, Z. *Manažer – etika – globalizace*. Praha: Economia a. s., 2001. ISBN 80-85378-18-3
- [6] DYTRT, Z. a kol. *Manažerské kompetence v EU*. Praha: C. H. Beck, 2004. ISBN 80-7179-889-4
- [7] EUROPEAN COMMISSION. *Green Paper. Promoting a European framework for corporate social responsibility*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 2001. ISBN 92-894-1478-2
- [8] FOWLER, F. J., Jr. *Survey Research Methods*. USA: Library of Congress Cataloging-in-Publication Data, 2002. ISBN 0-7619-2190-7
- [9] JEŘÁBKOVÁ, V., HARTL, J. *Společenská odpovědnost firem*. Olomouc: AISIS o.s., 2003
- [10] KOLEKTIV AUTORŮ. *Napříč společenskou odpovědností firem*. Kladno: AISIS o.s., 2005. ISBN 80-239-6111-X
- [11] KOLEKTIV AUTORŮ pod vedením PhDr. Karla Václavíka, CSc. *Praktický slovník cizích slov*. Praha: Nakladatelství XYZ, s.r.o., 2007. ISBN 80-87021-63-0
- [12] KUBANOVÁ, J. *Matematická statistika*. Pardubice: Univerzita Pardubice, 1999. ISBN 80-7194-215-4
- [13] KUBANOVÁ, J. *Statistické metody pro ekonomickou a technickou praxi*. Bratislava: STATIS, 2004. ISBN 80-85659-37-9
- [14] LINDA, B., KUBANOVÁ, J. *Statistické tabulky a vzorce*. Pardubice: Univerzita Pardubice, 2004. ISBN 80-7194-657-5
- [15] MARKOVÁ, L. a kol. *Základy ekonomiky stavebního podniku*. Brno: Akademické nakladatelství CERM, s.r.o., Brno, 2002. ISBN 80-217-2179-7
- [16] PAVLÍK, M., BĚLČÍK, M. *Společenská odpovědnost organizace*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2010. ISBN 978-80-247-3157-5

- [17] PLESKAČ, J., SOUKUP, L. *Marketing ve stavebnictví*. Praha: Grada Publishing, spol. s r. o., 2001. ISBN 80-247-0052-2
- [18] PRSKAVCOVÁ, M, MARŠÍKOVÁ, K., ŘEHOŘOVÁ, P., ZBRÁNKOVÁ, M. *Společenská odpovědnost firem, lidský kapitál, rovné příležitosti a environmentální management s využitím zahraničních zkušeností*. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2008. ISBN 978-80-7372-436-8
- [19] PUTNOVÁ, A. *Sociální odpovědnost a etika podnikání*. Brno: Akademické nakladatelství CERM, s.r.o., 2004. ISBN 80-214-2784-1
- [20] REICHEL, J. *Kapitoly metodologie sociálních výzkumů*. Praha: Grada, 2009. ISBN 978-80-247-3006-6
- [21] ŽÁK, M. a kolektiv. *Velká ekonomická encyklopedie*. Praha: Linde Praha, a.s., 1999. ISBN 80-7201-172-3

Časopisy, konference, sborníky, tiskové zprávy, zákony a vyhlášky

- [22] BERGEVOET, R. H. M., ONDERSTEIJN, C. J. M., SAATKAMP, H. W., VAN WOERKUM, C. M. J., HUIRNE, R. B. M. Entrepreneurial behavior of Dutch dairy farmers under a milk quota system: goals, objectives and attitudes. *In Agricultural Systems*, 2004, Vol. 80, Iss. 1, pp. 1-21. ISSN: 0308-521X.
- [23] BĚLČÍK, M., BORECKÁ, M. Využití koncept CSR není chybou. *In Moderní obec*, prosinec 2008. p. 46. ISSN 1211-0507
- [24] Etické účtování. *In Moderní řízení*, 4/2004. p. 57 – 58. ISSN 0026-8720
- [25] FILIPOVÁ, A., ZEMAN, J. *Corporate Social Responsibility in Students' Awareness (primary research)*. Working Papers Fakulty mezinárodních vztahů. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 2007. ISSN 1802-6591
- [26] JANDA, K. Přestupky a jiné správní delikty. *In Práce – Mzdy – Odvody bez chyb, pokut a penále*, 2011. Roč. VII, č. 7-8, s. 62 - 65. ISSN 1801-9935
- [27] JUCAN, C.N., JUCAN, M.S. *Social Responsibility in Tourism and Sustainable Development*. Houston: WSEAS Press, 2010. Issue 10, Volume 6, October 2010. pp. 677 – 686. ISSN 1790-5079
- [28] JUŠČIUS, V., SNIEŠKA, V. Influence of Corporate Social Responsibility on Competitive Abilities of Corporations. *In Engineering Economics*, 2008. Vol. 3. ISSN 1392-2785
- [29] KRALJ, D. *Green Environmental Business*. Houston: WSEAS Press, 2009. Issue 5, Volume 6, May 2009. pP. 219 – 228. ISSN 1109-9526

- [30] MACÍČEK, J. *Výsledky činnosti Státního úřadu inspekce práce za I. čtvrtletí roku 2011*. Tisková zpráva Státního úřadu inspekce práce za dne 7. dubna 2011. [online]. [cit. 8/2011] Dostupné z: <<http://www.suip.cz>>
- [31] MOON, J., KANG, N., GOND, J. *Corporate Social Responsibility and Government in Western Europe and Northeast Asia from a National Governance Systems Perspective*. In Research paper Series – International Centre for Corporate Social Responsibility. Nottingham: Nottingham University. ISSN 1479-5124
- [32] PALKOVSKÁ, V. Třinec je společensky odpovědné město. In *Bulletin společenské odpovědnosti*, 4/2012. AHA Traging s.r.o. Evidenční číslo MK ČR E19462
- [33] PALKOVSKÁ, V. *Společenská odpovědnost veřejné správy v Moravskoslezském kraji*. Příspěvek v rámci 2. Konference společenské odpovědnosti, 21. března 2012, Ostrava.
- [34] PELLAROVÁ, S., SAJFRTOVÁ, L. *CSR ve veřejné správě*. Příspěvek v rámci 2. Konference společenské odpovědnosti, 21. března 2012, Ostrava.
- [35] PIERO, T., GUPTA, M. Environmental Management. In *Moderní řízení*, č. 3/2004. ISSN 0026-8720
- [36] PRŮŠA, P. How Can Corporate Social Responsibility Be Assessed? In *Working Papers Fakulty mezinárodních vztahů, VŠE*, 9/2007. Praha: Nakladatelství Oeconomica. ISSN 1802-6591
- [37] RUBÁŠ, P. *Certifikace společenské odpovědnosti dle SA8000*. Z prezentace p. Rubáše ze spol. TZÚS pobočka Teplice, konané v Praze dne 15.3.2011.
- [38] RUSEK, B. Kdo může vést provádění stavby? In *Časopis stavebnictví*, 6/2008. p. 84 – 87. ISSN 1802-2030
- [39] SMART Stavebnictví. Magazín připravovaný ve spolupráce Svazu podnikatelů ve stavebnictví v ČR, poradenskou společností Deloitte a společností ÚRS Praha. Prosinec 2011 a Březen 2012. [online]. [cit. 1/2012] Dostupné z: <<http://www.sps.cz>>
- [40] TAGHI-ZADEH, T. Proč Ázerbajdžán & Institut společenské odpovědnosti. In *Bulletin společenské odpovědnosti*, 4/2012. AHA Traging s.r.o. Evidenční číslo MK ČR E19462
- [41] VARCHOLOVÁ, T., DUBOVICKÁ, L. Prístupy k hodnoteniu vplyvu programov spoločenskej zodpovednosti podnikov na finančnú výkonnosť. In *Ekonomické rozhľady*, 3/2011. Bratislava: Ekonomická univerzita Bratislava. ISSN 0323-262X
- [42] Zákon č. 185/2001 Sb., o odpadech a o změně některých dalších zákonů, ve znění pozdějších dodatků a změn

[43] Zákon č. 262/2006 Sb., zákoník práce, ve znění pozdějších dodatků a změn

Internetové odkazy

- [44] AUTORSKÝ KOLEKTIV. *Stavebnictví 2010*. [online]. [cit. 5/2011] Dostupné z: <<http://www.sps.cz>>
- [45] AUTORSKÝ KOLEKTIV. *Strategie českého stavebnictví do r. 2015*. [online]. [cit. 5/2011] Dostupné z: <<http://www.sps.cz>>
- [46] AUTORSKÝ KOLEKTIV. *Vývoj stavebnictví do roku 2012*. [online]. [cit. 5/2011] Dostupné z: <<http://www.sps.cz>>
- [47] BABIAK, K., TRENDAFILOVA, S. *CSR and Environmental Responsibility: Motives and Pressures to Adopt Green Management Practices*. Wiley Online Library, 2010. [online]. [cit. 3/11]. Dostupné z: <<http://www.wileyonlinelibrary.com>>
- [48] BELODEAU, B., RIGBY, D. *Management Tools and Trends 2009*. Bain&Company. [cit. 2010-02-25]. Dostupné z: <http://www.bain.com/bainweb/PDFs/cms/Public/Management_Tools_2009.pdf>
- [49] Business Leaders Forum. *SA 8000 – Sociální odpovědnost*. [online]. [cit. 3/11]. Dostupné z: <<http://www.csr-online.cz>>
- [50] CENIA, česká informační agentura životního prostředí. Dostupné z: <<http://www.cenia.cz>>
- [51] CQS – Sdružení pro certifikaci systémů jakosti. *ČSN OHSAS 18001:2008 – Management bezpečnosti a ochrany zdraví při práci*. [online]. [cit. 10/11]. Dostupné z: <<http://www.cqs.cz>>
- [52] CQS – Sdružení pro certifikaci systémů jakosti. *SA8000 – certifikace společenské odpovědnosti dle SA8000*. [online]. [cit. 3/11]. Dostupné z: <<http://www.cqs.cz>>
- [53] Český statistický úřad. Dostupné z: <<http://www.czso.cz>>
- [54] e-ISO.cz [online]. [cit. 10/11]. Dostupné z: <<http://www.eiso.cz>>
- [55] Enviweb.cz [online]. [cit. 6/09]. Dostupné z: <<http://www.enviweb.cz>>
- [56] EVROPSKÁ KOMISE GŘ PRO PODNIKÁNÍ. *Zodpovědné podniky – Dotazník pro zvýšení informovanosti*. [online]. [cit. 6/09]. Dostupné z: <http://ec.europa.eu/enterprise/csr/campaign/documentation/download/questionnaire_cs.pdf>
- [57] FEINBERG, R. *How to fulfill the promise of CSR*. Americas Quarterly, Winter 2008. [online]. [cit. 3/11]. Dostupné z: <<http://www.americasquarterly.org>>
- [58] Fondy Evropské unie. Dostupné z: <<http://www.strukturalni-fondy.cz>>

- [59] HEZKÝ, J. *Vývoj evropského stavebnictví*. [online]. [cit. 6/09]. Dostupné z: <http://stavitel.ihned.cz/2-21811070-G00000_d-3b>
- [60] HOPKINS, M. *Rate your company!* Dotazník na zjištění úrovně CSR vytvořený prof. Michaelem Hopkinsem, ředitelem společnosti MHC International Ltd. [online]. [cit. 11/10] Dostupné z: <<http://www.mhcinternational.com/external/rate-your-company.html>>
- [61] HRUBÁ, M. *Program Bezpečný podnik slaví 15 let*. 24.10.2011 [online]. [cit. 11/2011] Dostupné z: <<http://www.bozpinfo.cz>>
- [62] KING, L. W. *The Code of Hammurabi* [online]. [cit. 6/09]. Dostupné z: <<http://www.wsu.edu/~dee/MESO/CODE.HTM>>
- [63] KOLEKTIV AUTORŮ. *Deset hlavních přínosů přijetí společenské odpovědnosti firem*. Praha: Business Leaders Forum, [online]. [cit. 4/11]. Dostupné z: <<http://www.csr-online.cz>>
- [64] KOMISE EVROPSKÝCH SPOLEČENSTVÍ. *Provádění partnerství pro růst a zaměstnanost: učinit z Evropy centrum excellence v oblasti sociální odpovědnosti podniků*. [online]. [cit. 6/09]. Dostupné z: <http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2004_2009/documents/com/com_com%282006%290136_/com_com%282006%290136_cs.pdf>
- [65] KOTLER, P., LEE, N. *Corporate Social Responsibility. Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., 2005. ISBN 0-471-47611-0
- [66] KPMG Česká republika. *Stavební firmy na celém světě bojují s nedostatkem kvalitních dodavatelů*. 2007. [online]. [cit. 9/09]. Dostupné z: <<http://www.kpmg.cz>>
- [67] Odborný slovník [online]. [cit. 5/09]. Dostupné z: <<http://www.priroda.cz/slovník.php?detail=181>>
- [68] *První certifikát v ČR podle SA8000:2008 získal ZEVYP*. 24.9.2009. [online]. [cit. 11/10]. Dostupné z: <<http://www.eiso.cz/informacni-servis/novinky/detail-novinky>>
- [69] Slovníček pojmů [online]. [cit. 5/09]. Dostupné z: <<http://www.sof.cz/index2.asp?type=clanky&id=33>>
- [70] *Společenská odpovědnost firem. CSR v zemích Evropské unie* [online]. [cit. 6/09]. Dostupné z: <<http://www.csr-online.cz/Page.aspx?eu>>
- [71] *Společenská odpovědnost firem a ochrana životního prostředí*. Zelený kruh ve spolupráci s EPS, 2007. [online]. [cit. 5/08]. Dostupné z: <<http://www.zelenykruh.cz>>

- [72] *Stakeholderská teorie a její propojení s koncepcí společenské odpovědnosti podniku*. Praha: Business Leaders Forum [online]. [cit. 4/09]. Dostupné z: <<http://www.csr-online.cz>>
- [73] Státní úřad inspekce práce. *Pracovní úrazovost v České republice v roce 2010*. 21.6.2011 [online]. [cit. 11/2011] Dostupné z: <<http://www.suip.cz>>
- [74] Státní úřad inspekce práce. *Roční souhrnná zpráva o výsledcích kontrolních akcí provedených inspekcí práce za rok 2010*. Březen 2011 [online]. [cit. 11/2011] Dostupné z: <<http://www.suip.cz>>
- [75] STEINEROVÁ, M. *Koncept CSR v praxi, průvodce odpovědným podnikáním*. Praha: ASPRA a.s. a 94 minutes s.r.o., 2008 [online]. [cit. 6/09]. Dostupné z: <<http://www.csr-online.cz/NewsDetail.aspx?p=3&id=581>>
- [76] STEINEROVÁ, M., VÁCLAVÍKOVÁ, A., MERVART, R. *Společenská odpovědnost firem. Průvodce nejen pro malé a střední podniky*. Praha: Business Leaders Forum, 2008 [online]. [cit. 4/09]. Dostupné z: <<http://www.csr-online.cz/NewsDetail.aspx?p=3&id=581>>
- [77] Strategie, vize českého stavebnictví do roku 2012. Svaz podnikatelů ve stavebnictví a ÚRS Praha, a.s. 2007. [online]. [cit. 1/2012] Dostupné z: <<http://www.sps.cz>>
- [78] TRANSPARENCY INTERNATIONAL ČR. *Etické kodexy* [online]. [cit. 6/09]. Dostupné z: <<http://www.transparency.cz/index.php?lan=cz&id=676>>
- [79] TRNKOVÁ, J. *Rovné příležitosti jako součást společenské odpovědnosti firem*. Gender studies, o.p.s., 2006. Publikace vyšla v rámci projektu EU EQUAL „Půl na půl – rovné příležitosti žen a mužů“. [online]. [cit. 11/10] Dostupné z: <http://www.blf.cz/partner/rovne_prilezitosti.pdf>
- [80] TRNKOVÁ, J. *Společenská odpovědnost firem. Kompletní průvodce tématem a závěry z průzkumu v ČR*. Praha: Business Leaders Forum, 2004. [online]. [cit. 9/09]. Dostupné z: <<http://www.blf.cz>>
- [81] Úřad pro technickou normalizaci, metrologii a státní zkušebnictví [online]. [cit. 6/09]. Dostupné z: <<http://www.unmz.cz>>
- [82] VALA, J. *Lidský faktor v „Bezpečném podniku“*. 28.6.2011; [online]. [cit. 11/2011] Dostupné z: <<http://www.bozpinfo.cz>>
- [83] VAVROŇ, J. *Příliš mnoho českých zaměstnanců je závislých na stavebnictví a průmyslu*. [online]. [cit. 5/09]. Dostupné z: <<http://www.novinky.cz/ekonomika>>

Publikace

- [1] Brodský, Z., Kocman, J., Nebřenská, Z., Kornfeldová, M. *Etické aspekty v řízení lidských zdrojů*. Vědecké spisy FES. Pardubice, 2004. ISBN 80-7194-729-6
- [2] Brodský, Z., Kornfeldová, M. *Společenská odpovědnost firmy a etické kodexy*. Manažment priemyselných podnikov. Zvolen, 2006. ISSN 1336-5592
- [3] Brodský, Z., Kornfeldová, M. *Manažerská etika a získávání pracovníků aplikované v rámci Východočeského regionu*. Human Resources Management and Economics. Zvolen, 2007. ISSN 1337-0871
- [4] Dytrt, Z., Brodský, Z., Kornfeldová, M. *Inovace a tvořivost*. Pardubice: Univerzita Pardubice, 2006. ISBN 80-7194-843-8
- [5] Kraftová, I., Masuyama, Y., Matěja, Z., Kornfeldová, M. Společenská odpovědnost v lázeňství: shody či rozdíly? *In E+M Ekonomie a Management*. 2011, roč. 14, č. 2, str. 123 – 135. ISSN 1212-3609
- [6] Kornfeldová, M. Equal Opportunities in the Concept of Corporate Social Responsibility. *In Scientific Papers of the University of Pardubice, Series D*. 2011, roč. 16, č. 3, str. 102 – 109. ISSN 1211-555X
- [7] Kornfeldová, M. Corporate Social Responsibility and its relation to financial management of the company. *In MANEKO (Manažment a ekonomika podniku)*. 2012, roč. 4, č. 1, str. 74 – 81. ISSN 1337-9488
- [8] Kornfeldová, M. *Health and Safety at Work – part of Corporate Social Responsibility*. Scientific Papers of the University of Pardubice, Series D - postoupeno do recenzního řízení.
- [9] Kornfeldová, M., Myšková, R. *Application of CSR in Costruction Industry*. The International Conference on Economics, Political and Law Science. Tomas Bata University in Zlin, September 20 – 22, 2012. Postoupeno do recenzního řízení.

Přílohy

Příloha A

Zjistěte, jak na tom jste: dotazník [76]

Ekonomická oblast – firemní hodnoty

Otázka:	Ano	Ne	Částečně	Nevím	Nelze použít
Máte jasně definované firemní hodnoty a pravidla chování?					
Znají vaši zaměstnanci vaše firemní hodnoty a pravidla chování?					
Znají vaši zákazníci vaše firemní hodnoty a pravidla chování?					
Informujete a školíte zaměstnance v problematice firemních hodnot a pravidel chování?					
Sdělujete své firemní hodnoty zákazníkům, obchodníkům a dalším partnerům? (např. při účasti na veletrzích, na obchodních či neformálních schůzkách,...)					

Ekonomická oblast – Chování na trhu

Otázka:	Ano	Ne	Částečně	Nevím	Nelze použít
Dbáte na poctivost a kvalitu všech smluv, jednání a propagace? (např. čestnou politiku nákupu, zajišťování ochrany spotřebitelů,...)					
Poskytujete jasně a přesné informace o výrobcích a službách včetně odpovídajících označení?					
Dbáte o včasné placení dodavatelských faktur?					
Staráte se o zajištění efektivních zpětných vazeb, konzultací a/nebo dialogu se zákazníky, dodavateli i ostatními partnery?					
Evidujete a řešíte stížnosti zákazníků, dodavatelů a obchodních partnerů?					
Spolupracujete s jinými partnery při řešení problémů souvisejících s odpovědným podnikáním?					

Sociální oblast – jednání se zaměstnanci

Otázka:	Ano	Ne	Částečně	Nevím	Nelze použít
Povzbuzujete své zaměstnance, aby rozvíjeli své dovednosti a dlouhodobou kariéru? (např. pomocí hodnocení výkonu, plánu školení)					
Existuje proces, kterým bráníte diskriminaci na pracovišti i při náboru nových zaměstnanců? Např. zamezení diskriminaci žen, etnických skupin, invalidů,..					
Radíte se se zaměstnanci o důležitých záležitostech?					
Máte vhodná opatření pro zajištění zdraví, bezpečnosti a sociální péče, která vaše zaměstnance dostatečně ochrání?					
Nabízíte aktivně zaměstnancům vhodnou rovnováhu pracovního a osobního života? Např. umožněním pružné pracovní doby, práce z domova apod.					

Sociální oblast – vztah k místní komunitě

Otázka:	Ano	Ne	Částečně	Nevím	Nelze použít
Nabízíte možnost uplatnění lidem z obce? Např. učební místa, pracovní zkušenosti pro mládež nebo invalidní občany					
Vedete s obcí otevřený dialog o negativních, kontroverzních nebo citlivých jevech, které se týkají vašeho podniku? Např. hromadění odpadu před objekty společnosti, hluk, překážející vozidla,...					
Snažíte se nakupovat zboží, suroviny apod. v nejbližším okolí?					
Povzbuzujete své zaměstnance k účasti na veřejných aktivitách a projektech? Např. poskytnutím času, odborných znalostí či pomůcek					
Poskytujete pravidelnou finanční podporu veřejným aktivitám a projektům? Např. charitativní dary nebo sponzorské činnosti					

Environmentální oblast – vztah k životnímu prostředí

Otázka:	Ano	Ne	Částečně	Nevím	Nelze použít
Snižujete vliv vašeho podniku na životní prostředí pomocí:					
- úspory energie?					
- minimalizace odpadu a využitím recyklace?					
- ochrany přírodního prostředí?					
- udržitelných možností dopravy?					
- prevencí znečišťování (např. emise do vzduchu, odpadní vody, hluk,..)?					
Můžete ušetřit finanční prostředky snížením dopadu na životní prostředí? Např. pomocí recyklace, snížením spotřeby energie,...					
Uvažujete o potenciálních dopadech na životní prostředí při vývoji nových výrobků a služeb? Např. spotřeba energie, recyklovatelnost,...					
Poskytujete zákazníkům, dodavatelům, obci a dalším stakeholderům jasně a přesně ekologické informace o svých výrobních, službách a aktivitách?					
Můžete využít ekologické parametry výrobků a služeb k získání konkurenčních výhod? Např. recyklovatelnost, efektivnost energií,...					

Příloha B

Dotazník pro poměrování sociální odpovědnosti firem. Zdroj: [19], [60]

1. Má vaše organizace firemní prohlášení o misi a hodnotách firmy?
2. Má vaše organizace etický kodex?
3. Je tento kodex distribuován mezi zaměstnance?
4. Jsou zaměstnanci vzděláváni v otázkách dodržování etického kódu?
5. Máte manažera odpovědného za etickou oblast nebo otázky týkající se společenské odpovědnosti?
6. Chová se firma sociálně odpovědně?
7. Publikuje vaše firma sociální zprávu nebo máte etický audit?
8. Požaduje vaše firma, aby vaši dodavatelé dodržovali nebo se přizpůsobili etickému kodexu?
9. Má vaše firma trvalý dialog s akcionáři v otázkách společenské odpovědnosti?
10. Jak hodnotíte platy zaměstnanců ve vaší firmě ve srovnání s firmami ve vašem oboru?
11. Má vaše firma politiku podporující lidská práva zaměstnanců?
12. Podporuje vaše firma projekty místní komunity?
13. Byla vaše firma pokutována za klamavou reklamu v minulém roce?
14. Je vaše firma certifikována environmentálními standardy jako ISO 14000 nebo EMAS?
15. Byla vaše firma vtažena do správních sporů stran korupce během posledních 5 let?
16. Má vaše firma protikorupční anebo proti úplatkářskou politiku?
17. Má vaše firma politiku zaměřenou proti diskriminaci v oblasti nábory nových pracovních sil či dalšího vzdělávání?
18. Uplatňuje vaše firma nějakou formu participace zaměstnanců na profitu firmy?
19. Jsou činy (rozhodnutí) představitelů firmy transparentní?
20. Vytvořila vaše firma nové pracovní příležitosti v minulém roce?

Příloha C

Dotazníkové šetření pro disertační práci s tématem „Prohlubování společenské odpovědnosti ve stavebnictví“

Vážená paní, vážený pane,

Dostává se Vám do rukou dotazník zaměřený na společenskou (sociální) odpovědnost firem (z ang. Corporate Social Responsibility – „CSR“) a velice ráda bych Vás požádala o jeho vyplnění.

Dotazník je anonymní, nikde nebude uvedeno jméno respondentů. Podklady z toho dotazníku budou využity ke zpracování mé disertační práce v rámci doktorského studia na Univerzitě Pardubice. Disertační práce je zaměřena právě na společenskou odpovědnost a nese název „Prohlubování společenské odpovědnosti ve stavebnictví“.

V případě jakýchkoli dotazů Vám jsem k dispozici na emailové adrese: m.kornfeldova@centrum.cz nebo na telefonním čísle: 773 23 24 00.

Předem Vám velice za ochotu věnovat pár minut času k vyplnění tohoto dotazníku.

S úctou

Martina Kornfeldová

Identifikace organizace

1. *Jaký byl roční obrat Vaší společnosti za r. 2010?*

- a) Do 50 mil Kč
- b) 50 – 200 mil Kč
- c) 200 – 500 mil Kč
- d) 500 mil Kč – 1 mld Kč
- e) 1 – 2,5 mld Kč
- f) Více než 2,5 mld Kč

2. *Kolik zaměstnanců bylo v daném roce ve společnosti průměrně zaměstnáno? Uveďte prosím i poměr THP a D pracovníků.*

.....

3. *Charakterizujte stručně hlavní předmět podnikání společnosti na trhu:*

.....

4. *Na jakou oblast stavebnictví se zaměřujete?*

- a) pozemní stavby
- b) dopravní stavby
- c) vodohospodářské stavby
- d) speciální stavby

5. *Uveďte prosím objem vašich zakázek v r. 2010 (v mil. Kč):*

- a) veřejné zakázky:
- b) soukromé zakázky:

6. *Společnost je:*

- a) bez účasti zahraničního kapitálu
- b) s účastí zahraničního kapitálu
- c) ryze zahraniční společnost působící na českém trhu

7. *Uveďte, v jakém městě se nachází sídlo společnosti:*

.....

8. *Jaká je územní působnost Vaší společnosti?*

- a) Praha a nejbližší okolí
- b) Střední Čechy
- c) Východní Čechy
- d) Morava, Slezsko
- e) Severní Čechy
- f) Jižní Čechy
- g) Západní Čechy
- h) celorepubliková působnost
- i) zahraničí
- j) celorepubliková působnost a zahraničí

Základní povědomí o dané problematice

9. *Slyšeli jste již někdy o pojmu „corporate social responsibility“ (sociální/společenská odpovědnost firmy)?*

ano x ne

10. *Jaké jsou Vaše znalosti o tomto pojmu, zkuste jej prosím vlastními slovy stručně definovat, přestože jste o něm dosud neslyšeli:*

.....

.....

.....

Ekonomická oblast

Zaškrtněte prosím v jednotlivých řádcích uvedených tabulek:

11. Firemní hodnoty

Otázka:	Ano	Ne	Částečně	Nevím	Nelze použít
Máte jasně definované firemní hodnoty a pravidla chování?					
Znají vaši zaměstnanci vaše firemní hodnoty a pravidla chování?					
Znají vaši zákazníci vaše firemní hodnoty a pravidla chování?					
Informujete a školíte zaměstnance v problematice firemních hodnot a pravidel chování?					
Sdělujete své firemní hodnoty zákazníkům, obchodníkům a dalším partnerům? (např. při účasti na veletrzích, na obchodních či neformálních schůzkách,...)					

12. Chování na trhu

Otázka:	Ano	Ne	Částečně	Nevím	Nelze použít
Dbáte na poctivost a kvalitu všech smluv, jednání a propagace? (např. čestnou politiku nákupu, zajišťování ochrany spotřebitelů,...)					
Poskytujete jasně a přesné informace o výrobcích a službách včetně odpovídajících označení?					
Dbáte o včasné placení dodavatelských faktur?					
Staráte se o zajištění efektivních zpětných vazeb, konzultací a/nebo dialogu se zákazníky, dodavateli i ostatními partnery?					
Evidujete a řešíte stížnosti zákazníků, dodavatelů a obchodních partnerů?					
Spolupracujete s jinými partnery při řešení problémů souvisejících s odpovědným podnikáním?					

Sociální oblast

13. Jednání se zaměstnanci

Otázka:	Ano	Ne	Částečně	Nevím	Nelze použít
Povzbuzujete své zaměstnance, aby rozvíjeli své dovednosti a dlouhodobou kariéru? (např. pomocí hodnocení výkonu, plánu školení)					
Existuje proces, kterým bráníte diskriminaci na pracovišti i při náboru nových zaměstnanců? Např. zamezení diskriminaci žen, etnických skupin, invalidů,..					
Radíte se se zaměstnanci o důležitých záležitostech?					
Máte vhodná opatření pro zajištění zdraví, bezpečnosti a sociální péče, která vaše zaměstnance dostatečně ochrání?					
Nabízíte aktivně zaměstnancům vhodnou rovnováhu pracovního a osobního života? Např. umožněním pružné pracovní doby, práce z domova apod.					

14. Komunikujete a informujete své zaměstnance o situaci ve společnosti?

- a) pravidelně
- b) pouze na vyžádání ze strany vedení společnosti, vyžaduje-li to např. změna zaměření podniku, změna strategie, příchod nového partnera,...
- c) ne

15. Jakými formami se svými zaměstnanci komunikujete a jak často je využíváte?

Zaškrtněte prosím, je možné uvést více možností.

Způsob komunikace	Frekvence				
	pravidelně	občas	výjimečně, dle závažnosti problematiky	nevyužíváme	uvažujeme o využití
Intranet					
firemní časopis					
email					
nástěnky					
celopodnikové schůze					
jednání, porady útvarů					
jiné; uveďte prosím:					

16. Podporujete systém důchodového zabezpečení svých zaměstnanců?

- a) ano
- b) ne

17. Uveďte prosím alespoň 4 další výhody, které svým zaměstnancům nabízíte a o nichž se domníváte, že jsou „výjimečné“, že jen málokterá firma je má ve svém sociálním programu:

- a)
- b)

c)

d)

18. V případě propuštění zaměstnance (z důvodu § 52 a) – c) ZP⁶) – nabízíte i zde „pomocnou“ ruku?

a) ano - uveďte prosím:

b) ne

19. Vztah k místní komunitě

Otázka:	Ano	Ne	Částečně	Nevím	Nelze použít
Nabízíte možnost uplatnění lidem z obce? Např. učební místa, pracovní zkušenosti pro mládež nebo invalidní občany					
Vedete s obcí otevřený dialog o negativních, kontroverzních nebo citlivých jevech, které se týkají vašeho podniku? Např. hromadění odpadu před objekty společnosti, hluk, překážející vozidla,...					
Snažíte se nakupovat zboží, suroviny apod. v nejbližším okolí?					
Povzbuzujete své zaměstnance k účasti na veřejných aktivitách a projektech? Např. poskytnutím času, odborných znalostí či pomůcek					
Poskytujete pravidelnou finanční podporu veřejným aktivitám a projektům? Např. charitativní dary nebo sponzorské činnosti					

⁶ Zákon č. 262/2006 Sb., zákoník práce – výpověď daná zaměstnavatelem z důvodu:

§ 52 a) – ruší-li se zaměstnavatel nebo jeho část,

§ 52 b) – přemísťuje-li se zaměstnavatel nebo jeho část

§ 52 c) – stane-li se zaměstnanec nadbytečným.

Environmentální oblast

20. vztah k životnímu prostředí

Otázka:	Ano	Ne	Částečně	Nevím	Nelze použít
Snižujete vliv vašeho podniku na životní prostředí pomocí: - úspory energie?					
- minimalizace odpadu a využitím recyklace?					
- ochrany přírodního prostředí?					
- udržitelných možností dopravy?					
- prevencí znečišťování (např. emise do vzduchu, odpadní vody, hluk,..)?					
Můžete ušetřit finanční prostředky snížením dopadu na životní prostředí? Např. pomocí recyklace, snížením spotřeby energie,...					
Uvažujete o potenciálních dopadech na životní prostředí při vývoji nových výrobků a služeb? Např. spotřeba energie, recyklovatelnost,...					
Poskytujete zákazníkům, dodavatelům, obci a dalším stakeholderům jasně a přesně ekologické informace o svých výrobních, službách a aktivitách?					
Můžete využít ekologické parametry výrobků a služeb k získání konkurenčních výhod? Např. recyklovatelnost, efektivnost energií,...					

21. Je vaším zaměstnancům poskytováno environmentální školení?

- a) ano
- b) ne

22. Je ve vaší společnosti zaveden manažerských environmentální systém?

- a) ano
- b) ne

23. Splňuje vaše společnost předpoklady národních nebo mezinárodních standardů (ISO, EMAS a příp. další možné)?

- a) ano, máme je zavedené a certifikované
- b) ano, ale prozatím nemáme certifikované, nicméně k certifikaci připravujeme
- c) spíše ne
- d) ne
- e) nevím

Pokud jste v úvodu dotazníku odpověděli na otázku týkající se vaší znalosti pojmu o společenské odpovědnosti firmy (tzv. CSR) „ne“, pak v této chvíli, po projití a vyplnění výše uvedených otázek, byste již měli mít základní představu o tom, co představuje pojem CSR. Poprosím Vás tak o vyplnění otázek následujících:

24. Informujete své partnery o vašich CSR aktivitách? ano x ne

25. Zapojujete je do svých CSR činností? ano x ne

26. Berete v úvahu sociální nebo environmentální kritéria při výběru partnerů?

ano x ne

27. Máte informaci o tom, že některý z vašich partnerů:

- a) plní předpoklady CSR ano x ne
- b) vytváří zprávu o CSR vzhledem ke svému působení? ano x ne

28. Které z níže uvedených témat považujete z oblasti CSR za nejdůležitější? Označte prosím číselně 1 – 10 dle Vašich priorit, přičemž č. 1 značí nejvyšší prioritu a č. 10 nejnižší:

- vzdělávání zaměstnanců
- péče o zaměstnance
- rovné příležitosti mužů a žen
- ekologie
- vztahy s institucemi státní správy, samosprávy,...
- vztahy se školami, neziskovými organizacemi,...
- dárcovství
- nadační činnost
- transparentnost firmy
- jiné; uveďte prosím:

29. Které z uvedených činností ve Vaší společnosti již realizujete a s jakou pozorností? Opět označte číselně 1 – 10 dle priority. Pokud některou z uvedených činností nevykonáváte, uveďte prosím 0.

- vzdělávání zaměstnanců
- péče o zaměstnance
- rovné příležitosti mužů a žen
- ekologie
- vztahy s institucemi státní správy, samosprávy,...
- vztahy se školami, neziskovými organizacemi,...
- dárcovství
- nadační činnost
- transparentnost firmy
- jiné; uveďte prosím:

30. Z jakého důvodu se domníváte, že by se firma měla věnovat aktivitám CSR?

- a) motivace v důsledku zahraničního partnera/vlastníka firmy
- b) motivace v důsledků konkurenčních firem
- c) tlak a požadavek veřejnosti, odborů,...
- d) zlepšují reputaci a dobré jméno firmy
- e) snaha udržet a přilákat kvalitní zaměstnance
- f) spadá a je součástí PR strategie firmy
- g) jedná se o naši konkurenční výhodu
- h) jedná se o naše firemní přesvědčení

31. Domníváte se, že by organizace měla vytvořit oddělení nebo ustanovit pracovníka, který se bude zabývat problematikou CSR?

- a) ano, mělo by se tak stát
- b) postačí, když problematika CSR bude svěřena jako další z náplně práce jednomu z pracovníků
- c) domnívám se, že to není nutné

32. Přivítali byste více informací a podkladů k problematice CSR?

a) ano

b) ne:

i) máme dostatek informací

ii) tato problematika pro nás není předmětná

33. V současné době zastáváte pozici:

34. Vaše poznámky k dotazníku:

35. Máte zájem získat výstupy z tohoto dotazníku?

a) ano

Uved'te prosím čitelně emailovou adresu, na kterou má být výstup z dotazníkového šetření zaslán:

b) ne

Ráda bych Vám závěrem poděkovala Vám za Váš čas, který jste věnovali vyplnění tohoto dotazníku.

S přáním příjemného dne

Ing. Martina Kornfeldová