

Univerzita Pardubice

Fakulta filozofická

Přínosy zavedení zaměstnaneckého benefitu „Dog-friendly Office“

Bakalářská práce

2020

Pavčina Mojdlová

Univerzita Pardubice  
Fakulta filozofická  
Akademický rok: 2018/2019

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Pavčina Mojdlová**  
Osobní číslo: **H17255**  
Studijní program: **B6107 Humanitní studia**  
Studijní obor: **Humanitní studia**  
Téma práce: **Přínosy zavedení zaměstnaneckého benefitu „Dog-friendly Office“**  
Zadávací katedra: **Katedra věd o výchově**

### Zásady pro vypracování

Práce je zaměřena na přínosy zavedení benefitu „Dog-friendly Office“ ve vybraných společnostech v ČR. Cílem bakalářské práce je zjistit, jaký dopad má zavedení benefitu na zaměstnance, tedy přesněji, jestli jim pomáhá snižovat napětí a stres v zaměstnání anebo pomáhá ke zlepšení vztahů a častější komunikace s kolegy. Teoretická část se bude zabývat vymezením souvisejících pojmů jako např. zaměstnanecké benefity, motivace a odměňování zaměstnanců, a problematiku komunikace a stresu na pracovišti. Praktická část se bude zabývat analýzou zavedení benefitu Dog-friendly Office ve společnostech. Výzkumné šetření bude mít kvantitativní výzkumný design a metodou sběru dat bude dotazník. Výzkumný soubor budou tvořit zaměstnanci vybraných firem ve věku 18-60 let. Bakalářská práce by mohla být přínosem pro HR manažery, kteří tento moderní benefit zvažují zavést ve svých společnostech.

Rozsah pracovní zprávy:  
Rozsah grafických prací:  
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam doporučené literatury:

PALIKA, Liz a Jennifer FEARING. Dogs at work: a practical guide to creating dog-friendly workplaces. Washington, D.C.: Humane Society Press, c2008. ISBN 978-1934785010.  
MIKULÁŠTÍK, Milan. Manažerská psychologie. 3. přepracované vydání. Praha: Grada, 2015. Manažer. ISBN 978-80-247-4221-2.  
ARMSTRONG, Michael a Josef KOUBEK. Odměňování pracovníků. Praha: Grada, 2009. Expert. ISBN 978-80-247-2890-2.  
URBAN, Jan. Motivace a odměňování pracovníků: co musíte vědět, abyste ze svých spolupracovníků dostali to nejlepší. Praha: Grada, 2017. Manažer. ISBN 978-80-271-0227-3.  
KOLMAN, Luděk. Motivace, produktivita a způsob života. Praha: Linde Praha, 2012. ISBN 978-80-7201-892-5.  
ŘEZANKOVÁ, Hana. Analýza dat z dotazníkových šetření. 2. vyd. Praha: Professional Publishing, 2010. ISBN 978-80-7431-019-5.  
JOHN, Friedel a Gabriele PETERS-KÜHLINGER. Jak úspěšně zvládnout tlak a stres v práci. Praha: Grada, 2006. Poradce pro praxi. ISBN 80-247-1517-1.

Vedoucí bakalářské práce: **PhDr. Jana Křišťálová**  
Katedra věd o výchově

Datum zadání bakalářské práce: **31. března 2019**

Termín odevzdání bakalářské práce: **31. března 2020**



L.S.

---

**doc. Mgr. Jiří Kubeš, Ph.D.**  
děkan

---

**Ing. Jaroslav Myslivec, Ph.D.**  
vedoucí katedry

V Pardubicích dne 29. listopadu 2019

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., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů, 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.

Beru na vědomí, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších předpisů, a směrnicí Univerzity Pardubice č. X/2019 Pravidla pro odevzdávání, zveřejňování a formální úpravu závěrečných prací, ve znění pozdějších dodatků, bude práce zveřejněna prostřednictvím Digitální knihovny Univerzity Pardubice.

V Pardubicích dne 19.4.2020

Pavλίna Mojdlová

## **PODĚKOVÁNÍ**

Chtěla bych poděkovat všem, kteří ke vzniku této bakalářské práce přispěli, zejména pak paní PhDr. Janě Kříšťálové nejen za její odborné vedení této práce, ale také za poskytnutí cenných rad a připomínek při jejím zpracování. Dále bych chtěla poděkovat panu Ing. Jaroslavu Myslivcovi, Ph.D. za jeho ochotu a rady při zpracování praktické části. Dále bych ráda poděkovala vedoucím pracovníkům společností, které se do výzkumu zapojili. Poděkování samozřejmě patří i všem respondentům, bez nichž by tato práce nemohla vzniknout. V neposlední řadě bych chtěla poděkovat své rodině za poskytnutou podporu a trpělivost v průběhu studia.

## **ANOTACE**

Práce je zaměřena na přínosy zavedení benefitu „Dog-friendly Office“ ve vybraných společnostech v ČR. Cílem bakalářské práce je zjistit, jaký dopad má zavedení benefitu na zaměstnance, tedy přesněji, jestli jim pomáhá snižovat napětí a stres v zaměstnání anebo pomáhá ke zlepšení vztahů a častější komunikace s kolegy. Teoretická část se bude zabývat vymezením souvisejících pojmů jako např. zaměstnanecké benefity, motivace a odměňování zaměstnanců, a problematiku komunikace a stresu na pracovišti. Praktická část se bude zabývat analýzou zavedení benefitu Dog-friendly Office ve společnostech. Výzkumné šetření bude mít kvantitativní výzkumný design a metodou sběru dat bude dotazník. Výzkumný soubor budou tvořit zaměstnanci vybraných firem ve věku 18-60 let. Bakalářská práce by mohla být přínosem pro HR manažery, kteří tento moderní benefit zvažují zavést ve svých společnostech.

## **KLÍČOVÁ SLOVA**

Zaměstnanecké benefity, pes v práci, Dog-friendly Office, motivace zaměstnanců, řízení lidských zdrojů

## **TITLE**

Benefits of Introduction employee benefit „Dog-friendly Office“

## **ANNOTATION**

The thesis is focused on the benefits of introducing the “Dog-friendly Office” benefit in selected companies in the Czech Republic. The aim of this bachelor thesis is to find out what impact the introduction of benefit has on employees, ie more precisely, whether it helps them reduce stress and stress at work or helps to improve relationships and more frequent communication with colleagues. The theoretical part will deal with the definition of related terms such as employee benefits, employee motivation and remuneration, and the issue of communication and stress in the workplace. The practical part will analyze the introduction of the benefit of Dog-friendly Office in companies. The research will have a quantitative research design and the method of data collection will be a questionnaire. The

research sample will consist of employees of selected companies aged 18-60 years. The bachelor thesis could be a benefit for HR managers who are considering to introduce this modern benefit in their companies.

## **KEYWORDS**

Employee benefits, dog at work, dog-friendly office, employee motivation, human resources management

## OBSAH

Úvod.....	12
1 TEORETICKÁ ČÁST .....	13
1.1 Řízení lidských zdrojů.....	13
1.2 Motivace a spokojenost zaměstnanců .....	14
1.3 Definice zaměstnaneckých benefitů .....	17
1.4 Trendy zaměstnaneckých benefitů v ČR.....	19
1.5 Benefit „Dog-friendly Office“ .....	20
2 PRAKTICKÁ ČÁST.....	24
2.1 Metodologie výzkumu.....	24
2.1.1 Cíl práce .....	24
2.1.2 Stanovení hypotéz .....	24
2.1.3 Metody výzkumu .....	25
2.1.4 Výběr respondentů .....	25
2.1.5 Realizace výzkumného šetření.....	25
2.1.6 Vyhodnocení výsledků šetření a interpretace dat.....	26
2.2 Charakteristika vybraných společností.....	26
2.2.1 Vivantis .....	26
2.2.2 eBRÁNA .....	27
2.3 Vyhodnocení dotazníkového šetření v jednotlivých společnostech.....	28
2.3.1 Výsledky průzkumu ve společnosti Vivantis a.s.....	28
2.3.2 Výsledky průzkumu ve společnosti eBRÁNA s.r.o.....	39
2.4 Verifikace hypotéz .....	50
2.4.1 Shrnutí výsledků výzkumu a diskuze.....	55
3 Závěr .....	57
4 Použitá literatura .....	59
5 Přílohy.....	61



## SEZNAM ILUSTRACÍ A TABULEK

<i>Graf 1 - Věkové rozdělení – Vivantis a.s., (Zdroj: vlastní zpracování)</i> .....	29
<i>Graf 2 – Pohlaví – Vivantis a.s., (Zdroj: vlastní zpracování)</i> .....	29
<i>Graf 3 - Délka pracovního poměru – Vivantis a.s., (Zdroj: vlastní zpracování)</i> .....	30
<i>Graf 4 - Počet psů – Vivantis a.s., (Zdroj: vlastní zpracování)</i> .....	30
<i>Graf 5 – Informovanost – Vivantis a.s., (Zdroj: vlastní zpracování)</i> .....	31
<i>Graf 6 – Pravidla – Vivantis a.s., (Zdroj: vlastní zpracování)</i> .....	32
<i>Graf 7 - Nedodržování pravidel – Vivantis a.s., (Zdroj: vlastní zpracování)</i> .....	32
<i>Graf 8 – Špatná zkušenost – Vivantis a.s., (Zdroj: vlastní zpracování)</i> .....	33
<i>Graf 9 – Úprava kanceláře – Vivantis a.s., (Zdroj: vlastní zpracování)</i> .....	34
<i>Graf 10 – Negativa – Vivantis a.s., (Zdroj: vlastní zpracování)</i> .....	34
<i>Graf 11 – Pozitivní vliv – Vivantis a.s., (Zdroj: vlastní zpracování)</i> .....	36
<i>Graf 12 - Majitelé psů – Vivantis a.s., (Zdroj: vlastní zpracování)</i> .....	37
<i>Graf 13 – Alergie – Vivantis a.s., (Zdroj: vlastní zpracování)</i> .....	38
<i>Graf 14 - Věkové rozdělení – eBRÁNA s.r.o., (Zdroj: vlastní zpracování)</i> .....	39
<i>Graf 15 – Pohlaví – eBRÁNA s.r.o., (Zdroj: vlastní zpracování)</i> .....	40
<i>Graf 16 - Délka pracovního poměru – eBRÁNA s.r.o., (Zdroj: vlastní zpracování)</i> .....	40
<i>Graf 17 - Počet psů – eBRÁNA s.r.o., (Zdroj: vlastní zpracování)</i> .....	41
<i>Graf 18 – Informovanost – eBRÁNA s.r.o., (Zdroj: vlastní zpracování)</i> .....	42
<i>Graf 19 – Pravidla – eBRÁNA s.r.o., (Zdroj: vlastní zpracování)</i> .....	42
<i>Graf 20 - Nedodržování pravidel – eBRÁNA s.r.o., (Zdroj: vlastní zpracování)</i> .....	43
<i>Graf 21 - Špatná zkušenost – eBRÁNA s.r.o., (Zdroj: vlastní zpracování)</i> .....	44
<i>Graf 22 - Úprava kanceláře – eBRÁNA s.r.o., (Zdroj: vlastní zpracování)</i> .....	44
<i>Graf 23 – Negativa – eBRÁNA s.r.o., (Zdroj: vlastní zpracování)</i> .....	45
<i>Graf 24 – Pozitiva – eBRÁNA s.r.o., (Zdroj: vlastní zpracování)</i> .....	46
<i>Graf 25 - Majitelé psů – eBRÁNA s.r.o., (Zdroj: vlastní zpracování)</i> .....	48
<i>Graf 26 – Alergie – eBRÁNA s.r.o., (Zdroj: vlastní zpracování)</i> .....	49
<i>Tabulka 1: četnosti H1 (Zdroj: vlastní zpracování)</i> .....	50
<i>Tabulka 2: četnosti H2 (Zdroj: vlastní zpracování)</i> .....	51
<i>Tabulka 3: četnosti H3 (Zdroj: vlastní zpracování)</i> .....	52
<i>Tabulka 4: četnosti H4 (Zdroj: vlastní zpracování)</i> .....	53
<i>Tabulka 5: četnosti H5 (Zdroj: vlastní zpracování)</i> .....	54

## **SEZNAM ZKRATEK A ZNAČEK**

APPMA	The American Pet Products Manufacturers Association
ČR	Česká republika
HR	Human Resources – lidské zdroje
PSI	Pet Sitters Internation
TYDTWD	Také Your Dog to Work Day
DFO	Dog-friendly Office

## ÚVOD

V dnešní společnosti se obecně řízení lidských zdrojů stává jedním z důležitých faktorů úspěchu v podnikání. Manažeři a vedoucí pracovníci se nezaměřují jen na péči o zaměstnance, ale také na problematiku motivace a spokojenosti, kterou v této době považují za důležitou, ale také velmi obtížnou. Udržet si motivovaného a spokojeného zaměstnance v podniku není jednoduché. Naštěstí jim v této problematice pomáhá velké množství odborných publikací.

Aby si podnik zajistil loajalitu a výkonnost svých zaměstnanců, snaží se jim, pomocí propracovaného systému zaměstnaneckých benefitů poskytnout něco, co by v jiném podniku nedostali. Tím pádem není při výběru zaměstnání rozhodujícím aspektem pouze finanční odměna, ale také množství různých typů výhod, které podnik nabízí.

Zaměstnanecké benefity jsou komplexní záležitostí, která často ovlivňuje fungování celého podniku. Větší šanci na přilákání anebo udržení spolehlivého zaměstnance mají podniky, které nabízejí širší nabídku výhod pro své zaměstnance. Z tohoto hlediska je vyvíjen tlak na personalisty a manažery, kteří se o lidské zdroje starají, aby zajistili dostatek lidských zdrojů pro vybudování pevného postavení podniku ve společnosti.

Jedním z moderních benefitů je tzv. „Dog-friendly Office“, kdy zaměstnavatel dává možnost zaměstnanci přivést si do podniku svého psa. Z mnoha výzkumů vyplývá, že díky tomuto benefitu je pro zaměstnance jednodušší navazovat nové pracovní vztahy s kolegy i klienty, být více produktivní a kreativní a případně zůstat v práci déle, aniž by se stresoval, že je jeho pes doma dlouho sám.

Toto, dle mého názoru, aktuální téma jsem si vybrala nejen proto, abych se o daném problému dozvěděla více informací, ale také proto, že mě práce v oblasti HR naplňuje a v budoucnu bych se jí chtěla věnovat. Takže je pro mě stěžejní vyvarovat se neefektivním metodám řízení lidských zdrojů a poznat metody, které vedou k úspěchu podniku.

# 1 TEORETICKÁ ČÁST

## 1.1 Řízení lidských zdrojů

Lidské zdroje můžeme považovat za důležitou oblast, která rozhoduje o prosperitě a konkurenceschopnosti daného podniku. Personální činnost v oblasti řízení lidských zdrojů se považuje za jádro a nejdůležitější oblast řízení celého podniku.<sup>1</sup>

*„Řízení lidských zdrojů se zabývá vším, co souvisí se zaměstnáváním a řízením lidí v organizaci. Zahrnuje činnosti týkající se strategického řízení lidských zdrojů, řízení lidského kapitálu, řízení znalostí, společenské odpovědnosti organizace, rozvoje organizace, zabezpečování lidských zdrojů (plánování lidských zdrojů, získávání a výběru zaměstnanců, řízení talentů), řízení pracovního výkonu a odměňování zaměstnanců, vzdělávání a rozvoje zaměstnanců, zaměstnaneckých a pracovních vztahů, péče o zaměstnance a poskytování služeb zaměstnancům.“<sup>2</sup>*

Řízení lidských zdrojů je nejen rozsáhlé jako definice, ale také jako reálné řízení přímo v organizaci, kde je potřeba mu věnovat dostatečnou pozornost. Řízení lidských zdrojů by mělo zajistit takové podmínky, aby byl podnik výkonný, konkurenceschopný a dlouhodobě prosperoval. Úkoly řízení lidských zdrojů mohou být proaktivní, kdy podněty vytváří zaměstnavatel sám (pořádání teambuildingů), nebo reaktivní, kdy reaguje na podněty a požadavky ze stran zaměstnanců (řešení konfliktů na pracovišti).<sup>3</sup>

Podle Armstronga<sup>4</sup> je třeba zajistit, aby organizace prostřednictvím svých zaměstnanců plnila úspěšně své stanovené cíle. Správným přístupem v řízení lidských zdrojů se stanovené cíle plní v těchto oblastech viz. níže.

Úkolem strategie řízení lidských zdrojů je vylepšovat účinnost organizace tvořením silných způsobů ve vedení vědomostí, talentů a tvoření „dokonalého prostředí“ v podniku. Tyto způsoby mají velký vliv na zlepšení podnikové politiky, spolupráci se zákazníky a vyššího výkonu podniku.

Zaměstnanci jsou tzv. lidským kapitálem, na kterých závisí prosperita celého podniku. Zabezpečují chod podniku a zajišťují jeho případný růst. Zaměstnavatel naopak musí vložit

---

<sup>1</sup> ARMSTRONG, M. a J. KOUBEK. Odměňování pracovníků. Praha: Grada, 2009. Expert. ISBN 978-80-247-2890-2

<sup>2</sup> ARMSTRONG, M. a S. TAYLOR. Řízení lidských zdrojů. Praha: Grada Publishing, 2015. 245 s. ISBN 978-80-247-5258-7.

<sup>3</sup> ARMSTRONG, M. Řízení lidských zdrojů: nejnovější trendy a postupy. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1407-3.

<sup>4</sup> ARMSTRONG, M.: Řízení lidských zdrojů. 10. vyd. tamtéž

určitý kapitál na to, aby si své zaměstnance udržel. Musí se ale zaměřit také na nabízení šancí k rozvoji, neustálé vzdělávání a podpora jejich schopností.

K rozvoji podniku v oblasti znalostí a dovedností je zapotřebí znát i postupy řízení znalostí, kam patří osvojení, kontrolování, sdílení a užívání vědomostí, které vedou k vylepšení znalostí a zdokonalení výkonů zaměstnanců v podniku.

Další důležitou oblastí v řízení lidských zdrojů je řízení odměňování, které se zaměřuje na to, aby byli zaměstnanci hodnoceni a placeni za to, co učiní a čeho docílí. Zároveň hodnotí i jejich zručnost a talent, který mají nebo ho získají v průběhu zaměstnání. Řízení odměňování usiluje o růst motivace, zaměstnanosti a věrnosti při zavádění nových způsobu práce a politiky podniku.

V oblasti zaměstnaneckých vztahů je cílem vytvořit prostředí, v němž lze pomocí spolupráce udržovat výnosné a vyrovnané vztahy mezi managementem, pracovníky a jejich odbory. Řízení lidských zdrojů by mělo uspokojovat i rozdílné potřeby zaměstnanců. Při tvorbě a zavádění nové politiky se snažit dávat stejné šance všem pracovníkům. Např. brát v úvahu jednotlivé i skupinové rozpory v zaměstnání, nebo osobní požadavky všech zúčastněných stran.

Cílem řízení lidských zdrojů je udělat vše pro to, aby se snaha změnila na soustavné a účinné akce. HR pracovníci si musí uvědomit, že je snadné přijít s novou politikou a novými postupy práce, ale problém nastává při jejich udržení a zajištění funkčnosti. V knize Plamínka a Fišera zmiňují autoři myšlenku, že je důležité, aby manažeři sledovali, v čem spočívají úspěchy jejich nejlepších zaměstnanců, které vedou k úspěšnému dosažení požadovaných výsledků a zvyšují konkurenční výhody podniku.<sup>5</sup>

## **1.2 Motivace a spokojenost zaměstnanců**

V oblasti řízení lidských zdrojů je jednou z nejdůležitějších záležitostí to, jakého výkonu jsou schopni dosáhnout motivovaní lidé. Manažeři HR a vedoucí pracovníci by tedy měli rozumět faktorům, které motivují lidi. S ohledem na tyto faktory pak vytvářet procesy a postupy v odměňování.

---

<sup>5</sup> PLAMÍNEK, J., FIŠER, R.: Řízení podle kompetencí. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2005. 180 s. ISBN 80-247-1074-9.

*„Motivovat znamená nejen brát, ale také dávat. Je to proces, při kterém nabízíte člověku, od kterého něco potřebujete, uspokojení jeho zájmů.“<sup>6</sup>*

Zaměstnanci mohou motivovat sami sebe, protože náplň jejich práce uspokojuje jejich požadavky, nebo naplňují jejich očekávané cíle. Zaměstnanec může motivovat i management podniku pomocí metod, jako je např. uznání, povýšení, odměny apod. Podle Armstronga existují 2 druhy motivace:

- 1) Vnitřní motivace neboli činitelé, které si zaměstnanci sami tvoří a působí na ně tak, aby se chovali, nebo šli určitým směrem. Do těchto činitelů lze zařadit odpovědnost za odvedenou práci, možnost užívat a rozvíjet svou zdatnost a způsobilost k práci, nebo možnost k postupu na vyšší pracovní funkci.
- 2) Vnější motivace tvoří zaměstnavatel k tomu, aby motivoval zaměstnance k lepším pracovním výkonům. Nejčastěji se jedná o prémie k platu, zvýšení platu, povýšení, uznání... Může se jednat také o negativní metody, jako např. kritizování, srážky ze mzdy, řízení o kázeňských přestupcích.<sup>7</sup>

*„Dobrý pracovník musí nejen umět pracovat, ale také chtít pracovat. Významným předpokladem toho, že pracovník bude dělat to, co od něj jeho pracovní zařazení objektivně vyžaduje, je jeho pracovní motivace, jeho pracovní ochota“<sup>8</sup>*

Pracovní motivace se zabývá tím, co zaměstnanec vede k tomu, aby vykonával danou pracovní činnost. Zvýšení pracovní motivace závisí nejen na schopnosti motivovanosti zaměstnanec, ale i na jeho schopnostech, vědomostech a dovednostech. Dostatečně motivovaný zaměstnanec *„často pracuje více, než je jeho povinností, nedá se odradit snesitelnými těžkostmi a překážkami, má lepší systém vlastní kontroly práce i pracovní výsledky, práce jej těší“*. Nedostatečně motivovaný zaměstnanec *„pracuje často pouze pod přímým dohledem nadřízených, je nesvědomitý, povrchní, nestálý. Příčina nedostatečné motivace může být v nesprávné volbě povolání (odtud plyne důležitost poradenství pro*

---

<sup>6</sup> PLAMÍNEK, J. Tajemství motivace, Praha: Grada Publishing, a.s., 2007. 128 s. ISBN 978-80-247-1991-7

<sup>7</sup> ARMSTRONG, M.: Řízení lidských zdrojů. 10. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007. 800 s. ISBN 978-80-247-1407-3.

<sup>8</sup> BEDRNOVÁ, E., NOVÝ, I. a kol.: Psychologie a sociologie řízení. Praha: Management Press, 2002, 586 stran, 2. vydání, ISBN 80-7261-064-3, str. 79.

*volbu povolání), v různých konfliktních situacích, v málo objektivním hodnocení pracovníků a ve mzdové nivelizaci.“<sup>9</sup>*

Peníze představují mzdu, nebo plat a různé prémie, jako vnější odměny. Jsou tím faktorem, který zaměstnanci chtějí a potřebují. Umožňují jim uspokojit jejich základní potřeby na jistotu a přežití, dosahovat různých cílů, zajistit si dobré postavení a prestiž. Peníze jsou faktorem, kterým si podnik získává a udržuje své zaměstnance.<sup>10</sup>

Manažeři jsou přesvědčeni, že peníze jsou nejvýznamnějším motivačním nástrojem, k zajištění motivace zaměstnance stačí peníze pravidelně vyplácet. Mnoho zaměstnanců považuje pravidelné vyplácení peněz a odměn jako náhradu svého pracovního úsilí a snahy, které vedou k úspěchu celého podniku. Mnohdy dostávají zaměstnanci za svou své pracovní úsilí bonusy, které jsou jim pravidelně vypláceny např. na konci kalendářního roku. Pro některé zaměstnance jsou tyto bonusy samozřejmostí a pokud nastane situace, že jim nejsou z nějakého důvodu vypláceny, vede to ke zklamání a rapidnímu snížení jejich motivace.<sup>11</sup>

Pozitivní postoj k práci i k podniku určuje pracovní spokojenost, která může mít velký vliv na pracovní výkon, kvalitu, fluktuaci i loajalitu pracovníků. Souvisí především se způsobem zadávání pracovních úkolů, výběru zaměstnanců, odměňování, jednotlivých stylů řízení, vymezení pracovních míst a jejich pravomocí a má vliv i na mezilidské vztahy na pracovišti<sup>12</sup>

Pracovní spokojenost je předpokladem pro účinnou motivaci zaměstnance, od kterého podnik očekává vyšší výkon. Nespokojené zaměstnance je velmi obtížné motivovat. HR manažeři musí příčiny nespokojenosti svých zaměstnanců v podniku řešit a různými způsoby průběžně odstraňovat.<sup>13</sup>

Na pracovišti se můžeme setkat i se stresovými situacemi. Je obecně známo, že zaměstnavatel požaduje po svých zaměstnancích vykonat zadanou práci v co nejkratším časovém období. Pokud jsou na zaměstnance kladeny vysoké nároky, vznikají stresové situace, které způsobují vysokou fluktuaci. Tím podniku narůstají náklady spojené se

---

<sup>9</sup> KOHOUTEK, R. Základy užité psychologie. Brno: CERM, 2002, 213 s. ISBN 80-214-2203-3.

<sup>10</sup> ARMSTRONG, M.: Řízení lidských zdrojů. 10. vyd. tamtéž

<sup>11</sup> URBAN, J.: Řízení lidí v organizaci. Personální rozměr managementu. 1. vyd. Praha: Aspi Publishing, 2003. 300 s. ISBN 80-86395-46-4.

<sup>12</sup> URBAN, J. Pracovní spokojenost a její faktory.

<sup>13</sup> ARMSTRONG, M. Odměňování pracovníků. 1. české vyd. Praha: Grada, 2009. 117 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-2890-2.

získáváním nových pracovníků, jejich zaškolením a adaptací. Podle Arnolda<sup>14</sup> vynaloží firmy velké množství nákladů právě na snížení stresu svých zaměstnanců v podniku. Stres se nejčastěji projevuje absencí zaměstnanců, kteří trpí nevolnostmi, žaludečními potížemi, bolestmi hlavy, únavou, nebo vyčerpáním.

Dnes podniky dbají na to, aby si udržely na veřejnosti dobré jméno. Fluktuace zaměstnanců k tomu nepřispívá, a proto se podniky snaží zaměstnancům zajistit různé relaxační programy. Můžou to být pomůcky v podobě masážních křesel, zajištění odpočinkových zón s pohodlnými pohovkami, nebo poslech relaxační hudby v době pravidelných přestávek.

Jedním z hlavních a často řešených stresorů na pracovišti je hluk. Hluk je zvuk, který je člověku nepříjemný a může vyvolat nervozitu a stres. Důsledkem nadměrného hluku mohou být příznaky jako je bolest hlavy, žaludeční potíže, zhoršení nálady, nebo podrážděnost. Hluk zapříčiňuje problémy obzvláště v komunikaci a tím může dojít ke konfliktu mezi zaměstnanci. Pokud bude zaměstnanec pracovat v klidném a nerušeném prostředí, dokáže se více koncentrovat na práci.<sup>15</sup>

Znepříjemnit pracovní prostředí může i zápach, který působí nepříznivě na psychiku zaměstnance. Jokl<sup>16</sup> zmiňuje odér jako pach, který může být jak zápachem, tak vůní. Podle koncentrace ve vzduchu může způsobovat ztrátu soustředění a výkonnosti, nechutenství a nevolnost.

### **1.3 Definice zaměstnaneckých benefitů**

Označení pro „benefity“ je odvozeno z latinského slova beneficium, které se stalo základem světově užívaného pojmu „employee benefits“.<sup>17</sup>

Zaměstnanecké benefity jsou výhody poskytované zaměstnancům nad rámec jejich mzdy, platu. Zahrnují širokou škálu forem péče o zaměstnance, které jsou poskytované organizací a zaměstnanec by za ně musel jinak platit. Zpravidla jsou poskytovány na základě pracovní smlouvy či jiné smlouvy, popř. vnitřního předpisu zaměstnavatele.

---

<sup>14</sup> ARNOLD, John et al. Psychologie práce: pro manažery a personalisty. Brno: Computer Press, 2007. 381 s. Praxe manažera (Computer Press). ISBN 978-80-251-1518-3.

<sup>15</sup> KŘIVOHLAVÝ, Jaro. Psychologie zdraví. Vyd. 3. Praha: Portál, 2009. 177 s. ISBN 978-80-7367-568-4.

<sup>16</sup> JOKL, Miloslav. Optimalizace fyzikálních podmínek pro práci člověka. Praha: ROH, 1984. str.67-69

<sup>17</sup> PELC, V. Zaměstnanecké benefity v roce 2009. Praha: Linde, 2009. 233 s. ISBN 978-80-7201-754-6. s. 11-12.)



K hlavním důvodům, proč podniky poskytují zaměstnacké benefity, patří snaha získat a udržet si kvalitní zaměstnance a zvýšit jejich spokojenost a efektivitu práce. Širokou škálu benefitů lze zpravidla nalézt především u velkých podniků, ale i malé organizace mohou nabídnout zajímavé zaměstnanecké benefity.<sup>18</sup>

Některé podniky však jako zaměstnanecké výhody uvádějí i ty, které ze zákona zaměstnancům poskytovat musejí. Např. pracovní oděv, jako ochranné pomůcky, které k pracovnímu výkonu potřebují, cestovní náhrady, nebo lékařské prohlídky. Skutečné zaměstnanecké benefity jsou takové, které podnik poskytuje ze své vlastní iniciativy. Např. aby motivoval zaměstnance, získal jejich loajalitu, upevnil jejich vztah k podniku a přispěl k vytvoření harmonických pracovních vztahů.<sup>19</sup>

Ve větších podnicích je oblíbeným zaměstnaneckým benefitem tzv. „Cafeteria systém“, neboli pružný systém zaměstnaneckých výhod, který zaměstnancům umožňuje vybrat si z řady nabídek v rámci stanovených finančních limitů. Podniky tak reagují na skutečnost, že nelze předpokládat, že zaměstnanecké výhody budou pro všechny zaměstnance stejně přitažlivé.<sup>20</sup>

Pro podnik je tento systém vhodný zejména díky zjištění informací o zaměstnancích např. které výhody jsou pro ně zajímavé a které méně. Dále pak informovat zaměstnance o skutečných nákladech za tento systém benefitů, které zaměstnanci většinou považují za zaručený.

Dle Armstronga (2002) lze zaměstnanecké benefity rozdělit do následující kategorií:

- penzijní systémy: které jsou všeobecně považovány za nejdůležitější výhodu v oblasti zaměstnaneckých výhod,
- osobní jistoty: zdravotní, úrazové, nemocenské nebo životní pojištění,
- finanční potřeby: půjčky, výpomoc při koupi domu, pomoc při stěhování a slevy na zboží, služby vyráběné nebo poskytované podnikem
- osobní potřeby: dovolená na zotavenou, nebo péči o děti, poradenství při odchodu do důchodu, finanční poradenství a osobní poradenství v období krizí, posilovny a rekreační zařízení,

---

<sup>18</sup> STÝBLO, J. Personální řízení v malých a středních podnicích. Praha: Management Press, 2003. ISBN 80-7261-097-X.

<sup>19</sup> KOUBEK, J. Personální práce v malých podnicích. 2. vydání. Praha: Grada Publishing a.s., 2003, 248 s. ISBN 80-247-0602-4

<sup>20</sup> ARMSTRONG, M. Řízení lidských zdrojů. 8. vydání. Praha: Grada Publishing a.s., 2002 856 s. ISBN 80-247-0469-2

- podnikové automobily a pohonné hmoty: patří mezi stále velmi oceňovanou výhodu v oblasti zaměstnaneckých výhod,
- jiné výhody: dotované stravování, příplatky na ošacení, úhrada telefonních výloh, mobilní telefony,
- nehmotné výhody: charakteristiky podniku, které přispívají ke kvalitě pracovního prostředí a činí ji atraktivním místem, kde stojí za to být zaměstnán.

Pro zvýšení efektivity zaměstnaneckých benefitů musí být stanoveny podnikové cíle v oblasti motivace, stabilizace a dalších aspektů v oblasti řízení lidských zdrojů. Ze stanovených cílů by pak měly poskytnuté benefity vycházet. Pokud je např. pro podnik důležité, aby spolu zaměstnanci bezproblémově vycházeli a tvořili výkonný pracovní tým, bývá jedním z cílů podpora společných aktivit, ať už se jedná o společné výjezdy, týmové sporty, nebo teambuildingové akce. Neustálé zjišťování požadavků a potřeb zaměstnanců vede ke zvýšení efektivity zaměstnaneckých výhod. Nejčastěji zaměstnavatel využívá anonymní dotazníkové šetření, kde se zaměřuje na to, jaké benefity jsou pro zaměstnance nejcennější, které jsou pro ně naopak zbytečné a nevyužitelné a které nové zaměstnanecké benefity by např. uvítali.<sup>21</sup>

#### **1.4 Trendy zaměstnaneckých benefitů v ČR**

Z historického hlediska můžeme za průkopníka propracovanějšího systému zaměstnaneckých benefitů považovat Tomáše Baťu. Počátkem 20. století totiž úspěšný podnikatel zahrnul do své podnikatelské strategie i péči o své zaměstnance. Jako jeden z prvních zaměstnavatelů na dnešním území ČR pochopil, že péče o zvyšování kvalifikace a zlepšování sociálních podmínek zaměstnanců je oboustranně výhodná.

Ve svém podniku tak zavedl závodní stravování, kde vymezil časový rozvrh práce s danými přestávkami na jídlo, tím zefektivnil využívání pracovní doby. Věřil, že poskytováním kvalitnější stravy přispívá k celkovému zdraví zaměstnance a ke snižování nemocnosti. Dále zavedl preventivní lékařské prohlídky, aby sledoval zdravotní stav svých zaměstnanců. Výstavbou rodinných „baťových“ domků dokázal zaměstnance udržet v podniku. Svým zaměstnancům nabízel také možnost sportovního a kulturního vyžití. Baťa systémem zaměstnaneckých benefitů zvyšoval kvalitu života svých zaměstnanců a zároveň

---

<sup>21</sup> URBAN, J. Zaměstnanecké výhody, jejich cíle a efektivita.

upevňoval jejich vztah k podniku a loajalitu k zaměstnavateli. Tato pozitivní motivace zaměstnanců vedla k vyšší produktivitě práce a tím i ke zvýšení zisku celého podniku.<sup>22</sup>

V průběhu desetiletí se systém zaměstnaneckých benefitů výrazně měnil v závislosti na společenských a ekonomických změnách. Avšak stále platí, že nedílnou součástí systému benefitů je motivace zaměstnance ke zvýšení pracovního výkonu a snaze odvádět co nejkvalitnější práce. Zvyšuje se spokojenost zaměstnance a roste loajalita k zaměstnavateli a pocit sounáležitosti s podnikem. Spokojený zaměstnanec tak může udělat velmi dobrou reklamu, díky které podnik snadněji získá nové zaměstnance, nebo klienty. Cílem zaměstnaneckých výhod je získání a udržení kvalitních zaměstnanců. Množství a typy nabízených benefitů vychází z možností zaměstnavatele, odlišují ho od konkurence a posilují firemní kulturu.<sup>23</sup>

## 1.5 Benefit „Dog-friendly Office“

„Psy z povolání“ můžeme vidět všude kolem nás a mnoho lidí si na ně zvyklo v každodenním životě. Známe asistenční psy pro nevidomé, policejní psy na letištích, canisterapeutické psy v domovech důchodců, ale málokdo si umí představit, že může mít psa i v kanceláři, nebo jiném pracovišti moderní doby.

V roce 1999 Pet Sitters Internation (PSI), profesionální agentura na hlídání domácích mazlíčků, představila první den „Take Your Dog to Work Day“ (TYDTWD), ke kterému se připojilo přes 300 podniků. V tento den jste mohli psy vidět v knihkupectví, železářství, kancelářích, bankách, ve výrobních firmách, u různých poskytovatelů služeb na spoustě dalších pracovních místech. Psi leželi pod stoly, vítali zákazníky, účastnili se meetingů a zajišťovali dobrou náladu.

V tento speciální den umožnili všem majitelům psů užít si pracovní den s jejich mazlíčky, které by jinak nechali doma samotné. Majitelé psů se tak svým spolupracovníkům mohli pochlubit svými čtyřnohými členy rodiny a podniky tímto způsobem zvýšily celkovou spokojenost svých zaměstnanců. Cílem agentury PSI bylo, aby se zaměstnanci bez psů inspirovali vztahy svých kolegů se svými psy a zvažili, zda by mohli mít v rodině také psa. Ideálně, aby si vybrali psa z útulku, kteří zoufale potřebují domov.

---

<sup>22</sup> LEŠINGROVÁ, R. Baťova soustava řízení. Nakladatelství: Romana Vítková, 2008. 144 s. ISBN 978-80-903808-9-9. s. 27)

<sup>23</sup> PELC, V. Zaměstnanecké benefity v roce 2009. Praha: Linde, 2009. 233 s. ISBN 978-80-7201-754-6. s. 12-13.)

Tento den byl natolik úspěšný, že ho každoročně podniky ve svých firmách zaváděly a zvyšovaly si tím pozornost médií. V roce 2007 se přidalo k tomuto dni více než tisíc podniků. Mluvčí agentury PSI uvedl, že během roku 2006 zaznamenali přes 50 tisíc návštěv na jejich webu, kde uživatelé hledali informace o tomto dni, který připadá na 26. června.

„TYDTWD“ má hned několik neočekávaných výhod. Mnoho společností se v tento den připojilo k získávání finančních prostředků na dobrou věc – pomoc psům. Mnohem viditelnější výhodu vidí majitelé psů, manažeři, kteří si mohou vzít psa do práce. Pes v práci rozhodně není neviditelný, lidé jej hledí, berou ho na pauzu ven a začínají konverzaci se zákazníky, nebo klienty, právě na téma: pes. Ze studie, zveřejněné v Journal of Occupation Health Psychology vyplývá, že psi na pracovišti snižují stres, zaměstnanci mezi sebou více komunikují a tím zlepšují vztahy na pracovišti. Zaměstnanci, kteří si berou psa do práce, jsou produktivnější, protože nemají strach o svého psa, který by byl jinak doma sám. The American Animal Hospital Association zjistila, že 76 % z 1225 majitelů psů se cítí provinile, že nechali psa doma samotného, když museli jít do práce.

Sdružení „The American Pet Products Manufacturers Association“ (APPMA) provedlo celonárodní průzkum, ze kterého zjistili, že:

- 50 miliónů zaměstnanců se domnívalo, že mít domácí mazlíčky v práci by mohlo vést ke kreativnějšímu pracovnímu prostředí.
- 53 miliónů zaměstnanců uvedlo, že díky možnosti mít domácího mazlíčka na pracovišti, méně zameškávají svoji práci
- 50 miliónů zaměstnanců uvedlo, že by si lépe rozuměli se svými kolegy, když by měli psa v práci a mohli snadněji navazovat konverzaci.
- 46 miliónů zaměstnanců uvedlo, že budou pracovat klidně déle, když vědí, že je jejich mazlíček s nimi v práci. Jako důvod zde předpokládám, že by jinak byl doma už dlouho sám.
- 37 miliónů zaměstnanců si myslí, že by se tím zlepšily vztahy mezi manažery a zaměstnanci.

Možnost vzít si psa do práce napomáhá i k udržení zaměstnanců v podniku. Mnoho zaměstnanců při pohovorech uvedlo, že kdyby měli zůstat v práci déle, uvítali by možnost mít svého psa u sebe v kanceláři.

Jedna z prvních studií zabývající se psychickým zdravím majitelů psů, autorů Wooda, Giles-Corti, Bulsara, uvádí, že domácí mazlíčci mají obecně vliv na zdraví a pohodu zaměstnance. Ve studii například uvádí:

- Majitelé domácích mazlíčků mají větší šanci přežít infarkt ve srovnání s lidmi, kteří žádného domácího mazlíčka nemají.
- Majitelé domácích mazlíčků mají nižší krevní tlak. Jedna ze studií ukazuje, že obchodní makléři, kteří si adoptovali psa, mají výrazně nižší tlak během stresujících situací než ti, kteří domácího mazlíčka nemají.
- Lidé, kteří si hrají se svými psy, mají pravidelně zvýšené hodnoty serotoninu a dopaminu, což jsou transmittory, které mají příjemné a uklidňující účinky (vlastnosti).

Lidé, kteří si berou svého psa do práce, pak chodí se psem během přestávek a době oběda ven. Poskytují nejen svým psům potřebnou psychickou i fyzickou úlevu, ale zároveň si zaměstnanec odpočine od ruchu kanceláře a nenásilnou formou zvýší svůj pohyb během sedavého pracovního dne.

Pokud jsou lidé v práci spokojení, jsou také více produktivnější a kreativnější. Profesorka Susan Segerstromová, z asociace profesorů na University of Kentucky v Lexingtonu, tvrdí, že optimističtí lidé, kteří jsou spokojeni ve své práci jsou mnohem motivovanější k dosažení svých cílů. Také dodává „Optimisté jsou více úspěšnější, protože jsou ochotni překonat překážky a řešit vzniklé problémy, což jsou klíčové dovednosti pro pokrok v jakémkoliv pracovním prostředí.“<sup>24</sup>

Vzhledem k tomu, že v této problematice nejsou zpracované české publikace, byla celá tato kapitola volně přeložena z anglického originálu „Dogs at work: a practical guide to creating dog-friendly workplaces“ (Psi v práci – praktický průvodce k vytvoření

---

<sup>24</sup> PALIKA, L. a FEARING J. Dogs at work: a practical guide to creating dog-friendly workplaces. Washington, D.C.: Humane Society Press, c2008. ISBN 978-1934785010.)

pracovního prostředí s „Dog-friendly“ benefitem) od autorek Liz Paliky a Jennifer Fearingové.

## **2 PRAKTICKÁ ČÁST**

V této části své bakalářské práce se zabývám analýzou a komparací zaměstnaneckého benefitu „Dog-friendly Office“ ve dvou vybraných společnostech. V úvodu představím metodologii výzkumu, obě společnosti charakterizuji, popíšu firemní kulturu, uvedu poskytované zaměstnanecké výhody a benefity. Dále se podrobněji zaměřím na fungování benefitu „Dog-friendly Office“ ve společnosti.

Základním zdrojem pro zpracování této části byly webové stránky za účelem získání prvotních informací o vybrané organizaci. Dále interní informace poskytnuté pracovníky HR oddělení obou společností a v neposlední řadě byly největším přínosem informace získané z dotazníkového šetření.

### **2.1 Metodologie výzkumu**

#### **2.1.1 Cíl práce**

Hlavním cílem je zjistit, jaký dopad má zavedení benefitu „Dog-friendly Office“ na zaměstnance, tedy přesněji, zda jim pomáhá snižovat napětí a stres v zaměstnání a napomáhá ke zlepšení vztahů a častější komunikaci s kolegy.

#### **2.1.2 Stanovení hypotéz**

V rámci výzkumu jsem si zvolila následující hypotézy:

Hypotéza 1: Ženám v zaměstnání pomáhá ke snížení napětí při práci pohlazení psa více než mužům.

Hypotéza 2: Zaměstnanci, kteří jsou ve společnosti delší dobu než 2 roky jsou přesvědčení, že benefit napomáhá ke stmelování kolektivu a utužení vztahů více než zaměstnanci, pracující ve společnosti kratší dobu

Hypotéza 3: Zaměstnancům do 30 let pomáhá benefit snížit stress v práci více, než zaměstnancům starším 30 let

Hypotéza 4: Zaměstnanci, kteří jsou zároveň majiteli psa jsou tolerantnější k všudypřítomným psím chlupům než zaměstnanci, kteří nejsou majiteli psa

Hypotéza 5: Zaměstnanci, kteří mají psa ve své kanceláři vnímají uvolněnou atmosféru v místnosti více než zaměstnanci, kteří psa v kanceláři nemají

### **2.1.3 Metody výzkumu**

Ke sběru dat jsem využila kvantitativní metodu, a to konkrétně elektronický dotazník. Dotazníkovým šetřením jsem v každé z uvedených společností zjišťovala spokojenost respondentů s tímto benefitem, míru vlivu na snížení napětí a stresu zaměstnanců při práci a případnému zlepšení vztahů a častější komunikaci s kolegy v pracovním prostředí.

### **2.1.4 Výběr respondentů**

Výzkumný soubor tvořili zaměstnanci obou společností ve věku 18-60 let. Do průzkumu se zapojilo celkem 103 respondentů. Procentuálně by se dalo vyjádřit, že ze základního souboru 350 potenciálních respondentů (zaměstnanců obou společností) jich 29 % dotazník vyplnilo. Nelze však soudit, že šlo o náhodný výběr, neboť odpovídali pouze ti, kteří měli o danou problematiku zájem. Z vybraného souboru byla vyřazena data ze 2 dotazníků, a to z důvodu prokazatelného zkreslení některých dat. V konečném důsledku bylo tedy vyhodnoceno 101 dotazníků.

### **2.1.5 Realizace výzkumného šetření**

Před zahájením dotazníkového šetření byla provedena pilotáž s 5 respondenty – rodinní příslušníci a přátelé. V rámci pilotáže se potvrdilo, že otázky v dotazníku jsou srozumitelné a není potřeba je nijak upravovat.

Dotazníkové šetření ve vybraných společnostech proběhlo v termínu od 15. do 29. 2. 2020. Dotazník byl elektronickou formou rozeslán zaměstnancům vč. pokynů k vyplnění prostřednictvím vedoucího personálního oddělení.

Dotazník byl zcela anonymní a skládal se z několika částí. V úvodní části bylo představeno téma bakalářské práce, náležitě informace a jednoduché pokyny k vyplnění dotazníku. Dotazník obsahoval celkem 31 otázek, z toho 16 uzavřených, kdy respondent vybírá odpověď z předem nadefinovaných odpovědí, a zbylých 15 otázek bylo otevřených.

Struktura otázek byla následující. Nejprve otázky identifikační jako například pohlaví, věk, délka odpracovaných let. Poté otázky vztahující se na spokojenost s pracovním benefitem „Dog-friendly Office“. Dále se dotazník rozděloval podle odpovědi, zda je respondent majitelem psa, nebo nikoliv. V části pro zaměstnance, kteří jsou zároveň majiteli psů se otázky vztahovali na možnosti využívání benefitu. V další části byly otázky pro zaměstnance, kteří nejsou majiteli psa, ale benefit je ovlivňuje. Závěrečné otázky byly



otevřené, kde měl respondent možnost se k tématu více vyjádřit. Některé otázky nebyly do výzkumu zařazeny, sloužily pouze k lepšímu pochopení vyjadřování ze strany zaměstnanců. Dotazník je uveden v přílohách.

### **2.1.6 Vyhodnocení výsledků šetření a interpretace dat**

Vzhledem k nízkému počtu zaměstnanců, kteří benefit využívají vůči celkovému počtu zaměstnanců nelze výsledky z dotazníkového šetření považovat za plně reprezentativní. Získaná data z vyplněných dotazníků jsem zpracovávala v programu Microsoft Excel. Ke shrnutí výsledků z dotazníkového šetření jsou kromě textu použity i grafy. Výsledky práce vč. návrhů byly poskytnuty společností, kde mohou vést ke zlepšení fungování tohoto benefitu.

## **2.2 Charakteristika vybraných společností**

### **2.2.1 Vivantis**

Vivantis a.s. je ryze českou společností působící na internetovém trhu od roku 2001. Jedná se o předního internetového prodejce v České republice. Zabývá se především prodejem parfémů, hodinek, šperků, módních doplňků a dalších produktů pro zdraví a krásu. Vivantis působí i v dalších zemích Evropy např. na Slovensku (Vivantis.sk a Prezdravie.sk), v Rumunsku (Vivantis.ro), v Maďarsku (Vivantis.hu), nebo třeba v Rakousku (Vivantis-shop.at).

Firemní kultura společnosti je zde shrnuta do 5 základních pilířů, které vyjadřují to, v co zaměstnanci věří, kam jako společnost směřují a podle čeho se rozhodují.

#### **1. Spokojený zákazník – Zákazníci jsou pro společnost alfou a omegou**

Váží si jich a vždy se jim pokoušejí vyjít vstříc. Ke každému zákazníkovi přistupují individuálně. Nabízí pouze kvalitní produkty a profesionální služby.

#### **2. Orientace na výsledek – Neustále se rozvíjejí**

Pracují na vylepšování firemních procesů. Pracují, jak nejlépe umí, a nikdy se nevzdávají.

#### **3. Spolupráce – Jsou jeden tým a jde jim o stejnou věc**

Jsou k sobě vstřícní, pomáhají si a respektují se. Váží si práce druhých, vzájemně se učí, sdílí svoje znalosti a zkušenosti. Fungují neformálně, často se oslovují křestními jmény.

#### **4. Inovativnost – Jsou otevřeni novým nápadům a neustále se rozvíjí**

Podporují kreativitu a výkonnost. Myslí nekonvenčně, učí se zkoušením nových věcí. Jsou otevřeni novým podnětům a nápadům. Oceňují vlastní iniciativu.

## 5. Pravdivost – Jednají vždy férově a čestně

Jsou důvěryhodní a loajální, a to jak k jejich partnerům, zákazníkům tak i k sobě navzájem. Dodržujeme své sliby. Komunikují otevřeně a poskytujeme jen pravdivé informace.

V současné době pracuje ve společnosti cca 250 zaměstnanců rozdělených do různých oddělení (Finance, Obchod, Brand marketing, Performance marketing, Zákaznický servis, Web-development, ERP and IT, Logistika, Správa a HR). Společnost zaměstnancům poskytuje řadu benefitů (stravenky, příspěvek na životní pojištění a penzijní připojištění, lekce anglického jazyka v pracovní době, zvýhodněné nákupy v rámci Mall Group<sup>25</sup>, sick-days a v neposlední řadě pet-friendly Office)

Benefit „Dog-friendly Office“ je ve společnosti zaveden od jeho založení v roce 2001. Důvodem byl vlastní nápad zakladatele společnosti, který si bral svého psa do práce. Postupem času se počet zaměstnanců využívajících tento benefit zvyšoval. Momentálně ho využívá cca 5 zaměstnanců. V této společnosti se za benefit neplatí žádný poplatek, neboť s ním nemají spojené žádné náklady. Případnou škodu by uhradil zaměstnanec – majitel psa. Zaměstnanci využívající tento benefit nemají k dispozici žádná sepsaná pravidla, předpokládá se lidská slušnost (zaměstnanec po psovi uklízí, pes neobtěžuje kolegy a je snáší se s dalšími zvířaty v kanceláři). Pracovníci na HR oddělení zatím žádné porušení pravidel nezaznamenali. Pes se ve společnosti může pohybovat skoro všude, zákaz mají pouze do logistických prostorů.

### 2.2.2 eBRÁNA

eBRÁNA s.r.o. je pardubická digitální agentura, která pomáhá malým a středním firmám růst prostřednictvím online světa. Poskytuje komplexní služby v online marketingu. V praxi to znamená, že klient má ve společnosti vše pod jednou střechou – od samotné výroby webů, e-shopů, manažerských systémů, poskytování online marketingu, přes care péči o zákazníka v podobě vlastního obchodního týmu a technické podpory. Společnost těží z toho, že jsou jejich služby všechny propojené dohromady, vzájemně se podporují a tím pádem eBRÁNA přebírá odpovědnost za výsledek. Nejprve vytvoří strategii, aby věděli, jak postupovat v rámci potřeb a možností klienta a následně pod jednou střechou vše realizují. Jak samotné weby a e-shopy jako základ, tak i kompletně jejich propagace pomocí online reklamy.

---

<sup>25</sup> Mall group – skupina společností Vivantis, Mall a CZC

V současné době ve společnosti pracuje cca 100 zaměstnanců rozdělených do různých oddělení (Obchodní oddělení, Interní marketing, Technická podpora, Administrativa, Internetový marketing, Vývoj, Produktový manažeři, Oddělení produkce). Společnost poskytuje svým zaměstnancům jak klasické benefity (flexibilní pracovní doba, možnost využívání Home-Office, příspěvek na životní pojištění a penzijní připojištění, možnost využívání firemních automobilů, firemní tarif Vodafone), tak i několik speciálních benefitů (nadstandardní dovolená, odměna za přivedení nového pracovníka, dětský koutek, fitness tréninky zdarma v podnikové tělocvičně, Multisport kartu, masáže a kosmetika, dog-friendly office).

Benefit „Dog-friendly Office“ je ve společnosti zaveden od jejího založení v roce 2003. Majitel společnosti vlastnil 2 psy, kteří s ním každý den do společnosti chodili. Ve společnosti se zvýšil počet zaměstnanců, kteří vlastní psa, ale benefit využívají spíše nárazově. Momentálně benefit pravidelněji využívá cca 15 zaměstnanců ze 100. Přítomnost psů je vítanou součástí firemní kultury, nicméně jejich přítomnost nesmí omezovat pracovní výkon ostatních pracovníků. Měsíční poplatek činí 100 Kč za psa a z něho jsou hrazeny především prostředky na úklid (umývání balkonových oken, čištění koberců). Zaměstnanci mají k dispozici jednoduchá pravidla, která by se měla dodržovat.

- Za chování psa je plně zodpovědný majitel psa včetně všech škod, které pes může způsobit a majitel je povinen zjednat nápravu či uhradit náhradu škody.
- Všichni psi musí být pod dozorem majitele v kanceláři nebo na dvorku. Při pohybu po firmě musí být neustále pod dozorem (tj. majitel je zodpovědný za to, že se pes NEPOHYBUJE po firmě samostatně)
- Majitelé psů jsou povinni si po svých mazlíčcích uklízet

Pokud by zaměstnanec pravidla porušoval, nemohl by si psa do společnosti vodit, ale jak uvádí pracovníci HR oddělení, nestává se to. Kdyby bylo evidentní, že pes způsobil danou škodu, hradil by ji majitel, jinak se vše hradí z poplatků od zaměstnanců. Pes se ve společnosti může pohybovat skoro všude, jedinou místností, kam nesmí je dětský koutek.

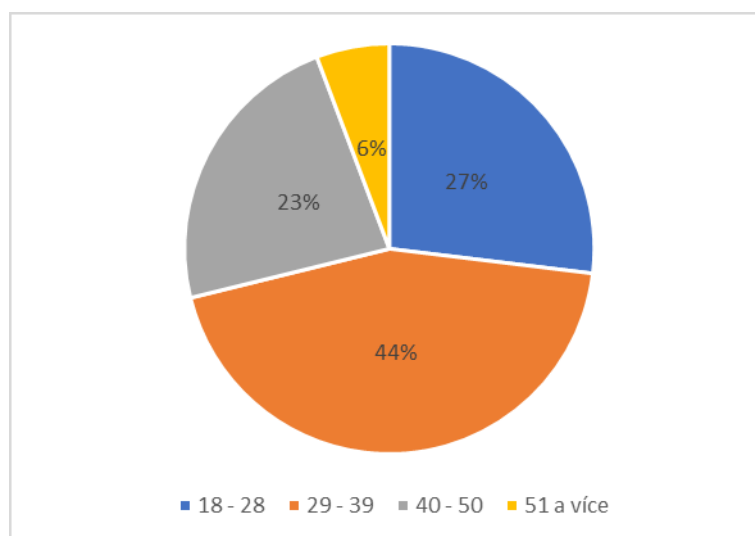
## **2.3 Vyhodnocení dotazníkového šetření v jednotlivých společnostech**

### **2.3.1 Výsledky průzkumu ve společnosti Vivantis a.s.**

Z celkového počtu 250 zaměstnanců jsem získala odpovědi od 53 zaměstnanců. Jeden dotazník byl vyřazen z důvodu podezření na úmyslné zkreslení některých dat (respondent se nevyjadřoval k tématu a často volil odpověď „nevím“). V počátečních grafech uvedu

rozdělení respondentů podle pohlaví, věku a délky pracovního poměru ve společnosti. Dále se zaměřím na otázky přímo spojené s benefitem „Dog-friendly Office“.

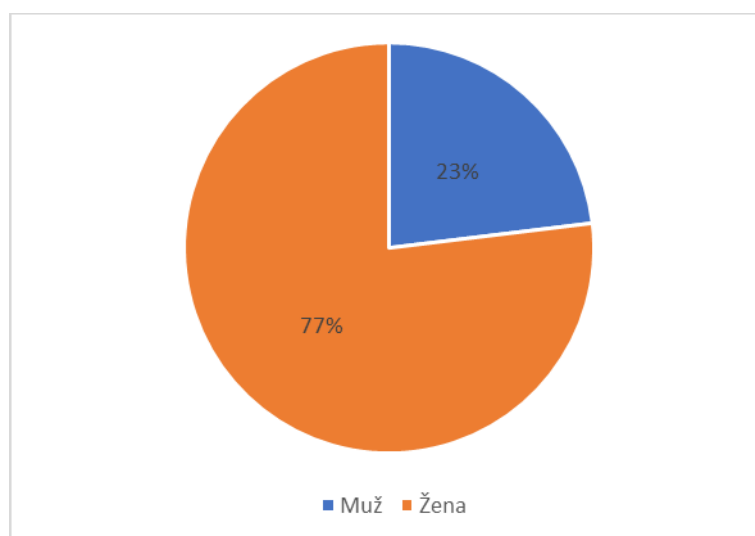
#### Otázka č. 1: Váš věk:



Graf 1 - Věkové rozdělení – Vivantis a.s., (Zdroj: vlastní zpracování)

Průměrný věk respondentů ze společnosti Vivantis a.s. je 34 let. Po rozdělení respondentů do věkových skupin byla nejvíce zastoupená skupina ve věku 29 až 39 let (23; 44 %) a naopak nejméně zastoupená věková skupina je 51 let a více (3; 6 %). Ostatní věkové rozložení viz graf výše.

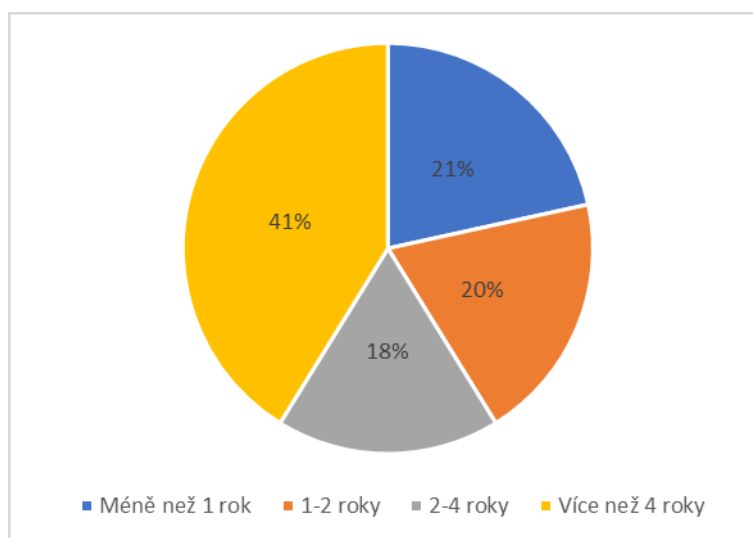
#### Otázka č. 2: Vaše pohlaví:



Graf 2 – Pohlaví – Vivantis a.s., (Zdroj: vlastní zpracování)

Z celkového počtu 52 respondentů bylo 40 žen (77 %) a 12 mužů (23 %).

### Otázka č. 3: Jak dlouho ve společnosti pracujete?

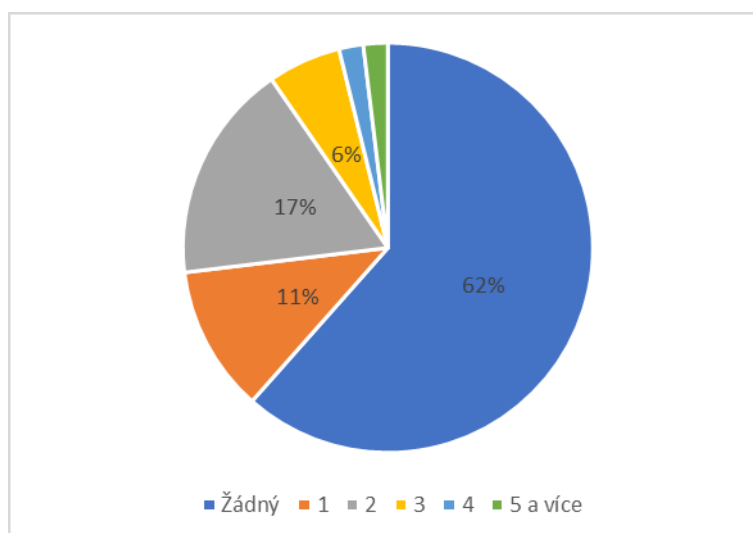


Graf 3 - Délka pracovního poměru – Vivantis a.s., (Zdroj: vlastní zpracování)

Nejpočetnější skupinou byli zaměstnanci s pracovním poměrem delším než 4 roky (21; 41 %). S velmi shodnou četností byli zastoupeni zaměstnanci, kteří ve společnosti působili méně než 1 rok (11; 21 %) a 1 až 2 roky (10; 20 %). O něco méně zastoupenou skupinou byli zaměstnanci působící ve společnosti 2 až 4 roky (9; 18 %).

Otázku č. 4 jsem do vyhodnocení nepoužila, sloužila personalistům pouze pro interní účely.

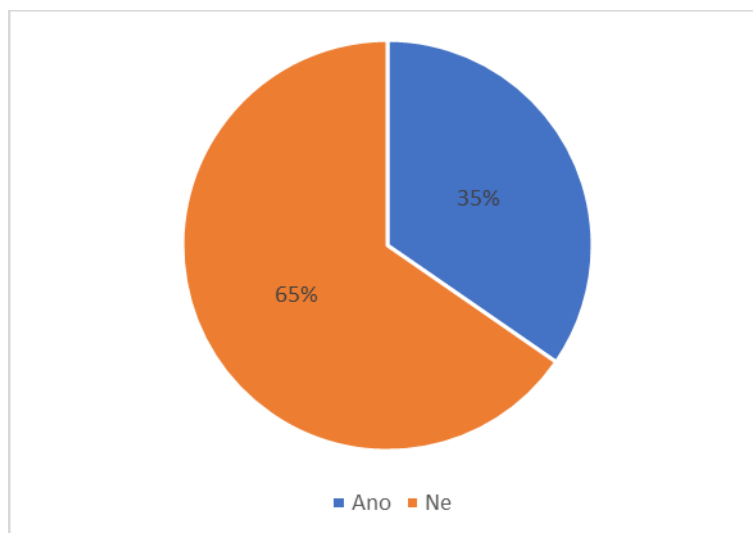
### Otázka č. 5: Kolik psů je ve Vaší kanceláři?



Graf 4 - Počet psů – Vivantis a.s., (Zdroj: vlastní zpracování)

Z odpovědí vyplývá, že téměř 62 % (32) zaměstnanců nemá v přímé blízkosti svého pracovního místa psa. Další skupina zaměstnanců má v kanceláři 2 psy (9, 17 %), nebo alespoň jednoho psa uvedlo 11 % (6) zaměstnanců.

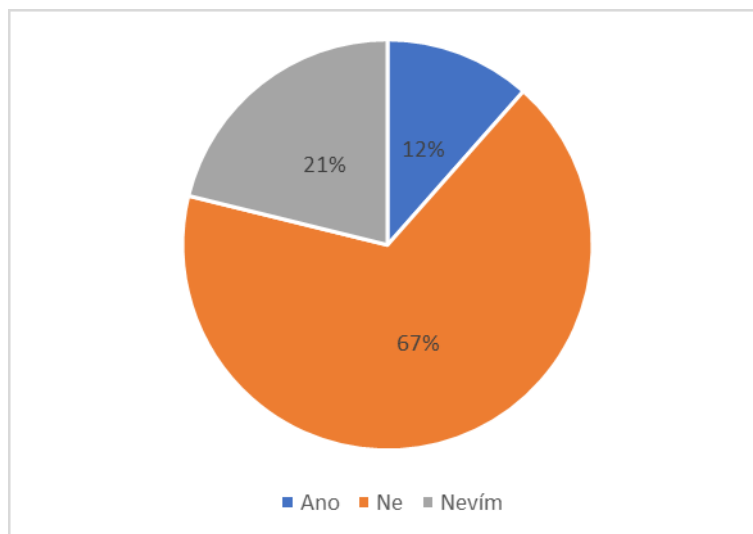
**Otázka č. 6: Jste dostatečně informováni o firemních pravidlech využívání benefitu „Dog-friendly Office“?**



*Graf 5 – Informovanost – Vivantis a.s., (Zdroj: vlastní zpracování)*

Více než polovina respondentů 65 % (34) uvedla, že nejsou o pravidlech využívání benefitu „Dog-friendly Office“ dostatečně informováni. Jeden z respondentů uvedl, že ví jen jedinou věc a to, že si psa přivést může, jinak nic víc. 18 zaměstnanců uvedlo, že o pravidlech vědí. Tuto skutečnost zajisté ovlivňuje především fakt, že společnost nemá nikde sepsaná pravidla, za to spoléhá na lidskou slušnost.

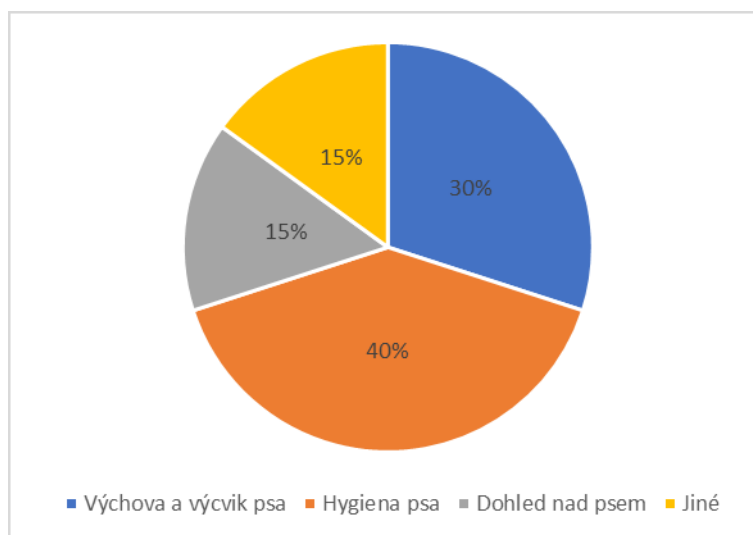
**Otázka č. 7: Porušují zaměstnanci využívající tento benefit stanovená pravidla?**



*Graf 6 – Pravidla – Vivantis a.s., (Zdroj: vlastní zpracování)*

Spoléhání na lidskou slušnost se společnosti zatím daří, neboť většina zaměstnanců (35; 62 %) odpověděla, že zaměstnanci, kteří využívají benefit „Dog-friendly Office“ pravidla neporušují. Tím, že se zaměstnanci řídí nepsanými pravidly odpovědělo 21 % z dotazovaných (11) že nevědí.

**Otázka č. 8: Napadá Vás něco, co by lidé využívající tento benefit, měli více dodržovat?**



*Graf 7 - Nedodržování pravidel – Vivantis a.s., (Zdroj: vlastní zpracování)*

Celkem se z 52 respondentů vyjádřilo 17 zaměstnanců (32 %) k této otázce. Celkem 22 % respondentů (8), kteří u grafu č.6 uvedlo, že zaměstnanci pravidla neporušují, se k této

otázce vyjádřilo podrobněji. Rozdělila jsem odpovědi podle témat, na které se nejčastěji odkazovalo.

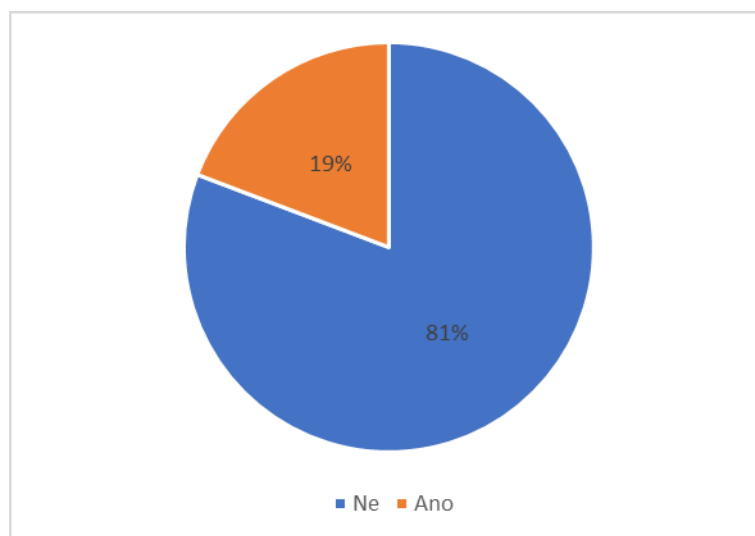
Nejvíce zaměstnanců (8; 33 %) doporučuje zaměstnancům, aby dbali více na hygienu např. častějším koupáním psa, kterého berou do kanceláří, v případě zmoknutí dostatečného vysušení, nebo také dbát na čištění psích misek vlastními houbičkami, ne erárními. Dále doporučují po psovi více uklízet, jak chlupy, tak exkrementy.

Kromě toho zaměstnanci (6; 30 %) zmiňují výchovu a výcvik psa např. aby pes neskákal a neobtěžoval ostatní zaměstnance při práci. Dále byly zastoupeni zaměstnanci (3, 15 %), kteří doporučují kolegům využívající tento benefit, aby více dohlíželi na své psy, což úzce souvisí i s výchovou a výcvikem psa.

V kategorii jiné byly zařazeny odpovědi, které nesouvisely s předchozími tématy např. aby byli zaměstnanci informováni o pravidlech a mohli je tak lépe dodržovat. Dále pak, aby zaměstnanci, kteří jsou svého psa venčit v pracovní době si tzv. označili odchod.

#### **Otázka č. 9: Měli jste špatnou zkušenost se psem na pracovišti? Jak jste ji řešili?**

**Popište ji:**

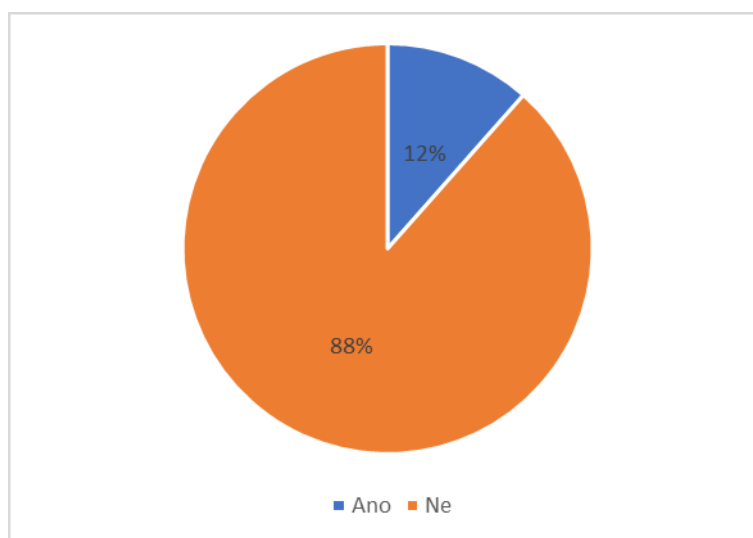


*Graf 8 – Špatná zkušenost – Vivantis a.s., (Zdroj: vlastní zpracování)*

Většina zaměstnanců (42; 81 %) uvedla, že se psem na pracovišti neměla žádný problém. Zbýlých 10 zaměstnanců (19 %) uvedlo špatné zkušenosti, které úzce souvisí s předešlým grafem č.7. V popisech se objevovala špatná výchova psa, nedostatečný úklid po psovi, chlupy na židlích pro klienty. Ve většině případů stačilo majiteli domluvit a problém byl vyřešen.



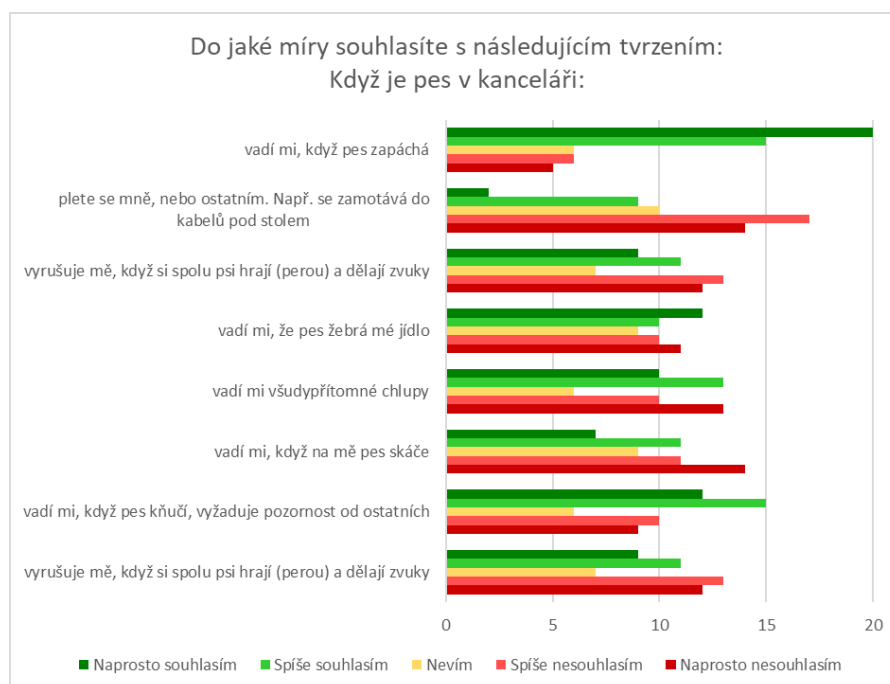
**Otázka č. 10: Museli jste v kanceláři něco měnit kvůli přítomnosti psa?**



*Graf 9 – Úprava kanceláře – Vivantis a.s., (Zdroj: vlastní zpracování)*

Jak vyplývá z grafu č. 4, většina respondentů v kanceláři psa nemá, tudíž je tato otázka spíše irelevantní. Tato skutečnost je ovlivněna tím, že do společnosti dochází se svými majiteli opravdu málo psů. 12 % respondentů (6) uvedlo, že do své kanceláři museli přinést chovatelské potřeby pro psa např. misku na vodu, pelech. Dále, že si musí více střežit jídlo, jak u sebe v taškách, tak hlídat i odpadkové koše.

**Otázka č. 11: Do jaké míry souhlasíte s následujícím tvrzením:**



*Graf 10 – Negativa – Vivantis a.s., (Zdroj: vlastní zpracování)*

V této skupině otázek jsem zjišťovala, jak zaměstnanec souhlasí s uvedeným tvrzením, který mohou mít negativní vliv na zaměstnance, který má psa v kanceláři. S prvním tvrzením, ohledně zápachu psa souhlasilo 67 % respondentů (35). Při vyhodnocování se toto téma objevilo už několikrát, nejčastějším problémem zaměstnanců, kteří benefit využívají je, že pes zapáchá. Může to být tím, že v zimních měsících srst psa navlhne a zapáchá, nebo že majitel psa dostatečně nekoupe. Dalším možným vysvětlením je, že zaměstnanci, kteří psa doma nemají, považují psí pach za zápach.

Druhé tvrzení zjišťovalo, zda zaměstnancům vadí, když se jim pes v kanceláři plete. Necelých 60 % respondentů uvedlo, že jim pes v kanceláři nepřekáží.

S dalším tvrzením, zda zaměstnanec vyrušuje, když si více psů spolu hraje souhlasilo 38 % respondentů (20), naopak tyto zvuky nevadí 48 % respondentům (25).

S dalším tvrzením, které zjišťovalo, jak moc zaměstnancům vadí, když pes v kanceláři žebrá jídlo, už jednoznačně nesouhlasila většina, dalo by se říct, že pokud není pes v kanceláři dostatečně vychovaný a žebrá jídlo od ostatních zaměstnanců, nepovažují to za velký problém.

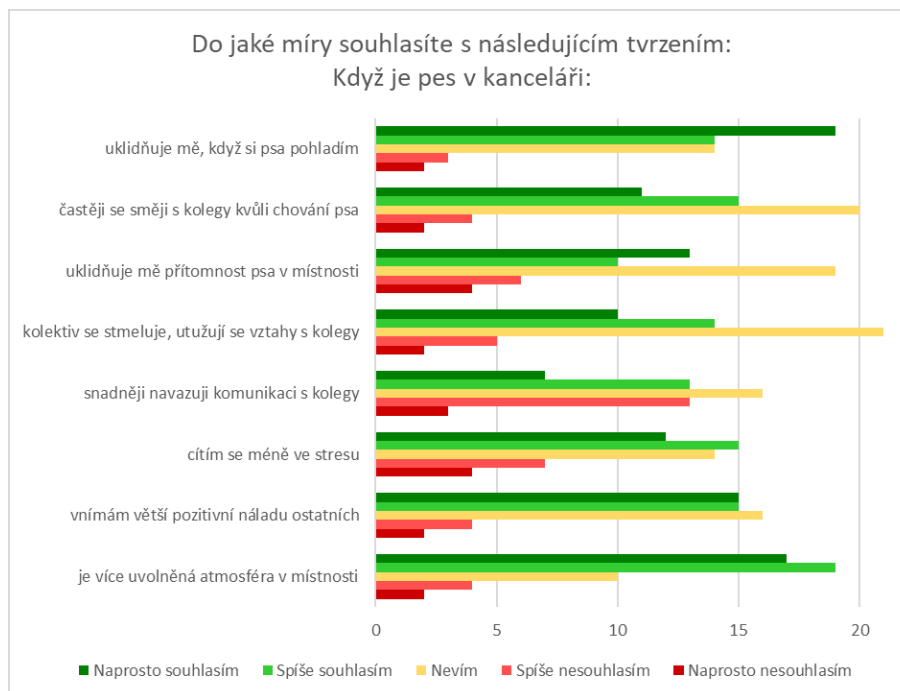
S dalším tvrzením, které zjišťovalo, zda zaměstnancům vadí psí chlupy souhlasilo 44 % respondentů (23) a nesouhlasilo 44 % respondentů (23), zbylých 6 se nevyjádřilo. Dalo by se tedy říct, že chlupy ze psů vadí jen polovině z dotázaných zaměstnanců. Druhá polovina to nepovažuje za velký problém.

V dalším tvrzení jsem chtěla zjistit, jak moc zaměstnancům vadí, když na ně pes skáče. Většina zaměstnanců 48 % (25) uvedla, že jim to tak moc nevadí. To, že pes v kanceláři skočí na zaměstnance nepovažují ostatní zaměstnanci za velký problém.

S dalším tvrzením, které zjišťovalo, zda zaměstnancům vadí, když pes kňučí a vyžaduje si tím pozornost ostatních převážně souhlasilo 52 % (27). I tady bychom mohli říct, že pokud pes zaměstnance vyrušuje, není jim to příjemné.

S posledním tvrzením, že zaměstnanec vyrušuje v kanceláři pes, který si hraje s ostatními psi, souhlasilo převážně 38 % (20), vyšší počet respondentů (25, 48 %) uvedl, že jim takové chování psa nevadí a nevyrušuje je to od práce.

## Otázka č. 12: Do jaké míry souhlasíte s následujícím tvrzením:



Graf 11 – Pozitivní vliv – Vivantis a.s., (Zdroj: vlastní zpracování)

V druhé skupině otázek jsem se zaměřila na pozitivní vliv na zaměstnance, kteří mají u sebe v kanceláři psa. Opět jsem zjišťovala, jak zaměstnanec souhlasí s následujícím tvrzením. V této skupině otázek jsem se častěji setkávala s velkým procentuálním zastoupením odpovědi „nevím“, což může být zapříčiněno tím, že zaměstnanec v kanceláři psa nemá pravidelně, nebo vůbec. S prvním tvrzením, zda zaměstnanec uklidňuje, když si psa pohladí převážně souhlasilo 63 % (33) zaměstnanců.

S dalším tvrzením, zda se zaměstnanec častěji směje s kolegy kvůli chování psa, převážně souhlasilo 50 % (26) zaměstnanců. Toto tvrzení úzce souvisí s tvrzením, zda se díky psovi v kanceláři kolektiv stmeluje a utužují se vztahy s kolegy, převážně s tímto souhlasilo 46 % (24) zaměstnanců.

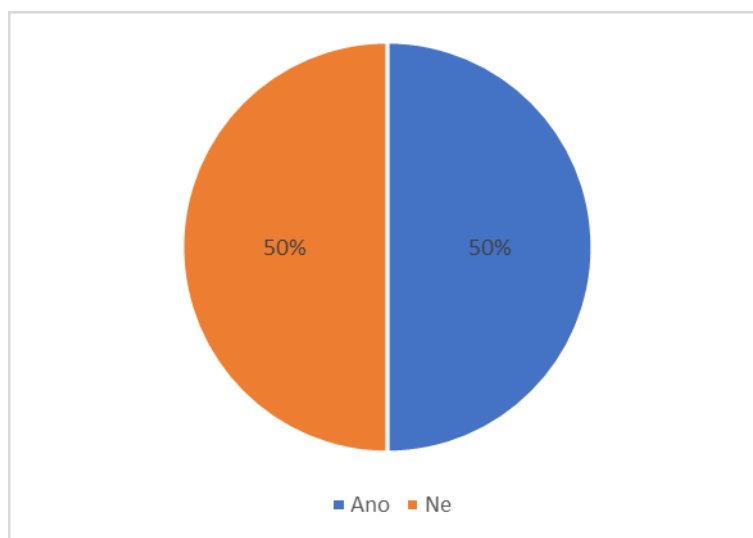
Dalším tvrzením jsem zjišťovala, zda zaměstnanec uklidňuje pes v kanceláři, s tím převážně souhlasilo 44 % (23) zaměstnanců.

S tvrzením, zda díky přítomnosti psa v kanceláři snadněji zaměstnanec navazuje komunikaci s kolegy odpovědělo 38 % (20), že převážně souhlasí a zároveň 30 % (16) zaměstnanců, že s tímto tvrzením převážně nesouhlasí.

V dalším tvrzení jsem zjišťovala, zda zaměstnanec pociťuje na sobě snížení stresu, když je pes v kanceláři. Převážně souhlasilo 52 % (27) zaměstnanců.

S tvrzením, zda zaměstnanec vnímá větší pozitivní náladu ostatních v kanceláři, kde je pes, převážně souhlasilo 58 % (30) respondentů. S tímto tvrzením úzce souvisí poslední tvrzení a to, že zaměstnanec vnímá více uvolněnou atmosféru v místnosti. Zde převážně souhlasilo 70 % (36) zaměstnanců.

### Otázka č. 13: Jste majitelem psa?

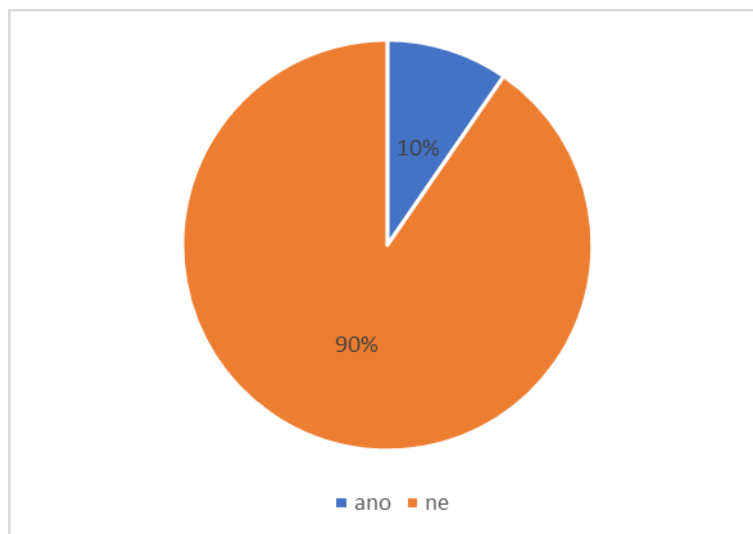


Graf 12 - Majitelé psů – Vivantis a.s., (Zdroj: vlastní zpracování)

Z odpovědi vyplývá, že 50 % respondentů (26) není majiteli psa. Zajímavostí zde je, že majiteli psa je dle dotazníku 50 % respondentů (26), ačkoliv benefit využívá necelých 10 % z dotazovaných. Důvody proč zaměstnanci tento benefit nevyužívají mohou být např. pes je zvyklý na pobyt na zahradě, nebo doma, zaměstnanec má psů více, tudíž by starost o ně v pracovní době byla náročná, zaměstnanec může mít psa, který není snášenlivý s ostatními, zaměstnanec se chce v pracovní době soustředit více na práci a jeho pes by ho vyrušoval.

Z dotazníku u otázky č. 15 je patrné, že z celkového počtu 52 respondentů využívá benefit necelých 10 % zaměstnanců (5). Z otázky č. 14 ohledně plemene psa vyplývá, že pracovní prostředí zpříjemňují jak velká, tak malá plemena např. Labradorský retriever, Rhodéský ridgeback, Yorkshire Teriér a 2 kříženci neurčitého plemena. Zaměstnanci v otázce č. 17 uvedli, že jim tento benefit přináší uvolnění při práci, možnost zůstat v práci déle a bez výčitek, snížení stresu, snadnější seznámení s novými kolegy...

### Otázka č. 18: Máte alergii na psí chlupy?



Graf 13 – Alergie – Vivantis a.s., (Zdroj: vlastní zpracování)

Z odpovědi vyplývá, že 90 % respondentů (47) nemají alergii na psí chlupy. Pouze 10 % z dotázaných (5) uvedlo, že alergii mají. 2 z nich navíc uvedlo, že mají v kanceláři 1-2 psy. Předpokládejme, že se nejedná o vážnou alergii, ale jen mírnou formu, která nepřitěžuje zaměstnanci v práci.

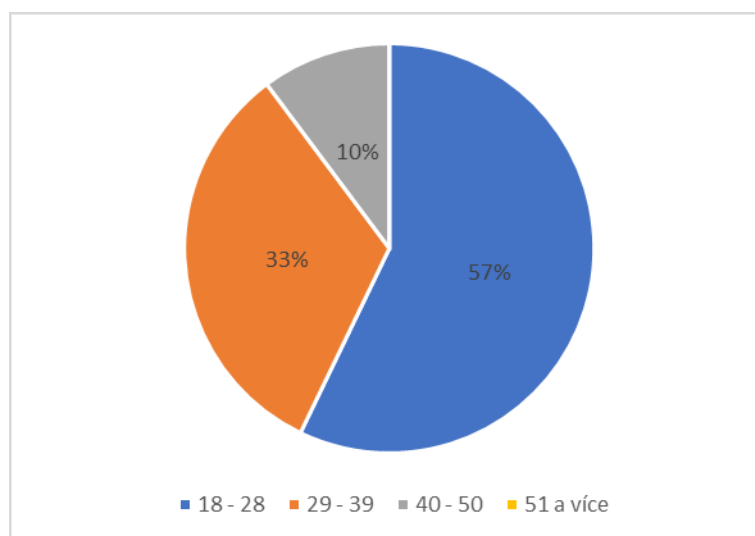
Na konci dotazníku jsem zjišťovala celkovou spokojenost s tímto benefitem. 81 % (42) z dotazovaných uvedla, že jim psi v práci nevadí, pokud jsou vychovaní. 19 % (10) zaměstnancům psi v práci vadí, ale dle vypsanych důvodů je to především, že pes není vychovaný, vyrušuje zaměstnance, pohybuje se bezprizorně po kancelářích, nebo majiteli psa odvádí pozornost od práce neustálou potřebou kontaktu.

Na základě výsledků z dotazníkového šetření, je patrné, že zaměstnanci nejsou dostatečně informováni o pravidlech a možnostech využívání benefitu „Dog-friendly Office“, bych společností Vivantis a.s. navrhla, aby pro své zaměstnance publikoval informační text, který bude způsoby využívání a pravidla popisovat tak, aby byla velice snadno pochopena. Jako místo publikování bych zvolila např. hromadný email, nebo informační nástěnky.

### 2.3.2 Výsledky průzkumu ve společnosti eBRÁNA s.r.o.

Z celkového počtu 100 zaměstnanců jsem získala odpovědi od 50 zaměstnanců. I zde byl jeden dotazník vyřazen z důvodu podezření na úmyslné zkreslení dat (respondent se vyjadřoval negativně na všechny otázky a na některé uváděl nesmyslné odpovědi). V počátečních grafech opět uvedu rozdělení respondentů podle pohlaví, věku a délky pracovního poměru ve společnosti. Dále se zaměřím na otázky přímo spojené s benefitem „Dog-friendly Office“.

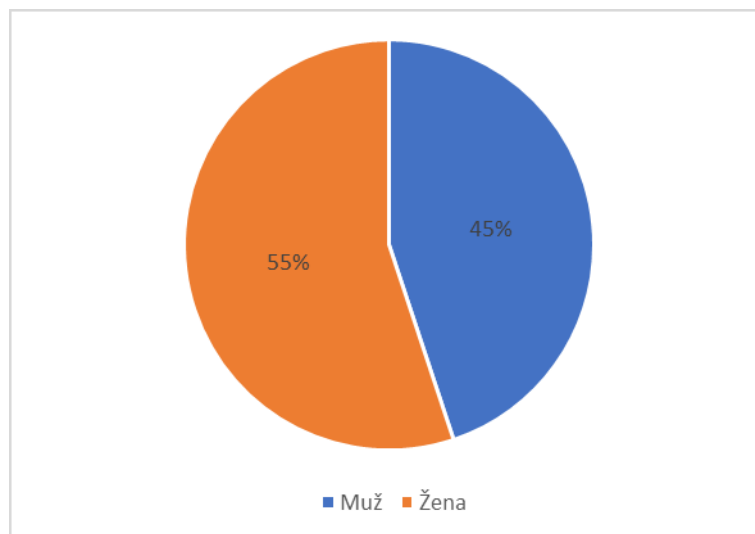
#### Otázka č. 1: Váš věk:



Graf 14 - Věkové rozdělení – eBRÁNA s.r.o., (Zdroj: vlastní zpracování)

Průměrný věk respondentů ze společnosti eBRÁNA s.r.o. je necelých 29 let. Po rozdělení respondentů do věkových skupin byla nejvíce zastoupená skupina ve věku 18 až 28 let (28; 57 %), což může být způsobeno tím, že společnost zaměstnává okolo 25 % studentů z celkového počtu zaměstnanců. Naopak nejméně zastoupená věková skupina je 51 let a více, kterou neoznačil žádný respondent. Ostatní věkové rozložení viz graf výše.

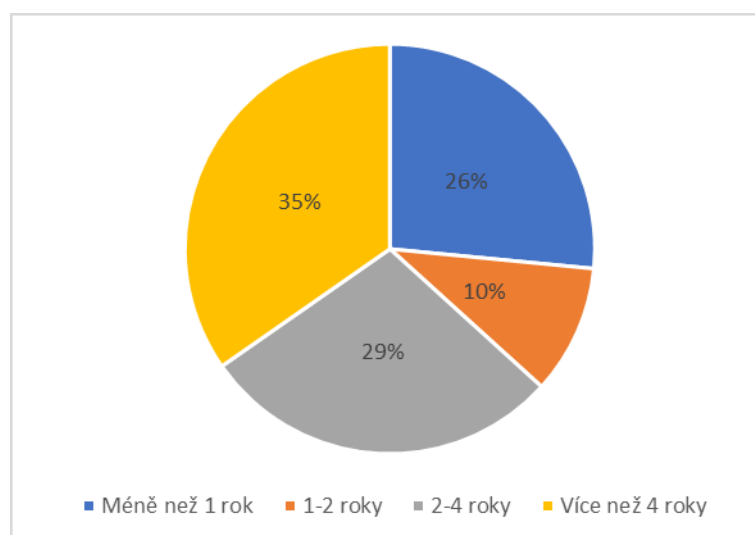
### Otázka č. 2: Vaše pohlaví:



Graf 15 – Pohlaví – eBRÁNA s.r.o., (Zdroj: vlastní zpracování)

Z celkového počtu 49 respondentů bylo 27 žen (55 %) a 22 mužů (45 %). Ve společnosti je přirozeně vyrovnaný poměr mužů a žen jak v celém týmu, tak ve struktuře vedení (manažerské funkce zastávají obě pohlaví).

### Otázka č. 3: Jak dlouho ve společnosti pracujete?



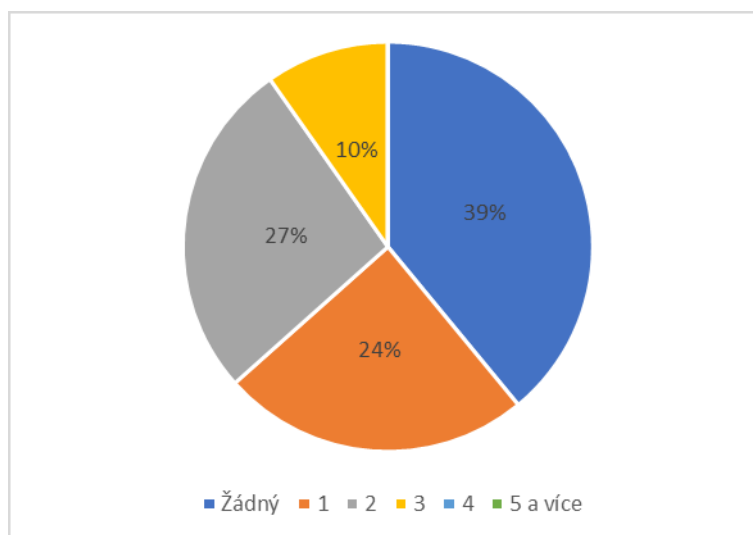
Graf 16 - Délka pracovního poměru – eBRÁNA s.r.o., (Zdroj: vlastní zpracování)

Nejpočetnější skupinou byli zaměstnanci pracující ve společnosti déle než 4 roky (17, 29 %). S velmi podobnou četností byli zastoupeni zaměstnanci, kteří ve společnosti působili

méně než 1 rok (13, 26 %) a 2 až 4 roky (14, 29 %). Nejméně zastoupenou skupinou respondentů byli zaměstnanci, kteří ve společnosti pracují 1 až 2 roky (5, 10 %).

Otázku č. 4 jsem opět do vyhodnocení nepoužila, sloužila personalistům pouze pro interní účely.

#### Otázka č. 5: Kolik psů je ve Vaší kanceláři?

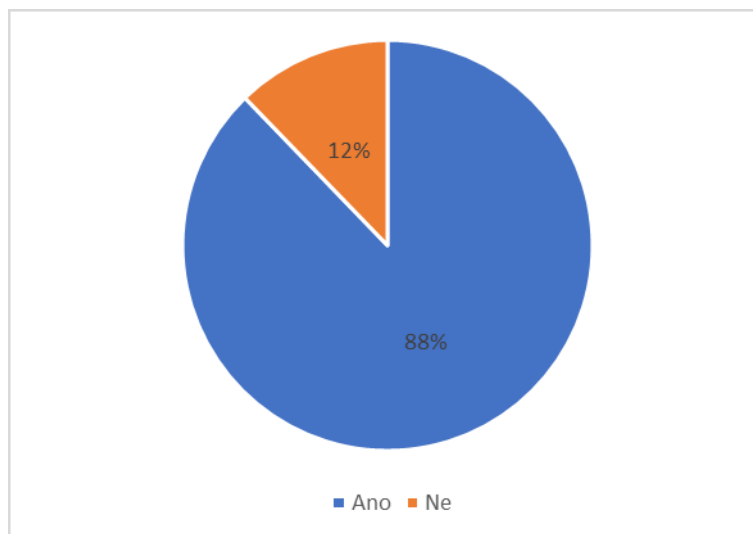


Graf 17 - Počet psů – eBRÁNA s.r.o., (Zdroj: vlastní zpracování)

Z odpovědí vyplývá, že téměř 39 % (16) zaměstnanců, nemá v kanceláři psa. Poměrně velká část respondentů (21, 42 %) uvedla, že má v blízkosti svého pracovního místa 1 až 2 psy. Pouze pár zaměstnanců (4, 10 %) má v kanceláři 3 psy. Ve společnosti se v jedné kanceláři nenachází 4 a více psů.



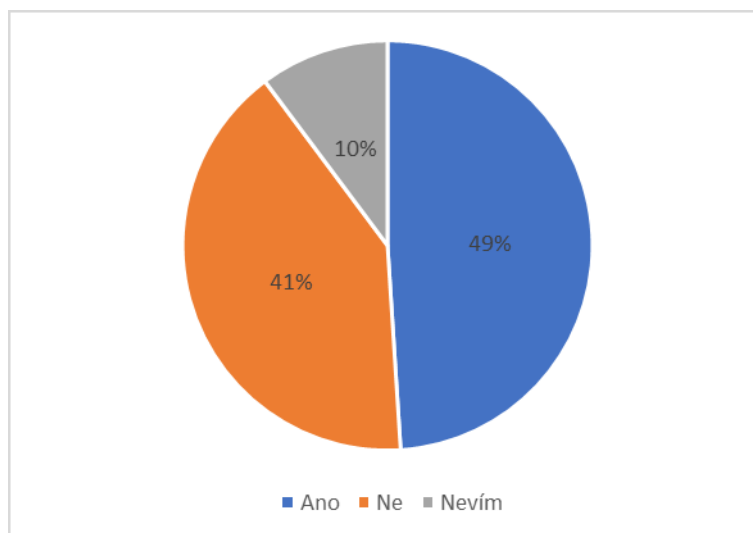
**Otázka č. 6: Jste dostatečně informováni o firemních pravidlech využívání benefitu „Dog-friendly Office“?**



*Graf 18 – Informovanost – eBRÁNA s.r.o., (Zdroj: vlastní zpracování)*

Vzhledem k tomu, že má společnost eBRÁNA s.r.o. stanovená a zveřejněná pravidla v interních směrnících, uvedla většina respondentů (43, 88 %), že jsou dostatečně informováni. Pouze 12 % (6) respondentů uvedlo opak. Jednalo se o zaměstnance, kteří benefit nevyužívají.

**Otázka č. 7: Porušují zaměstnanci využívající tento benefit stanovená pravidla?**

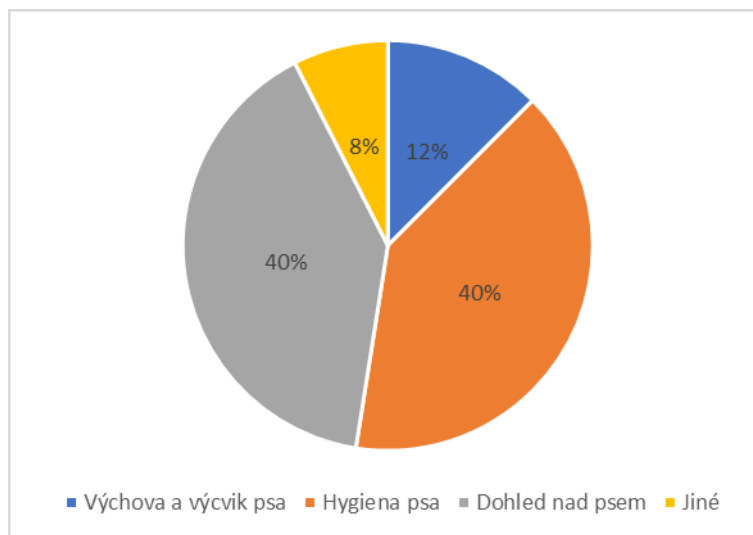


*Graf 19 – Pravidla – eBRÁNA s.r.o., (Zdroj: vlastní zpracování)*

Jak z grafu vyplývá, 41 % respondentů (20) odpovědělo, že zaměstnanci pravidla neporušují. Ačkoliv má společnost pravidla stanovená a zaměstnanci jsou o nich dostatečně informováni, přesto necelá polovina z dotazovaných respondentů (24, 49 %)

uvedla, že zaměstnanci stanovená pravidla využívání benefitu „Dog-friendly Office“ porušují.

**Otázka č. 8: Napadá Vás něco, co by lidé využívající tento benefit, měli více dodržovat?**



*Graf 20 - Nedodržování pravidel – eBRÁNA s.r.o., (Zdroj: vlastní zpracování)*

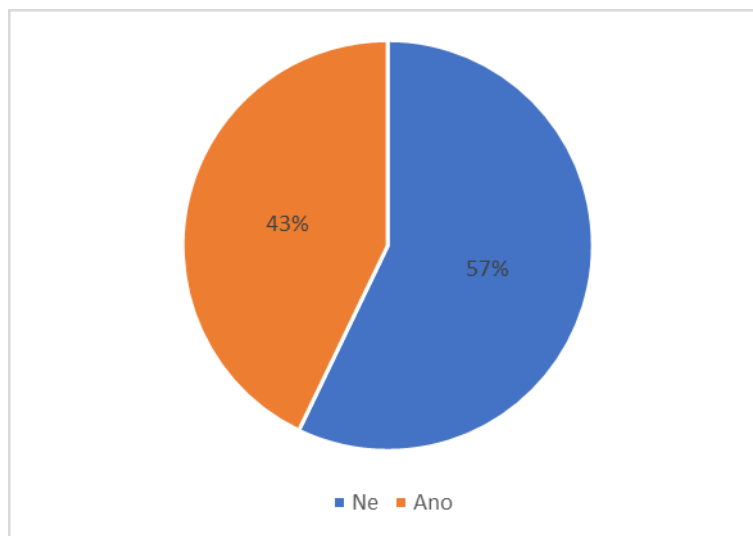
Na tuto otevřenou otázku jsme získali 27 odpovědí (55 %). Nejvíce respondenti (16, 40 %) zmiňovali, že si zaměstnanci, využívající tento benefit svého psa dostatečně nehlídá, pes se tak pohybuje po firmě sám.

Druhá část respondentů (16, 40 %) se vyjadřovala k hygieně, především k tomu, že zaměstnanci po psech neuklízí. Malá část respondentů (5, 12 %) zmiňovala špatnou výchovu psa, která má negativní vliv na jejich práci např. pes je ruší štěkáním, obtěžuje je dožadováním pozornosti.

Některé odpovědi se týkali ohleduplnosti ze strany zaměstnanců, kteří psy nemají např. při odchodu dovírat dveře, aby pes nemohl odejít z kanceláře bez povšimnutí.

**Otázka č. 9: Měli jste špatnou zkušenost se psem na pracovišti? Jak jste ji řešili?**

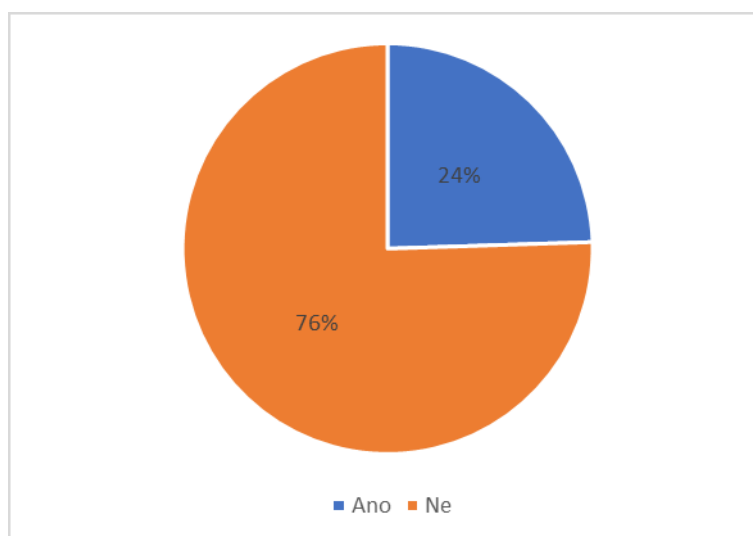
**Popište ji:**



*Graf 21 - Špatná zkušenost – eBRÁNA s.r.o., (Zdroj: vlastní zpracování)*

Více než polovina dotazovaných zaměstnanců (28; 57 %) uvedla, že se psem na pracovišti neměla žádný problém. Špatnou zkušenost se psem na pracovišti sdělilo 21 zaměstnanců (43 %), odpovědi úzce souvisely s předešlým grafem č.21. V popisech se nejčastěji objevovaly situace spojené se znečištěnými koberci, zdmi, rohy a květináči, což je způsobeno tím, že pes se po firmě pohybuje bez dozoru majitele. Ve většině případů respondenti uvedli, že jsou situace neřešitelné, neboť i po upozornění se opakují.

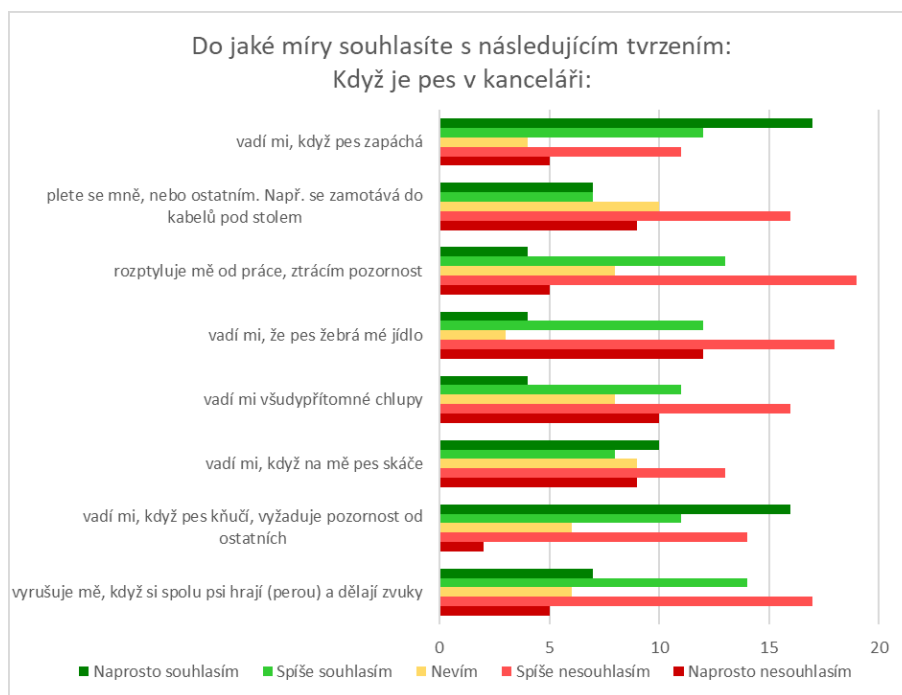
**Otázka č. 10: Museli jste v kanceláři něco měnit kvůli přítomnosti psa?**



*Graf 22 - Úprava kanceláře – eBRÁNA s.r.o., (Zdroj: vlastní zpracování)*

Jak vyplývá z grafu č. 19, většina respondentů v kanceláři psa nemá, tudíž je i u této společnosti tato otázka spíše irelevantní. 24 % respondentů (12) uvedlo, že ve své kanceláři museli uklidit, upravit spadané kabaly, aby se do nich pes nezamotal, dát květináče ze země pryč a více si hlídat volně položené jídlo. Dále, že v kancelářích přibyly nutné chovatelské potřeby např. pelechy a misky na vodu.

**Otázka č. 11: Do jaké míry souhlasíte s následujícím tvrzením:**



Graf 23 – Negativa – eBRÁNA s.r.o., (Zdroj: vlastní zpracování)

V této skupině otázek jsem zjišťovala, jak zaměstnanec souhlasí s uvedenými tvrzeními, která mohou mít negativní vliv na zaměstnance, který má psa v kanceláři. S prvním tvrzením, ohledně zápachu psa souhlasilo 59 % respondentů (29). Při vyhodnocování se toto téma objevilo jen velmi zřídka, tudíž předpokládám, že zápach psa není hlavním problémem v kancelářích, kde se pes vyskytuje.

S druhým tvrzením, které mělo za cíl zjistit, jak moc zaměstnancům vadí, když se jim pes plete souhlasilo pouze 28 % respondentů (14), dalo by se tedy říct, že zaměstnanci se na příchod psa do kanceláře připravili a veškeré věci, které by mohly vadit přesunuli.

Další tvrzení zjišťovalo, zda pes v kanceláři rozptyluje zaměstnance od práce a díky němu ztrácí pozornost. Zde se vyjádřila velká část respondentů (24, 44 %) tak, že s tímto tvrzením nesouhlasím. Můžeme předpokládat, že zaměstnanec přítomnost psa v kanceláři nerozptyluje.

S dalším tvrzením, které zjišťovalo, zda zaměstnancům při práci vadí, když od nich pes žebra jídlo, nesouhlasila více než polovina dotázaných respondentů (30, 61 %). Pouze malá část respondentů (16, 32 %) uvedla, že s tímto tvrzením převážně souhlasí, tak můžeme předpokládat, že k této situaci často nedochází.

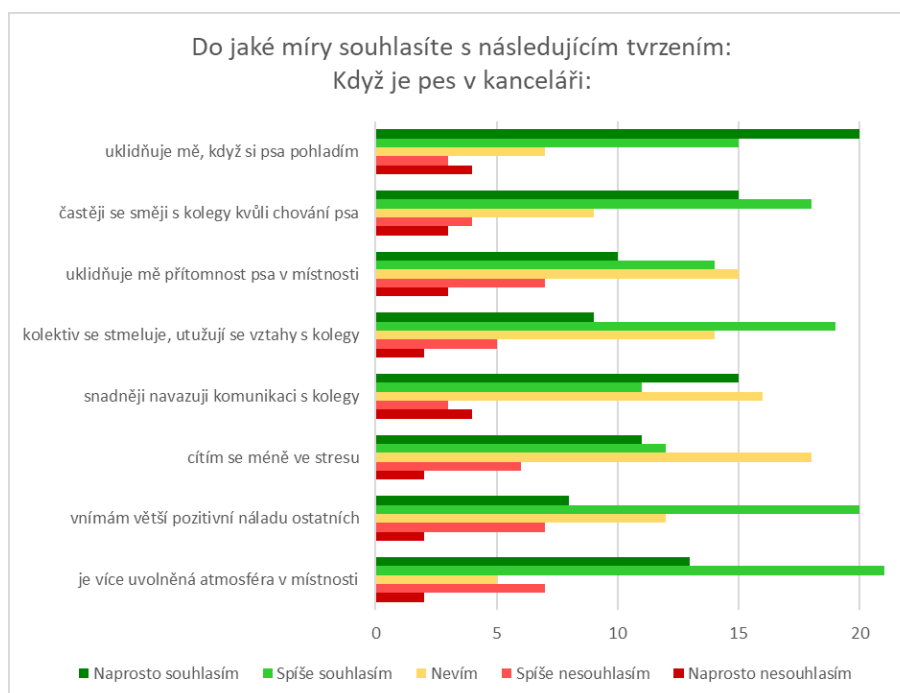
Další tvrzení se zaměřilo na to, zda zaměstnancům vadí psí chlupy souhlasilo 30 % respondentů (15) a 53 % nesouhlasilo (26), zbylých 8 respondentů se nevyjádřilo. Můžeme tedy tvrdit, že psí chlupy zaměstnancům z velké části nevadí.

V dalším tvrzení jsem zjišťovala, zda zaměstnancům vadí, když na ně pes v práci skáče. Část respondentů (22, 44 %) uvedlo, že jim to nevadí, druhé části (18, 36 %) je na obtíž, když na ně pes v kanceláři skočí.

S dalším tvrzením, které zjišťovalo, zda zaměstnancům vadí, když pes kňučí a vyžaduje si tím pozornost ostatních převážně souhlasilo 55 % (27). Mohli bychom tedy říct, že pokud pes zaměstnance vyrušuje, není jim to příjemné.

S posledním tvrzením, zda zaměstnance vyrušuje v kanceláři pes, který si hraje s ostatními psi, souhlasilo převážně 42 % (21), skoro shodný počet respondentů (22, 44 %) uvedl, že jim takové chování psa nevadí a nevyrušuje je to od práce.

#### Otázka č. 12: Do jaké míry souhlasíte s následujícím tvrzením:



Graf 24 – Pozitiva – eBRÁNA s.r.o., (Zdroj: vlastní zpracování)

V druhé skupině otázek jsem se zaměřila na pozitivní vliv na zaměstnance, kteří mají u sebe v kanceláři psa. Opět jsem zjišťovala, do jaké míry zaměstnanec souhlasí s následujícím tvrzením. I zde jsem se často setkávala s velkým procentuálním zastoupením odpovědi „nevím“, což většinou opět odpovídá tomu, že zaměstnanec v kanceláři psa nemá. S prvním tvrzením, zda zaměstnanec uklidňuje při práci, když si pohladí psa převážně souhlasila většina respondentů (35, 71 %).

S tvrzením, zda se zaměstnanec častěji směje s kolegy kvůli chování psa, převážně souhlasilo 67 % (33) zaměstnanců. Toto tvrzení úzce souvisí s tvrzením, kde převážně souhlasilo 46 % (28) zaměstnanců s tím, že se díky psovi v kanceláři kolektiv stmeluje a utužují se vztahy s kolegy.

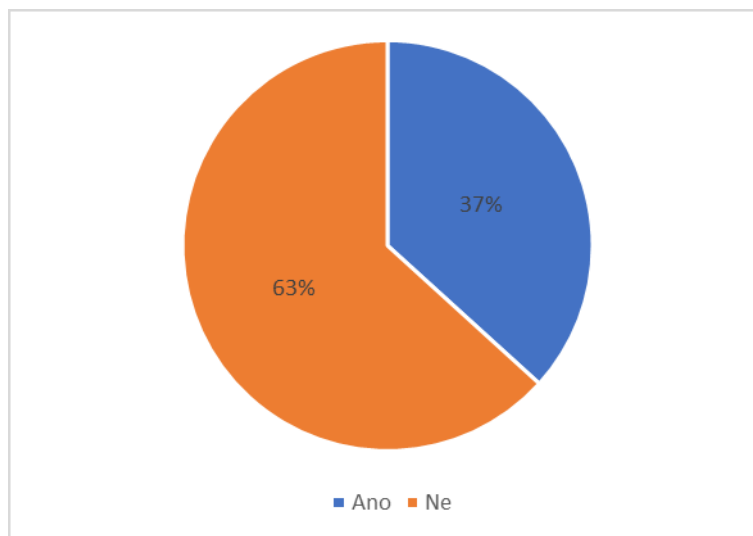
Další tvrzení zjišťovalo, zda zaměstnanec uklidňuje přítomnost psa v místnosti. Zde necelá polovina respondentů (24, 48 %) s tvrzením souhlasila.

S tvrzením, zda díky přítomnosti psa v kanceláři zaměstnanec snadněji navazuje komunikaci s kolegy odpovědělo 53 % (26).

V dalším tvrzení jsem zjišťovala, zda zaměstnanec pociťuje na sobě snížení stresu, když je pes v kanceláři. Převážně souhlasilo 46 % (23) zaměstnanců.

S tvrzením, zda zaměstnanec vnímá větší pozitivní náladu ostatních v kanceláři, kde je pes, převážně souhlasilo 57 % (28) respondentů. S tímto tvrzením úzce souvisí poslední tvrzení a to, že zaměstnanec vnímá více uvolněnou atmosféru v místnosti. Zde převážně souhlasilo 71 % (35) zaměstnanců.

### Otázka č. 13: Jste majitelem psa?

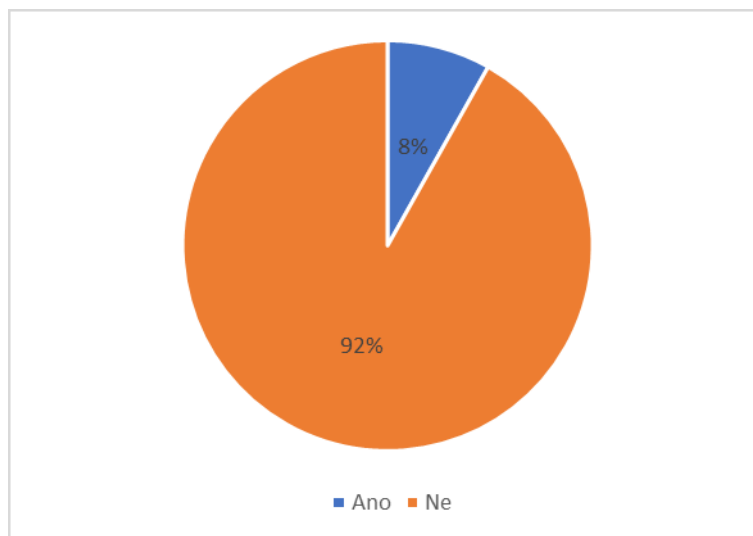


Graf 25 - Majitelé psů – eBRÁNA s.r.o., (Zdroj: vlastní zpracování)

Z odpovědí vyplývá, že 63 % respondentů (31) není majiteli psa. Zbylá část zaměstnanců (18, 37 %) jsou majiteli psa, avšak benefit využívá jen poměrně malá část z nich (6, 12 %). Důvodem, proč zaměstnanci nevyužívají benefit „Dog-friendly Office“ ve větším počtu, může být např. pes je zvyklý na pobyt doma, na zahradě, zaměstnanec může mít psů více, tudíž by se nemohl dostatečně soustředit na svoji práci.

Z dotazníku u otázky č. 15 je patrné, že z celkového počtu 49 respondentů využívá benefit pouze 12 % zaměstnanců (6). Z informací od personálního oddělení se však po firmě nepravidelně pohybuje až 15 psů různých plemen. Z otázky č. 14 ohledně plemen příjemněji pracovní prostředí např. Border Collie, Shiba Inu, Jack Russell Teriér, Anglický kokršpaněl a dále 1 křížanec čivavy. Zaměstnanci v otázce č. 17 uvedli, že jim tento benefit přináší možnost skloubit své pracovní povinnosti se svým soukromým životem se psem. Bonusem je pro ně neustálý kontakt se svým psem. Dále možnost udělat více práce tím, že zůstanou ve společnosti déle a nemusí se bát o psa, který je doma bez dozoru...

### Otázka č. 18: Máte alergie na psí chlupy?



Graf 26 – Alergie – eBRÁNA s.r.o., (Zdroj: vlastní zpracování)

Z odpovědí vyplývá, že 92 % respondentů (45) nemá alergie na psí chlupy. Avšak 8 % z dotázaných (4) uvedli, že alergie mají. Tito respondenti navíc uvedli, že mají v kanceláři až 2 psy, ale kromě užívání prášků na alergie jim to nezpůsobuje žádné potíže při práci.

Na konci dotazníku jsem opět zjišťovala celkovou spokojenost ve společnosti eBRÁNA s tímto benefitem. Většina z dotazovaných (42, 88 %) uvedla, že jim psi v práci nevadí, ale jen pod podmínkou, že jsou vychovaní a nic neničí. Pouze malé části dotázaným zaměstnancům (6, 12 %) psi v práci vadí, ale dle vypsaných důvodů je to především, že zaměstnanci, kteří tento benefit využívají dostatečně nedodržují nastavená pravidla.

Na základě výsledků z dotazníkového šetření, ze kterého je patrné, že zaměstnanci, kteří benefit využívají nedodržují stanovená pravidla, ačkoliv jsou sepsána a umístěna v interních směrnících, bych společnosti eBRÁNA navrhla, aby na své zaměstnance častěji dohlížela. Mohl by se nastavit systém „3x a dost“, a v případě opakovaného porušení pravidel, by byl zaměstnanci dočasně znemožněn vstup se psem na pracoviště. Informační text ohledně systému a pravidel by měl být snadno pochopitelný a zpřístupněný i ostatním zaměstnancům, kteří se mohou podílet na dodržování. Jako místo publikování bych zvolila např. firemní intranet, hromadný email, nebo také informační nástěnky.



## 2.4 Verifikace hypotéz

V této kapitole se zaměřím na ověření či vyvrácení hypotéz, které jsem si stanovila na začátku výzkumu. Jelikož se dotazníkového šetření zúčastnilo za oba podniky celkem 101 zaměstnanců z celkových 350, jedná se o výběrové šetření, které nemusí být dostatečně reprezentativní. Pro přehlednější a přesnější zpracování byly sloučeny odpovědi „spíše souhlasím“ a „naprosto souhlasím“ do skupiny souhlasím a zároveň odpovědi „spíše nesouhlasím“ a „naprosto nesouhlasím“ do skupiny nesouhlasím.

Ověřovat je budu pomocí chí-kvadrátu testu dobré shody. Nejprve si ke každé hypotéze přiřadím nulovou hypotézu a stanovím hladinu významnosti  $\alpha = 0,05$ .

Pro výpočet jsem použila níže uvedené vzorce, správnost matematických údajů jsem ověřovala v programu Microsoft Excel za pomoci funkce CHIDIST a CHISQ.INV.RT.

$$TK = \sum \frac{(\text{empirické} - \text{teoretické})^2}{\text{teoretické}}$$

$$\alpha = 0,05$$

$$KH = x_{(1-\alpha)}^2(r-1)(s-1) = x_{0,95}^2(2)$$

**Hypotéza 1: Ženám v zaměstnání pomáhá ke snížení napětí při práci pohlazení psa více než mužům.**

Tabulka 1: četnosti H1 (Zdroj: vlastní zpracování)

Empirické hodnoty	Nesouhlasím	Souhlasím	Nevím	Celkem
Žena	8	45	14	67
Muž	4	23	7	34
Celkem	12	68	21	101

Teoretické hodnoty	Nesouhlasím	Souhlasím	Nevím	Celkem
Žena	7,960	45,109	13,931	67,000
Muž	4,040	22,891	7,069	34,000
Celkem	12,000	68,000	21,000	101,000

Výpočet TK	Nesouhlasím	Souhlasím	Nevím
Žena	0,000	0,000	0,000
Muž	0,000	0,001	0,001

H0: empirické = teoretické

H1: empirické  $\neq$  teoretické

Vypočítaná hodnota testového kritéria (TK = 0,0023) nepřekračuje kritickou hodnotu (KH = 5,9914), na základě tohoto zjištění potvrzuji H0 a zamítám hypotézu H1. V tomto případě se tedy prokázalo, že pohlaví zaměstnanců, kteří mají možnost využít tuto výhodu benefitu DFO, nemá vliv na snížení napětí při práci.

**Hypotéza 2: Zaměstnanci, kteří jsou ve společnosti delší dobu než 2 roky jsou přesvědčení, že benefit napomáhá ke stmelování kolektivu a utužení vztahů více než zaměstnanci, pracující ve společnosti kratší dobu**

Tabulka 2: četnosti H2 (Zdroj: vlastní zpracování)

Empirické hodnoty	Nesouhlasím	Souhlasím	Nevím	Celkem
Méně než 2 roky	4	24	12	40
Více než 2 roky	10	28	23	61
Celkem	14	52	35	101

Teoretické hodnoty	Nesouhlasím	Souhlasím	Nevím	Celkem
Méně než 2 roky	5,545	20,594	13,861	40,000
Více než 2 roky	8,455	31,406	21,139	61,000
Celkem	14,000	52,000	35,000	101,000

Výpočet TK	Nesouhlasím	Souhlasím	Nevím
Méně než 2 roky	0,430	0,563	0,250
Více než 2 roky	0,282	0,369	0,164

H0: empirické = teoretické

H1: empirické  $\neq$  teoretické

Vypočítaná hodnota testového kritéria (TK = 2,059) nepřekračuje kritickou hodnotu (KH = 5,9914), na základě tohoto zjištění potvrzuji H0 a zamítám hypotézu H1. V tomto případě jsem zjistila, že délka pracovního poměru nemá vliv na to, jak zaměstnanci vnímají pozitivní zkušenosti s benefitem.

**Hypotéza 3: Zaměstnancům do 30 let pomáhá benefit snížit stress v práci více, než zaměstnancům starším 30 let**

Tabulka 3: četnosti H3 (Zdroj: vlastní zpracování)

Empirické hodnoty	Nesouhlasím	Souhlasím	Nevím	Celkem
Zaměstnanci do 30 let	6	30	14	50
Zaměstnanci nad 30 let	13	20	18	51
Celkem	19	50	32	101

Teoretické hodnoty	Nesouhlasím	Souhlasím	Nevím	Celkem
Zaměstnanci do 30 let	9,406	24,752	15,842	50,000
Zaměstnanci nad 30 let	9,594	25,248	16,158	51,000
Celkem	19,000	50,000	32,000	101,000

Výpočet TK	Nesouhlasím	Souhlasím	Nevím
Zaměstnanci do 30 let	1,233	1,112	0,214
Zaměstnanci nad 30 let	1,209	1,091	0,210

H0: empirické = teoretické

H1: empirické  $\neq$  teoretické

Vypočítaná hodnota testového kritéria (TK = 5,070) nepřekračuje kritickou hodnotu (KH = 5,9914), na základě tohoto zjištění potvrzují H0 a zamítám hypotézu H1. V tomto případě nemá věk zaměstnance vliv na snížení stressu v práci pomocí benefitu DFO.

**Hypotéza 4: Zaměstnanci, kteří jsou zároveň majiteli psa jsou tolerantnější k všudypřítomným psím chlupům než zaměstnanci, kteří nejsou majiteli psa**

Tabulka 4: četnosti H4 (Zdroj: vlastní zpracování)

Empirické hodnoty	Nesouhlasím	Souhlasím	Nevím	Celkem
Zaměstnanec který je majitelem psa	24	13	7	44
Zaměstnanec který není majitelem psa	25	25	7	57
Celkem	49	38	14	101

Teoretické hodnoty	Nesouhlasím	Souhlasím	Nevím	Celkem
Zaměstnanec který je majitelem psa	21,347	16,554	6,099	44,000
Zaměstnanec který není majitelem psa	27,653	21,446	7,901	57,000
Celkem	49,000	38,000	14,000	101,000

Výpočet TK	Nesouhlasím	Souhlasím	Nevím
Zaměstnanec který je majitelem psa	0,330	0,763	0,133
Zaměstnanec který není majitelem psa	0,255	0,589	0,103

H0: empirické = teoretické

H1: empirické  $\neq$  teoretické

Vypočítaná hodnota testového kritéria (TK = 2,173) nepřekračuje kritickou hodnotu (KH = 5,9914), na základě tohoto zjištění potvrzují H0 a zamítám hypotézu H1. V tomto případě tedy skutečnost, zda je zaměstnanec zároveň majitelem psa nemá vliv na toleranci psích chlupů.

**Hypotéza 5: Zaměstnanci, kteří mají psa ve své kanceláři vnímají uvolněnou atmosféru v místnosti více než zaměstnanci, kteří psa v kanceláři nemají**

Tabulka 5: četnosti H5 (Zdroj: vlastní zpracování)

Empirické hodnoty	Nesouhlasím	Souhlasím	Nevím	Celkem
Zaměstnanci, kteří nemají v kanceláři psa	7	30	11	48
Zaměstnanci, kteří mají v kanceláři psa	8	41	4	53
Celkem	15	71	15	101

Teoretické hodnoty	Nesouhlasím	Souhlasím	Nevím	Celkem
Zaměstnanci, kteří nemají v kanceláři psa	7,129	33,743	7,129	48,000
Zaměstnanci, kteří mají v kanceláři psa	7,871	37,257	7,871	53,000
Celkem	15,000	71,000	15,000	101,000

Výpočet TK	Nesouhlasím	Souhlasím	Nevím
Zaměstnanci, kteří nemají v kanceláři psa	0,002	0,415	2,102
Zaměstnanci, kteří mají v kanceláři psa	0,002	0,376	1,904

H0: empirické = teoretické

H1: empirické  $\neq$  teoretické

Vypočítaná hodnota testového kritéria (TK = 4,802) nepřekračuje kritickou hodnotu (KH = 5,9914), na základě tohoto zjištění potvrzují H0 a zamítám hypotézu H1. V tomto případě má benefit DFO pozitivní vliv na všechny zaměstnance a není podstatné, zda mají možnost mít psa přímo v kanceláři, nebo ho během pracovní doby potkávají v prostorách společnosti.

### 2.4.1 Shrnutí výsledků výzkumu a diskuze

Cílem mého výzkumného šetření bylo hlavně ověření předem stanovených hypotéz, těch jsem si stanovila na začátku dohromady 5. Z těchto pěti hypotéz jsem všechny vyvrátila. Ráda bych se tedy v následujících řádcích věnovala hypotézám a jejich interpretaci podrobněji.

První hypotéza se zaměřovala na to, zda benefit Dog-friendly Office pomáhá ke snížení napětí a stresu při práci více ženám než mužům. Zajímalo mne, které pohlaví zaměstnanců více ocení přítomnost psa v pracovním prostředí. Tuto hypotézu jsem nepotvrdila, neboť rozdíly u odpovědí mužů a žen nebyly tak markantní, jak jsem předpokládala. Přítomnost psa na pracovišti tak rozhodně napomáhá ke snížení napětí a stresu při práci všem zaměstnancům bez ohledu na pohlaví.

V druhé hypotéze jsem se zaměřila na to, jak vnímají benefit zaměstnanci, kteří ve společnosti pracují déle, oproti zaměstnancům, kteří ve společnosti působí kratší dobu. Tuto hypotézu jsem taktéž mohla vyvrátit, neboť délka pracovního poměru neměla vliv na odpovědi zaměstnanců. Dalo by se tedy říct, že každý zaměstnanec si všímá možných náznaků na utužování pracovních vztahů a stmelování kolektivu díky tomuto benefitu. Není tedy podstatné, zda je ve společnosti novým zaměstnancem, nebo má odpracovaných několik let.

Ve třetí hypotéze jsem zjišťovala, zda má věk zaměstnance vliv na pozitivní dopad benefitu Dog-friendly Office, a to snížení stresu při práci. Zajímalo mne, zda mladší zaměstnanci 30 let více ocení přítomnost psa v kanceláři oproti starším zaměstnancům. Můj předpoklad, že mladším zaměstnancům 30 let pomáhá benefit DFO více ke snížení stresu při práci se nepotvrdil. Benefit „Dog-friendly Office“ napomáhá ke snížení napětí a stresu při práci všem zaměstnancům, bez rozdílu věku.

Čtvrtou hypotézou jsem se snažila zjistit, zda zaměstnanci, kteří jsou majiteli psů, jsou více tolerantnější k negativnímu aspektu benefitu DFO, a to všudypřítomným chlupům v pracovním prostředí. Tato hypotéza se mi taktéž nepotvrdila. Většina zaměstnanců, bez ohledu na to, zda jsou zároveň majiteli psů, se k této problematice negativně vyjadřovali v dotazníku často. Ze strany zaměstnanců, využívající tento benefit, by měla být větší ohleduplnost k čistotě svých psů.

Pátou hypotézou jsem zjišťovala, zda má přítomnost psa v kanceláři pozitivnější vliv na atmosféru v místnosti. Tuto hypotézu jsem mohla rovněž vyvrátit, neboť zaměstnanci

vnímají pozitivní vliv nejen v kancelářích, ale také ve společných prostorech společnosti. Skutečnost, že je v kanceláři uvolněná atmosféra díky benefitu DFO potvrdilo i několik zaměstnanců, kteří stabilně psa v blízkosti pracovního místa nemají.

Dle tohoto zjištění by se dalo říct, že benefit Dog-friendly Office“ je mezi zaměstnanci považován za oblíbený. Jeho pozitivní vlastnosti si uvědomují všichni zaměstnanci, bez ohledu na to, jak dlouho již ve společnosti pracují. Ačkoliv by se mohlo zdát, že starší zaměstnanci nebudou tolik nakloněni zavedení moderních benefitů, tak u DFO je patrné, že jeho pozitivní vlastnosti uvítají jak starší, tak mladší zaměstnanci. Většina zaměstnanců v dotazníku uvedla, že benefit má velký vliv na uvolněnou atmosféru v místnosti, díky které opadá stress při práci a zaměstnanci jsou spokojenější.

### 3 ZÁVĚR

Hlavním cílem celé mé práce bylo, zda zavedení benefitu „Dog-friendly Office“ má pozitivní dopad na zaměstnance. Zjistit, zda pomáhá snižovat napětí a stres v zaměstnání a jestli pomáhá ke zlepšení vztahů a častější komunikace s kolegy. Když jsem chtěla tohoto cíle dosáhnout, musela jsem nejdříve shromáždit potřebné informace z odborné české literatury, ale také cizojazyčných publikací. Tyto informace jsem zahrnula do teoretické části práce, ve které jsem mimo jiné popsala systém zaměstnaneckých benefitů a jeho trendy v této době.

V praktické části jsem se nejprve zaměřila na představení obou společností, které mají tento benefit zavedený již několik let. Díky tomu jsem získala cenné informace jak od vedoucích HR oddělení, tak i od zaměstnanců. V jedné společnosti jsou dána pravidla, která by zaměstnanci, kteří chtějí tento benefit využívat, měli dodržovat. Z výsledků průzkumu však vyplývá, že jsou často porušována. Za nízký poplatek, který zaměstnanci využívající DFO se hradí vzniklé škody. V druhé společnosti pravidla sepsaná nejsou, zaměstnanci se však snaží dodržovat nepsaná pravidla např. ohleduplnost k ostatním zaměstnancům, úklid po psovi. I v této společnosti z průzkumu vyplývá, že zaměstnanci pravidla nedodržují. V obou společnostech jsou zaměstnanci s benefitem spokojeni a drobné porušení pravidel se dá přehlédnout.

Pomocí kvantitativní metody jsem získala dostatek odpovědí od zaměstnanců. Zapojení do výzkumu z řad zaměstnanců bylo však dobrovolné, a tak se nedá výzkum považovat za zcela reprezentativní. Z mého pohledu byla tato metoda zvolena správně, neboť odpovídali pouze respondenti, kteří se o tento benefit a jeho fungování ve společnosti zajímali. Zaměstnanci odpovídali na otázky anonymně, našlo se jen minimum respondentů, kteří v dotazníku chtěli zaměstnavateli záměrně uškodit nepravdivými informacemi. Větší část zaměstnanců odpovídala dle skutečnosti a v odpovědích byla vidět snaha o zlepšení fungování tohoto benefitu. Výstup z dotazníkového šetření v grafické podobě byl umístěn na komunikační kanály společnosti, kde se všichni zaměstnanci mohli seznámit s jeho výsledky.

Po vyhodnocení hypotéz, kde jsem vyvrátila všech pět hypotéz, jsem došla k názoru, že ačkoliv v sobě benefit skrývá i negativní dopady na zaměstnance, stále převládá více pozitivních názorů. Jak už zaznělo v dotazníkovém šetření, je potřeba, aby zaměstnavatel vytyčil jasná a srozumitelná pravidla využívání tohoto benefitu. Většina zaměstnanců



z obou společností je s benefitem spokojena, pozorují pozitivní atmosféru v kancelářích, kde se pes vyskytuje. Uznávají, že díky benefitu je snadnější navázat komunikaci s kolegy a tím postupně utužovat jejich vztahy na pracovišti. Negativní názory shledávají v nedostatečné ohleduplnosti od ostatních zaměstnanců, a to nejen těch, kteří benefit využívají.

Dle výsledků z výzkumu si myslím, že tento benefit má hlavně pozitivní dopad na zaměstnance. Společnosti, které by „Dog-friendly Office“ zvažovali přidat do své nabídky benefitů by se měli hlavně zaměřit na stanovení jasných a snadno pochopitelných předpisů, které budou zaměstnanci dodržovat. Pravidla by se měla objevit na všech komunikačních kanálech společnost jako např. intranet, email, interní pravidla, nástěnky. Na respektování pravidel by měli dohlížet všichni zaměstnanci a v případě porušení informovat vedoucí personálního oddělení. Vedoucí zaměstnanec by měl zajistit, aby se situace v budoucnu neopakovala. V případě častějších porušování pravidel může nastat situace, kdy bude zaměstnanci na určitou dobu zakázáno benefit využívat a nebude mi povolen vstup se psem na pracoviště.

## 4 POUŽITÁ LITERATURA

**ARMSTRONG, M. a J. KOUBEK.** *Odměňování pracovníků.* Praha: Grada, 2009. Expert. ISBN 978-80-247-2890-2

**ARMSTRONG, M. a S. TAYLOR.** *Řízení lidských zdrojů.* Praha: Grada Publishing, 2015. 245 s. ISBN 978-80-247-5258-7.

**ARMSTRONG, M.** *Řízení lidských zdrojů.* 8. vydání. Praha: Grada Publishing a.s., 2002 856 s. ISBN 80-247-0469-2

**ARMSTRONG, M.** *Řízení lidských zdrojů: nejnovější trendy a postupy.* Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1407-3.

**ARNOLD, John et al.** *Psychologie práce: pro manažery a personalisty.* Brno: Computer Press, 2007. Praxe manažera (Computer Press). ISBN 978-80-251-1518-3.

**BEDRNOVÁ, E., NOVÝ, I. a kol.:** *Psychologie a sociologie řízení.* Praha: Management Press, 2002, 586 stran, 2. vydání, ISBN 80-7261-064-3, str. 79.

**JOKL, Miloslav.** *Optimalizace fyzikálních podmínek pro práci člověka.* Praha: ROH, 1984. ISBN 978-80-903808-9-9. s. 27)

**KOUBEK, J.** *Personální práce v malých podnicích.* 2. vydání. Praha: Grada Publishing a.s., 2003, 248 s. ISBN 80-247-0602-4

**KŘIVOHLAVÝ, Jaro.** *Psychologie zdraví.* Vyd. 3. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-568-4.

**PALIKA, L. a FEARING J.** *Dogs at work: a practical guide to creating dog-friendly workplaces.* Washington, D.C.: Humane Society Press, c2008. ISBN 978-1934785010.)

**PELC, V.** *Zaměstnanecké benefity v roce 2009.* Praha: Linde, 2009. 233 s. ISBN 978-80-7201-754-6. s. 11-13.)

**PLAMÍNEK, J.** *Tajemství motivace.* Praha: Grada Publishing, a.s., 2007. 128 s. ISBN 978-80-247-1991-7

**PLAMÍNEK, J., FIŠER, R.:** *Řízení podle kompetencí.* 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2005. 180 s. ISBN 80-247-1074-9.

**ŘEZANKOVÁ, H.** *Analýza dat z dotazníkových šetření*. 2. vyd. Praha: Professional Publishing, 2010. ISBN 978-80-7431-019-5.

**STÝBLO, J.** *Personální řízení v malých a středních podnicích*. Praha: Management Press, 2003. ISBN 80-7261-097-X.

**URBAN, J.:** *Řízení lidí v organizaci. Personální rozměr managementu*. 1. vyd. Praha: Aspi Publishing, 2003. 300 s. ISBN 80-86395-46-4.

**eBRÁNA:** digitální agentura Pardubice [online]. [cit. 2020-02-11]. Dostupné z:  
<https://kariera.ebrana.cz/o-nas>

**VIVANTIS:** přední internetový prodejce v ČR [online]. [cit. 2020-02-11]. Dostupné z:  
<https://spolecnost.vivantis.cz/>

## 5 PŘÍLOHY

Příloha 1 – <i>Dotazník zpracovaný v aplikaci Google Forms –fungování zaměstnaneckého benefitu „Dog-friendly Office“ ve společnosti .....</i>	62
Příloha 2 – <i>Dotazník zpracovaný v aplikaci Google Forms – spokojenost se zaměstnaneckým benefitem „Dog-friendly Office“ .....</i>	64

Příloha 1 – Dotazník zpracovaný v aplikaci Google Forms –fungování zaměstnaneckého benefitu „Dog-friendly Office“ ve společnosti

## Zaměstnanecký benefit "Dog-friendly Office"

Dobrý den,

Jsem studentka humanitních studií na Fakultě filozofické Univerzity Pardubice. V rámci své bakalářské práce zkoumám přínosy zavedení benefitu "Dog-friendly" Office ve vybraných společnostech. Cílem bakalářské práce je zjistit, jaký dopad má zavedení benefitu na zaměstnance, tedy přesněji, jestli jim pomáhá snižovat napětí a stres v zaměstnání anebo pomáhá ke zlepšení vztahů a častější komunikace s kolegy.

Budu moc ráda, pokud mi vyplníte tento dotazník, který mi pomůže k získání potřebných informací k výzkumu. Dotazník je anonymní a je pouze pro vedoucí pracovníky HR oddělení, popř. jiné vedoucí pracovníky, kteří mají správu tohoto benefitu na starost.

Předem děkuji - Pavlína Mojdlová

\*Povinné pole

1. Jaká je struktura zaměstnanců a oddělení ve společnosti? \*
2. Jaký využíváte systém benefitů (např. zda jste za posledních 5 let nějaké nové zavedli) \*
3. Kdy jste zavedli benefit "Dog friendly Office"? \*
4. Co Vás vedlo k jeho zavedení? \*
5. Kolik zaměstnanců benefit využívá? \*

6. Je tento benefit nějak zpoplatněn? (pokud ano, jakou částkou / měsíc) \*

---

7. Máte k dispozici statistiku - kolik zaměstnanců využívalo tento benefit od doby zavedení? \*

---

8. Máte nějaká pravidla, která by lidé využívající tento benefit měli dodržovat? \*

---

9. Co se děje, pokud pravidla zaměstnanci nedodržují? Jsou dané nějaké sankce za nedodržování? \*

---

10. Jsou s tímto benefitem spojené nějaké náklady pro firmu? Pokud ano, jaké? \*

---

11. Pokud je způsobena škola psem, kdo ji hradí? \*

---

12. Máte ve společnosti nějaká místa, kam pes nesmí? \*

---

---

Obsah není vytvořen ani schválen Googlem.

Google Formuláře

## Příloha 2 – Dotazník zpracovaný v aplikaci Google Forms – spokojenost se zaměstnaneckým benefitem „Dog-friendly Office“

### Zaměstnanecký benefit "Dog-friendly Office"

Dobrý den,

Jsem studentka humanitních studií na Fakultě filozofické Univerzity Pardubice. V rámci své bakalářské práce zkoumám přínosy zavedení benefitu "Dog-friendly" office ve vybraných společnostech. Cílem bakalářské práce je zjistit, jaký dopad má zavedení benefitu na zaměstnance, tedy přesněji, jestli jim pomáhá snižovat napětí a stres v zaměstnání anebo pomáhá ke zlepšení vztahů a častější komunikace s kolegy.

Budu moc ráda, pokud mi vyplníte tento dotazník, který mi pomůže k získání potřebných informací k výzkumu. Dotazník je pro všechny zaměstnance, bez ohledu na to, zda benefit využívají, nebo ne.

Předem děkuji - Pavlína Mojdlová

*\*Povinné pole*

1. Jak dlouho ve společnosti pracujete? \*

Označte jen jednu elipsu.

- Méně než 1 rok  
 1-2 roky  
 2-4 roky  
 více než 4 roky

2. Na jakém oddělení pracujete? \*

Označte jen jednu elipsu.

- Finance  
 Obchod  
 Brand marketing  
 Performance marketing  
 Zákaznický servis  
 Web development  
 ERP a IT  
 Logistika  
 Správa a HR  
 Jiné: \_\_\_\_\_

3. Vaše pohlaví \*

Označte jen jednu elipsu.

- Muž  
 Žena

4. Váš věk \*

\_\_\_\_\_

5. Kolik psů je ve Vaší kanceláři? \*

\_\_\_\_\_

6. Jste dostatečně informováni o firemních pravidlech využívání benefitu "Dog-friendly Office"? \*

Označte jen jednu elipsu.

- Ano  
 Ne  
 Jiné: \_\_\_\_\_

7. Měli jste špatnou zkušenost se psem na pracovišti? Jak jste ji řešili? Popište ji \*

\_\_\_\_\_

8. Museli jste v kanceláři něco měnit kvůli přítomnosti psa? \*

\_\_\_\_\_

9. Porušují zaměstnanci využívající tento benefit stanovená pravidla? \*

Označte jen jednu elipsu.

- Ano  
 Ne  
 Jiné: \_\_\_\_\_

10. Napadá vás něco, co by lidé využívající tento benefit měli více dodržovat?

\_\_\_\_\_

11. Do jaké míry souhlasíte s následujícím tvrzením: Když je pes v kanceláři: \*

Označte jen jednu elipsu na každém řádku.

	Naprostou nesouhlasím	Spíše nesouhlasím	Nevím	Spíše souhlasím	Naprostou souhlasím
rozptyluje mě od práce, ztrácím pozornost	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
plete se mně, nebo ostatním. Např. se zamotává do kabelů pod stolem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
vyrušuje mě, když si spolu psi hrají (perou) a dělají zvuky	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
vadí mi, když pes kňučí, vyžaduje pozornost od ostatních	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
vadí mi, když na mě pes skáče	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
vadí mi všudypřítomné chlupy	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
vadí mi, že pes žebře mé jídlo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
vadí mi, když pes zapáchá	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



12. Do jaké míry souhlasíte s následujícím tvrzením: Když je pes v kanceláři: \*

Označte jen jednu elipsu na každém řádku.

	Naprost nesouhlasím	Spíše nesouhlasím	Nevím	Spíše souhlasím	Naprost souhlasím
je více uvolněná atmosféra v místnosti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
vnímám větší pozitivní náladu ostatních	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
cítím se méně ve stresu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
snadněji navazuji komunikaci s kolegy	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
kolektiv se stmeluje, utužují se vztahy s kolegy	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
uklidňuje mě přítomnost psa v místnosti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
častěji se směji s kolegy kvůli chování psa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
uklidňuje mě, když si psa pohladím	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. Jste majitelem psa? \*

Označte jen jednu elipsu.

- Ano Přeskočte na otázku 14  
 Ne Přeskočte na otázku 24

Jsem majitelem psa

14. Jaké je plemeno psa?

\_\_\_\_\_

15. Využíváte benefit DFO?

Označte jen jednu elipsu.

- Ano Přeskočte na otázku 16  
 Ne Přeskočte na otázku 24

Využívám benefit

16. Jak často tento benefit využíváte? \*

každý den, několikrát týdně, 1x měsíčně, dle potřeby

\_\_\_\_\_

17. Platíte za tento benefit? Kolik Kč? \*

\_\_\_\_\_

18. Byl jedním z důvodů proč jste začal pracovat v této společnosti právě možnost tohoto benefitu? \*

\_\_\_\_\_

19. Co vám tento benefit přináší? \*

\_\_\_\_\_

20. Stalo se Vám, že vám někdo řekl, že mu váš pes překáží, vadí? Jak jste případnou situaci vyřešili? \*

\_\_\_\_\_

21. Máte alergii na psí chlupy? \*

*Označte jen jednu elipsu.*

Ano

Ne

Jiné: \_\_\_\_\_

22. Vadí vám, že se pes pohybuje v prostorách společnosti bez dozoru majitele? \*

*Označte jen jednu elipsu.*

Ano

Ne

Jiné: \_\_\_\_\_

23. Chtěli byste se k tématu více vyjádřit? Tady máte možnost:

\_\_\_\_\_

**Nevyužívám benefit**

24. Bojíte se psů? \*

Pokud ano, proč?

\_\_\_\_\_

25. Máte alergii na psí chlupy? \*

*Označte jen jednu elipsu.*

Ano

Ne

Jiné: \_\_\_\_\_

26. Potkáváte často psy na pracovišti? \*

*Označte jen jednu elipsu.*

Ano

Ne

Jiné: \_\_\_\_\_

27. Přestali jste se bát psů díky zavedení tohoto benefitu ve společnosti? \*

*Označte jen jednu elipsu.*

Ano

Ne

Jiné: \_\_\_\_\_

28. Vadí vám, že se pes pohybuje v prostorách společnosti bez dozoru majitele? \*

*Označte jen jednu elipsu.*

Ano

Ne

Jiné: \_\_\_\_\_

29. Motivoval vás tento benefit k pořízení vlastního psa? \*

*Označte jen jednu elipsu.*

Ano

Ne

Jiné: \_\_\_\_\_

30. Vadí Vám přítomnost psů v práci? Důvod? \*

\_\_\_\_\_

31. Chtěli byste se k tématu více vyjádřit? Tady máte možnost:

\_\_\_\_\_

---

Obsah není vytvořen ani schválen Googlem.

Google Formuláře