

Univerzita Pardubice
Fakulta ekonomicko-správní

Analýza společenské odpovědnosti vybraných subjektů

Bakalářská práce

2021

Karolína Veselá

Univerzita Pardubice
Fakulta ekonomicko-správní
Akademický rok: 2020/2021

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

Jméno a příjmení: **Karolína Veselá**
Osobní číslo: **E17093**
Studijní program: **B6202 Hospodářská politika a správa**
Studijní obor: **Veřejná ekonomika a správa: Veřejná ekonomika**
Téma práce: **Analýza společenské odpovědnosti vybraných subjektů**
Zadávající katedra: **Ústav správních a sociálních věd**

Zásady pro vypracování

Cílem práce je vyhodnotit společenskou odpovědnost firem a subjektů veřejné správy ve vybraném regionu.

Osnova:

- Rešerše odborné literatury, stanovení cílů práce.
- Společenská odpovědnost firem.
- Společenská odpovědnost ve veřejné správě.
- Analýza společenské odpovědnosti vybraných firem a subjektů veřejné správy ve vybraném regionu.
- Vyhodnocení společenské odpovědnosti firem a subjektů veřejné správy ve vybraném regionu.
- Formulace závěrů a doporučení.

Rozsah pracovní zprávy: **cca 35 stran**
Rozsah grafických prací:
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam doporučené literatury:

KAŠPAROVÁ, Klára a Vilém KUNZ. *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*. Praha: Grada, 2013. Management. ISBN 978-80-247-4480-3.
MURONĚ, Jaroslav. *Zákon o státním podniku v praxi*. Praha: Grada Publishing, 2017, 184 s. Právo pro praxi. ISBN 978-80-271-0352-2
PAVLÍK, Marek a Martin BĚLČÍK. *Společenská odpovědnost organizace: CSR v praxi a jak s ním dál*. Praha: Grada, 2010. Manažer. Management. ISBN 978-80-247-3157-5.
PAVLÍK, Marek, Karel ŠIMKA, Josef POSTRÁNECKÝ a Richard POMAHAČ. *Moderní veřejná správa: zvyšování kvality veřejné správy, dobrá praxe a trendy*. Praha: Wolters Kluwer, 2020, 162 s. ISBN 978-80-7598-048-9.
TETŘEVOVÁ, Liběna. *Společenská odpovědnost firem společensky citlivých odvětví*. Praha: Grada Publishing, 2017. Expert. ISBN 978-80-271-0285-3.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Martin Maštálka, Ph.D.**
Ústav správních a sociálních věd

Datum zadání bakalářské práce: **1. září 2020**
Termín odevzdání bakalářské práce: **30. dubna 2021**

L.S.

prof. Ing. Jan Stejskal, Ph.D.
děkan

doc. Ing. Jolana Volejníková, Ph.D.
vedoucí ústavu

V Pardubicích dne 1. září 2020

Prohlašuji:

Práci s názvem Analýza společenské odpovědnosti vybraných subjektů 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. 7/2019 Pravidla pro odevzdávání, zveřejňování a formální úpravu závěrečných prací, ve znění pozdějších dodatků, bude práce zveřejněna prostřednictvím Digitální knihovny Univerzity Pardubice.

V Pardubicích dne 29. 4. 2021

Karolína Veselá v. r.

E17093

PODĚKOVÁNÍ

Mé díky si zaslouží především Ing. Martin Maštálka, Ph.D. za cenné odborné rady a připomínky. Také je třeba poděkovat všem, kteří mi poskytli podklady pro tento výzkum.

ANOTACE

Tato bakalářská práce se věnuje společenské odpovědnosti nejen soukromých, ale také veřejných subjektů. První část práce se zabývá definicí podniku, pojmu společenské odpovědnosti podniků a jejich specifik u veřejných subjektů. Druhá část, praktická, se věnuje analýze aktivit vybraných subjektů veřejné správy i soukromým subjektům ve vybraném regionu. Následně jsou porovnány přístupy obou subjektů (tj. veřejných i soukromých) navzájem.

KLÍČOVÁ SLOVA

společenská odpovědnost, soukromý subjekt, veřejný subjekt, triple-bottom-line, stakeholder,

TITLE

Analysis of social responsibility chosen enterprises

ANNOTATION

This bachelor thesis follows social responsibility of private and also public enterprises. Companies from administrative districts of Litomyšl and Vysoké Mýto specifically are introduced here. The first part deals with definition of a company, social responsibility and specifics of social responsibility in public enterprises. In the second part are analysed activities of chosen enterprises. These two kinds of enterprises are compared mutually.

KEYWORDS

social responsibility, triple-bottom-line, private enterprises, public enterprises, stakeholder,

OBSAH

ÚVOD	11
1. Podnik	12
1.1. Typy podniků	13
1.1.1. Dělení podniků dle zaměření	13
1.1.2. Dělení podniků dle velikosti	13
1.1.3. Dělení dle právní formy	14
1.1.4. Dělení dle formy vlastnictví	17
1.2. Cíle podniku	19
1.3. Činnosti podniku	20
1.4. Založení a vznik podniku	21
1.5. Zrušení a zánik podniku	21
2. Společenská odpovědnost ve veřejné správě	23
2.1. Definice veřejné správy	23
2.2. Společenská odpovědnost ve veřejné správě	23
2.3. Specifika zainteresovaných stran, „stakeholderů“	24
2.4. Výhody společenské odpovědnosti pro veřejný sektor	25
3. Charakteristika společenské odpovědnosti firem	26
3.1. Definice	26
3.2. Principy společenské odpovědnosti firem	27
3.3. Oblasti společenské odpovědnosti podniků	28
3.4. Aktivity společenské odpovědnosti podniků	32
3.4.1. Aktivity podniků v ekonomické oblasti	32
3.4.2. Aktivity podniků v sociální oblasti	33
3.4.3. Aktivity podniků v environmentální oblasti	34
3.4.4. Ostatní aktivity podniků	34
3.5. Argumenty pro a proti společenské odpovědnosti	37
3.5.1. Argumenty pro společenskou odpovědnost firem	37
3.5.2. Argumenty proti společenské odpovědnosti firem	38
4. Analýza společenské odpovědnosti vybraných subjektů	40
4.1. Metodika výzkumu	40
4.2. Indikátory společenské odpovědnosti podniků	41
4.3. Okruhy témat a otázky	43
4.4. Region vybraných podniků	44
5. Společenská odpovědnost ve vybraných organizacích veřejné správy	46
5.1. Představení vybraných veřejných subjektů	46
5.5.1. Městský úřad Litomyšl	46
5.5.2. Městský úřad Vysoké Mýto	46
5.5.3. Městský úřad Český Těbová	46
5.2. Řízené rozhovory	47
5.2.1. Ekonomická oblast	47
5.2.2. Sociální oblast	48
5.2.3. Environmentální oblast	48
5.3. Shrnutí	50
6. Společenská odpovědnost vybraných soukromých subjektů	52
6.1. Představení vybraných podniků	52
6.1.1. Vzduchotechnika Veselý s. r. o.	52
6.1.2. Elektro-motory s. r. o.	52
6.1.3. FerGastro s. r. o.	53

6.1.4.	SKI Přívrat s. r. o.	53
6.1.5.	ARMY TREMP s. r. o.	53
6.1.6.	Š+Š DESIGN s. r. o.	54
6.2.	Řízené rozhovory.....	54
6.2.1.	Ekonomická oblast.....	55
6.2.2.	Sociální oblast.....	57
6.2.3.	Environmentální oblast.....	60
6.3.	Shrnutí	64
7.	Vyhodnocení	67
7.1.	Ekonomická oblast	68
7.2.	Sociální oblast	68
7.3.	Environmentální oblast.....	69
7.4.	Ostatní aktivity	70
Závěr	71
Zdroje	73

SEZNAM ILUSTRACÍ TABULEK

Obrázek 1. Triple-bottom-line	28
Obrázek 2. Pyramida společenské odpovědnosti firem podle Carrola	30
Obrázek 3. Modifikované pojetí oblastní společenské odpovědnosti firem	31
Obrázek 4. Výšeč kraje a správních obvodů s rozšířenou působností v ČR (k 1.1.2016)	45

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1. Hodnoty dle míry společenské zodpovědnosti	40
Tabulka 2. Indikátory společenské odpovědnosti firem	42
Tabulka 3. Hodnocení veřejných subjektů a jejich aktivit v rámci CSR	51
Tabulka 4. Hodnocení soukromých subjektů a jejich aktivit v rámci CSR	66
Tabulka 5. Porovnání aktivit v rámci CSR soukromých a veřejných subjektů	67

SEZNAM ZKRATEK A ZNAČEK

3P	people-planet-profit
a. s.	akciová společnost
BRKO	biologicky rozložitelné komunální odpady
CSR	Corporate Social Responsibility
ČR	Česká republika
EU	Evropská unie
k. s.	komanditní společnost
ORP	obec s rozšířenou působností
OSN	Organizace spojených národů
POH	Plán odpadového hospodářství
Sb.	sbírka zákonů
SO	správní obvod
s. p.	státní podnik
s. r. o.	společnost s ručeným omezeným
SRUR	strategie udržitelného rozvoje
v. o. s.	veřejná obchodní společnost

ÚVOD

Práce se věnuje konceptu společenské odpovědnosti. Jedná se o aktuální téma, odvětví, které nestagnuje, naopak se neustále vyvíjí, zdokonaluje se. Lze se domnívat, že i přes to, že žijeme v době, která je mnohdy odborníky označována za zrychlenou, je stále více podniků i subjektů veřejné správy zabývajících se společenskou odpovědností. Výhodou přijetí tohoto dobrovolného závazku podniku přináší dosahování lepších výsledků, vyšší dlouhodobé zisky anebo konkurenční výhodu.

Cílem práce je vyhodnotit společenskou odpovědnost subjektů veřejné správy a soukromých firem ve vybraném regionu. Regiony, kde bude proveden výzkum jsou správní obvod Litomyšl, Vysoké Mýto a Česká Třebová. Dále je cílem práce na základě zjištěných dat zhodnotit zda subjekty veřejné správy a vybrané podniky provádí aktivity, které patří do konceptu společenské odpovědnosti a zda si vůbec uvědomují, že se jedná o společensky odpovědné chování.

Práce je rozdělena na část teoretickou a část praktickou. Teoretická část především definuje podnik, jeho možná dělení na základě různých aspektů, činnosti, jeho cíle apod. Dále jsou zde uvedena specifika společenské odpovědnosti ve veřejné správě. V neposlední řadě je zde charakteristika pojmu společenská odpovědnost firem, definice principů, oblastí a seznámení s aktivitami jednotlivých oblastí.

Praktická část se zprvu zabývá metodikou výzkumu. Poté jsou vymezeny indikátory konceptu CSR na základě odborné literatury. Dále je dle daných indikátorů stanoven rámec a konkrétní otázky pro rozhovory, seznámení s regionem, přesněji správním obvodem, ve kterém se dané veřejné subjekty a soukromé podniky nachází. Následně se práce věnuje výzkumu společenské odpovědnosti subjektů veřejné správy a soukromých subjektů. Závěrem je konečné vyhodnocení, porovnání zjištěných výsledků, dle osnovy, jež je dodržována během celé práce (tj. ekonomická, sociální a environmentální oblast).

1. Podnik

Podnik je soubor hmotných, osobních a nehmotných složek podnikání. Zřizován je obvykle za účelem dosahování zisku. V opačném případě se jedná o neziskové organizace, které nepodnikají pro zisk, nýbrž pro uspokojování potřeb lidí, společnosti.

Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, definuje podnik neboli závod v §502: „*obchodní závod (dále jen "závod") je organizovaný soubor jmění, který podnikatel vytvořil a který z jeho vůle slouží k provozování jeho činnosti. Má se za to, že závod tvoří vše, co zpravidla slouží k jeho provozu.*“ (Česko, 2021)

Podnikatelem dle občanského zákoníku č. 89/2012 Sb., ve znění pozdějších předpisů, §420 odst. 1 je ten „*kdo samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku, je považován se zřetelem k této činnosti za podnikatele.*“ (Česko, 2021)

Podnikatelem může být osoba právnická i fyzická zapsaná v obchodním rejstříku, která splňuje podmínky dané živnostenským zákonem či má jiné oprávnění podle jiného zákona.

Podnikáním se rozumí soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem pod vlastním jménem na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku. Soustavná činnost neznamená činnost nepřetržitou, nýbrž činnost vykonávanou s výhledem, že bude vykonávána i nadále, tedy lze říci, že není příležitostná. Řadit do soustavné činnosti lze i podnikání sezónní nebo volnočasové.

Pod pojmem samostatné provádění činnosti se rozumí nezávislé rozhodování o době či místě výkonu činnosti a organizace práce dle vlastního uvážení. Samostatnost se dále projevuje i v samém chodu podnikání, v čerpání a v rozhodování o nakládání se ziskem.

Je-li podnikatel zapsán do obchodního rejstříku, vykonává činnost pod jménem podniku. V druhém případě jedná o podnikání pod vlastním jménem.

Při podnikání existuje riziko a odpovědnost vyplývající z podnikání. Podnikatel jako fyzická osoba ručí za veškeré závazky podniku celým svým majetkem. Naproti tomu například společníci společnosti s ručeným omezeným ručí za závazky společnosti pouze do výše svých nesplacených vkladů a celá společnost potom za své závazky ručí celým svým základním majetkem.

V neposlední řadě je důležité zmínit, že podnikatel podniká s cílem dlouhodobého dosahování zisku. Veškerá činnost se tedy ubírá tímto směrem ovšem v praxi se může stát i skutečnost, že podnikatel nedosáhne zisku nýbrž ztráty. (iPodnikatel, 2019)

1.1. Typy podniků

V ekonomice státu možno nalézt mnoho podniků, ovšem nové pořád vznikají a jiné zanikají. Lze je členit do různých skupin z mnoha hledisek. Členění může být dle odvětví, druhu výkonu, způsobu zhotovení výkonů, převládajícího výrobního faktoru, velikosti podniku, právní formy, závislosti na stanovišti, pohyblivosti, podle zaměření a způsobu hospodaření, vlastnictví majetku a dalších hledisek.

Buchta (2011, str. 9) dělí podniky takto:

- „*podle zaměření;*
- *podle velikosti;*
- *podle právní formy;*
- *podle formy vlastnictví.“*

1.1.1. Dělení podniků dle zaměření

Každý podnik patří do nějakého sektoru a hospodářského odvětví. V širším slova smyslu lze podniky rozdělit podrobněji na podniky služeb neboli nevýrobní, například obchodní, finanční podniky jako pojišťovny či spořitelny, dopravní podniky atd. Druhou skupinou jsou podniky výrobní, mezi které se řadí zemědělství, strojírenství, stavebnictví, chemické, potravinářské, elektrotechnické nebo stavební podniky (Buchta 2011, str. 8).

Synek a kol. (2000, str. 77) uvádí ještě dělení podniků na sektory. A to například sektor veřejný, soukromý a smíšený, či primární, sekundární a terciální sektor. Pod primárním sektorem se rozumí podniky prvovýroby například těžební průmysl a jiné podniky, jež čerpají a získávají statky z přírody. Sekundárním sektorem jsou podniky druhovýroby, které zpracovávají statky z primárního sektoru na výrobní či spotřební předměty, tj. strojírenství, potravinářství anebo textilní průmysl. Mezi terciální podniky tzv. nevýrobní podniky spadají podniky jako jsou banky, obchody, doprava, služby.

1.1.2. Dělení podniků dle velikosti

Dle Buchty (2011, str. 10) je obecným kritériem pro velikost podniku počet zaměstnanců, velikost obrátu či majetku, anebo kombinace těchto tří kritérií. Nejčastějším ukazatelem v České republice je počet zaměstnanců, dle kterého se podniky dělí na malé (desítky zaměstnanců), střední (malé stovky zaměstnanců) a velké (nad 500 zaměstnanců).

Z hlediska dělení Evropské unie, které je důležité hlavně pro získávání dotací v České republice i z evropských fondů, rozlišujeme mikropodniky (1–9 zaměstnanců), malé podniky (10–99 zaměstnanců), střední podniky (100–499 zaměstnanců) a velké podniky (více než 500 zaměstnanců). (Synek a kol. 2000, str. 78)

1.1.3. Dělení dle právní formy

Zde se rozlišují družstva například bytová či spotřební, státní podniky a živnosti. Dále se sem řadí obchodní společnosti, kdy se jedná o právnické osoby zřízené za účelem podnikání a dosahování zisku (Buchta, 2011, str. 8, 9). Nový občanský zákoník definuje společnost s ručením omezeným a akciové společnosti, jež se řadí mezi kapitálové společnosti, veřejnou obchodní společnost, což je osobní společnost a komanditní neboli smíšenou společnost. (Česko, 2021)

1.1.3.1. Veřejná obchodní společnost

Hlava II. zákona č. 90/2012 Sb., o obchodních společnostech a družstvech (zákon o obchodních korporacích), ve znění pozdějších předpisů. Zkráceně v. o. s. anebo veř. obch. spol., je typická osobní obchodní společnost tvořená nejméně dvěma fyzickými osobami, společníky, jenž ručí za dluhy společnosti společně a nerozdílně celým svým majetkem (Pelikánová, 1998, str. 258-267). I zisk či jiné zdroje jsou děleny rovným dílem, neurčí-li smlouva jinak. Pro rozhodnutí ve všech věcech společnosti je potřeba souhlasu veškerých společníků, není-li stanoveno společenskou smlouvou jinak. Statutárním orgánem jsou všichni společníci splňující nároky dle §46 nebo jen někteří, dle společenské smlouvy. (Česko, 2021)

1.1.3.2. Komanditní společnost

Hlava III. zákona č. 90/2012 Sb., o obchodních společnostech a družstvech (zákon o obchodních korporacích), ve znění pozdějších předpisů. Tato společnost, zkráceně označována jako k. s. či kom. spol., mísí prvky veřejné obchodní společnosti a společnosti s ručeným omezeným. Působí zde dvě osoby či skupiny společníků, které se nazývají komanditisty a komplementáři. Všichni komplementáři splňující požadavky v §46 jsou statutárním orgánem. Zisk je převážně rozdělen na polovinu pro komplementáře a druhou pro společnost, kdy zisk po zdanění je rozdělen komanditistům do výše splacených vkladů. (Česko, 2021)

Komanditista s ostatními společníky ručí za dluhy společnosti společně a nerozdílně do výše svého nesplaceného vkladu dle stavu zápisu v obchodním rejstříku.

Komplementář se zavazuje ručit celým svým majetkem, tudíž neomezeně.

K obchodnímu vedení podniku jsou oprávněni pouze komplementáři. V ostatních věcech rozhodují komplementáři společně s komanditisty většinou hlasů, není-li stanoveno jinak. Komanditista je oprávněn nahlížet do účetních knih a dokladů společnosti, kontrolovat tyto údaje nebo k tím pověřit auditora. (Pelikánová, 1998, str. 280-285)

1.1.3.3. Společnost s ručeným omezeným

Zákonné vymezení nalezneme v hlavě IV. zákona č. 90/2012 Sb., o obchodních společnostech a družstvech (zákon o obchodních korporacích), ve znění pozdějších předpisů. Tato forma obchodní společnosti, zkráceně označována jak s. r. o. či spol. s. r. o., je v České republice nejpoužívanější. Podobně jako u akciové společnosti i tady se společníci podílejí na kapitálu. Založena může být jednou právnickou i fyzickou osobou nebo maximálně 50 osobami. Za dluhy ručí všichni společně a nerozdílně do výše své nesplněné povinnosti zapsané v obchodním rejstříku. Zisk je dělen dle výše vkladu každého společníka, nestanovuje-li společenská smlouva jinak. Minimální výše kapitálu činí 1 Kč a podnik musí vytvářet rezervní fond. (Česko, 2021)

Statutárním orgánem je jednatel, v případě více jednatelů vytvářejí kolektivní orgán, kterému náleží obchodní vedení firmy. Dále zajišťuje řádné vedení účetnictví a evidence, seznamu společníků a na žádost informuje společníky o věcech společnosti. Valná hromada je orgánem nejvyšším. Prostřednictvím tohoto kolektivního orgánu rozhodují všichni společníci a to díky hlasování. Za každou svojí korunu má každý společník jeden hlas, pokud není určeno ve společenské smlouvě jinak. Dozorčí rada je zřizována v případě, že to stanovuje společenská smlouva. (Pelikánová, 1998, str. 312-322)

1.1.3.4. Akciová společnost

Legitimní vymezení lze najít v zákoně č. 90/2012 Sb., o obchodních společnostech a družstvech (zákon o obchodních korporacích), ve znění pozdějších předpisů, hlava V. Lze použít zkráceně a. s. Jedná se o klasický příklad kapitálové obchodní společnosti. Společníci neboli akcionáři se na ní podílejí poskytnutým kapitálem (minimální výše základního kapitálu činí 2 mil. Kč) a společnost s akcionáři za stejných podmínek zachází stejně. Celý kapitál společnosti je rozdělen na určitý počet akcií o určité jmenovité hodnotě, o jaký druh se jedná, je určeno ve stanovách podniku. Akcie je cenný papír, jenž dává vlastníkovu právo podílet se na řízení společnosti, zisku a při zániku na likvidačním zůstatku. Akcionáři neručí za závazky společnosti. Za porušení závazků odpovídá společnost celým svým majetkem. Akciová společnost má povinnost vytvářet rezervní fond. (Česko, 2021)

Nejvyšším orgánem společnosti je valná hromada. Mezi její funkce patří například rozhodování o změně stanov, o změně základního kapitálu, o rozdělení zisku či jiných vlastních zdrojů, o přeměně společnosti, volba a odvolání členů představenstva, členů dozorčí a správní rady atd. Dalším orgánem je představenstvo, statutární orgán s nejméně třemi členy, kterému přísluší obchodní vedení. Třetím orgánem je dozorčí rada tvořená minimálně třemi členy, či počtem dělitelným třemi. Dozorčí rada dohlíží na činnost společností a výkon působnosti představenstva. (Pelikánová, 1998, str. 329-339, 405, 432-458)

1.1.3.5. Družstva

Jedná se o společenství neuzavřeného počtu osob, fyzických (nejméně 5 osob) nebo i právnických (minimálně 2). Zřizováno je s účelem podnikání nebo zajišťování hospodářských, sociálních, kulturních, rekreačních anebo jiných potřeb členů (Pelikánová, 1998, str. 537). Výše vkladu je pro všechny členy stejná, ovšem minimální částka zákonem stanovena není. Vklad může mít i nepeněžitou podobu, který ocení znalec ze seznamu znalců

vedeného podle jiného právního předpisu určený dohodou družstva a vkladatele, nebo pokud družstvo dosud nevzniklo, dohodou zakladatelů. Před vložení vkladu musí být schválen členskou anebo ustanovující schůzí. Za nepeněžitý vklad lze považovat i provedení či provádění práce, či poskytnutí případně poskytování služeb členem. Za nedodržení závazků odpovídá družstvo celým svým majetkem.

Členem orgánu družstva může být jen člen družstva a každý člen má při hlasování v orgánu jeden hlas. Nejvyšším orgánem je členská schůze. Mezi činnosti patří změna stanov, schvalování nabídky finanční asistence, rozhoduje o uhrazovací povinnosti, o použití rezervního fondu aj. Představenstvo je tříčlenným statutárním orgánem družstva, jemuž přísluší obchodní vedení a plní usnesení členské schůze. Dále zajišťuje řádné vedení účetnictví, předkládá členské schůzi ke schválení účetní uzávěrku a rozdělení zisku, jiných zdrojů anebo úhradu ztráty v souladu se stanovami. Kontrolní komise je dalším orgánem, který je obligatorní. U malých družstev do 50 členů plní působnost komise členská schůze, statutárním orgánem je pak předseda družstva (Synek a kol., 2000, str. 74, 75).

Jak je již zmíněno výše, rozlišujeme družstva (Buchta, 2011, str. 13):

- výrobní – například Kovoplast, v. d., či Orlik-kompresory v. d.;
- spotřební – neboli obchodní, zabezpečují především potravinářské zboží, například Jednota, Coop či Včela;
- bytová – zajišťují bytové potřeby svých členů;
- zemědělská – obstarávají především zemědělskou výrobu.

1.1.4. Dělení dle formy vlastnictví

Kritérií pro dělení je mnoho, zmínit lze například způsob a rozsah ručení za závazky podniku, počet zakladatelů, nároky na počáteční kapitál, podíl na zisku aj.

1.1.4.1. *Soukromé podniky*

Soukromé podniky jsou založeny na soukromém vlastnictví majetku, se kterým na vlastní jméno, odpovědnost, s cílem dosažení zisku samostatně hospodaří. Rozlišujeme obchodní společnosti (viz kapitola č. 1.1.3.) a živnosti. Na rozdíl od podnikání obecně živnost spadá pod živnostenský zákon číslo 455/1991 Sb., ve znění pozdějších předpisů. Veškeré údaje o podnikatelích stanovené tímto zákonem nalezneme v živnostenském rejstříku. Živnost, neboli podnik jednotlivce, smí provozovat kdokoli, tedy právnická i fyzická osoba, jenž splňuje podmínky dle zákona, zvláště se klade důraz na splnění všeobecných a zvláštních podmínek.

Fyzická osoba musí splňovat všeobecné podmínky tj.: dosažení 18 let, právní způsobilost a bezúhonnost. Zvláštními podmínkami jsou odborná či jiná způsobilost, pokud je to zákonem anebo zvláštními předpisy požadováno. Z hlediska odborné způsobilosti jsou živnosti rozděleny na ohlašovací a koncesované (Synek a kol., 2000, str. 70).

Ohlašovací živnost je provozována, jsou-li splněny stanovené podmínky, a to dle ohlášení. První skupinou ohlašovacích živností jsou živnosti řemeslné, provozovány na základě splněných podmínek dle §21 a 22, viz příloha 1, příslušného zákona tj. č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), ve znění pozdějších předpisů. Například mlynářství, pekařství, kovářství nebo kadeřnictví. Dalšími jsou živnosti vázané. Podmínky pro vykonávání nalezneme v příloze 2, zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), ve znění pozdějších předpisů, není-li stanoveno jinak. Jmenovat lze například oční optiku, projektovou činnost ve výstavbě nebo provozování autoškoly. Poslední skupinou je živnost volná, u které není odborná způsobilost podmínkou. Pro získání živnostenského oprávnění musí být splněny pouze všeobecné podmínky. Obory, jež náleží do živnosti volné najdeme v příloze 4 zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), ve znění pozdějších předpisů, například ubytovací služby, provozování cestovní agentury anebo výroba a zpracování skla.

Živnosti koncesované smějí být prováděny na základě koncese. Jsou uvedeny v příloze 3 zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), ve znění pozdějších předpisů. A jmenovat lze vývoj, výrobu, opravy, úpravy, přepravy, nákup, prodej, půjčování, uschování, znehodnocování a ničení zbraní a střeliva, služby soukromých detektivů či provozování pohřební služby, krematoria. (Česko, 2021)

1.1.4.2. Státní podniky

Státní podniky hospodaří s majetkem státu. Dle definice zákona o státním podniku č. 77/1997 Sb., ve znění pozdějších předpisů, se jedná o podnik zakládaný s cílem uspokojování významných celospolečenských, strategických, hospodářských, bezpečnostních či dalších zájmů státu. Rozdělují se dle vazby na státní rozpočet, a to na státní podniky rozpočtové, příspěvkové organizace a státní fondy. Stát tyto podniky zakládá především z důvodů strategických, to znamená, že nechce přenechat soukromému vlastnictví klíčové odvětví jako je telekomunikace, energetika, vodohospodářství, doprava a další. (Česko, 2017)

V České republice státní podniky nefungují v jednotném režimu. Státní podniky totiž existují v režimu na základě platného zákona o státním podniku č. 77/1997 Sb., ve znění

pozdějších předpisů, ale i v režimu již zrušeného stejnojmenného zákona č. 111/1990 Sb., ve znění pozdějších předpisů. Podniky vzniklé dle novějšího zákona vznikly adaptací stávajících podniků ve smyslu i za podmínek uvedených §20 odst.1 zákona o státním podniku č. 77/1997 Sb., ve znění pozdějších předpisů, kde je napsáno:

„Podniky vzniklé podle zákona č. 111/1990 Sb., o státním podniku, ve znění pozdějších předpisů, se považují za podniky vzniklé podle tohoto zákona ode dne zápisu změny v obchodním rejstříku, je-li jejich zakladatelem ústřední orgán státní správy, který do šesti měsíců ode dne účinnosti tohoto zákona přizpůsobí zakládací listinu a složení dozorčí rady tomuto zákonu a zašle návrh na zápis změny v obchodním rejstříku a zakládací listinu příslušnému soudu, který vede obchodní rejstřík, v němž je podnik zapsán. Právní poměry podniku se do dne zápisu změny v obchodním rejstříku řídí dosavadními předpisy.“
(Česko, 2017)

Některé podniky ve smyslu zákona číslo 77/1997 Sb., o státním podniku, ve znění pozdějších předpisů, byly nově vytvořeny, kdežto podniky působící v režimu již zrušeného stejnojmenného zákona č. 111/1990 Sb., ve znění pozdějších předpisů, je z pravidla v likvidaci.

Mezi státní podniky klasického typu řadíme Lesy ČR, s. p., Česká pošta, s. p. či Diamo, s. p. Naopak specifickými státními podniky jsou Povodí Labe, Povodí Moravy, Povodí Odry, Povodí Ohře a Povodí Vltavy, které vznikly z akciových společností. Těchto pět podniků bylo založeno Ministerstvem zemědělství, na základě zákona o povodních č. 305/2000 Sb., ve znění pozdějších předpisů (Česko, 2001) Dalším specifikem je podnik České dráhy a. s., který vznikl v dnešní podobě, jak ho známe, 1.1.2003 na základě zákona číslo 77/2002 Sb., o akciové společnosti České dráhy, státní organizaci Správa železnic a o změně zákona č. 266/1994 Sb., o dráhách, ve znění pozdějších předpisů, a zákona č. 77/1997 Sb., o státním podniku, ve znění pozdějších předpisů. (Česko, 2020)

1.2. Cíle podniku

Cílem podniku se rozumí budoucí stav či výsledek, jehož má podnik dosáhnout, odvíjející se od účelu, pro který byl podnik založen a který je důvodem jeho existence. Založení podniku je podmíněno splněním nějakého cíle, který by měl být realizovatelný, srozumitelný a motivující k dobrému výkonu. Hlavním cílem je dlouhodobé dosahování zisku, ovšem nemusí to být jediným cílem, může jich mít několik. Nejčastějšími cíli, krom již zmiňovaného zisku, je udržení dobrého jména podniku, uspokojení potřeb zákazníka, zdokonalování či vývoj nových

výrobní, sociální politika ve vztahu ke svým zaměstnancům, ochrana životního prostředí, větší konkurenceschopnost, maximalizace tržeb či růstu prodeje. (Synek a kol., 2000, str. 52)

1.3. Činnosti podniku

Buchta (2011, str. 21) definuje podnikové činnosti jako činnosti, které musí konkrétní podnik realizovat, aby naplnil svůj cíl a předmět podnikání. Svě cíle realizuje podnik svou činností. Ty se mohou lišit dle charakteru podniku, právní formu, velikost, odvětví apod.

Základní činností podniku je přeměna vstupů na výstupy. Další důležité činnosti podniku charakterizuje Wöhe a Kislingerová (2007, str. 54) jako hlavní (funkční) sféry činnosti podniku lze zařadit výrobu, odbyt, financování a investice.

Podnikové činnosti mohou být: Buchta (2011, str.21, 22):

- nákupní (zásobovací) – jejímž cílem je obstarání potřebného materiálu pro výrobu a fungování podniku;
- výrobní – tj. zhotovování výrobků pro prodej;
- prodejní (odbytová) - která má za cíl prodej zhotovených výrobků;
- marketingová – která vyhledává trhy a potřeby zákazníků;
- investiční – jejímž cílem je pořízení nových budov, strojů a zařízení, dopravních prostředků aj.;
- finanční – která obstarává finanční prostředky (peníze) a pečuje o finanční zdraví;
- technická – jejímž cílem je výzkum, vývoj, příprava výroby nových výrobků, ale i zdokonalování výrobků a technologie výroby;
- personální – dotýkají se přijímání, propouštění, ale též zvyšování kvalifikace zaměstnanců, dále i sociální a kulturní péče;
- obslužná – jejím cílem je zabezpečení provozu, např. strojní údržba, stavební údržba apod.;
- ochranná – která zahrnuje zdraví pracovníků, požární ochranu, ale též ochranu majetku;
- informační – zajišťuje přenos a zpracování informací v podniku, včetně informační a komunikačních technologií (ICT);
- kontrolní – týkají se prověřování chodu podniku ze strany podnikového útvaru, ale i ze strany příslušných vedoucích pracovníků;
- dopravní – jejímž cílem je přeprava materiálu, polotovarů, součástí, výrobků, ale i osob; v moderním pojetí hovoříme o logistice;
- zabezpečování jakosti výroby, výrobků, ale i služeb.

1.4. Založení a vznik podniku

Podnik vzniká dnem zápisu do obchodního rejstříku, což je veřejný seznam, který obsahuje údaje stanovené zákonem o podnikatelích. (Pelikánová, 1998, str. 121).

(Preuss, 2020) Podnikání začíná vždy založením podniku, tedy přijetím zakladatelského dokumentu neboli projektu, například nejčastěji užívaná společenská smlouva a zakladatelská listina, anebo uspořádání ustanovující schůze. Prvotním cílem je stanovení podnikatelského záměru, například předmět výroby podniku, druh poskytované služby a bližší specifikace trhu, na který se podnik rozhodl vstoupit. Dále je nutné určit místo, kde bude podnik sídlit, zda bude mít podnik jednoho majitele či budou podnikat společníci, případně kdo podnik povede, kdo bude jednat jeho jménem, kdo bude provádět kontrolu či jak bude dělen zisk, jaký kdo má nárok na počáteční kapitál. Nutné je také zvážit rizika, které s podnikáním souvisí. (Synek a kol., 2000, str. 89-90)

1.5. Zrušení a zánik podniku

Zprvu je nutné definovat rozdíl mezi zánikem a zrušením. Společnost zaniká dnem výmazu z obchodního rejstříku. Nejprve ovšem musí dojít ke zrušení. (Synek a kol., 2000, str. 101, 102)

Podnik se ruší uplynutím doby, na kterou byl založen, dosažením účelu, pro který byl zřízen, rozhodnutím společníků či soudu, rozhodnutím o splynutí, sloučení nebo přeměně v jinou společnost či družstvo. V případě dobrovolného zrušení o tom rozhoduje příslušný orgán. Společnost může zaniknout dvěma způsoby dle občanského zákoníku č. 89/2012 Sb., ve znění pozdějších předpisů, §185 a §186. (Česko, 2021)

První možností je zrušení podniku s likvidací. V tomto případě lze podnik zlikvidovat i přes to, že nemá žádné problémy. Likvidace je zákonem řízený postup, kdy dochází k mimosoudnímu vyrovnání majetkových vztahů právnické osoby. Postup, který je zákonem stanoven má tři etapy a provádět jej může pouze likvidátor, neboli osoba na níž přechází působnost statutárního orgánu v rozsahu omezeném pouze na likvidaci společnosti. Za prvé se identifikuje majetek, kdy likvidátor zjišťuje rozsah jeho správy, potom je sestaven likvidační plán a jako poslední se realizuje plán likvidátorem. Může nastat případ, kdy likvidátor v likvidaci zjistí, že podnik je předlužen. V tomto případě vzniká povinnost podání návrhu na zahájení konkurzního řízení. Konkurz má za cíl, na rozdíl od likvidace, dosáhnout poměrného uspokojení věřitelů z majetku dlužníka. (Synek a kol., 2000, str. 103)

Druhou možností je zánik podniku bez likvidace. Statutární orgán společnosti vypracuje projekt přeměny, jež slouží jako základ pro rozhodování o přeměně. Přeměna může být podobu fúze, neboli sloučení či splynutí nejméně dvou zúčastněných právnických osob, rozdělení, které může mít podobu rozdělení sloučením či odštěpením, anebo změny právní formy. Vše je třeba aby probíhalo v souladu a se zákonem. (Česko, 2021)

2. Společenská odpovědnost ve veřejné správě

2.1. Definice veřejné správy

Hendrych a kol. (2014, str. 12, 13) veřejnou správu charakterizuje jako správu veřejných záležitostí, kterou vykonávají subjekty veřejné správy (stát, obce, kraje, jiné samosprávně celky a ostatní subjekty soukromého práva) nebo prostřednictvím jejich orgánů ve veřejném zájmu, s aktivní účastí občanů. Její úkony jsou stanoveny zákonem. Veřejná správa je charakteristická iniciativní, kontrolní a organizační činností. Mimo to veřejná správa působí při aplikaci práva, její orgány mohou vydávat i tzv. interní normativní akty, která upravují úkoly podřízených a konkrétnost jejich úkolů.

2.2. Společenská odpovědnost ve veřejné správě

Českou veřejnou správu nelze zařadit mezi ty příkladné. A to z toho důvodu, že jí je vytýkán slabý výkon, těžkopádnost, nedostatky ve férovém přístupu a neprůhlednost. Ale i přesto lze najít oblasti, kde bylo dosaženo úctyhodných výsledků. (Pavlík, Šimka, Postránecký, Pomahač; 2020, str. 93)

I ve veřejné správě, jako významný činitel, je v posledních letech kladen důraz na společenský rozvoj. Proto je uskutečňován model CSR, jenž byl vytvořen Evropskou nadací pro management kvality a UN Global Compact – Committed to Sustainability. Model CSR vychází z osmi základních konceptů Modelu excelence a deseti principů iniciativy UN Global Compact. Z hlediska hodnocení se potom zaměřuje na čtyři, již uváděné oblasti: People, Planet, Profit a Product (blíže specifikováno v kapitole 3.1.) a důsledkem takto vymezeného modelu jsou následně využívány v programu Národní ceny ČR za společenskou odpovědnost a udržitelný rozvoj. K pokrytí jednotlivých témat, která spadají do oblasti CSR a udržitelného rozvoje, slouží následně uvedené přístupy:

- management (kultura, strategie a plánování, reporting a povědomí);
- zaměstnanci (vzdělávání a rozvoj, pracovní život, diverzita a lidská práva);
- životní prostředí (ekologická stopa, dopad na společnost, návrh, využití a konec životního cyklu);
- vlastníci/partnerství (právní soulad, riziko a kontinuita, odpovědné nakupování);
- zákazníci (kvalita, zdraví a bezpečnost, odpovědná komunikace).

Výsledky na základě výše uvedených ukazatelů slouží jako adekvátní informace k hodnocení kvality hodnocených výsledků. (Ministerstvo vnitra, 2020)

Podpora řízení kvality ve veřejné správě je úkolem převážně Ministerstva vnitra, které ovšem spolupracuje s dalšími subjekty jako je Rada kvality ČR, což je orgán specializovaný na podporu rozvoje managementu kvality a uplatňování Národní politiky kvality v ČR. Dále je to Ministerstvo průmyslu a obchodu a také Ministerstvo životního prostředí. (Ministerstvo vnitra, 2016)

Stejně jako u soukromých subjektů, je důvodem uplatňování CSR fakt, že žádná organizace nefunguje izolovaně. I přes to, že je v České republice tento koncept mnohdy podceňován, právě organizace veřejného sektoru jsou klíčové pro jeho propagaci. To ony mají možnost navrch svých činností uplatňovat principy CSR a to hned v několika rolích. Na druhou stranu by CSR neměla sloužit pouze jako nástroj marketingu pro zviditelnění organizace. Komunikace je nejdůležitější prvek dle Kunze (2012) i Pavlíka, Bělčíka a kol. (2010) a neměla by se týkat pouze velkých korporací či významných institucí. Své místo by měla mít i v malých a středních podnicích a obecních úřadech. Dalším důležitým prvkem dle Kunze (2012, str. 104) je samotná komunikace mezi zainteresovanými stranami, ale i se zaměstnanci a veřejností, protože bez podpory, aktivního zapojení a konstruktivní kritiky ostatních stakeholderů není možné společenskou odpovědnost zdárně a dynamicky rozvíjet. Pavlík, Bělčík a kol. (2010, str. 92) poukazují na fakt, že v případě malých organizací je mnohem větší dopad, protože jsou blíže obcím, kterým slouží a také se obvykle ve společensky odpovědných aktivitách více angažují. V případě, že veřejná organizace ukáže, že jí na něčem záleží, může inspirovat i jiné organizace. Dále si díky komunikaci zlepšuje transparentnost, důvěryhodnost a celkovou informovanost.

2.3. Specifika zainteresovaných stran, „stakeholderů“

Svá specifika má veřejná správa především v zainteresovaných stranách. Externími stranami jsou především klienti, tedy zákazníci, kteří si v rámci agendy vyřizují své životní situace, občané, kteří jsou rozhodovacími subjekty v samosprávě, podnikatelé, příspěvkové organizace, dodavatelé služeb, partneři, média a další. Interními zainteresovanými stranami jsou zaměstnanci, vedení úřadu a volení zástupci krajů anebo obcí. (Ministerstvo vnitra, 2016)

Z angličtiny pocházející výraz “stakeholder“ je do češtiny velmi těžko přeložitelný. Setkat se s ním lze v překladu jako zájmová skupina, zainteresovaný jedinec, participující skupina nebo třetí osoba v podnikání. Trnková (2004, str. 9) říká: *„jako stakeholderi jsou označovány všechny osoby, instituce či organizace, které mají vliv na chod firmy nebo jsou jejím fungováním ovlivněni. Skupina stakeholderů v nejširším pojetí zahrnuje zákazníky,*

akcionáře, zaměstnance, obchodní partnery, dodavatele, zástupce státní správy a samosprávy, zájmové skupiny, média, odbory a mezinárodní organizace. Právě ve spolupráci s nimi firmy realizují své CSR programy nebo definují svou CSR strategii. “

Nejčastěji jsou rozdělovány na primární a sekundární stakeholdery. Rozřazování jsou s ohledem na to, jak významný je přímý vliv na fungování a činnost podniku. První skupinou jsou ti, bez jejichž zapojení by firma nefungovala. Jsou to vlastníci, investoři, obchodní partneři, zaměstnanci, zákazníci, místní komunity. Mezi sekundárními stakeholdery se řadí ti, kteří nejsou pro existenci podniku důležití. Jedná se o vládní instituce, samosprávné orgány nebo občanská či obchodní sdružení, média nebo konkurenci.

Podnik by měl hledat pomocí analýz své klíčové stakeholdery a odpovědi na nejrůznější otázky s tím spojené. Protože nalezení klíčových zainteresovaných stran podnik přivádí k lepšímu poznání, porozumění jejich zájmům a následujícímu dialogu, jehož výsledkem je oboustranná spokojenost, což znamená pomoc, partnerství a zisk pro firmu. (Kunz, 2012, str. 29)

2.4. Výhody společenské odpovědnosti pro veřejný sektor

Důvodů proč by organizace měly uplatňovat CSR je nespočet. Jako příklad lze uvést zkvalitnění poskytovaných služeb, efektivnější využívání veřejných prostředků, posílení důvěryhodnosti, eliminace rizika bojkotu rozhodnutí při zapojení aktérů dotčených řešenou záležitostí aj. (Ministerstvo vnitra, 2016) Odborná literatura ještě uvádí přínosy jako je získání dobré image, posilování dobré pověsti, navnadění nových zaměstnanců a udržení si kvalitní pracovní síly či vyšší spokojenosti zákazníků.

3. Charakteristika společenské odpovědnosti firem

3.1. Definice

Společenská odpovědnost firem je pojem překládaný z anglického Corporate Social Responsibility, pro který je používána zkratka CSR. Po mnohá desetiletí vznikaly celé řady různých definic od mnoha autorů. Zde je uvedeno několik z nich:

Pokus o první interpretaci nalezneme v knize Howarda R. Bowena *Social Responsibilities of the Businessman* z roku 1953. Uznávaný odborník v oblasti CSR Archie B. Carroll (1999, str. 270) člení myšlenkové směry do dvou hlavních proudů a definuje CSR tak, že se jedná o postupy, přijímání rozhodnutí, následování určitých směrů jednání, a to takových, aby byly ve shodě s cíli a hodnotami naší společnosti., (Kašparová, Kunz 2013, str. 12)

Evropská komise (2001, str. 6) ve své Zelené knize popisuje společenskou odpovědnost firem jako koncept, díky němuž firmy na dobrovolně začleňují sociální a ekologická hlediska do běžných firemních činností a interakcí se stakeholdery.

Na základě výsledků výzkumu Kunze a Srpové z roku 2010 vyplývá, že firmy na společenskou odpovědnost nahlíží jako na úsilí o to (Kašparová, Kunz, 2013, str. 15):

- *chovat se eticky a být transparentní (v souvislosti podniky zmiňují tzv. své etické kodexy);*
- *být dobrým zaměstnavatelem náležitě pečujícím o své zaměstnance;*
- *být dobrým sousedem (podporujícím rozvoj místního regionu a místní komunity);*
- *nabízet kvalitní výrobky a služby;*
- *platit řádně a včas daně.*

Všechny definice spojuje charakteristické chování vůči blízkému i širšímu okolí. Nejen že je firma zodpovědná za své ekonomické výsledky, ale také se rozhodla akceptovat koncept CSR. Což znamená, že nebude poškozovat okolní subjekty, ale především bude přispívat svou činností k zlepšování vnějšího okolí, zejména životního prostředí a kvality života jednotlivců i sociálních celků.

S objasněním této koncepce souvisí myšlenka třech pilířů CSR tzv. tripple–bottom–line. Jedná se o pilíře, na nichž je společenská odpovědnost založena. Soustava 3P, zkratka pocházející z počátečních písmen anglického označení, tedy *profit* (zisk náležící do ekonomické

oblasti), *people* (lidé neboli sociální oblast členící se na vztahy s místní komunitou a péči o zaměstnance) a *planet* (planeta, jež reprezentuje životní prostředí). Toto pojetí respektuje základní myšlenku trvale udržitelného rozvoje. Tedy rozvoje, který je možný pro současnou generaci, ale bude umožňovat prosperitu i generacím budoucím. Jedná se o takový ekonomický rozvoj, jehož důsledkem nebude poškozování tělesného a duševního zdraví lidí a využívání přírody.

Koncept se vztahuje k podnikům, jenž se rozhodly překročit rámec svých minimálních právních závazků a povinností vyvstávajících z kolektivních smluv, aby se věnovaly společenským potřebám. Z pohledu morálního jde především o uvědomění, že zisk, kterého firma dosahuje, je vynakládán mimo jiné na vrub prostředí, ve kterém se pohybují a mohou zlepšovat své činnosti. Druhé ekonomické hledisko upozorňuje na možnou výhodu firem, jenž se do CSR činností zapojují a jsou pak schopni lépe reagovat a zkoordinovat hodnoty a nároky akcionářů či dalších stakeholderů.

3.2. Principy společenské odpovědnosti firem

Přestože je koncept CSR velice široký, komplexní a k nalezení je spoustu přístupů a vymezení, autoři dokáží uvést základní principy. Kašparová a Kunz zdůrazňují tyto základní charakteristiky (2013, str.16, 17):

- dobrovolnost – podniky realizují CSR aktivity zcela dobrovolně nad rámec jejich povinností vymezených legislativou;
- aktivní spolupráce se všemi zainteresovanými skupinami (tzv. stakeholdery) – umožňuje vytvářet tzv. „win-win“ situace; (z ang. win – výhra, vyhrát);
- transparentnost a otevřený dialog se stakeholdery – podniky by měly stakeholderům umožnit přístup k informacím, a to nejen těm, které souvisejí s ekonomickou výkonností podniků;
- komplexnost a fungování podniku s ohledem na tzv. tripple-bottom-line business – podniky se zaměřují na ekonomické, environmentální i sociální aspekty své činnosti;
- systematičnost a dlouhodobý časový horizont – CSR je zahrnuta dlouhodobě do firemních hodnot, podnikatelské strategie a procesů na všech úrovních podniku;

- odpovědnost vůči společnosti a závazek firem přispívat k rozvoji kvality života – společenská odpovědnost představuje etický imperativ pracovat ve prospěch společnosti.

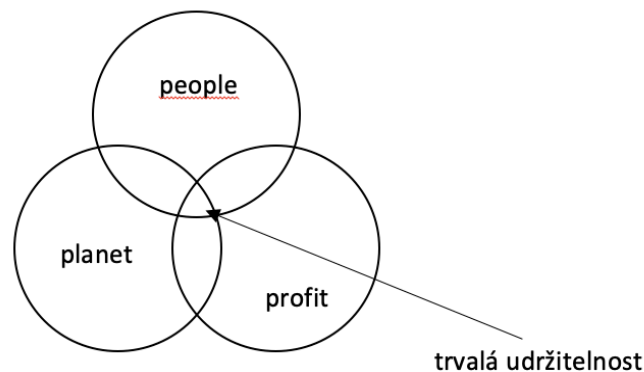
Evropská komise (2001) doplňuje další charakteristiky:

- koncept je vnitřně spojen s konceptem udržitelného rozvoje, tzn. podniky začleňují ekonomické, sociální a environmentální dopady do svých každodenních činností;
- jedná se o způsob řízení, nejedná se o volitelný doplněk k hlavní podnikatelské činnosti.

3.3. Oblasti společenské odpovědnosti podniků

Základní pojetí oblastí společenské odpovědnosti vychází z již zmiňované myšlenky trojí minimální linie (triple-bottom-line). Obrázek číslo 1. zobrazuje tři základní pilíře. Prostřední část je průnikem všech oblastí a znamená trvalou udržitelnost rozvoje. Průsečík tohoto Vénnova diagramu je principem CSR, neboť představuje rovnovážný stav. Podnik rozhodnutý ctít zásady CSR, by měl činit kroky ve všech uvedených oblastech současně.

Obrázek 1. Triple-bottom-line



(zdroj: Kunz, 2012, str. 20)

Obdobně jsou rozdělovány oblasti CSR dle Steinerové, která uvádí čtyři komponenty CSR, a to jsou trh (ekonomická odpovědnost), pracovní prostředí (sociální odpovědnost ve vztahu k zaměstnancům), místní komunita (též sociální odpovědnost ovšem ve vztahu k veřejnosti) a životní prostředí (environmentální prostředí). (Tetřevová a kol., 2017, str. 46)

Ovšem toto není jediná koncepce zabývající se vysvětlením CSR. Putnová a Seknička (2007, str. 125) zmiňují, že koncepce CSR vychází z „udržitelného rozvoje“ a „dobrého občanství“ s cílem zatěžovat co nejméně životní prostředí, čerpat zdroje způsobem, který zajistí zajistit potřeby i dalším generacím.

Zákon číslo 17/1992 Sb., o životním prostředí, ve znění pozdějších předpisů, §6 definuje udržitelný rozvoj společnosti následovně: „*trvale udržitelný rozvoj společnosti je takový rozvoj, který současným i budoucím generacím zachovává možnost uspokojovat jejich základní životní potřeby a přitom nesnižuje rozmanitost přírody a zachovává přirozené funkce ekosystémů.*“ (Česko, 2017) Ministerstvo životního prostředí v roce 2004 vydalo Strategii udržitelného rozvoje, zkráceně SRUR ČR, a v roce 2010 byla schválena.

Tři základní cíle korespondující se základními oblastmi CSR uvádí Kunz (2012, str. 48):

- rozvoj společnosti takovým způsobem, který bude zohledňovat a respektovat potřeby všech občanů;
- zachovávat vysoký a trvalý standart ekonomického růstu a zaměstnanosti;
- účinně chránit životní prostředí a využívat přírodní zdroje udržitelným způsobem.

V roce 2015 OSN přijalo 17 Cílů udržitelného rozvoje, které se týkají všech států a každý stát může k jejich naplnění přispět. Ku příkladu lze uvést cíle jako konec chudoby, hladu, podpora zdraví a dosažení kvalitního života, rovnosti mužů a žen, zajištění dostatku pitné vody a kanalizace, dostupné a čisté energie, udržitelná města a obce, klimatická opatření či partnerství vzniklé za účelem splnění cílů. (United Nations, 2015) V návaznosti na tento dokument přijala Česká republika Strategický rámec 2030, zkráceně ČR 2030, jenž přenáší zmíněných 17 Cílů do svého prostředí. Schválen byl v dubnu 2017 a jedná se o klíčový dokument státní správy pro udržitelný rozvoj a zvyšování kvality života. (Ministerstvo životního prostředí, 2017)

Obrázek 2. Pyramida společenské odpovědnosti firem podle Carrola



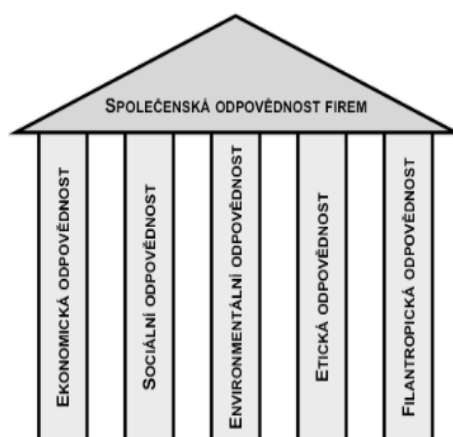
(zdroj: Tetřevová, 2017, str. 50)

Alternativním pohledem na oblasti společenské odpovědnosti podniků v pyramidové podobě rozděluje na čtyři skupiny Carroll (1991, str. 42; 1979, str. 499, 500). Je to ekonomická zodpovědnost představující odpovědnost vyrábět výrobky a služby, které společnost poptává a realizuje je za účelem dosažení zisku. Právní odpovědnost ztvárňuje respekt právních norem a dalších regulačních opatření. Odpovědnost etická shrnuje očekávané chování a činnosti, jež nejsou výslovně uvedeny v zákoně s ohledem na společenskou morálku a etické normy. Diskreční neboli filantropická odpovědnost se zakládá na aktivitách přesahujících zákon a etických norem, především v podobě dárcovství. (Tetřevová, 2017, str. 50)

S ohledem na současnost, vyjdeme-li z koncepce Carrola za předpokladu, že CSR, je dobrovolné nad rámec zákona spolu s alternativními názory týkající se oblastí CSR, člení Tetřevová (2011, str. 615) společenskou odpovědnost do pěti oblastí:

- ekonomická odpovědnost se zakládá na poskytování užitečných produktů a služeb pro společnost, a to v množství a kvalitě za rozumnou cenu při současné realizaci přiměřeného zisku pro vlastníky;
- sociální odpovědnost je založená na respektování širokého spektra potřeb a zájmů lidských zdrojů;
- environmentální odpovědnost tkví v zneškodnění vzniku negativních externalit a v realizaci proaktivních environmentálních opatření;
- etická odpovědnost obsahuje tvorbu, naplňování a propagaci širšího uplatnění etických norem;
- filantropická odpovědnost je realizovaná formou firemního dárcovství a dobrovolnictví. (Tetřevová, 2017, str. 55)

Obrázek 3. Modifikované pojetí oblastní společenské odpovědnosti firem



(zdroj: Tetřevová, 2017, str. 55)

Kašparová, Kunz (2013, str.13) poukazují na rozsáhlou analýzu celé řady definic CSR Alexandera Dahlsruda, ze kterých stanovil pět aspektů, které se vyskytovaly nejčastěji.

Jedná se o:

- oblast ekonomickou;
- sociální oblast;
- environmentální oblast;
- stakeholdery;
- dobrovolnost.

Na základě rešerše odborné literatury jsou aktivity CSR klasifikovány dle již několikrát zmiňovaného 3P.

3.4. Aktivity společenské odpovědnosti podniků

3.4.1. Aktivity podniků v ekonomické oblasti

Podnik má cílů vícero, ovšem ekonomické či finanční jsou stále zásadní. Oblasti, kde je prioritním cílem vytváření zisků a bohatství, koncepce CSR rozšiřuje o nefinanční cíle. Ale bez dlouhodobé ziskovosti podniku by aktivity společenské odpovědnosti realizovat nešly. Aktivity patřící do této oblasti lze zařadit pod cíl dlouhodobé ziskovosti. Pavlík, Bělčík a kol. (2010, str. 25, 26) a Kunz (2012, str. 21) se shodují v těchto aktivitách:

- vytvoření podnikatelského chování firmy (etický kodex) – organizace a její zaměstnanci se vyhýbají korupci a chovají se eticky;
- uplatňování principů dobrého řízení;
- transparentnost - podnik svolí a pravidelně o sobě podává informace, ať už jsou kladné či záporné, svým stakeholderům, ti potom díky sděleným informacím mají náležitý náhled do věcí, jež s nimi souvisí;
- dobré vztahy se zákazníky a dodavateli – z dlouhodobého hlediska jsou pro firmy velice cenné, a proto je třeba dobré vztahy budovat, dopracovat se k tomuto cíli lze hlavně dodržováním dohodnutých podmínek týkajících se výrobků a služeb, především včasné platby;
- dobré vztahy s investory - podnik se řídí nejen svými zájmy, ale i zájmy vlastníků a dalších investorů, na tomto základě je veden trvalý dialog a snaha o soulad podnikatelských aktivit a očekávání akcionářů;
- respektování ochrany duševního vlastnictví;
- inovace a udržitelnost.

3.4.2. Aktivity podniků v sociální oblasti

Sociální oblast má dva hlavní směry a těmi jsou interní a externí oblast. Interní část se věnuje především zaměstnancům a externí je zaměřena na všechny zainteresované strany, zahrnuje například činnosti k podpoře místní komunity aj. Prvořadí jsou tu ovšem zaměstnanci, péče o ně, zajištění bezpečnosti a ochrany, růst a péče o vzdělání. Zde je třeba upozornit na fakt, že spokojený a motivovaný zaměstnanec je jednou ze základních podmínek úspěšného podnikání. (Zadrazilová, 2010, str. 114, 115)

Jelikož v odborné literatuře neexistuje jednotný výčet aktivit, je zde uveden výčet aktivit z obou již zmiňovaných směrů:

- vytváření podmínek, které umožní zaměstnanci zkoordinovat svůj pracovní a osobní život (work-life balance) - zmínit můžeme flexibilní pracovní dobu či možnost její úpravy, možnost pracovat z domova, nabídka právních služeb, poradenství nebo pomoci krizových situacích. Praktickou ukázkou mohou být firemní školky, které jsou ovšem pro svou nákladnost možné jen ve větších firmách;
- péče o vzdělání a rekvalifikaci zaměstnanců;
- respektování principu rovných pracovních příležitostí - podnik jedná s každým zaměstnancem stejně, bez ohledu na pohlaví, věk, etnický původ, národnost, náboženství, zdravotní postižení nebo sexuální orientaci;
- boj proti mobbingu (druh šikany na pracovišti), sexuálnímu harašení a obtěžování;
- humanizace práce, různorodost a obohacování práce, rotace práce;
- odmítání dětské práce;
- dodržování a respektování lidských práv na pracovišti.

3.4.3. Aktivity podniků v environmentální oblasti

Kunz (2012, str. 23) uvádí, že otázce životního prostředí se klade důraz až v posledních desetiletích, kdy se lidské konání rozšířilo natolik, že narušuje přirozenou přírodní rovnováhu. Mnoho aktivit v této oblasti bylo nuceno vzniknout v návaznosti na vládní nařízení. Motivaci odpovědnosti podniků lze najít stěží, ale přenesenými motivy lze jmenovat ekonomické, sociální či politické. Zájmem firmy by měla být především eliminace nepříznivých dopadů závislých na její činnosti. Podnik by si měl být vědom své odpovědnosti a zužitkovat to nejen uvnitř podniku, ale i k vnějšímu prostředí, které je podnikem také ovlivňováno. Například vliv na atmosféru, půdu, flóru a faunu, vzhled krajiny, hlučnost, dopravní zátěž, odpady, emise nebo využívání obnovitelných zdrojů. Tato odpovědnost nezahrnuje pouze výrobní podniky, ale také podniky nevýrobní, které mohou svoji odpovědnost ukázat například ve snížení spotřeby vody, energie, třídění odpadu a dalších. (Tetřevová a kol., 2017, str. 250)

Kunz (2012, str. 23) a Franz, Nezhyba, Heidenreich (2006, str. 10) sem řadí následující aktivity:

- zajištění souladu s environmentální legislativou - omezování negativních dopadů na životní prostředí, znečištění ovzduší, zátěže odpadních vod či zabezpečení limitů a norem v produkci hluku, kouře, plynů, prachu aj.;
- vytváření ekologické politiky podniku, ekologicky šetrnou výrobu, produkty a služby;
- vyhodnocování environmentální výkonnosti podniku;
- monitorování vlivu na životní prostředí;
- šetrná ekologická firemní kultura (minimalizace odpadů, podpora recyklace a čistých technologií);
- ochrana přírodních zdrojů a šetrné zacházení s nimi, snižování spotřeby energie a vody, minimalizace užití fosilních paliv, využívání alternativních obnovitelných zdrojů.

3.4.4. Ostatní aktivity podniků

Existují ale i aktivity, které nelze jednoznačně zařadit, protože patří do více oblastí CSR najednou. Jako příklad lze zmínit činnosti, dle Pavlíka, Bělčíka a kol. (2010, str.45-47), sponzorství a dárcovství, nadace a nadační fondy, sociální marketing, reportování o společenské odpovědnosti.

3.4.4.1. Sponzorství a dárcovství

Stále větší počet podniků, ať už je jejich velikost jakákoliv, se čím dál tím častěji věnuje sponzorství a dárcovství buď ve formě peněžní anebo věcné. Je ovšem nutné si ujasnit význam těchto dvou pojmů. Podniky v roli sponzorů nabízejí sponzorství s účelem naplnění marketingových cílů. Odměnou za poskytnuté finanční prostředky může být například instalace své reklamy. V roli dárců si podniky nenárokují od obdarovaného žádnou protislužbu a jako další bonus si mohou v České republice poskytnuté finanční prostředky odečíst ze základu daně. (Franz, Nezhyba, Heidenreich, 2006, str. 25)

Uvědomění si nesrovnalostí ve společnosti a projevování solidarity mělo v České republice dlouhý vývoj. Postoje podniků se ale změnily. Dnes spousta podniků podporuje nejrůznější oblasti, ať už se jedná o sociální či ekologické, podporu ochrany kulturních památek apod. Diskutabilní však zůstává, zda podniky, jenž mnohdy poskytují stamiliónové částky skutečně naplňují společenskou odpovědnou. Pavlík, Bělčík a kol. (2010, str. 46) se shodují na tom, že společenská odpovědnost není o množství darovaných peněžních prostředků, ale je o přístupu, kterým je organizace řízena.

3.4.4.2. Nadace a podnikové nadační fondy

Nadace a nadační fondy jsou právníckými osobami zakládané nadační listinou, které slouží k účelům společenským či hospodářským. Účel spočívající v podpoře obecného blaha je veřejně prospěšný a dobročinný. Spočívá v podpoře určitého okruhu osob.

Stále větší počet podniků svěřuje část svých finančních prostředků určených na filantropii nadacím nebo nadačním fondům. Nadace prostředky přerozděluje nestátním nevládním organizacím. Tyto subjekty jsou vhodnou volbou, protože mají dostatečné zkušenosti a renomé. Ovšem existuje i druhá možnost, že si podnik založí vlastní podnikovou nadaci či nadační fond. (Franz, Nezhyba, Heidenreich, 2006, str. 25)

3.4.4.3. Sociální marketing

Sociální marketing z anglického Cause related marketing lze zařadit také do aktivit soukromých podniků, díky kterým podniky mají vyšší tržby, zisky. Navíc pomoc veřejnému zájmu může přilákat i nové zákazníky. Příkladem (Pavlík, Bělčík a kol., 2010, str. 46, 47) jsou reklamní kampaně soukromých společností, které se zavazují darovat určitou malou částku (např. 20 halířů) z každého prodaného výrobku ve prospěch nějaké charitativní akce nebo organizace. Podniky si těmito činnostmi vytváří a budují náležitou pověst. Jenže otázkou zůstává, zda jde opravdu o naplňování CSR či jde jen o jednu jedinou aktivitu.

3.4.4.4. Reportování o společenské odpovědnosti

Většinou velké globální korporace vytvářejí nad rámec svých zákonných povinností o tvorbě výročních zpráv různé zprávy a reporty o činnostech CSR. Tyto zprávy informují o odpovědnosti za trvalou udržitelnost, o přístupu k životního prostředí anebo o oblastech, které jsou přímo orientované na okruh naplňovaných společenských závazků, jež podnik uznal v rámci konceptu společenské odpovědnosti. Tato činnost může být obzvláště důležitá, může hrát významnou roli v transparentnosti podniku při informování, jak si podnik vede pro naplňování důležitých indikátorů společenské odpovědnosti. (Pavlík, Bělčík a kol., 2010, str. 47)

3.4.4.5. Další formy podpory

Do této podkapitoly lze zařadit pojmy jako například Corporate volunteering. Tzv. firemní dobrovolnictví je často vykonáváno zaměstnanci z nejvyšších pozic podniku ve prospěch místních komunit zejména oblasti sociálních služeb a vzdělávání. Nejenže tato aktivita pomůže potřebným, je to i zajímavá možnost stmelování a posílení vztahů uvnitř pracovního kolektivu.

Jak již bylo zmíněno, podpora může být finanční, ale také nepeněžní. Mezi další formy se řadí například nabídka školení, vzdělání či odborná pomoc. Tzv. matchingový fond je jedním ze způsobů podpory podniku, na které se podílí i zaměstnanci. Korporace z vlastních prostředků znásobuje finanční částky vybrané mezi svými zaměstnanci. Méně efektním způsobem by mohla být i sbírka mezi zaměstnanci. (Franz, Nezhyba, Heidenreich, 2006, str. 26)

3.5. Argumenty pro a proti společenské odpovědnosti

Do budoucna s sebou koncept společenské odpovědnosti nese kladná i záporná očekávání. A to pro globální ekonomiku, ale i ekonomiky jednotlivých států. Očekávaným pozitivním jevem lze předpokládat případ, kdy podnik přijme principy CSR a prokáže tak svou kvalitu a tudíž i konkurenceschopnost. Z opačného pohledu podniky investují do CSR je to, co by byly nuceny odevzdat na daních. (Zadrazilová, 2010, str. 27)

3.5.1. Argumenty pro společenskou odpovědnost firem

Na otázku, proč by podnik, kde principy společenské odpovědnosti nejsou doposud zavedeny, usilovat o jejich zavedení uvádí Trnková (2004, str. 8), že podniku přináší chování v souladu s principy CSR řadu výhod a zisků především nefinanční podoby, jejichž důležitost pro dobré a dlouhodobě udržitelné fungování firmy není o nic menší. Stejně jako je pro firmu důležitá hmotná aktiva ve formě nemovitostí, zásob či finančního majetku, je pro ni klíčová i aktiva nehmotná (jako je lidský kapitál, kapitál obsažený v přírodních zdrojích, hodnota značky, reputace či vztahy důvěry a partnerství).

Kašparová a Kunz (2013, str. 17) tvrdí, že přijetí principů neznamená omezení ekonomické úspěšnosti či rozpor ekonomických cílů se společenskými zájmy, nýbrž že úspěšné propojení může znamenat významnou konkurenční výhodu a přinést synergický efekt. Spolu s Pavlíkem, Bělčíkem a kol. (2010, str. 29) se shodují na výhodách jako je přitažlivost pro investory, kvalitní, spokojení a loajální zaměstnanci či lepší řízení rizik. Navíc dodávají pozitiva jako zvyšování zisku z dlouhodobého hlediska, získávání konkurenční výhody a zvyšování loajality zákazníků či výkonnosti dodavatelsko-odběratelských vztahů. Putnová a Seknička (2012, str. 132) mluví o třech ještě nezmíněných výhodách. První je snaha vyhnout se vládním zásahům, které jsou zavedeny v důsledku nevhodného chování firem. Druhou výhodou je potřeba seberegulace byznysu jako odpověď na jeho vzrůstající ekonomickou moc.

Zkráceně lze říci, že velké podniky jsou tvůrci a nositeli chování, jež je příkladné pro menší subjekty. Změna vnímání podniků ze strany veřejnosti, je třetím plusem. V době, kdy vzrůstají požadavky na kontrolu a transparentnost, je dle výzkumů zřejmé, že zákazníci negativně nahlíží na situaci, kdy podnik nejeví zájem a jedná nesolidně v sociálních a environmentálních otázkách.

3.5.2. Argumenty proti společenské odpovědnosti firem

Koncept společenské odpovědnosti má i řadu odpůrců. Mezi nejznámější kritiky se bezpochyby řadí laureát Nobelovy ceny, zastánce liberální ekonomie Milton Friedman. Proslul výrokem, jež se zároveň stal i titulkem slavného článku v *The New York Times Magazine*: „*Jedinou společenskou odpovědností podniku je navyšování zisku.*“ Argumenty z tohoto článku, který byl vydán již v roce 1970, jsou stále hojně citovány i současnými kritiky. Podle Friedmana odvádí CSR podniky od jejich hlavního cíle tj. zisku a přináší s sebou nadbytečné náklady. Dále uvádí, že není nezbytné vynakládat další úsilí, neboť podnik zajišťuje společenský blahobyt už jen tím, že se soustředí na maximalizaci zisku a prosperitu.

Robert Reich, profesor z Kalifornské univerzity, je dalším z řady kritiků. CSR označuje jako „*nebezpečné rozptýlení, které podkopává demokracii.*“ Odmítavě se staví k rozrůstání vlivu CSR a přiklání se dokonce i k jeho úplnému upuštění. Dalším aspektem hovořící v neprospěch tohoto konceptu je dle Reicha fakt, že firmy uplatňující CSR nepřímo suplují povinnosti vlády, jež by měla řešit sociální problémy. Velké korporace se tak mohou snažit vyhnout regulacím ze strany vlády.

Z řady českých kritiků lze uvést Petra Čaníka. Ten prezentuje nedůvěru k podnikům, jež se hlásí k plnění CSR a uvádí, že podniky spíše vytvářejí pouze dojem společenské odpovědnosti. V angličtině pro tento klam existují výrazy „*pinkwashing*“ či „*greenwashing*“.

Na názory již výše zmíněného Milтона Friedmana navazuje profesor z Harvardovy univerzity Aneel Karnani. V jednom ze svých příspěvků definuje nejzávažnější argumenty proti CSR. Ve třech bodech je lze shrnout:

- CSR je iluze, kterou firmy používají pouze jako nástroj public relations;
- CSR je irelevantní, nebo neefektivní;
- existuje riziko neodbornosti vedení.

Mezi kritiky se řadí i Coulter a Robins, kteří uvádí šest hlavních argumentů proti společenské odpovědnosti. Jsou to:

- *„omezení maximalizace zisku;*
- *vyšší náklady;*
- *nedostatek dovedností;*
- *rozměňování účelu podnikání;*
- *nedostatek přehlednosti;*
- *příliš mnoho moci v rukou podnikatelů.“*

Dále však Kunz zdůrazňuje, že argumenty proti CSR jsou často z důsledků nepochopení, chybějící podporou ze strany nejvyššího vedení firmy, nezájmu médií, menší pomoc vlád některých zemí anebo nedostačujícím uznáním pro ty podniky, které se rozhodly principy CSR přijmou. (Kunz, 2012, str. 41, 42)

4. Analýza společenské odpovědnosti vybraných subjektů

Cílem práce je vyhodnotit společenskou odpovědnost firem a subjektů veřejné správy ve vybraném regionu. Stěžejní myšlenkou výzkumu je, zda se veřejné subjekty i soukromé subjekty chovají společensky zodpovědně.

4.1. Metodika výzkumu

Nejprve na základě literatury budou určeny indikátory společenské odpovědnosti. Následně dle oblastí společenské odpovědnosti (tj. ekonomická, sociální, environmentální, ostatní aktivity) budou stanoveny rámcové otázky pro rozhovory s vybranými subjekty. Zvoleny jsou na základě polohy, tedy správních obvodů Litomyšl a Vysoké Mýto. Dalším krokem bude krátké představení vybraných subjektů tzn. předmět činnosti, počet zaměstnanců popřípadě krátká historie. Řízené rozhovory v důsledku pandemie COVID-19 není možné uskutečnit osobně, a proto budou probíhat telefonicky.

V současné době (tj. jaro 2021) situace neumožňuje v souvislosti pandemií COVID-19 osobní komunikaci, proto bude výzkum proveden prostřednictvím telefonické komunikace. V návaznosti na cíl práce byly stanoveny následující otázky:

- zda subjekty veřejného sektoru uplatňují principy společenské odpovědnosti;
- zda malé podniky soukromého sektoru znají pojem společenská odpovědnost;
- zjistit, do jaké míry subjekty veřejné i soukromé uplatňují principy konceptu CSR.

Následně budou výsledky veřejného sektoru porovnány s výsledky ze soukromého sektoru. Pro lepší přehlednost budou výsledky shrnuty v tabulce a jednotlivé faktory budou ohodnoceny dle následující schématu.

Tabulka 1. Hodnoty dle míry společenské zodpovědnosti

Stupeň ohodnocení	Význam
1	jednání zcela dle principů CSR
2	částečný zájem o CSR
3	nízký zájem o CRS
4	nesoulad s principy CSR či neuvedeno

Zdroj: vlastní zpracování

4.2. Indikátory společenské odpovědnosti podniků

Není možné, aby se firma zapojovala do každé z oblastí (tj. ekonomická, sociální, environmentální) stejnou měrou a věnovala každé z nich maximální úsilí a maximum svého času. Je proto logické, že se jedné z oblastí věnuje více, ač to samozřejmě neznamená, že by se ostatním nevěnovala vůbec, jen je to v menší míře. Z tohoto důvodu jsou v následujících odstavcích rozebrány vždy jen nejvýraznější indikátory.

Z první části, ekonomické oblasti, lze vyzdvihnout pozorování, nebo také monitoring vztahů mezi zaměstnanci samými a vztahy podniků s dodavateli. V širším slova smyslu sem lze zahrnout i snahy zaměstnavatelů, či osob pracujících v personálním oddělení, o zlepšování vztahů na pracovišti, pořádání teambuildingů. Nejedná se pouze o vertikální komunikaci, tedy o komunikaci ze shora dolů, ale také ze zdola nahoru. Vztahy se zákazníky a dodavateli nemusí být nutně pouze obchodní. Kunz (2012, str. 21) poukazuje na důležitost rovných příležitostí při výběru dodavatelů, posilování důvěry a respektování práv duševního vlastnictví. Rovněž zdůrazňuje, že hlavním cílem podniku je spokojený zákazník. Stav spokojenosti zákazníka může být ovlivněn například dohodnutými podmínkami a jejich dodržováním. Tetřevová a kol. (2017, str. 141) uvádí, že užší pojetí CSR se nezaměřuje pouze na sledování finančních přínosů, ale také na respektování soukromí, transparentnosti či odpovědnost za konec životnosti produktu.

Druhým okruhem je sociální oblast, ve které se autoři shodují na důležitosti mít možnost poskytovat vzdělání svým zaměstnancům, možnost rotace práce a ochotu pomoci svým zaměstnancům v osobních záležitostech (například ve finanční tísní). K prvé uvedené aktivitě Tetřevová a kol. (2017, str. 225) říká, že vzdělání zvyšuje produktivitu a kvalitu práce, rozvíjí dovednosti zaměstnance či prohlubuje znalosti a rozšiřuje odborné znalosti. Podnik by měl ve svém vlastním zájmu vytvářet podmínky a poskytovat možnosti dalšího vzdělání či rekvalifikace zaměstnanců, ať už se jedná o školení, kurzy, výuku cizích jazyků či jiné rozvojové aktivity. Neméně důležitým faktorem je pestrá pracovní náplň práce, která není monotónní či stereotypní. Rotace práce může též přinést rozšíření znalostí zaměstnanců a zároveň pomáhá předcházet frustraci a únavě ze stereotypu každodennosti. (ManagementMania, 2016)

Tabulka 2. Indikátory společenské odpovědnosti firem

Ekonomická oblast	Sociální oblast	Environmentální oblast	Ostatní aktivity
<ul style="list-style-type: none"> • monitoring vztahů mezi zaměstnanci • vztah podniku se zákazníky a dodavateli 	<ul style="list-style-type: none"> • vzdělání zaměstnanců • rotace práce • ochota pomoci zaměstnancům 	<ul style="list-style-type: none"> • třídění a recyklace • úspora energií 	<ul style="list-style-type: none"> • dárcovství a sponzoring

Zdroj: vlastní zpracování, na základě literatury (Kunz 2012, Tetřevová a kol. 2017, Bělčík, Pavlík a kol. 2010)

Třetí, neméně důležitou oblastí, je oblast environmentální. Řada autorů (Tetřevová, 2017, Bělčík, Pavlík a kol. 2010, Kunz, 2012) se shoduje na tom, že by podniky měly razit šetrnou ekologickou firemní kulturu, což znamená omezit produkci odpadů a začít snižovat spotřebu energie, přejít na šetrnější postupy a zavést obnovitelné zdroje energie, důsledně třídit, zajímat se o další nakládání s již vytříděným odpadem, recyklovat a používat produkty z recyklovaných materiálů.

Z ostatních aktivit spadajících do CSR je bezesporu dárcovství a sponzoring. Dle slov Bělčíka, Pavlíka a kol. (2010, str. 46) se jim mohou věnovat i malé podniky. I kdyby se mělo jednat o podporu místní či regionální, je to důležitý prvek a zvučný marketingový tah. I malý podnik může podporovat například kulturu nebo sport.

4.3. Okruhy témat a otázky

Jak je již zmíněno v kapitole 3.1., na základě odborné literatury byly vybrány nejvýraznější indikátory z každé vymezené oblasti. Tyto oblasti a vybrané indikátory utvořily kostru řízeného rozhovoru:

Se zástupci soukromých podniků:

- jednatel a společník firmy Vzduchotechnika Veselý, s. r. o. pan Miloš Veselý;
- společnice a jednatelka firmy FerGastro, s. r. o., slečna Janou Kubištová s. r. o.;
- majitel a jednatel SKI Přívrat, s. r. o. Ing. Miloš Menclík;
- Bc. Lenka Seifertová za firmu Elektro-motory, s. r. o.;
- Jiřím Tonarem za firmu ARMY TREMP s. r. o.;
- Miroslavem Šmejdířem jednatelem firmy Š+Š DESIGN s. r. o.

Ze zástupců veřejných subjektů:

- tiskový mluvčí Bc. Michele Vojáček z Litomyšle;
- tisková mluvčí Mgr. Marie Lněničková z Vysokého Mýta;
- tajemnice z České Třebové Ing. Věra Pirklová.

Zde jsou uvedeny příklady otázek, které v rozhovorech budou položeny v této či lehce modifikované podobě. Rozhovor bude vždy uveden otázkou, zda dotazovaní vědí co je to společenská odpovědnost podniků.

V oblasti ekonomické jsou podstatné faktory dobrých vztahů s dodavateli i zákazníky, dále je to transparentnost či principy dobrého řízení. V rozhovoru budou položeny otázky:

- Kdo jsou Vaši dodavatelé? (délka spolupráce, lokalita apod.)
- Jací jsou Vaši zaměstnanci? (vztahy na pracovištích, jejich monitoring, informovanost zaměstnanců aj.)

Oblast sociální je zaměřena především na péči o zaměstnance podniku, jejich rozvoj a vztah.

Na základě teoretické části jsou zvoleny následující otázky:

- Jakou formou komunikujete se svými zaměstnanci? (individuální komunikace, pravidelné porady, brainstorming)
- Jak podporujete rozvoj svých zaměstnanců? (kurzy, školení apod.)
- Umožňujete svým zaměstnancům další vzdělání?
- Mají Vaši zaměstnanci pestrou pracovní náplň?
- Byli by jste ochotni svému zaměstnanci ochotni pomoci v případě, že by se ocitl v těžké životní situaci, popřípadě jak? (poskytnutí finanční pomoci, zprostředkování jiné pomoci např. právní)

Otázky v rámci environmentální oblasti jsou následující:

- Třídíte odpad?
- Jaké další kroky činíte k úspoře energie?

Do ostatních aktivit podniků se řadí především aktivity spojené s dárcovstvím a sponzoringem. Proto bylo primárním úkolem zjistit, zda podniky darují a popřípadě jestli chtějí za poskytnutí finanční i nepeněžního příspěvku nějakou protislužbu.

- Poskytuje Vaše firma peněžní či věcné dary, popřípadě jak často?
- V případě, že se věnujete dárcovství či sponzoringu, jaká oblast je předmětem vaší činnosti? (sport, kultura, regionální rozvoj aj.)

4.4. Region vybraných podniků

Jedním z bodů, jež spojuje vybrané subjekty, je poloha. Podniky Vzduchotechnika Veselý s. r. o., Elektro-motory s. r. o., FerGastro s. r. o. je možno nalézt ve správním obvodu obce s rozšířenou Litomyšl, ARMY TREMP s. r. o. najdeme v sousedním správním obvodu Vysoké Mýto a SKI Přívrat s. r. o. v správním obvodu Česká Třebová. Všechny tři zmíněné správní obvody jsou situovány ve střední části Pardubického kraje. Vysokomýtský obvod leží západně od toho Litomyšlského. Na východní hranici Litomyšlský SO hraničí s Českotřebovským správním obvodem a společně zabírají 15,5 % rozlohy kraje. (Z toho Litomyšlský: 7,5 %, Vysokomýtský: 6,2 % a Českotřebovský: 1,8 %). (Český statistický úřad, 2021)

Jak identifikuje dokument Strategie území správního obvodu ORP Litomyšl i obvodu ORP Vysoké Mýto pro období 2015-2024 jedním z největších problémů je oblast odpadového hospodářství. Závazkem obcí a měst je zajistit nakládání s odpady, jeho financování a mnohé další. Nejzávažnějším z mnoha identifikovaných problémů je neukázněnost podnikatelských subjektů při třídění odpadu. Dalšími problémy jsou mimo jiné nedostatek sběrných dvorů a nepořádek v blízkosti sběrných míst odpadů. (Zámečník, Červinková, Janecká a Růžičková, 2015)

Obrázek 4. Výšeč kraje a správních obvodů s rozšířenou působností v ČR (k 1.1.2016)



Zdroj: Český statistický úřad, 2016

5. Společenská odpovědnost ve vybraných organizacích veřejné správy

5.1. Představení vybraných veřejných subjektů

5.5.1. Městský úřad Litomyšl

Je to jeden z orgánů města dle zákona č. 128/2000 Sb., o obcích, ve znění pozdějších předpisů. Tvoří jej starosta Mgr. Daniel Brýdl, LL.M., který je v čele městského úřadu. Dále jsou to místostarostové, tajemník městského úřadu a zaměstnanci města zařazení do struktury městského úřadu. Městský úřad vykonává na základě zvláštních zákonů přenesenou působnost pro všechny obce ve svém správním obvodu, je úřadem obce s rozšířenou působností a pověřeným městským úřadem. Je pověřen výkonem státní správy pro 35 okolních obcí. (Město Litomyšl, 2021). Na tomto správním území žilo k 31. 12. 2019 27 205 obyvatel. (Český statistický úřad, 2021)

5.5.2. Městský úřad Vysoké Mýto

Úřad vykonává úkoly v oblasti samostatné působnosti, které mu uložilo zastupitelstvo města či rada a pomáhá výborům a komisím v jejich činnosti. V čele úřadu je starosta Ing. František Jiraský. Dále městský úřad tvoří místostarosta, tajemník městského úřadu a zaměstnanci města zařazení do městského úřadu. SO ORP Vysoké Mýto zahrnuje celkem 40 obcí. (Město Vysoké Mýto, 2021). K 31. 12. 2019 na celém správním území žilo 32 454 obyvatel. (Český statistický úřad, 2021)

5.5.3. Městský úřad Český Těbová

Město je obcí s pověřeným obecním úřadem. Působnost jeho pověřeného úřadu je totožný se správním obvodem rozšířené působnosti státní správy. V pěti obcích zde žilo k 31. 12. 2019 celkem 17 969 obyvatel (Český statistický úřad, 2021). Městský úřad představuje starostka Mgr. Magdaléna Peterková, dále místostarostové, tajemník a zaměstnanci města zařazení do městského úřadu. (Město Česká Těbová, 2021)

5.2. Řízené rozhovory

Jelikož by organizace veřejné správy měly jít soukromým organizacím příkladem, je logické, že se práce bude prvotně zabývat právě společenskou odpovědností ve veřejné správě.

Dotazováno bylo několik tiskových oddělení, případně tajemníků, městských úřadů měst správních obvodů Litomyšl, Česká Třebová a Vysoké Mýto. Ne všichni dotázaní ovšem byli ochotní požadované informace poskytnout. Údaje k aktivitám spadajícím do společenské odpovědnosti, které vykonávají poskytli pouze Litomyšl a Vysoké Mýto. Důvodem, proč dotazovaná osoba tj. tajemnice městského úřadu neposkytla informace potřebné pro výzkum, byl nedostatek času a vyjádření nezájmu o jakýkoliv výzkum.

První otázkou, stejně jako u soukromých organizací bylo, zda dotazovaní ví, co znamená pojem společenská odpovědnost. Ano, dotazovaní uvedli, že tento pojem znají a dokáží uvést několik příkladů aktivit, které jejich organizace provádí. Obce a kraje, dle slov dotazovaných mají jedno ze zásadních poslání zlepšování kvality života svého území. S tím souvisí i patřičná legislativa, kvůli které jsou dány aktivity napříč všemi oblastmi a z tohoto důvodu jsou vykonávány. (Vojáček, Lněničková, Pirklová, 2021)

5.2.1. Ekonomická oblast

5.2.1.1. *Vztahy se zákazníky*

Z výzkumu vyplývá, že třetina dotazovaných (tj. Česká Třebová) nemá zájem především na spokojenosti a informovanosti zákazníka, neboli občana a žádané informace neposkytla s odůvodněním, že na takové věci nemají čas. Důkazem jsou snahy o komunikaci pomocí e-mailu, ale i telefonický kontakt. Přes to se na úřadě v České Třebové nenašel nikdo takový, kdo by byl ochotný poskytnout požadované informace. Opakem jsou městský úřad v Litomyšli a Vysokém Mýtě. Se svými občany se snaží mluvit, jsou ochotní, vstřícní a snaží se udělat maximum pro jejich spokojenost.

Město Litomyšl používá logo Litomyšl – město pro lidi. Není to pouze prázdné gesto, jak vyplývá i z výzkumu. Dle slov pana tiskového mluvčího, se město snaží správu věcí, kterou přejali od svých předchůdců uchovat a předat jí zase dál. Snaží se o maximální informovanost, a kde je to jenom trochu možné zapojit veřejnost. Důkazem těchto slov je například je participativní rozpočet, který byl zaveden před dvěma lety. Lidé sem mohou přispívat svými nápady a následně hlasovat o tom, na co bude vyčleněná část použita. V plánu je i vznik městského parlamentu, který komplikuje již zmíněná situace s pandemií COVID-19. (Vojáček, 2021)

5.2.1.2. *Vztahy mezi zaměstnanci*

Monitoring vztahů na pracovišti jako takový v litomyšlském úřadě neprobíhá. Podpora dobrých vztahů má ale několik podob. Jedním ze stmelovacích prvků může být školení mimo pracoviště. Mezi další aktivity se řadí i již zmiňované události jako jsou narozeninové oslavy či vánoční besídky na pracovišti i mimo něj. Jinak jednotlivé odbory, především v Litomyšli, si takové aktivity a setkání řeší sami. Úřad ve Vysokém Mýtě je opakem. K personální práci patří nejen monitoring a podpora vztahů mezi zaměstnanci, ale také podpora důvěry mezi zaměstnanci a zaměstnavatelem. Specifickými aktivitami, které podporují dobré vztahy, se řadí například sportovní akce, kterých se účastní nejen stávající zaměstnanci, ale i ti bývalí, nebo ti kteří jsou na rodičovské dovolené. V případě zájmu zaměstnancům poskytují možnost zajištění kulturních programů apod. (Vojáček, Lněničková, 2021)

5.2.2. Sociální oblast

5.2.2.1. *Vzdělání*

Všechny dotazovaní uvedli, že poskytují svým zaměstnancům školení či kurzy pro jejich osobní rozvoj. Z pravidla se jedná o školení, která mají za úkol zaměstnance seznámit například s novou legislativou či novými postupy. Další oblastí vzdělávání zaměstnanců jsou informační technologie. Proto jsou zaměstnanci z litomyšlského městského úřadu školeni například v okruhu sociálních sítí, rezervačních systémů apod. (Vojáček, 2021) Mezi další podporu se řadí vzdělání v oblasti zdravého životního stylu, prevence proti stresu, time management či environmentální chování. V současné době pandemie tyto aktivity probíhají i online. (Lněničková, 2021)

5.2.3. Environmentální oblast

V této oblasti se i veřejné organizace nejvíce angažují a vykonávají mnoho aktivit, jež spadající do této oblasti je opravdu široké spektrum.

5.2.3.1. *Třídění odpadu a úspora energií*

V oblasti environmentální odkazuje úřad z Vysokého Mýty na POH pro období 2016-2023 neboli Plán odpadového hospodářství města Vysoké Mýto (Město Vysoké Mýto, 2021). Jedná se o strategický dokument města, jenž navrhuje, specifikuje a hodnotí nezbytné změny současné praxe nakládání s odpady ve městě, které jsou a budou shodné s požadavky

a prioritami Pardubického kraje v této oblasti. Je ovšem poukázáno na fakt, že bez trvalé, iniciační, koordinační a rozhodovací činnosti zodpovědného subjektu, tedy odboru životního prostředí by to nešlo. V tomto dokumentu lze nalézt definice mnoha cílů, ku příkladu pravidelná propagace předcházení vzniku odpadů, předcházení vzniku BRKO (neboli biologicky rozložitelné komunální odpady) přímo u občanů, udržovat stávající síť sběrných nádob na tříděný odpad, omezit odkládání odpadů mimo místa k tomu určená. Dalšími významnými aktivitami v této oblasti jsou snahy o revitalizaci nevyužívaných míst či objektů, které chátrají či jsou neudržovány, například revitalizace území bývalých kasáren Vysoké Mýto, revitalizace parku Masarykovy sady či náměstí Vaňorného. Převážně tyto objekty likvidují a na jejich místě se zakládají parky, kde jsou vysázeny stromy a jiná zeleň, budovány vodní nádrže a jezera atd. (Město Vysoké Mýto, 2021)

I Litomyšlský úřad je činný v oblasti environmentální a plně si uvědomuje, že musí jít příkladem v ekologii či udržitelné mobilitě. Jako příklad uvádí dlouhodobé věnování se úspoře energií či program vytvořený s místními dobrovolníky, grafiky, ilustrátory a zástupci města s názvem *Otevři oči v Litomyšli*. Tento program byl vytvořen s cílem prakticky a názorně ukázat, jak pro sebe, svou rodinu i domov udělat něco navíc v oblasti ekologie. Formou osvěty zodpověděl mnoho otázek, jako například kam s tetrapakovými obaly, proč město nemá bio popelnice apod., které si může denně klást každý občan.

Jedním z dalších kroků, které činí je tzv. ozelenování, což znamená výsadbu stromů a další zeleně, instalaci zelených střeš apod. Jmenovat lze projekty, které byly podpořené z dotací, ku příkladu Regenerace veřejné zeleně v areálu respitní péče Jindra, Revitalizace zeleně na městském hřbitově či Biotopové tůň Višňáry (Město Litomyšl, 2021). Dále jsou zde snahy o formu vzdělání a vedení investorům, i formou podmínek, k modernějšímu bydlení, což znamená parkování v podzemí anebo sdíleným komunitním sdílením. (Vojáček, 2021)

5.2.3.2. Ostatní aktivity

V oblasti podpory považují za důležité podporovat své „obchodní centrum“. Město Litomyšl je totiž velice specifické a to ve smyslu, že ve městě nejsou žádné velké obchody, obchodní domy či nákupní zóny. Toto město si totiž zachovalo starou podobu a na velkém náměstí v podloubí historických domů je mnoho malých krámků, které vlastní místní obyvatelé a velká část obyvatel je zde i zaměstnána. Koupit si zde lze vše od drogerie, oblečení, bot, kancelářských potřeb po potraviny, víno, knihy, sportovní vybavení, anebo je možné si zajít do které z kaváren nebo restaurací, případně do banky, kadeřnici či masážního salónu. Proto se

město snaží je ochránit příslušnou legislativou. A v současné situaci pandemie COVID-19, si město uvědomuje, jak důležité místo z pohledu ekonomiky to je, a proto se rozhodlo poskytnout těmto drobným obchodníkům pomoc, například ve formě snížení nájmu z nebytových prostor. (Vojáček, 2021)

5.3. Shrnutí

Aktivita v oblasti společenské odpovědnosti lze nalézt i u veřejných subjektů. Je třeba zmínit, že tyto subjekty mají část těchto aktivit dané zákonem, ku příkladu zákon č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, ve znění pozdějších předpisů, či 541/2020 Sb., o odpadech, ve znění pozdějších předpisů. Ale i díky tomu vytváří a podílí se na zajímavých aktivitách patřících do této oblasti.

Ne všichni dotazovaní byli ochotni podrobit se výzkumu, a proto práce není v tomto směru rozsáhlá jako tomu je u dotazovaných soukromých podniků. V případě nezodpovězení dotazu je v tabulce č. 3 hodnota 4. Tudíž schopnost komunikace, péče o své zákazníky a informovanost není pro všechny dotazované prioritou. Ti, kteří poskytli informace pro výzkum, zodpověděli tím stanovené výzkumné otázky tzn. veřejné subjekty se věnují společenské odpovědnosti, uplatňují principy tohoto konceptu, i když každý v jiné míře.

V oblasti péče o své zaměstnance je tomu ale jinak. Monitoringu vztahů, posilování vztahů na pracovišti, budování důvěry mezi zaměstnanci napříč strukturami městských úřadů, to vše jsou aktivity, které mají za cíl především pečovat o zaměstnance. Z praxe se jedná například o pravidelné akce, jež pořádá veřejný subjekt, sportovního charakteru. Iniciativní ovšem dokáží být i zaměstnanci a důkazem toho jsou například akce kulturního rázu.

Subjekty nezapomínají ani na vzdělání a rozvoj svých zaměstnanců. Školení či kurzy mají za cíl především rozšířit obzory v oblasti informačních technologií, zdravého životního stylu anebo komunikačních dovedností.

V oblasti environmentální je činnost nejrozvinutější. Subjekty se snaží o maximální separaci odpadů, a to nejen na svých pracovištích, ale také zajistit místa pro své občany. Následně věnují velkou péči o to, aby tato sběrná místa byla čistá a funkční. Nejen samotný akt třídění je důležitý. Důraz se klade i na osvětu a vzdělání občanů v tomto směru. Proto jsou vytvářeny projekty (například zmiňovaný Otevři oči v Litomyšli), které si právě toto kladou za cíl.

Tabulka 3. Hodnocení veřejných subjektů a jejich aktivit v rámci CSR

		Ekonomická oblast		Sociální oblast			Environmentální oblast		Ostatní aktivity	
Indikátory společenské odpovědnosti		Monitoring vztahů mezi zaměstnanci	Vztahy se zákazníky a dodavateli	Vzdělání zaměstnanců	Rotace práce	Další sociální záležitosti	Třídění a recyklace	Úspora energií	Sponzoring	Dárcovství
Vybrané subjekty veřejné správy	Litomyšl	3	1	2	3	4	2	1	4	4
	Vysoké Mýto	1	2	1	3	4	2	2	4	4
	Česká Třebová	4	4	4	4	4	4	4	4	4

Zdroj: vlastní zpracování na základě řízených rozhovorů

6. Společenská odpovědnost vybraných soukromých subjektů

6.1. Představení vybraných podniků

Podniky zvolené pro tuto práci byly vybrány na základě počtu zaměstnanců a místě, ve kterém podnikají. Dotazované podniky mají maximálně deset zaměstnanců. Dalším společným znakem je region, kde se podniky nacházejí. Všechny podniky lze najít v Pardubickém kraji, ve správním obvodu Litomyšl a Vysoké Mýto. Jako jeden ze společných faktorů by mohl být uveden i obrat podniku. U takto malých podniků je však těžké tyto informace dohledat, ve veřejných rejstřících lze najít účetní uzávěrky, bohužel jen ve zkrácené podobě. V případě přímého dotazu, se někteří odkázali na citlivost těchto údajů. Proto zde tento faktor nelze uvést.

6.1.1. Vzduchotechnika Veselý s. r. o.

Na základě společenské smlouvy byl podnik založen 1. ledna 1999 jako pokračovatel činnosti firmy Miloš Veselý – Vzduchotechnika. Od té doby se podnik podílí na plánování, přípravě, realizaci i servisu vzduchotechnických projektů v rámci celé České republiky, ale i v sousedním Slovensku či ve Španělsku a Itálii. Do nabídky služeb patří například projekce, dodávka a montáž vzduchotechnických a klimatizačních souborů, výroba vzduchotechnického potrubí, distribučních a koncových elementů či realizace tepelné a protipožární izolace vzduchotechnického potrubí. Navíc má podnik i vlastní výrobu, kde si vyrábí četné komponenty svépomocí. V současné době zaměstnává deset zaměstnanců. Dva pracovníky ve vedoucích pozicích a osm na dělnických pozicích. (Vzduchotechnika Veselý, 2019)

6.1.2. Elektro-motory s. r. o.

Firma pana Milana Seiferta navazuje na činnosti jeho otce, který jako živnostník opravoval motory a různé elektrospotřebiče již před rokem 1989. Podnik zaměstnává 5 osob. Vedoucího, jež je zároveň jednatelem podniku, dále pak pracovníci na administrativní pozici, zaměstnanec, který má na starosti e-shop a prodej, a dva servisní techniky. Podnik nabízí celou řadu služeb včetně opravy elektrospotřebičů a prodejny. Mimo kamenného obchodu a opravy jej tvoří i e-shop, jehož význam v současnosti, dle slov majitele, stále roste. Internetový obchod je nabízí sortiment jako například nové elektromotory s příslušenstvím a náhradními díly, různé elektroinstalace, kabely, vypínače, ventilátory, čerpadla či nástroje pro práci okolo domu i do domácnosti. Některé zmíněné věci si lze půjčit anebo koupit z druhé

ruky v bazaru. (Elektro-motory, 2021)

6.1.3. FerGastro s. r. o.

Malá rodinná firma s tradicí, která se zabývá chovem hovězího dobytka. Zaměstnaní jsou tu dva lidé. V minulosti se podnik zabýval pouze chovem skotu. Dnes má však podnik i svou vlastní prodejnu, kde si lze maso po objednání vyzvednout či je možné si zde nakoupit mnohé další artikly z regionálních zdrojů, především potravinářského charakteru. Hlavní činnosti tohoto podniku, jak již bylo řečeno, je produkce kvalitního hovězího masa plemene Wagya, Hereford, Limousine, Charolais, Čestr, Masný Simentál a Angus. (Prodej ze statku, 2021)

6.1.4. SKI Přívrat s. r. o.

Jedná se o malý podnik poskytující pestrou škálu služeb, které jsou ale závislé na sezónnosti a počasí. V zimních měsících podnik provozuje na zhruba 300 metrů dlouhém kopci lyžařských vlek. Součástí je i lyžařská a snowboardová škola, bar či půjčovna nejen lyžařského vybavení. V létě je zde možné navštívit dětský park anebo se projet na sjezdových kárách či koloběžkách. Je to místo vhodné k relaxaci nejen pro rodiny s dětmi, ale také pro mateřské školy, základní školy či podniky. Podnik zaměstnává dva lidi, kteří se starají o celý chod podniku, ale během zimní sezóny zde může působit až 25 lidí na základě různých pracovních smluv, především na pozicích obsluha lyžařského vleku, lyžařské půjčovny a instruktor lyžování a snowboardingu. (SKI Přívrat, 2017)

6.1.5. ARMY TREMP s. r. o.

Podnik sídlící v obci Tisová má svou provozovnu v Častolovicích. Hlavní činností podniku je prodej vojenského a kempingového vybavení. Dalším předmětem činnosti je výkup tohoto sortimentu. Svým zákazníkům podnik nabízí pestrou škálu zboží od oblečení, bot, nožů, batohů a jiného vybavení pro kempování, předměty pro sebeobranu. Zboží lze zakoupit nejen v kamenném obchodu, ale také na e-shopu. Podnik byl založen v roce 2014 a dnes zaměstnává dva lidi. (Army Častolovice, 2021)

6.1.6. Š+Š DESIGN s. r. o.

Tato firma z České Třebové byla založena v roce 2013. Zabývá se především výrobou a prodejem autopotahů, které vyrábí i přímo na míru. Mimo to vyrábí a designuje interiéry letadel. Aktuálně podnik zaměstnává pět lidí na pozicích šiček či administrativních pozicích. (Přesné autopotahy, 2021)

6.2. Řízené rozhovory

V praktické části se práce zabývá společenskou odpovědností v malých podnicích v mém regionu, jejichž společné znaky jsou charakterizovány v kapitole 6.1. Data byla zjištěna na základě rozhovorů, která byla uskutečněna převážně telefonicky. Drobné doplňující detaily a některé upřesňující informace byly zaslány prostřednictvím e-mailu.

Řízené rozhovory i tato část jsou strukturovány do třech částí - dle již definovaných oblastí (viz. kapitola 3.3.) společenské odpovědnosti podniků. Otázky nebyly striktně omezeny, naopak zde byla možnost otevřených odpovědí. (viz. kapitola 4.3.). Zde je ještě třeba zmínit, že podniků bylo dotazováno celkem šest. Pět z nich s rozhovorem souhlasilo a šestý podnik (tj. Š+Š DESIGN s. r. o.) uvedl, že aktivity, které se týkají společenské odpovědnosti nedělá, a tak nebude ztrácet čas s tímto výzkumem. (Šmejdiř, 2021)

Účelem první otázky bylo zjistit, zda se dotazované podniky s pojmem společenská odpovědnost podniků již setkaly, jestli jej umí definovat, či dokonce uvést alespoň některý z principů, jež by měl podnik dle CSR dodržovat. Vyzpovídáno bylo celkem pět podniků: Vzduchotechnika Veselý s. r. o., Elektro-motory s. r. o., FerGastro s. r. o., SKI Přívrat s. r. o. a ARMY TREMP s. r. o. Tři z pěti dotazovaných uvedly alespoň rámcové vymezení společenské odpovědnosti a zmínily několik aktivit spadajících do společenské odpovědnosti, především z oblasti ekonomické a environmentální. (Veselý, Seifertová, Kubištová, Tonar, Menclík, 2021)

6.2.1. Ekonomická oblast

6.2.1.1. *Vztah s dodavateli*

Jako první přichází na řadu oblast ekonomická (viz. kapitola 3.4.1.) Všechny dotazované podniky existují a fungují celou řadu let, a proto si bezpochyby vytvořily jisté vazby s dodavateli. Jak uvádí FerGastro s. r. o. své dodavatele si vybírají velice poctivě a je to dlouhý nikdy nekončící proces zkoušení a zkoumání, jelikož je pro ně prioritou zákaznickova spokojenost. Proto FerGastro s. r. o. spolupracuje výhradně s lokálními výrobci, a ve svém krámku prodává výrobky z okolních farem jako je Oldříš z Poličky či farma Heřmanice z Českých Heřmanic, pivovarů jako pivo Clock z Potštejna, marmelády Corona z Holic anebo pečivo z pekařství Chleba&Sůl ze Solnice. (Kubištová, 2021)

Podobně jako FerGastro s. r. o. na tom jsou dnes už i v SKI Přívrat s. r. o. V minulosti byla primárním kritériem pro nákup zboží cena. Produkty tak pocházely z velkých komerčních řetězců, kvalita nebyla rozhodující. Dnes podnik po letech hledání a zkoušení nakupuje produkty výhradně z regionálních zdrojů. Jako příklad uvádí maso a uzeniny z Řeznictví Sloupnice, mléčné výrobky z Choceňské mlékárny, výroba a tisk propagačních materiálů, lyžařských knížek Tiskárna H.R.G. z Litomyšle nebo výroba reklamních předmětů - jako jsou propisky, nášivky na pracovní oděv anebo medaile do lyžařské školy pro děti z firmy Velebný & Fam s. r. o. Ústí nad Orlicí. (Menclík, 2021)

Naopak firmy Vzduchotechnika Veselý s. r. o. a Elektro-motory s. r. o. se shodují na dlouholetých spolupracích se stejnými dodavateli. Nutné je zmínit, že se jedná o dodavatele produktů jiného než potravinářského charakteru. Podniky dodávají, že by rádi dávaly příležitosti a objevovaly nové dodavatele, bohužel se ale pohybují v odvětvích, kde nových podniků moc nepřibývá. Proto se například v Elektro-motory s. r. o. rozhodly rozšířit poptávku na nové dodavatele i do zahraničí. Dnes spolupracují s dodavateli například z Polska či Německa. (Veselý, Seifertová, 2021)

Se zahraničními dodavateli, především z Velké Británie a Německa, spolupracuje převážně i ARMY TREMP s. r. o. Důležitými dodavateli jsou ovšem i sami zákazníci. Podnik totiž vykupuje nové či málo používané věci a následně je dále prodává. Funguje tedy i jako secondhand. (Tonar, 2021)

6.2.1.2. Vztahy se zákazníky

Nezpochybnitelně důležitým prvkem v chodu daných podniků jsou zákazníci. Dlouhodobé působení firem na trhu jim dodává důvěryhodnost a možnost ověřit si reference či obrátit se na zkušenosti předchozích zákazníků. Všichni respondenti se shodují, že určité spektrum zákazníků se k nim rádo vrací a využívá jejich služby, či nakupuje jejich výrobky opakovaně.

Při podrobnějším zkoumání přichází na řadu firma Elektro-motory s. r. o. Jak již bylo zmíněno, předchůdcem podniku byla živnost oprav elektrospotřebičů, a tak největší skupinou zákazníků byli lidé z nejbližšího okolí podniku, převážně tedy z obce Sloupnice. S příchodem internetu a rozmachem přepravních firem se postupně zákazníci stávají lidé z celé České republiky. Nejenže podnik díky svému e-shopu posílá své zboží do celé republiky, funguje to i naopak. Své porouchané motory a spotřebiče posílají zákazníci z celé republiky na opravu právě sem. (Seifertová, 2021)

Podobně na tom je i FerGastro s. r. o., které své zákazníky získává postupně. Největší příliv zákazníků přisuzují sociálním sítím zejména instagramu, kde je podnik velice činný a jejich kvalitní práce oslovuje čím dál tím více lidí, nejen z okolí, ale rovněž z celé republiky.

Své zásluhy mají sociální sítě i v ARMY TREMP s. r. o. Zásluhou pravidelné činnosti přicházejí stále noví zákazníci a ti, co jsem svou cestu našli bez internetu, zde mohou sledovat aktuální nabídku a novinky. (Kubištová, 2021)

I přes to, že služby poskytují sezónně, se do areálu SKI Přívrat zákazníci vrací pravidelně. Areál se sice nemůže rovnat svou velikostí okolním, mnohem větším lyžařským areálům jako například Ski centrum Říčky v Orlických horách či Skicentrum Deštné v Orlických horách, navzdory tomu je podnik opakovaně vyhledáván rodinami s dětmi. Mezi stálou klientelu se řadí i mateřské školky a základní školy s jejich družinami z blízkého okolí (jako například: Česká Třebová, Litomyšl, Svitavy, Lubná, Rudoltice), které pravidelně využívají služeb areálu k výuce základů lyžování. (Menclík, 2021)

I Vzduchotechnika Veselý s. r. o. má svou specifickou ovšem nikoliv malou škálu zákazníků. Z dlouhodobého hlediska se sem řadí stavební firmy, které se starají o výstavbu infrastruktury a společenské vybavenosti. Mezi stálé a zároveň lokální zákazníky se řadí společnost Saint-Gobain Adfors CZ s. r. o. se sídlem v Litomyšli. Stále noví zákazníci proudí ku příkladu z řad těch, kteří chtějí rekuperační jednotky do svých domů. (Veselý, 2021)

Na otázku, jak udržovat dobré vztahy se zákazníky, všichni odpovídají stejně, že je to jako s dodavateli. Každý má svojí vlastní cestu ke spokojenosti zákazníka, který se rád

do podniku vrací. Z toho co podniky prozradily se jedná o přátelský, pozitivní a individuální přístup ke každému jedinci. Důležitým bodem je rovnocenný přístup k zákazníkům a především řádné a včasné plnění dohodnutých závazků.

6.2.2. Sociální oblast

6.2.2.1. *Vztahy mezi zaměstnanci*

Dalším okruhem byla oblast sociální (viz. kapitola 3.4.2.) Výše zmíněné firmy zaměstnávají maximálně 10 lidí, což jsou velice malé kolektivy, u kterých se dají předpokládat dobré vztahy a soudržný kolektiv. Bezpochyby je to jedním z důležitých stavebních kamenů podniku. Protože malý počet spolupracovníků ulehčuje komunikaci, ať už se jedná o vertikální anebo horizontální komunikaci. Denně v podnicích probíhá nespočet individuálních rozhovorů, kde mají zaměstnanci možnost vyjádřit svůj názor. Na základě těchto faktorů se dá předpokládat, že vztahy v pracovním kolektivu mají kladnější charakter, oproti početnějším kolektivům.

Vzduchotechnika Veselý s. r. o. a SKI Přívrat s. r. o. pořádají pravidelné porady. Většinou se jedná o jednu radu týdně, vždy uskutečňovanou v jeho první polovině, kde se rozebírají například jednotlivé úkoly plánu výroby, nákupu, montáže, organizace práce apod. (Veselý, Menclík, 2021) Elektro-motory s. r. o. a SKI Přívrat s. r. o. pokládají za důležité alespoň jednou ročně uskutečnit schůzku, kde vedení podniku zhodnotí celkovou situaci podniku. Zpravidla se jedná o krátké powerpointové prezentace rekapitulující nejdůležitější naplněné cíle a zakázky, které podnik dokončil ale i ty, jež je čekají v následujícím období. Mezi další body prezentace patří změny v podniku, jako jsou renovace či zavedení nových technologií. V rámci těchto prezentací může dojít i k seznámení se s konkrétními údaji o ekonomické situaci podniku. Tyto aktivity lze zahrnout i do ekonomické oblasti, kde transparentnost je jedním z důležitých prvků. (Seifertová, Menclík, 2021)

V otázce posilování kladných vztahů mezi zaměstnanci se všechny dotazované podniky shodují na pravidelném pořádání a tzv. teambuildingových akcí. Jedná se o čas, kdy jsou spolu zaměstnanci mimo své normální pracoviště. Aktivity, které podniky dělají v rámci těchto akcí jsou většinou sportovního charakteru jako je ku příkladu bowling. Nicméně výjimkou nejsou ani malé události pořádané na pracovišti po pracovní době, především se jedná o narozeninové oslavy některého z pracovníků.

6.2.2.2. *Vzdělání*

Další otázkou v tomto okruhu bylo, zda je zaměstnancům nabídnuta možnost dalšího vzdělání ať už se jedná o školení, semináře rozšiřující stávající vědomosti, či rekvalifikační kurzy.

Firma Elektro-motory s. r. o. uvedla, že svým zaměstnancům žádné tyto možnosti neposkytuje ani nepřispívá. Naopak zbývající podniky se o rozvoj svých zaměstnanců starají a další možnost vzdělání poskytují. (Seifertová, 2021)

FerGastro s. r. o. umožňuje a hradí kurzy, které mají za cíl informovat a představovat nejnovější postupy při přípravě masa, jeho uchování atd. (Kubištová, 2021)

Podnik Vzduchotechnika Veselý s. r. o. pravidelně svým zaměstnancům na dělnických pozicích poskytuje a hradí školení o bezpečnosti práce či o práci na jednotlivých zařízeních. Důvodem je neustálý rozvoj a vývoj nových technologií, postupů, výroby i montáže a je třeba neustálé prohlubování znalostí a rozšiřování informací o efektivnějších postupech, aby byly jejich znalosti neustále rozšiřovány. Rovněž i účetní musí pravidelně navštěvovat školení a mít přehled o nových nařízeních a směrnicích. Bonusem je možnost zaměstnanců navštěvovat kurzy cizích jazyků, které využívají především zaměstnanci na ve vedoucích pozicích. (Veselý, 2021)

Pro SKI Přívrat s. r. o. je adekvátní vzdělání samozřejmostí. Každý nový zaměstnanec musí být profesionálně proškolen. Ať už se jedná o vlekaře, kteří musí mít pravidelné školení či učitele, kteří by nemohli alespoň bez minimální licence instruktora základního lyžování či instruktora základního snowboardingu vůbec učit. Firma tak uchazečům o práci či brigádu zaplatí nejen základní kurz, ale také, v případě zájmu, další vzdělání pro vyšší úroveň jako je cvičitel lyžování a následně učitel lyžování. Kurzy většinou probíhají u soukromých akreditovaných škol jako je Apul z. s., či jiné akreditované pracoviště Ministerstva školství, mládeže a sportu. (Menclík, 2021)

I podnik ARMY TREMP s. r. o. je ochoten svým zaměstnancům vytvořit podmínky pro další rozvoj. Z časového hlediska to není moc časté, ale v případě, že o to zaměstnanci projeví zájem, podnik své zaměstnance rád podpoří. (Tonar, 2021)

6.2.2.3. *Rotace práce*

Na otázku, zda si myslí, že jejich zaměstnanci mají pestrou pracovní náplň, nebo zda mají monotónní práci všichni jednoznačně odpověděli, že jejich pracovní náplň je pestrá a nemonotónní. Pro lepší představu každý podnik uvedl pár příkladů pracovní náplně svých zaměstnanců.

U Kubištů ve FerGastro s. r. o. je hlavní pracovní náplní péče o zvěř a činnosti s tím spojené jako jsou opravy ohrazení výběhu apod. Následně jsou to činnosti jako bourání masa, porcování, kontrola masa v procesu zrání či vakuování vyzrálého masa. A v neposlední řadě jsou to činnosti spojené s prodejem, ať už se jedná o administrativu, distribuci, samotný prodej a starost o prodejnu. (Kubištová, 2021)

Vzduchotechnika Veselý s. r. o. jmenuje činnosti zaměstnanců na dělnických pozicích. Jsou jimi výroba vzduchotechnického potrubí, montáž zařízení, následná údržba či servis a revize. Administrativní pracovníci mají spojenou práci s technicky hospodářkou prací, tzn. nejen administrativní, ale i práce v přípravě a realizaci jednotlivých zakázek. (Veselý, 2021)

V Elektro-Seifert s. r. o. má také každý zaměstnanec různorodou pracovní náplň. Servisní technici na základě objednávek opravují motory či jejich náhradní díly, poskytují poradenství v případě potřeby. Práce okolo internetového obchodu je nemonotónní též, zahrnuje práci od objednávání zboží, přes jeho přijímání, štítkování či následný prodej, odesílání objednávek a s tím spojenou administrativu. (Seifertová, 2021)

Srovnatelně je na tom ARMY TREMP s. r. o. Práce v souvislosti s obchodem i e-hopem je spojená s administrativou, péčí o skladové stavy, komunikací, ať už se zákazníkům či dodavateli, i manuální prací při přípravě a balení zboží. (Tonar, 2021)

Pouze SKI Přívrat s. r. o. se nad touto otázkou zamýšlí. Ovšem ani v tomto případě nelze mluvit o jednotvárnosti. Především jde o práci s lidmi ať už se jedná o jedince anebo skupinu. Tento fakt sám o sobě zaručuje, dle slov pana majitele, různorodou práci. (Menclík, 2021)

6.2.2.4. Další sociální záležitosti

Jelikož jsou to malé firmy, je zde předpoklad, že se zaměstnanci navzájem dobře znají, a mají možnost se dobře poznat ve všech organizačních vrstvách. Nabízí se otázka, zda a jak by podnik byl ochoten pomoci svému zaměstnanci, který by byl v těžké životní situaci. Žádná z firem možnost úplně neodmítla ovšem tři z dotazovaných uvedly, že k takové situaci nikdy nedošlo nebo se jednalo o drobnosti, kdy rádi pomohly zaměstnanci vyřešit aniž by to zahrnovalo finanční výdaje a hodně času.

Zde je dobré uvést příklady z firmy Vzduchotechnika Veselý s. r. o. Jednatel a majitel podniku uvedl hned několik případů, kdy firma pomohla svým zaměstnancům. Již několikrát

firma poskytla bezplatnou půjčku zaměstnanci, který byl ve finanční tísní. Další pomoc poskytují ve formě dřívějšího vyplácení mzdy či její zálohy. (Veselý, 2021)

ARMY TREMP s. r. o. zmiňuje možnost flexibility pracovní doby. V případě potřeby zaměstnanec může pracovat z domu anebo si vzít delší dovolenou než je standartní doba. Vše je na domluvě. (Tonar, 2021)

6.2.3. Environmentální oblast

Nelze vynechat v našem rozhovoru oblast environmentální (viz kapitola 3.4.3). V posledních letech se jedná o velice diskutované téma a právní legislativa, jako například zákon č. 541/2020 Sb., o odpadech, 254/2001 Sb., o vodách a změně některých zákonů anebo 76/2002 Sb., o integrované prevenci a o omezování znečištění, o integrovaném registru znečišťování a o změně některých zákonů, ukládá i malým podnikům povinnost jednat tak, aby neznečišťovaly životní prostředí, šetřily energie apod.

6.2.3.1. Třídění odpadu

Na jednoduchou otázku, zda podnik třídí odpad jeden podnik odpovídá ne. Vzduchotechnika Veselý s. r. o. sice třídí základní materiály jako je karton a plast, ovšem ne důsledně a o tom co se s ním děje dále neprojevuje sebemenší zájem.

Opakem jsou zbývající dotazované firmy, které nejenže třídí, ale snaží se udělat maximum, aby odpady minimalizovaly anebo šly z jejich podniku tam, kde se znovu mohou použít či z recyklovat. Elektro-motory s. r. o. nejenže poctivě třídí, odpad odváží do příslušných kontejnerů či do sběrného dvora v místě podnikání, svými úspornými opatřením šetří energii na mnoha místech.

Jelikož podnik FerGastro s. r. o. má dle svého vlastního názoru odpadu hodně, i když se ho s ohromným úsilím snaží produkovat co nejméně, rozhodl se na svém pozemku vybudovat další sběrné místo s kontejnery na plast, papír, sklo, hliník i oleje a jedle tuky, které bude sloužit nejen pro podnik samotný, ale i občanům bydlícím v nedalekém okolí. Jak již bylo řečeno, podnik se snaží produkci odpadu redukovat na minimum. Důkazem toho jsou vratné obaly. Podnik provozuje i malý obchod, kde je možné koupit si například jogurt, jehož obal, tedy sklenice, je zálohovaná a podobně je to s řadou dalších produktů. Krabice, ve kterých podniku chodí zboží a jsou v dobrém stavu nechají v krámku pro zákazníky, kteří je používají místo nákupních tašek. Jelikož jich je velké množství, krabice se shromažďují, a tak nastává otázka jak s nimi dále nakládat. Odpověď je jednoduchá, protože existují podniky, které

provozují e-shopy a ty krabice musejí kupovat pro jejich nedostatek, podnik FerGastro s. r. o. přenechává tyto krabice, právě těmto podnikům, například jednomu z dalších dotazovaných Elektro-motory s. r. o. (Kubištová, 2021)

Stejně tak i ARMY TREMP s. r. o. pro svůj e-shop potřebuje velkou spoustu krabic, do kterých balí své zboží. I tady vřele vítají každou krabici, která je místo likvidace a odložení v modrém kontejneru použita v jejich obchodě (respektive e-shopu) a slouží dál. Místo používání plastové výstelky do balíčků používají skartovaný papír anebo poškozené, již nepoužitelné kartony. (Tonar, 2021)

6.2.3.2. Úspora energií

Další otázka směřovala na to, jak podniky šetří energii. Například podnik Elektro-motory s. r. o. uvedl nespočet příkladů z environmentální kultury v jejich podniku. S příchodem kanalizace podniku vznikl volný prostor místo nádrže na odpadní vody. Podnik poskytl investice na vyčištění a technické opravy a úpravy vedení a dnes jímka slouží jako sběrné místo pro dešťovou vodu, která je následně využívána jako užitková. Ukázkou šetrnosti je používání takto nabírané vody na splachování toalet. Výrobu energie zajišťují solární panely umístěné na střeše dílny. Teplo podniku přináší kamna na vyjetý olej, použitý fritovací olej, který získává například od okolních restaurací U Labutě, V Kopečku, Chata Maxe Švabinského. (Seifertová, 2021)

Obdobně hospodaří s vodou i podnik SKI Přívrat s. r. o. Voda je důležitým prvkem jejich podnikání. V případě nepříznivého zimního počasí má k dispozici zasněžovací systém, ke kterému je ovšem potřeba velká spousta vody. Možnosti, jak tyto podniky s lyžařskými areály získávají vody je hned několik. Standardně berou vodu pitnou z vodovodního řádu nebo smí na základě povolení od Povodí daného toku odčerpávat určené procento vody z řeky či říčky, které protéká poblíž. Jelikož dotazovaný podnik v okolí svého provozu nemá žádný větší tok, ze kterého by mohl čerpat, vytvořil zádržný systém. Hlavním prvkem tohoto systému je vodní nádrž, do které je svedena všechna dešťová voda ze všech budov, jež podnik vlastní. Dále sem voda stéká z podzemního systému pro zadržení vody, který je vybudován hlavně pro jarní období, kdy sníh taje a v tekutém skupenství se opět dostává zpět do nádrže, kde přes období, kdy není sníh je používána jako užitková voda pro zalévání, napájení zvířete. Majitel podniku s nadšením dodává, že stávající systém ještě není kompletně hotov a vše je postupně zdokonalováno a rozšiřováno. Ukázkou je právě se stavící druhá nádrž na zadržování vody.

Dalším prvkem energie z obnovitelných zdrojů jsou solární panely, které jim nejenom vyrábí elektrickou energii ale i ohřívají vodu.

To ovšem není vše, co podnik pro životní prostředí dělá. Dalo by se předpokládat, že podnik, jehož náplní je provoz lyžařského vleku se bude snažit veškeré stromy a porost kácet a odstranit. Nicméně opak je pravdou. Podnik se pravidelně stará o zeleň v okolí provozovny podniku a neustále se snaží vysazovat nové stromy na místa, která ještě nejsou zalesněná a obnovovat lesy přilehlé. (Menclík, 2021)

Jak již bylo uvedeno v předchozím textu, FerGastro s. r. o. je řešením environmentálních problémů nakloněn a snaží se dělat maximum pro to, aby životní prostředí nezatěžoval. Dobytek chovají celoročně v ekologicky přijatelném prostředí, s minimální spotřebou elektrické energie, minimálními náklady na vodu, pohonných hmot, hnojiv. (Kubištová, 2021)

V případě podniku Vzduchotechniky Veselý s. r.o. je to složitější. Kdyby nebylo zákonných nařízení, žádné kroky k ochraně životního prostředí by neprováděli z důvodu finančních i časových. Některé kroky ovšem podnik dělat musí a to na základě legislativy, jako například nařízení Evropské komise číslo 1253/2014 na ekodesing větracích jednotek, instalují zařízení jako ventilátory, rekuperační jednotky či odsávací zařízení dle požadavků nařízení. (Veselý, 2021)

ARMY TREMP s. r. o. svůj cíl podnikání postupně rozšiřovala, a proto dnes umožňuje ve svém krámku výkup použitého zboží, ovšem v dobrém stavu. Tímto zbožím jsou nejenom oblečení a boty, ale také batohy či různé další potřeby pro kempování. Jak již bylo zmíněno, podnik funguje i jako secondhand. (Tonar, 2021)

6.2.3.3. Sponzorství a dárcovství

V neposlední řadě nesmí být opomenuty aktivity, které nelze zahrnout ani do jedné ze zmíněných oblastí (viz. kapitola 3.4.4). Cílem v této oblasti bylo zjistit, zda podniky alespoň někdy vystupují v roli sponzora anebo dárce.

Dva podniky potvrdily, že podporu poskytují, ovšem pouze jeden z nich uvedl, že za své dary, chce i protislužbu. Vzduchotechnika Veselý s. r. o. žádá protislužbu, ku příkladu ve formě loga či věnování volných vstupenek. Podnik pravidelně finančně podporuje místní, ale i regionální kulturu, jako například herecký spolek Doveda či Národní festival Smetanova Litomyšl. Další oblastí podpory je sport, kdy podnik nepravidelně dává finance na nákup, či přímo darem poskytne sportovní vybavení anebo dresy pro fotbalový klub SK Sloupnice, hokejový tým nadšenců, kteří působí v Městské lize apod. (Veselý, 2021)

Naopak FerGastro s. r. o. poskytuje pravidelně peněžní i nepeněžní podporu bez nároku na protislužbu. Uvedeny byly hned dva příklady, kdy se podnik snaží pomoci. Jedním z nich je kultura a finanční podpora mladých nadaných hudebníků, kteří nemají dostatek financí na nákup kvalitního vybavení, pronájem prostor na zkoušení či náklady spojené s nahráváním a vydáváním. Příkladem podpora hudebníka Dominika Veselého, kapely Machos Burritos, Cousins. Druhým směrem podpory podniku jsou hmotné dary matkám v nouzi. Podnik se snaží, mimochodem i prostřednictvím sociálních sítí, vyhledávat v okolí matky samoživitelky, jež se nachází v tíživé životní situaci. Podnik se jim snaží pomoci prostřednictvím potravinových balíčků, které jsou složené z masa, zeleniny, marmelád, mléčných výrobků či ovocných sirupů a sladkých dobrot pro děti z jejich krámku. (Kubištová, 2021)

Podnik ARMY TREMP s. r. o. nepatří mezi pravidelné a velké dárcce. Ovšem v případě některých akcí, převážně společenských a sportovních, se stává dárce nepeněžních darů. Daleko zajímavější činností je pomoc, kterou podnik poskytuje lidem bez domova. Dotazovaný uvedl hned několik osob, kterým podnik pomáhal i pomáhá delší dobu, v řádech měsíců. Pomoc spočívala především v nabídce práce. Jedná se zejména o drobné pracovní úkony, jako je pomoc při distribuci reklamy ve formě letáků či tabulí anebo úklid prostoru obchodu. Za práci dostávají nejen peníze, ale také jídlo. V zimních měsících jim jako odměna za dobře odvedenou práci může být i teplý spací pytel či deka, teplé oblečení jako je bunda, čepice nebo rukavice. Výjimkou není ani teplý nápoj a jídlo nejen po dobu pracovní, ale i mimo pracovní čas. Lze říci, že pomoc pro tyto lidi, i v takovéto formě, je obrovská. I přes veškerou snahu podniku se nikdy nepodařilo pomoci takovému člověku k návratu do běžného života. Díky životnímu stylu, jaký tito lidé většinou praktikují, hodně často umírají v mladém věku, a proto se jich v podniku vystřídá celá řada. (Tonar, 2021)

Shodně jsou na tom podniky Elektro-motory s. r. o. a SKI Přívrat s. r. o. Oba subjekty uvádí, že sponzoring ani dárcovství běžně nedělají. Důvody se různí, ale mezi nejpochoptelnější je nedostatek financí, a dále nepřesvědčivé či nedůvěryhodné důvody. (Seifertová, Menclík, 2021)

6.3. Shrnutí

Ne každý podnik v dnešní době ví, co se skrývá pod pojmem společenská odpovědnost. Ovšem po vysvětlení krátké definice se každý dokázala zorientovat a mluvit o tom, co by mělo patřit k principům a aktivitám společenské odpovědnosti právě v jeho podniku. Tím byly zodpovězeny výzkumné otázky. I malé soukromé podniky znají pojem společenská odpovědnost a podnikají v těchto oblastech řadu činností.

Kolektivy jsou u těchto podniků malé a proto je mnohem jednodušší sledovat, jaká je nálada na pracovišti, jaké jsou vztahy mezi zaměstnanci apod. Nejenže podniky kontrolují tyto vztahy, naopak se je snaží svými aktivitami ještě zlepšovat a upevňovat.

Dodavatelské vztahy jsou jednou z dalších nezbytných součástí soukromých podniků. Postupem měsíců a let, si každý našel své ověřené a spolehlivé dodavatele, se kterými spolupracuje. Nicméně postup, na to jak navázat pevný, dlouhodobý dodavatelský vztah, žádný podnik neprozradil. S ohledem na odvětví, ve kterém podnik působí, se může jednat i o zahraniční dodavatele a to především z důvodu, že v České republice není srovnatelný dodavatel. Z hlediska společenské odpovědnosti je důležitější a podstatnější, že lze najít i podniky, které dávají přednost dodavatelům regionálním, v případě, že takové možnosti jsou. Ještě podstatnější je, že výzkum ukázal snahu podniků takovéto dodavatele ve svém okolí vyhledávat a vytvářet s nimi dlouhodobé spolupráce. Výhodou je to pro oba dva podniky úspora na dopravě, časová úspora i administrativy.

Stejně jako je důležité pro podniky, aby měly se svými dodavateli dobré vztahy, neméně důležité jsou vztahy se zákazníky. I v tomto případě podniky mlčí o své taktice budování zákaznických vztahů. Podstatné je, že se podniky mohou pyšnit zákazníky, kteří pravidelně nakupují jejich výrobky a využívají jejich služeb. Takto spokojený zákazník, na základě dobrých preferencí na internetových stránkách, sociálních sítích či osobním kontaktu může do podniku přivést nové zákazníky.

Se sociální oblastí se pojí hlavně péče o zaměstnance a podniky jsou si toho dobře vědomi. Starají se o to, aby pracovní náplň nebyla monotónní. Pomocí jim jsou sezónnost či výkrmový cyklus. Nejenže je pro podniky důležité, aby měli zaměstnanci pestrá pracovní náplň, uvědomují si i důležitost duševního rozvoje. Proto svým zaměstnancům, v případě, že projeví zájem, ochotni poskytnout finanční podporu či vytvořit vhodné podmínky pro rozvoj znalostí prostřednictvím školení anebo seminářů. Ovšem i samotné podniky nabízí svým zaměstnancům možnosti dalšího vzdělání, například jazykové kurzy.

V oblasti environmentální jsou podniky činné nejvíc. Jak vyplývá z rozhovorů, většina podniků nejenže svědomitě a pečlivě třídí, lhostejné jim není ani to, co se s odpady děje posléze. Sami jsou ochotni trávit svůj volný čas, a mnohdy i vynaložit finanční prostředky na to, aby s odpadem z jejich podniku bylo nakládáno co nejšetrněji.

Stejně nadšení panuje i v případě úspory energií a tvorby podnikových kultur v otázce snížení dopadů jejich činnosti na životní prostředí. Běžně podniky používají prvky úspory energií, jako je šetrné zacházení s pitnou vodou, výroba energické energie a ohřev vody pomocí solárních panelů a fotovoltaiky, kterou si podniky instalují na střeche svých sídel a provozoven, anebo vytápění svého pracoviště olejovými kamínky.

Oblast, kde aktivity nelze jednoznačně zařadit, podniky rozděluje do dvou skupin. První skupinou jsou podniky, které sice poskytují dary na různé činnosti, převážně dobrovolnického charakteru, či akce, jedná se ovšem o velice nepravidelnou aktivitu. Za svou podporu nechtějí žádnou protislužbu, což znamená, že je lze pojmenovat jako dárci. Tito dárci poskytují převážně nepeněžní dary a to na různé společenské, kulturní akce a sport. Druhou, větší skupinou jsou ti, kteří podporují pravidelně. Může se jednat o již zmíněný sport či kulturu anebo projevem solidarity vůči sociálně znevýhodněným osobám nebo osobám v těžké životní situaci.

Tabulka 4. Hodnocení soukromých subjektů a jejich aktivit v rámci CSR

		Ekonomická oblast		Sociální oblast			Environmentální oblast		Ostatní aktivity	
Indikátory společenské odpovědnosti		Monitoring vztahů mezi zaměstnanci	Vztah podniku se zákazníky a dodavateli	Vzdělání zaměstnanců	Rotace práce	Další sociální záležitosti	Třídění a recyklace	Úspora energií	Sponzoring	Dárčovství
Vybrané soukromé subjekty	Vzduchotechnik a Veselá s. r. o.	2	1	1	1	1	4	3	1	1
	Elektro-motory s. r. o.	2	1	4	1	2	1	1	4	3
	FerGastro s. r. o.	2	1	2	1	1	1	1	4	4
	SKI Přívrat s. r. o.	3	1	1	1	4	2	1	4	4
	ARMY TREMP s. r. o.	2	1	3	1	3	2	3	3	1
	Š+Š DESING s. r. o.	4	4	4	4	4	4	4	4	4

Zdroj: vlastní zpracování na základě řízených rozhovorů

7. Vyhodnocení

Dotazováno bylo celkem šest subjektů ze soukromého sektoru a tři z veřejného sektoru. Informace a svůj čas pro tento výzkum poskytlo pět ze šesti dotazovaných soukromých subjektů a pouze dva subjekty veřejné ze třech dotazovaných.

Cílem této práce bylo vyhodnotit společenskou odpovědnost firem a subjektů veřejné správy ve vybraném regionu. Výzkum ukázal, že i malé podniky znají tento pojem a dokáží jmenovat aktivity, kterým se věnují a spadají do tohoto konceptu.

Z tabulky č. 4 vyplývá, že lépe jsou na tom v uplatňování principů a zásad dle konceptu společenské odpovědnosti soukromé subjekty. Nejznamenitějším rozdílem je přístup subjektů ke vztahům se zákazníky, resp. v případě veřejných subjektů s občany. Naopak veřejné subjekty poskytují větší prostor a možnost vzdělání a rozvoje zaměstnanců. Významným rozdílem je přístup k případným osobním problémům zaměstnanců. Soukromé podniky jsou připraveni a ochotni pomoci při jejich řešení, kdež to veřejné subjekty na tuto možnost vůbec nemyslí. Všechny zkoumané podniky jsou na tom shodně v oblasti environmentální. Subjekty se snaží postupně množství odpadů, které vyprodukují a aby s tím co vyprodukují bylo nakládáno co nejšetrněji.

Tabulka 5. Porovnání aktivit v rámci CSR soukromých a veřejných subjektů

Indikátory společenské odpovědnosti	Ekonomická oblast		Sociální oblast			Environmentální oblast		Ostatní aktivity	
	Monitoring vztahů mezi zaměstnanci	Vztahy se zákazníky a dodavateli	Vzdělání zaměstnanců	Rotace práce	Další sociální záležitosti	Třídění a recyklace	Úspora energií	Sponzoring	Dárčovství
Veřejné subjekty	2,7	2,3	2,3	3,3	4	2,7	2,3	4	4
Soukromé subjekty	2,5	1,5	2,5	1,5	2,5	2,3	2,2	3	2,8

Zdroj: vlastní zpracování na základě řízených rozhovorů

Následně jsou v kapitolách, dle rozdělení oblastí porovnány jednotlivé body.

7.1. Ekonomická oblast

Z uskutečněných řízených rozhovorů vyplývá, že soukromé subjekty mají větší ochotu a snahu pomoci než subjekty veřejné. Naopak soukromé podniky vytvořily dojem, že se svými aktivitami, které uskutečňují navrch svých každodenních činností, rádi pochlubí. Tento fakt umocňuje i skutečnost, že pro soukromé subjekty jsou spokojení zákazníci klíčovým faktorem. Provádí svou činnost především za účelem dlouhodobého dosahování zisku, jak již bylo zmíněno. Spokojený zákazník služby bude využívat či nakupovat produkt opakovaně a je zde předpoklad, že své doporučení bude šířit dál a to přiláká nové zákazníky. Ve veřejném sektoru je to ovšem trochu jinak. Jeho existence nezávisí na spokojenosti zákazníků. Ano, měla by to být služba pro občany, kterou potřebují a nikdo jiný mu ji neposkytne takže se musí kolikrát vrátit i když přístup není vždy vstřícný.

Snahy o transparentnost, neboli snahy o to, aby zaměstnanci byli informováni o dění v podniku jsou v zřejmé především u soukromých podniků. Nelze ovšem tvrdit, že dotazované veřejné subjekty nejsou transparentní. I na základě zákona mají tuto povinnost. V praxi to ovšem znamená velkou trpělivost a přesnou specifikaci kladených dotazů a požadavků na informace.

7.2. Sociální oblast

V této oblasti jsou nejdůležitější zaměstnanci. Všechny dotazované subjekty uvádí, že jim není lhostejná atmosféra na pracovišti. Monitoring vztahů je sice častější u soukromých subjektů, ale i veřejné subjekty usilují o to, aby vztahy mezi zaměstnanci byly kladné. Proto několikrát ročně pořádají různé teambuildingové akce, aby se kolektiv stmelil, upevnil, posílil. Tyto akce mají většinou sportovní charakter. Zaměstnanci spolu chodí například hrát hokej, bowling anebo fotbal. Dotazované soukromé podniky se nestarají jen o své zaměstnance. Tady je nutné zmínit, že se najdou i takové podniky, které vyhledávají lidi v nouzi a snaží se jim pomoci. Jsou jimi například lidé bez domova. Pomoc nemusí být pouze finanční, může mít podobu hmotnou ve formě jídla, pití či jiných potřebných věcí anebo nabídek brigády s jednoduchou pracovní náplní.

Stmelovacím prvkem mohou být i kurzy a školení mimo svá pracoviště, jak uvádí veřejné subjekty. V případě možnosti rozvoje a dalšího vzdělání jsou veřejné subjekty pečlivější. Některé kurzy a vzdělávací školení jsou pro většinu z nich povinná. To ale neznamená, že sami zaměstnanci nemají možnost dalšího rozvoje z vlastní iniciativy. Takové

možnosti jsou zaměstnancům poskytovány především z oblasti informačních technologií, legislativy, ale i komunikačních dovedností.

Rozvoj a případná rekvalifikace z vlastní iniciativy zaměstnanců je běžná u všech dotazovaných subjektů. Proto někteří jsou svým zaměstnancům, v případě, že projeví zájem, ochotni poskytnout finanční podporu či vytvořit vhodné podmínky pro rozvoj znalostí prostřednictvím školení anebo seminářů. Ovšem i podniky samotné nabízí svým zaměstnancům možnosti dalšího vzdělání, například jazykové kurzy.

Do této kapitoly lze zařadit i pestrost pracovní náplně zaměstnanců, která je důležitá především z důvodu uchování duševního zdraví zaměstnanců. Co se týče pestré náplně práce, u veřejných subjektů není práce tak různorodá a pestrá. Soukromé podniky se starají o to, aby pracovní náplň nebyla monotónní a zabránilo se tak každodennímu stereotypu.

7.3. Environmentální oblast

Nejvíce aktivit, které v rámci společenské odpovědnosti dělají dotazované subjekty, je z oblasti environmentální. Objevují se snahy o redukci produkovaných odpadů či jednorázové odpady nahrazovat těmi vratnými. V případě, že se jedná o produkci jednorázových, se většina subjektů snaží poctivě třídít. Lhostejné jim není ani to, co se s odpady děje posléze. Navíc se starají i o místa, která jsou pro separaci odpadu určená. Převážná většina soukromých subjektů je sama ochotna investovat svůj čas, a mnohdy i vynaložit finanční prostředky na to, aby s odpadem z jejich podniku bylo nakládáno co nejšetrněji, nejekologičtěji nebo aby byl dále využit, pokud je to alespoň trochu možné.

I činnosti k úspoře energií jsou velice časté a to u všech subjektů. Nejenže se používají produkty ke každodenní činnosti z recyklovaných materiálů, například i hygienické pomůcky či kancelářský papír, ale energii spoří ku příkladu i pomocí úsporných žárovek. Najdou se i subjekty, které používají spořiče vody a nebo aby zabránili plýtvání pitnou vodou, pomocí různých zádržových systémů chytají a schraňují dešťovou vodu. Nashromážděná voda je následně využívána při běžných každodenních úkonech jako voda užitková. Mezi další prvky patří výroba energetické energie pomocí solárních panelů či fotovoltaiky, jež si firmy instalují na střechy svých podniků. Najdeme i výjimky, které vyrábí teplo olejovými kamny a zpracovávají tak přepálený olej. Ten by také mohl skončit ku příkladu v čističce odpadních vod.

Veřejné subjekty do svých aktivit zahrnují i dobrovolníky, jež jim pomáhají s organizací a při přípravě projektů, a následně i občany. Svá města a území se snaží zvelebovat zelení

a vytvořenými jezery či malými vodními nádržemi. Programy s cílem naučit obyvatele, jak třídít to nekončí. Města se neustále snaží rozšiřovat místa, pro sběr odpadu, dostupnost těchto míst a věnují náležitou péči o jejich čistotu a dostatečný odvoz. Náležitou péči věnují i tomu, kam se odpad následně odváží, a proto jsou neustálé snahy o vybudování recyklačních center či inovace a rozšiřování těch stávajících.

7.4. Ostatní aktivity

Veřejné subjekty se k této oblasti nevyjádřili, respektive neuvedli žádný z příkladů dárcovství či sponzoringu. Proto se lze domnívat, že tyto aktivity nevykonávají, nemají na ně potřebné prostředky či pro ně nejsou podstatné. Naproti tomu u soukromých subjektů lze uvést podniky, jež se těmto aktivitám věnují, třebaže některé sporadicky.

Závěr

Začátek práce je věnován charakteristice základních pojmů a definicím. Vyplyvá z ní, že založit si podnik není nic těžkého. V případě, že má člověk, či skupina lidí vizi je může podnik snadno založit a začít podnikat. Je ovšem velmi pestrá škála forem podniků, které si lze zvolit.

V praktické části bylo nutné nejprve se s dotazovanými subjekty seznámit. Díky rozhovorům s jednatelem, zástupci vybraných firem, tiskovými mluvčími a tajemníky městských úřadů vybraných veřejných subjektů, bylo možné prozkoumat současnou situaci v oblasti společenské odpovědnosti.

V případě veřejných subjektů, byly rozhovory více strohé a zabraly méně času. V rozhovoru byly nastíněny pouze základní okruhy a jejich nejzajímavější činnost. Pro odpovědi na další otázky uvedli dotazovaní webové stránky či dokumenty, které se s tématem pojí.

Na základě rozhovorů se zástupci soukromých subjektů bylo poskytnuto informací mnohem více. Ovšem i zde bylo nutné si některé informace dohledat na internetových stránkách jednotlivých firem. U všech subjektů rozhovory nebyly vedeny formou otázka-odpověď, ale byla to plynulá konverzace, při níž jsem se snažila navádět dotazované do příslušné oblasti, aniž bych kladla přímé otázky s cílem zjistit, zda si dotazovaní uvědomují co do dané oblasti spadá. Na případné nezodpovězené otázky bylo nezbytné se doptat.

Bohužel se ukázalo, že ač obě dvě sféry, veřejná i soukromá, uplatňují CSR tak ochota sdílnosti je velice rozdílná. U soukromých podniků je vidět, že se svými aktivitami, které dělají navrch svých povinností rádi pochlubí a čas, který by strávili vyprávěním o nich je dlouhý. Kdež to u organizací veřejné správy je vidět, že některé činnosti jsou dělány pouze z povinnosti a žádnou radost či lepší pocit, že dělají něco pro zkvalitnění tu rozhodně znát není. Nejde o to, že by takové kroky nečinily, problémem může být i fakt, že jsou k tomu z velké části tlačeni legislativou a prostor pro vlastní nápady a činy je malý.

Cílem této práce bylo vyhodnotit společenskou odpovědnost firem a subjektů veřejné správy ve vybraném regionu. Veřejné subjekty jednají v dle konceptu CRS, a to nejen na základě legislativy. Výzkum ovšem ukázal, jak může být cesta k potřebným informacím delší než v případě soukromých podniků. Dotazované soukromé subjekty mnohdy jednají dle principů společenské odpovědnosti, aniž by si to častokrát uvědomovaly, což je jednoznačně nejdůležitějším poznatkem výzkumu. Proto se domnívám, že nové poznatky a rozvoj společenské odpovědnosti může přicházet nejen od odborníků také především z praxe. Důvodem neznalosti je pravděpodobně to nedostatek prostoru. Ani jeden z dotazovaných nemá

příslušné podnikatelsky zaměřené vzdělání. Někteří dotazovaní o svých činnostech vyprávěli s nadšením a bylo opravdu zřejmé, že je činnost, jež je nad rámec jejich povinností, baví a přináší jim radost. Tzn. cíle práce byly splněny.

Na druhou stranu, zklamáním byl fakt, že jsou v dnešní době ještě podniky, které otázka ochrany životního prostředí a jiné environmentální problémy nezajímají. V souvislosti se špatnou situací pandemie COVID-19 se lze domnívat, že se kvůli pandemii rapidně zhorší. A to pro celou ekonomiku České republiky, podniky i ekonomiky celého světa. Je možno předpokládat, že podniky nejenže nebudou mít prostor pro další rozvoj a aktivity v oblasti CSR, ale v horším případě se také budou potýkat s existenčními problémy.

Zdroje

Použitá literatura

1. BUCHTA, Miroslav, 2011. *Nauka o podniku: distanční opora*. Vyd. 2. Pardubice: Univerzita Pardubice. ISBN 978-80-7395-384-3.
2. HENDRYCH, Dušan, 2014. *Správní věda: teorie veřejné správy*. 4., aktualiz. vyd. Praha: Wolters Kluwer,. ISBN 978-80-7478-561-0.
3. KAŠPAROVÁ, Klára a Vilém KUNZ, 2013. *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*. Praha: Grada. Management. ISBN 978-80-247-4480-3.
4. KUNZ, Vilém, 2012. *Společenská odpovědnost firem*. Praha: Grada. Expert. ISBN 978-80-247-3983-0.
5. Ministerstvo vnitra, 2016. *Příručka CSR pro veřejnou správu aneb jak se chovat společensky odpovědně*. Národní středisko podpory kvality. ISBN 978-80-02-02702-7
6. PAVLÍK, Marek, Karel ŠIMKA, Josef POSTRÁNECKÝ a Richard POMAHAČ, 2020. *Moderní veřejná správa: zvyšování kvality veřejné správy, dobrá praxe a trendy*. Praha: Wolters Kluwer. ISBN 978-80-7598-048-9.
7. PAVLÍK, Marek a Martin BĚLČÍK, 2010. *Společenská odpovědnost organizace: CSR v praxi a jak s ním dál*. Praha: Grada. Manažer. Management. ISBN 978-80-247-3157-5.
8. PELIKÁNOVÁ, Irena, 1998. *Obchodní právo. 1. díl*. 2. vyd., přeprac. Praha: Codex Bohemia, ISBN 80-85963-58-2.
9. PELIKÁNOVÁ, Irena, 1998. *Obchodní právo. 2. díl*. 2. vyd., přeprac. Praha: Codex Bohemia. ISBN 80-85963-59-0.
10. SEKNIČKA, Pavel a Anna PUTNOVÁ, 2016. *Etika v podnikání a hodnoty trhu*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-271-9147-5
11. SYNEK, Miloslav, 2000. *Podniková ekonomika*. Vyd. 2. Praha: C.H. Beck. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 80-7179-388-4.
12. TETŘEVOVÁ, Liběna, 2017. *Společenská odpovědnost firem společensky citlivých odvětví*. Praha: Grada Publishing. Expert. ISBN 978-80-271-0285-3.
13. WÖHE, Günter a Eva KISLINGEROVÁ, 2007. *Úvod do podnikového hospodářství*. 2., přeprac. a dopl. vyd. V Praze: C.H. Beck. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7179-897-2

14. ZADRAŽILOVÁ, Dana, 2010. *Společenská odpovědnost podniků: transparentnost a etika podnikání*. V Praze: C.H. Beck. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7400-192-5.

Internetové zdroje

1. Army Častolovice, 2021 [online]. *Army Častolovice*. [cit. 13.04.2021]. Dostupné z: <http://www.armycastolovice.cz>
2. Autopotahy na míru - Přesné autopotahy, 2015 [online]. *Autopotahy na míru - Přesné autopotahy*. [cit. 13.04.2021]. Dostupné z: <http://www.presneautopotahy.cz>
3. Carroll A.B., 1999. *Corporate Social Responsibility Evolution of a Definitional Construct* [online]. BUSINESS & SOCIETY, Vol. 38 No. 3. [cit. 01.12.2020]. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/000765039903800303>
4. Česko 2017, Zákon č. 17/1992 Sb., o životním prostředí [online]. *Zákony pro lidi - Sběrka zákonů ČR v aktuálním konsolidovaném znění* [cit. 09.03.2021]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1992-17>
5. Česko 2021, Zákon č. 76/2002 Sb., o integrované prevenci o omezování znečišťování, o integrovaném registru znečišťování a o změně některých zákonů [online]. *Zákony pro lidi - Sběrka zákonů ČR v aktuálním konsolidovaném znění, s.r.o.* [cit. 13.04.2021]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2002-76>
6. Česko 2017, Zákon č. 77/1997 Sb., o státním podniku [online]. *Zákony pro lidi - Sběrka zákonů ČR v aktuálním konsolidovaném znění*. [cit. 03.02.2021]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1997-77>
7. Česko 2021, 89/2012 Sb., Zákon občanský zákoník [online]. *Zákony pro lidi - Sběrka zákonů ČR v aktuálním konsolidovaném znění*. [cit. 28.11.2020]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-89?text=502>
8. Česko 2021, Zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních společnostech a družstvech (zákon o obchodních korporacích) [online]. *Zákony pro lidi - Sběrka zákonů ČR v aktuálním konsolidovaném znění*. [cit. 09.02.2021]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-90?text=akciová%20společnost>
9. Česko 2021, Zákon č. 254/2001 Sb., o vodách a o změně některých zákonů [online]. *Zákony pro lidi - Sběrka zákonů ČR v aktuálním konsolidovaném znění*. [cit. 13.04.2021]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2001-254>
10. Česko 2021, Zákon č. 304/2013 Sb., o veřejných rejstřících právnických a fyzických osob

- [online]. Zákony pro lidi - Sbírka zákonů ČR v aktuálním konsolidovaném znění. [cit. 09.02.2021]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2013-304?text=státn%C3%AD%20podnik>
11. Česko 2001, Zákon č. 305/2000 Sb., *Zákon o povodích* [online]. Zákony pro lidi - Sbírka zákonů ČR v aktuálním konsolidovaném znění [cit. 22.02.2021]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2000-305>
 12. Česko 2021, Zákon č. 455/1991 Sb., *o živnostenském podnikání* [online]. Zákony pro lidi - Sbírka zákonů ČR v aktuálním konsolidovaném znění [cit. 21.02.2021]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1991-455>
 13. Česko 2021, Zákon č. 541/2020 Sb., *o odpadech*. Zákony pro lidi - Sbírka zákonů ČR v aktuálním konsolidovaném znění [online]. [cit. 13.04.2021]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2020-541/zneni-20210101>
 14. Český statistický úřad [online]. *Charakteristika správního obvodu Litomyšl ČSÚ* [cit. 13.04.2021]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/x/charakteristika_spravniho_obvodu_litomysl
 15. Český statistický úřad [online]. *Charakteristika správního obvodu Vysoké Mýto. ČSÚ* [cit. 13.04.2021]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/x/charakteristika_spravniho_obvodu_vysoke_myto
 16. Co je CSR - Business Leaders Forum [online]. *Homepage - Business Leaders Forum*. [cit. 28.11.2020]. Dostupné z: <https://www.csr-online.cz/co-je-csr/>
 17. Komise EU, 2014 [online]. EUR-Lex — Access to European Union law [cit. 08.04.2021]. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:32014R1253&from=EN>
 18. Směrnice o odpovědnosti za životní prostředí Ochrana přírodních zdrojů Evropy, 2013 [online]. European Commission [cit. 08.04.2021]. ISBN 978-92-79-29750-2. Dostupné z: https://ec.europa.eu/environment/legal/liability/pdf/eld_brochure/CS.pdf
 19. FerGastro s.r.o. Sloupnice, 2021 [online]. *Prodej vyzrálého hovězího masa | FerGastro s.r.o. Sloupnice*. [cit. 04.04.2021]. Dostupné z: <http://prodejzestatku.cz>
 20. FRANZ, Pavel; NEZHYBA, Jiří a HEYDENREICH, Cornelia, 2006 [online]. *Když se bere společenská odpovědnost vážně. GARDE - responsibility.cz* [cit. 09.03.2021]. ISBN: 80-86544-08-7 Dostupné z: http://www.responsibility.cz/fileadmin/responsibilityupload/Kdyz_se_bere_CS_SR_vazne.pdf
 21. Internetová prodejna s elektromotory, náhradními díly, pro kutily, firmy a podnikatele, 2021

- [online]. *Internetová prodejna s elektromotory, náhradními díly, pro kutily, firmy a podnikatele*. [cit. 22.03.2021]. Dostupné z: <https://www.elektro-motory.cz/>
22. PREUSS, Ondřej, 2020 [online]. *Jak na zápis do obchodního rejstříku* | Dostupný advokát. [cit. 01.04.2021]. Dostupné z: <https://dostupnyadvokat.cz/blog/jak-na-zapis-do-obchodniho-rejstriku>
23. PREUSS, Ondřej, 2020 [online]. *Jak Nový občanský zákoník definuje podnikání*. iPodnikatel.cz. [cit. 01.04.2021]. Dostupné z: <https://www.ipodnikatel.cz/jak-novy-obcansky-zakonik-definuje-podnikani/>
24. Ministerstvo vnitra, 2020 [online]. *Kvalitní správa - kvalitní služby, spokojení občané*. [cit. 13.04.2021] Dostupné z: <http://kvalitavs.cz/csr-spolecenska-odpovednost-organizaci/>
25. Město Litomyšl, 2021[online]. *Město Litomyšl: Moderní historické město*. [cit. 20.04.2021]. Dostupné z: <https://www.litomysl.cz/obcan>
26. Město Vysoké Mýto, 2021 [online]. *Město Vysoké Mýto - oficiální stránky*. [cit. 20.04.2021]. Dostupné z: <https://www.vysoke-myto.cz>
27. GREEN PAPER: Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility, 2001 [online]. European Commission. European Commission [cit. 01.12.2020]. Dostupné z: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/DOC_01_9
28. Rotace práce (Job Rotation), 2016 [online]. *ManagementMania.com*. [cit. 13.04.2021]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/rotace-prace> ISSN 2327-3658
29. SKI Přívrat, 2021 [online]. *SKI Přívrat*. [cit. 04.04.2021]. Dostupné z: <https://www.ski-privat.cz>
30. Slovník pojmů - Business Leaders Forum [online]. *Homepage - Business Leaders Forum* [cit. 01.12.2020]. Dostupné z: <https://www.csr-online.cz/co-je-csr/slovník-pojmu/>
31. ZÁMEČNÍK, Jiří, ČERVINKOVÁ, Alena, JANECKÁ, Ivona a RŮŽIČKOVÁ, Pavlína, 2015 [online]. *Strategie území správního obvodu ORP Litomyšl v oblasti předškolní výchovy a základního školství, sociálních služeb, odpadového hospodářství a cestovního ruchu*. Svaz měst a obcí České republiky. [cit. 08.04.2021]. Dostupné z: <https://www.smocr.cz/shared/clanky/5342/Litomysl.pdf>
32. TRNKOVÁ, Jana, 2004 [online]. *Společenská odpovědnost firem*. Kompletní průvodce tématem & závěry z průzkumu v ČR - PDF Free Download. Představujeme Vám pohodlné a bezplatné nástroje pro publikování a sdílení informací. [cit. 09.03.2021]. Dostupné z: <https://docplayer.cz/3196472-Spolecenska-odpovednost-firem-kompletni-pruvodce-tematem-zavery-z-pruzkumu-v-cr.html>
33. Udržitelný rozvoj - Ministerstvo životního prostředí, 2017 [online]. *Ministerstvo životního*

- prostředí*. [cit. 09.03.2021]. Dostupné z: https://www.mzp.cz/cz/udrzitelny_rozvoj
34. United Nations Sustainable Development, 2015 [online]. *17 Goals to Transform Our World*. Welcome to the United Nations Dostupné z: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/>
35. Vzduchotechnika Veselý s.r.o., 2019 [online]. *Vzduchotechnika Veselý s.r.o.* [cit. 22.03.2021]. Dostupné z: <https://www.vesely-sro.cz>

Řízené rozhovory

1. KUBIŠTOVÁ, Jana. Řízený rozhovor s jednatelkou firmy FerGastro s. r. o., na téma společenská odpovědnost. Ve Sloupnici 31. 3. 2021
2. LNĚNIČKOVÁ, Marie. Řízený rozhovor s tiskovou mluvčí Městského úřadu Vysoké Mýto, na téma společenská odpovědnost. Ve Sloupnici 24. 3. 2021
3. MENCLÍK, Miloš. Řízený rozhovor s majitelem firmy SKI Přivrat s. r. o. na téma společenská odpovědnost. Ve Sloupnici 31. 3. 2021
4. PIRKLOVÁ, Věra. Řízený rozhovor s tajemnicí Městského úřad České Třebové, na téma společenská odpovědnost. Ve Sloupnici 23. 3. 2021
5. SEIFERTO VÁ, Lenka. Řízený rozhovor se zaměstnankyní Elektro-Motory s. r. o., na téma společenská odpovědnost. Ve Sloupnici 31. 3. 2021
6. ŠMEJDÍŘ, Miroslav. Řízený rozhovor s majitelem firmy Š+Š DESIGN s. r. o., na téma společenská odpovědnost. Ve Sloupnici 31. 3. 2021
7. TONAR, Jiří. Řízený rozhovor s majitelem firmy ARMY TREMP s. r. o, na téma společenská odpovědnost. Ve Sloupnici 30. 3. 2021
8. VESELÝ, Miloš. Řízený rozhovor s majitelem firmy Vzduchotechnika Veselý s. r. o., na téma společenská odpovědnost. Ve Sloupnici 31. 3. 2021
9. VOJÁČEK, Michele. Řízený rozhovor s tiskovým mluvčím Městského úřadu Litomyšl, na téma společenská odpovědnost. Ve Sloupnici 23. 3. 2021