

Univerzita Pardubice  
Fakulta ekonomicko-správní

Vliv covid-19 na společenskou odpovědnost firem působících v automobilovém  
průmyslu

Bakalářská práce

2021

Karolína Valenová

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

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

Jméno a příjmení: **Karolína Valenová**  
Osobní číslo: **E17282**  
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**  
Studijní obor: **Management podniku: Management malých a středních podniků**  
Téma práce: **Vliv covid-19 na společenskou odpovědnost firem působících v automobilovém průmyslu**  
Zadávací katedra: **Ústav podnikové ekonomiky a managementu**

### Zásady pro vypracování

Cílem práce je analyzovat CSR vybraných firem působících v automobilovém průmyslu v ČR v současné době ovlivněné pandemií covid-19.

Osnova:

- Vymezení základních pojmů z oblasti společenské odpovědnosti firem (CSR).
- Charakteristika automobilového průmyslu v ČR.
- Analýza CSR aktivit v automobilovém průmyslu v ČR.
- Zhodnocení a doporučení vlastních návrhů pro zlepšení.
- Formulace závěru.

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

**Seznam doporučené literatury:**

BEAL, Brent D. Corporate social responsibility: definition, core issues, and recent developments. Los Angeles: Sage Publications, 2014. ISBN 978-1-4522-9156-7.  
BOHATÁ, Marie. Česká cesta k podnikatelské etice. Brno: Barrister & Principal, 2020. ISBN 978-80-7364-108-5.  
KAŠPAROVÁ, Klára a Vilém KUNZ. Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování. Praha: Grada, 2013. Management. ISBN 978-80-247-4480-3.  
KUNZ, Vilém. Společenská odpovědnost firem. Praha: Grada, 2012. Expert. ISBN 978-80-247-3983-0.  
WERTHER, William B. a David CHANDLER. Strategic corporate social responsibility: stakeholders in a global environment. 2nd ed. Los Angeles: Sage Publications, c2011. ISBN 978-1-4129-7453-0.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. et Ing. Barbora Zemanová, Ph.D.**  
Ústav podnikové ekonomiky a managementu

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. Marcela Kožená, Ph.D.**  
vedoucí ústavu

V Pardubicích dne 1. září 2020

Prohlašuji:

Práci s názvem „Vliv covid-19 na společenskou odpovědnost firem působících v automobilovém průmyslu“ 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 30. 04. 2021

Karolína Valenová v.r.

## **PODĚKOVÁNÍ**

Tímto bych ráda poděkovala své vedoucí Ing. et Ing. Barboře Zemanové Ph.D. za cenné rady, ochotu a trpělivost při zpracování této bakalářské práce.

## **ANOTACE**

Bakalářská práce se zabývá vlivem onemocnění covid-19 na společenskou odpovědnost firem působících v automobilovém průmyslu v České republice. V první části práce jsou vymezeny základní pojmy týkající se problematiky společenské odpovědnosti firem a automobilového průmyslu. Dále práce popisuje CSR aktivity v automobilovém průmyslu a následně zkoumá vliv covid-19 na tyto aktivity, které poté vyhodnocuje a navrhuje doporučení.

## **KLÍČOVÁ SLOVA**

společenská odpovědnost firem, automobilový průmysl, Česká republika, Škoda, Hyundai, Toyota, covid-19, pandemie

## **TITLE**

The impact of covid-19 on the social responsibility of companies operating in the automotive industry.

## **ANNOTATION**

The bachelor's thesis deals with the impact of covid-19 on the social responsibility of companies operating in the automotive industry in the Czech Republic. The first part of the thesis defines the basic concepts related to the issue of corporate social responsibility and the automotive industry. Then, the thesis describes CSR activities in the automotive industry and examines the covid-19 impact on these activities, which evaluates and offers recommendations.

## **KEYWORDS**

corporate social responsibility, automotive industry, Czech Republic, Skoda, Hyundai, Toyota, covid-19, pandemic

# OBSAH

ÚVOD.....	10
<b>1 SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST FIREM.....</b>	<b>11</b>
1.1 KONCEPT CSR.....	11
1.2 DEFINICE CSR.....	12
1.3 CHARAKTERISTICKÉ ZNAKY.....	12
1.4 PILÍŘE CSR.....	13
1.4.2 Ekonomický pilíř.....	15
1.4.3 Sociální pilíř.....	16
1.4.4 Environmentální pilíř.....	17
1.5 SOUVISEJÍCÍ KONCEPCE A POJMY.....	17
1.5.1 Zainteresované strany.....	17
1.5.2 Reportování.....	18
1.5.3 Výhody CSR.....	19
1.5.4 Kritika CSR.....	20
1.5.5 Organizace podporující a propagující CSR.....	20
1.5.6 Ocenění pro společensky odpovědné organizace v ČR.....	21
1.5.7 Podnikatelská etika.....	22
<b>2 AUTOMOBILOVÝ PRŮMYSL ČR.....</b>	<b>24</b>
2.1 ŠKODA AUTO, A.S.....	25
2.2 HYUNDAI MOTOR MANUFACTURING CZECH, S. R. O.....	26
2.3 TOYOTA MOTOR MANUFACTURING CZECH REPUBLIC, S.R.O.....	27
<b>3 ANALÝZA CSR AKTIVIT V AUTOMOBILOVÉM PRŮMYSLU ČR.....</b>	<b>28</b>
3.1 ŠKODA AUTO, A. S.....	28
3.2 HYUNDAI MOTOR MANUFACTURING CZECH, S. R. O.....	31
3.3 TOYOTA MOTOR MANUFACTURING CZECH REPUBLIC, S.R.O.....	32
<b>4 VLIV COVID-19 NA CSR AUTOMOBILOVÉHO PRŮMYSLU ČR.....</b>	<b>36</b>
4.1 COVID-19 A ŠKODA AUTO, A. S.....	36
4.2 COVID-19 A HYUNDAI MOTOR MANUFACTURING CZECH, S. R. O.....	38
4.3 COVID-19 A TOYOTA MOTOR MANUFACTURING CZECH REPUBLIC, S.R.O.....	39
4.4 SHRUTÍ.....	40
<b>5 ZHODNOCENÍ A DOPORUČENÍ VLASTNÍCH NÁVRHŮ PRO ZLEPŠENÍ.....</b>	<b>41</b>
ZÁVĚR.....	44
POUŽITÁ LITERATURA.....	45

## SEZNAM ILUSTRACÍ

Obrázek 1: Carrollova Pyramida .....	11
Obrázek 2: Pilíře CSR.....	13
Obrázek 3: Cíle OSN .....	14
Obrázek 4: Zainteresované strany.....	18
Obrázek 5: Zastoupení výrobců automobilů ČR .....	25
Obrázek 6: Logo Škoda .....	26
Obrázek 7: Logo Hyundai.....	26
Obrázek 8: Logo Toyota .....	27

## SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Oblasti ekonomického pilíře.....	15
Tabulka 2: Oblasti sociálního pilíře.....	16
Tabulka 3: Oblasti environmentálního pilíře .....	17
Tabulka 4: Klíčová témata Škoda Auto, a.s.....	28
Tabulka 5: Klíčová témata Hyundai .....	31
Tabulka 6: Klíčová témata Toyota.....	33



## SEZNAM ZKRATEK A ZNAČEK

a.s.	akciová společnost
atd.	a tak dále
CSR	Corporate social responsibility (Společenská odpovědnost firem)
CZ	Česká republika
ČR	Česká republika
BLF	Business Leaders Forum
EU	Evropská unie
GRI	Global Reporting Initiative
HMMC	Hyundai Motor Manufacturing Czech
Kč	Koruna česká
OECD	Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj
o.p.s.	obecně prospěšná společnost
OSN	Organizace spojených národů
spol.	společnost
s.r.o.	společnost s ručením omezeným
TMMCZ	Toyota Motor Manufacutiring Czech Republic
TPCA	Toyota Peugeot Citroën Automobile Czech
tzv.	takzvaně
USA	Spojené státy americké
v.o.s.	veřejná obchodní společnost
z.s.	zapsaný spolek

## ÚVOD

Společenská odpovědnost firem je v současné době neoddělitelnou součástí automobilového průmyslu, jelikož současný trend podnikání necílí pouze na zisk firmy, ale také na péči o své zaměstnance a dopad svého podnikání na životní prostředí.

Současná společenská odpovědnost firem je však ohrožována onemocněním covid-19, které se postupně rozšířilo během krátké doby po celém světě. Od konce roku 2019 se svět nachází v pandemii, která zasáhla světové ekonomiky. Covid-19 se tedy stal novodobým pojmem, který se za krátkou chvíli zařadil do každodenní komunikace a běžného života. Výrobní podniky jsou si vědomy závažností onemocnění covid-19 a jsou nuceny činit opatření na všech úrovních podnikání, a to i v oblasti CSR.

**Cílem práce je** analyzovat CSR vybraných firem působících v automobilovém průmyslu v ČR v současné době ovlivněné pandemií covid-19.

V první kapitole se bakalářská práce zabývá společenskou odpovědností, tedy jejím konceptem, definicí, charakteristickými znaky a důležitými pojmy a koncepcemi souvisejícími s problematikou CSR.

Druhá kapitola definuje automobilový průmysl v České republice a představuje společnosti, které mají významný vliv na českou ekonomiku a jsou společensky odpovědné. Jedná se celkem o tři automobilové výrobce.

Třetí kapitola práce analyzuje aktivity společensky odpovědných firem, které jsou již definovány, a to na základě reportů a veřejně dostupných informací.

Ve čtvrté kapitole jsou analyzovány zjištěné aktivity společensky odpovědných firem v automobilovém průmyslu v České republice.

Pátá a tím i závěrečná kapitola zhodnocuje výsledky zjištěné v předchozí čtvrté kapitole a podává doporučení pro zlepšení.

# 1 SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST FIREM

V první kapitole práce je vymezen koncept CSR a definice CSR. Dále kapitola charakterizuje znaky CSR, pilíře CSR a v neposlední řadě uvádí koncepce a pojmy související se společenskou odpovědností firem.

## 1.1 Koncept CSR

První zmínky o CSR (Corporate Social Responsibility) tedy společenské odpovědnosti firem je možné pozorovat již od 19. století, kdy obchodní magnát, majitel ocelářské společnosti a významný filantrop Andrew Carnegie publikoval v časopise North American Review článek „Evangelium bohatství“. [55] Svým článkem vyzval bohaté, aby využívali své bohatství ke zlepšování společnosti a tím podnítili vlnu filantropie (dobročinnosti). [69]

Avšak za průkopníka konceptu společenské odpovědnosti je považován Howard Rothmann Bowen. [10] Bowen totiž ve své publikaci „Social Responsibilities of the Businessman“ vydané v roce 1953 poprvé definoval koncept CSR jako „závazky podnikatele uskutečňovat takové postupy, přijímat taková rozhodnutí nebo následovat takový směr činnosti, které jsou žádoucí z hlediska cílů a hodnot naší společnosti“. [11]

V neposlední řadě je nezbytné také zmínit současného amerického autora a badatele Archibalda B. Carrola, který v roce 1979 přispěl ke konceptualizaci CSR, a to definováním čtyřúrovňového modelu. [10] Jeho čtyřúrovňový model tzv. Carrollova pyramida se soustředí na čtyři základní oblasti, které do té doby byly většinou považovány za vzájemně se vylučující. [9] Na následujícím Obrázku 1 je možné vidět, že první a nejvyšší oblastí je odpovědnost dobrovolná (později přejmenována na odpovědnost filantropickou) dále etická odpovědnost, zákonná odpovědnost a poslední ekonomická odpovědnost. [41]



Obrázek 1: Carrollova Pyramida

Zdroj: [10]

## 1.2 Definice CSR

CSR neboli Corporate Social Responsibility lze do českého jazyka přeložit jako společenská odpovědnost firem. [34] Od 19. století definice pojmu CSR prošla mnoha změnami a úpravami, nicméně zatím žádná přesná, jednotná, všeobecně platná a celosvětově uznávaná definice nebyla přijata. Tato nejednotnost definic je zapříčiněna tím, že neexistují žádné konkrétní hranice, které by vymezovaly společenskou odpovědnost a to proto, že je založena na dobrovolnosti a tím umožňuje různé interpretace. Mezi nejčastěji interpretované patří těchto pět následujících definic. [41]

Evropská unie v tzv. Zelené knize (diskusní dokumenty zveřejňované Evropskou komisí vztahující se k určité oblasti politiky, tématu) z roku 2001 poprvé definuje CSR jako „dobrovolné integrování sociálních a ekologických hledisek do každodenních firemních operací a interakcí s firemními stakeholders“. [19]

- Nevládní organizace Business for Social Responsibility říká, že „CSR je způsob podnikání, který odpovídá či jde nad rámec etických, zákonných, komerčních a společenských očekávání“. [39]

- Světová podnikatelská rada pro udržitelný rozvoj (WBCSD) definovala CSR jako „kontinuální závazek podniků chovat se eticky a přispívat k ekonomickému růstu a zároveň se zasazovat o zlepšování kvality života zaměstnanců a jejich rodin, stejně jako lokální komunity a společnosti jako celku“. [18]

- Sdružení Business Leaders Forum říká, že „CSR představuje dobrovolný závazek firem chovat se v rámci svého fungování odpovědně k prostředí i společnosti, ve které podnikají“. [53]

Ze všech výše uvedených definic je možné pozorovat fakt, že i když jednotlivé formulace znějí odlišně tak obsahují základní aspekty, kterými se shodují. Základem definic je tedy dobrovolnost, sociální oblast, ekonomická oblast, environmentální oblast a v neposlední řadě také stakeholderi (zainteresované strany). [41]

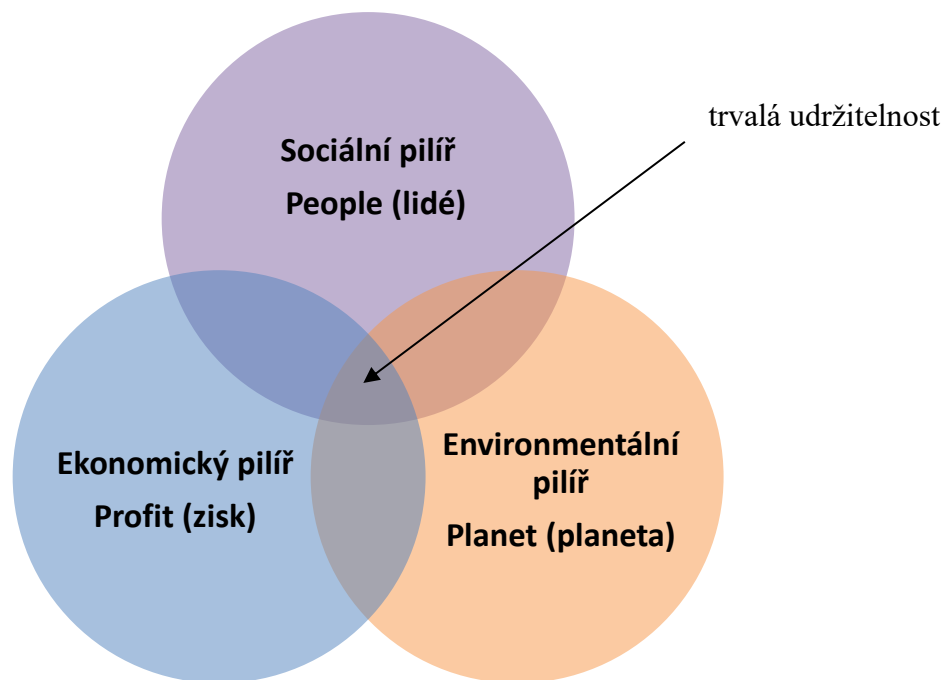
## 1.3 Charakteristické znaky

Jak již bylo řečeno v předchozí kapitole, tak koncept CSR není možné jednotně definovat (neexistuje jediná správná definice), avšak existují charakteristické znaky CSR, které se v definicích objevují nejčastěji:

- dobrovolnost – aktivity CSR jsou realizovány ze svého přesvědčení nad rámec legislativních povinností.
- spolupráce a dialogy se stakeholders – aktivní spolupráce se stakeholders vede k situacím ze, kterých profitují všechny zainteresované strany.
- systematicčnost a dlouhodobý časový horizont – společenská odpovědnost je závazek s dlouhodobým časovým horizontem, který sleduje jak krátkodobé, tak i dlouhodobé cíle a jejich udržitelnost.
- odpovědnost vůči společnosti a závazek firem přispívat k rozvoji kvality života – CSR aktivní firmy by měly projevovat zájem o své okolí a snažit se minimalizovat etické, sociální a environmentální rizika a hledat trvale udržitelná řešení. [41]

## 1.4 Pilíře CSR

Firmy využívající CSR opírají své strategie o základní tři pilíře tzv. trojí zodpovědnost. Podstatou trojí zodpovědnosti (v zahraniční literatuře triple-bottom-line) je směřovat jednání a chování firmy k ekonomickému růstu při zohledňování environmentálních a společenských aspektů podnikání. Také je možné se setkat s označením tři P, kde každé P znamená jeden pilíř (profit = ekonomický pilíř, people = sociální pilíř, planet = environmentální pilíř) viz Obrázek 2. [76]



Obrázek 2: Pilíře CSR

Zdroj: přepracováno dle [41]

### 1.4.1.1. Trvale udržitelný rozvoj

Trvale udržitelný rozvoj nebo také trvalou udržitelnost lze dle diplomatky, lékařky a političky Gro Harlem Brundtland definovat jako „takový způsob rozvoje, který uspokojuje potřeby přítomnosti, aniž by oslaboval možnosti budoucích generací naplňovat jejich vlastní potřeby“. [52] Brundtland tuto definici prezentovala v závěrečné zprávě Světové komise OSN pro životní prostředí a rozvoj v roce 1987 pod názvem „Naše společná budoucnost“. [77]

Cílem trvale udržitelného rozvoje je změnit lidské chování ve společnosti tak aby docházelo k rovnováze ekonomické, sociální a ekologické oblasti, tedy pilířů společenské odpovědnosti firem. [41] Dle předního odborníka na kvantifikaci obchodních hodnot strategií udržitelnosti Kanadana Boba Willarda lze přirovnat trvale udržitelný rozvoj k tzv. stoličce stojící na třech nohách (třech pilířích), kde je funkčnost zajištěna jedině a pouze při dodržování všech oblastí (pilířů). [87]

V České republice je trvale udržitelný rozvoj definován §6 zákona č. 17/1992 Sb., o životním prostředí, který říká že „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“. [4] Ve snaze podporovat udržitelnost Česká republika v roce 2015 přijala tzv. Strategický rámec Česká republika 2030, který přímo koresponduje se 17 přijatými cíli z programu OSN pro udržitelnější svět. Obrázek 3 představuje 17 cílů OSN pro udržitelný rozvoj.



Obrázek 3: Cíle OSN

Zdroj: [13]

## 1.4.2 Ekonomický pilíř

Ekonomický pilíř ve své podstatě nezahrnuje jen formy použití zisku, ale rovněž celkové chování firmy směrem ke stakeholders. Definuje to, že zisk má být tvořen v souladu s životním prostředím a společností. [54] Základní CSR aktivity v ekonomické oblasti jsou prezentovány v Tabulce 1.

Tabulka 1: Oblasti ekonomického pilíře

<b>CSR v ekonomické oblasti</b>
Kodex podnikatelského chování firmy
Transparentnost
Corporate governance
Odmítání korupce
Vztahy se stakeholders
Vztahy se zákazníky/spotřebiteli
Férový dodavatelský řetězec
Ochrana duševního vlastnictví

Zdroj: přepracováno dle [57]

### 1.4.2.1. Corporate governance

Pojem Corporate governance neboli v překladu správa řízení společnosti definuje vztahy mezi vedením společnosti, její radou, akcionáři a ostatními dotčenými subjekty také strukturu jejich orgánů a jak je plněn dohled nad její činností a dále definuje způsob, jakým jsou dosahovány cíle dané společnosti. Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (OECD) definuje určitá obecná pravidla pro Corporate governance, která slouží ke správnému řízení společnosti, ale vzhledem k velké rozmanitosti kultur, podniků atd. jsou pravidla OECD definována velmi obecně s tím, že až při jejich zavádění na národní úrovni se zohledňují veškeré tyto aspekty a poté je tak možné vytvořit pravidla nejlépe vyhovující danému prostředí podnikání. [17]

### 1.4.3 Sociální pilíř

Sociální pilíř se soustředí na přístup ke svým zaměstnancům a podporu rozvoje regionu. [57] Základní CSR aktivity v sociální oblasti jsou prezentovány v Tabulce 2.

Tabulka 2: Oblasti sociálního pilíře

CSR v sociální oblasti
Zdraví a bezpečnost zaměstnanců
Dodržování pracovních standardů
Vyvážení pracovního a osobního života
Zákaz dětské práce
Vzdělávání a rekvalifikace zaměstnanců
Zákaz diskriminace
Lidská práva
Firemní filantropie

Zdroj: přepracováno dle [57]

#### 1.4.3.1. Firemní filantropie

Firemní filantropie je pojem spadající pod oblast sociálního pilíře CSR. [42] Filantropie neboli lidumilnost (dobročinnost) představuje veškeré činnosti, které vedou k podpoře druhých osob (jednotlivec, skupina, organizace). K firemní filantropii je možné přistupovat dvěma přístupy, a to proaktivně a reaktivně. Proaktivní přístup spočívá ve vypracování určité konkrétní dárcovské strategie, kterou v jejím rámci aktivně podporuje. Reaktivní přístup naopak znamená, že firma čeká na oslovení od konkrétní organizace, skupiny či jednotlivce a až poté se rozhoduje, zda pomůže či nikoliv. [15] Nejčastější forma podpory ze strany společensky odpovědné firmy, konkrétnímu jednotlivci, organizaci či skupině je v podobě peněžního dárcovství. Výhodou peněžního dárcovství jsou možné daňové úlevy. [27] V České republice působí občanské fórum „Fórum dárců“, které zastřešuje dárce od roku 1997. [36] Významnými filantropy jsou v České republice manželé Vlčkovi, kteří založili vlastní rodinnou nadaci „Nadace rodiny Vlčkových“ a vložili do ní 1,5 miliardy korun, které budou sloužit k vybudování dětského hospice a střediska paliativní péče. [62]



#### 1.4.4 Environmentální pilíř

Environmentální oblast zahrnuje veškerou činnost, která je vykonávána za účelem ochrany životního prostředí. [56] Základní CSR aktivity v environmentální oblasti jsou prezentovány v Tabulce 3.

Tabulka 3: Oblasti environmentálního pilíře

CSR v environmentální oblasti
Redukce spotřeby vody, energií
Využívání ekologických produktů•
Redukce odpadů
Recyklace
Ochrana přírodních zdrojů

Zdroj: přepracováno dle [57]

#### 1.5 Související koncepce a pojmy

Podkapitola představuje důležité pojmy, které přímo souvisejí se společenskou odpovědností firem. Jedná se o zainteresované strany, reportování, podnikatelskou etiku, trvale udržitelný rozvoj, ocenění pro společensky odpovědné organizace v ČR a výhody a nevýhody CSR.

##### 1.5.1 Zainteresované strany

Pojem zainteresované (zúčastněné) strany nebo také stakeholders lze definovat jako všechny subjekty, skupiny či jednotlivce, které mají určitý vliv na chod firmy, nebo jsou přímo či nepřímo ovlivňováni jejím působením a fungováním. [3] Stakeholdery lze rozdělit na primární a sekundární, kde primární stakeholders (vlastníci, investoři, zákazníci, zaměstnanci atd.) jsou pro fungování podniku nepostradatelní a sekundární mají na podnik určitý vliv, ale nejsou nezbytní pro jeho přežití. [6] Dále lze stakeholders rozdělit na interní (uvnitř podniku) a externí (mimo podnik). [86] Následující obrázek 3 zobrazuje výčet základních stakeholders.



Obrázek 4: Zainteresované strany

Zdroj: [34]

### 1.5.2 Reportování

Reportování CSR aktivit je dobrovolná činnost CSR aktivní firmy, která pomocí reportů podává co nejobjektivnější zprávu o své společenské odpovědnosti. [53] CSR report podává stakeholderům a veřejnosti informace za uplynulé období, které mohou být impulsem pro vznik dialogů s nimi. Reportováním lze zvýšit zájem investorů a případných uchazečů o zaměstnání. [50] Reporty mohou mít podobu tištěnou, ale pro lepší přístup k reportu se volí elektronická forma, která umožňuje široké veřejnosti a stakeholderům neomezený přístup. [23]

Při tvorbě CSR reportů by měly být dodržovány základní principy, a to konkrétně:

- transparentnost – veřejný přístup a průhlednost informací [50];
- podstatnost;
- spolehlivost;
- úplnost informací;
- porovnatelnost;

- neutralnost;
- pravidelnost zveřejňování;
- srozumitelnost. [34]

Dle provedené studie společností KPMG hlavními důvody, proč reportovat je posílení reputace značky a etické důvody. V posledních letech však dochází k mnohem většímu zastoupení etických důvodů, a to především z neustále stupňujícího se tlaku ze strany stakeholderů. A důvody, proč některé společnosti nereportují jsou:

- neznalost problematiky – z důvodu neexistence konkrétního výkladu CSR, nepřehlednosti standardů upravujících CSR a jejich velkého počtu, dochází k nepochopení procesu reportování.
- očekávání zvýšení nákladů – pro reportování je potřeba mít určitý monitorovací systém, který stojí určité prvotní náklady, ale samotný monitorovací systém naopak může podniku přinést úspory, které do nákupu vynaložil.
- strach ze zveřejnění informací – dle výzkumu některé podniky nereportují o svých CSR aktivitách ze strachu, že zveřejní informace, které mohou potom vést ke zvýšení tlaku nevládních organizací na podnik, poškození image a negativním legislativním dopadům. [34]

### 1.5.3 Výhody CSR

Koncept společenské odpovědnosti firem poskytuje množství výhod a zisků především nefinančního rázu, a to jak velkým, tak i malým a středním podnikům. [54] CSR může přinést podniku výhody v podobě nových obchodních možností, zlepšení reputace společnosti, motivovat k větší produktivitě zaměstnance, zlepšit vztahy s okolím a uspořít náklady. [85]

- nové obchodní možnosti – pokud firma pravidelně informuje o svých aktivitách, dokáže si tím tak rozšířit počty svých zákazníků, jelikož přibývá zákazníků, kteří nakupují zásadně u společností chovajících se odpovědně ke společnosti i k životnímu prostředí.
- zlepšení reputace – dobrá pověst společnosti, značky i výrobků.
- motivovanější a produktivnější zaměstnanci – díky CSR aktivitám mohou zaměstnanci pociťovat hrdost, že právě pracují pro danou firmu, zvýší se tak loajalita zaměstnanců tím i jejich motivovanost a produktivita.

- lepší vztahy s okolím.
- úspora nákladů. [85]

#### 1.5.4 Kritika CSR

Ač se zdá, že společenská odpovědnost má samé výhody tak dle některých odborníků skýtá i nevýhody. [41] Znamý ekonom a držitel Nobelovy ceny Milton Friedman namítá, že zapojením se do CSR aktivit se firma nezaměřuje na splnění hlavního cíle, a to je navyšování firemního zisku. Konkrétně se vyjádřil tak že „jedinou společenskou odpovědností firmy je navyšování zisku“ a na jehož myšlenky navazuje profesor Aneel Karnani, který říká, že společenská odpovědnost je iluze dále že je buď neefektivní nebo irelevantní a existuje riziko v neodbornosti vedení. [5] Dalším kritikem konceptu CSR je politik a profesor Robert B. Reich, který ve své knize Superkapitalismus: Transformace obchodu, demokracie a každodenního života označil společenskou odpovědnost jako nebezpečné rozptýlení, které podkopává demokracii. [51] Robert B. Reich dokonce tvrdí, že firmy by měly od CSR naprosto upustit. [34]

#### 1.5.5 Organizace podporující a propagující CSR

Nejstarším představitelem organizace podporující a propagující CSR je Business Leaders Forum. BLF bylo založeno z iniciativy organizace The Prince of Wales International Business Leaders Forum v roce 1992 a je součástí mezinárodní organizace CSR Europe. BLF se věnuje společenské odpovědnosti firem, a proto sleduje aktuální trendy CSR v zahraničí a ty nejlepší poté implementuje do českého podnikatelského prostředí. Členové BLF jsou tedy české firmy a české pobočky nadnárodních firem. [47]

Fórum dárců je další organizací podporující CSR, a to konkrétně podporou rozvoje filantropie v České republice. [41] Organizace se aktivně účastní procesů, které legislativně směřují k prosazování a zlepšování podmínek pro dárcovství a rozvoje veřejně prospěšných aktivit v České republice. Dále je jedním ze zakládajících členů platformy Byznys pro společnost. Fórum dárců přispívá k formování dárcovského prostředí mnoha projekty jako jsou například:

- Darcovskasms.cz – projekt umožňuje drobným individuálním dárcům zasílat SMS zprávy pomocí, kterých lze finančně podporovat různé veřejně prospěšné projekty.

- Darujspravne.cz – projekt zjednodušuje komunikaci mezi dárcem a neziskovou organizací tím, že na crowdfundingovém portálu Darujspravne.cz lze vybírat z prověřených veřejně prospěšných projektů a poté přímo odeslat libovolnou finanční částku. [44]

Etické fórum České republiky, z.s. je dobrovolný, nezávislý, nepolitický spolek s působností po celé republice, který se zabývá vzděláváním pedagogů a zaměstnancům ve veřejné správě, a to konkrétně v oblasti etické výchovy dále fórum pořádá akreditované semináře, celostátní konference, napomáhá při vytváření kodexů a vydává své vlastní brožury, články a manuály k etické výchově. [14]

## **1.5.6 Ocenění pro společensky odpovědné organizace v ČR**

Společensky odpovědné organizace v České republice mohou za své skutky a aktivity v oblasti CSR získat řadu ocenění, která slouží k uznání těch opravdu nejlepších. [41] Oceněným organizacím to přináší mnoho benefitů v podobě získání pozitivního obrazu v očích veřejnosti, lepší vyjednávací pozici při jednáních (instituce EU) a posílení vnímání jejich dobrého jména. Níže je představeno několik ocenění z mnoha. [34]

### **1.5.6.1. Národní cena ČR za společenskou odpovědnost**

Národní cena České republiky za společenskou odpovědnost je udělována Radou kvality spadající pod Ministerstvo průmyslu a obchodu od roku 2009. Cena slouží jako motivace podnikatelského a veřejného sektoru. [41] Ocenění je udělováno v kategorii podnikatelský sektor (velká organizace, malá a střední organizace a mikropodnik) a ve veřejném sektoru (ostatní obce, obce s rozšířenou působností, organizace veřejného sektoru s méně než 50 zaměstnanci a organizace veřejného sektoru s více než 50 zaměstnanci). Absolutní vítězem se za rok 2019 stala Městská část Praha 13, Úřad městské části Praha 13. [43]

### **1.5.6.2. Soutěž Firma roku: Rovné příležitosti**

Soutěž Firma roku: Rovné příležitosti pořádá organizace Gender Studies, o.p.s. již od roku 2004. Ocenění získávají organizace, které jsou pro zaměstnavatelské a podporují myšlenky rovných příležitostí pro každého. [41] Pro každý rok soutěže je definováno nové téma, a účelem soutěže je ocenit organizaci, která se prokáže nejvyšší kvalitou v oblasti zaměstnanecké politiky, rovných příležitostí se zaměřením na management mateřské a rodičovské a flexibilní

formy práce. Poslední realizovaný ročník byl v roce 2016, který vyhrála společnost innogy Česká republika, a. s. a další ročník bude v roce 2021. [28]

### **1.5.6.3. CZECH TOP 100 – žebříček 100 nejobdivovanějších firem České republiky**

Cílem CZECH TOP 100 je podat rychlý, stručný a reprezentativní přehled subjektů, které jsou v rámci jednotlivých oborech těmi nejobdivovanějšími. [41] Společnosti jsou hodnoceny na základě ekonomických ukazatelů, odpovědnosti k životnímu prostředí, vztahu k okolí, otevřenosti a atraktivity pro zaměstnance. Minulý ročník se na prvním místě umístila automobilka Škoda Auto, a.s. [89]

### **1.5.6.4. Via Bona**

Cena Via Bona je vyhlašována pravidelně od roku 1998 s cílem oceňovat inspirativní filantropické aktivity. Ocenění uděluje nadace Via, která má snahu zviditelňovat témata jako je filantropie a dárcovství a tím podmaňovat to, že každý může nezištně pomáhat druhým ať už investováním svého volného času, zkušenostmi, energií či penězi. [12]

### **1.5.6.5. Sodexo Zaměstnavatel roku**

Soutěž Sodexo Zaměstnavatel roku probíhá již od roku 2003 a zaměřuje se na firmy působící v České republice a jejich rozvoj v oblasti lidských zdrojů. Hodnocení společností probíhá dle celosvětově uznávané metodiky Saratoga od společnosti PricewaterhouseCoopers ve kterém se nejdříve porovnávají firmy v rámci sektoru a poté až celkově. Soutěž je rozdělena do tří hlavních kategorií kde první kategorie je „Zaměstnavatel roku nad 5 000 zaměstnanců“ druhá kategorie je „Zaměstnavatel roku do 5 000 zaměstnanců“ a poslední třetí kategorie „Zaměstnavatel roku do 500 zaměstnanců“. V roce 2020 se vítězi jednotlivých kategorií staly společnosti ČEZ, a.s, Hyundai Motor Manufacturing Czech, s.r.o a Shell Czech Republic, a.s. [48]

## **1.5.7 Podnikatelská etika**

První zmínky o podnikatelské etice lze pozorovat z USA od 70. let a za možného zakladatele je považován Richard De George. [10] Podnikatelskou etiku lze jednoduše definovat jako zásady slušného jednání s obchodními partnery, s konkurencí či poctivé chování k zákazníkům. Pro integraci etiky do podnikatelských aktivit jsou často využívány etické kodexy, které jsou souborem konkrétních i obecných jednáních a chování v oblasti etického chování a

rozhodování. [26] Etické kodexy definují systémy hodnot a etické zásady, které mají zaměstnanci dodržovat. Pro zajištění efektivity etických kodexů je vhodné při tvorbě kodexů aktivně zapojit své zaměstnance, a to, protože zaměstnanci mohou poskytnout jiný úhel pohledu. Tento model tvorby kodexů je označován jako skandinávský a využívá se ve společnostech s liberálním přístupem. Opakem ke skandinávskému modelu je americký model. Jako americký model je označován způsob tvorby kodexů bez spolupráce se zaměstnanci, etické kodexy tak vytváří pouze vlastníci podniku a top management. [1] Dalšími nástroji pro implementaci podnikové etiky může být etický a sociální audit, výcvik zaměstnanců k etickému jednání, etické vzory, specifické organizační struktury a protikorupční linky.

- výcvik zaměstnanců k etickému jednání – snaha učit své zaměstnance etickému chování při řešení morálních problémů na pracovišti.
- etický a sociální audit – audit analyzuje a kontroluje sociální klima na pracovišti a tím vedení podává důležitou zpětnou vazbu.
- specifické organizační struktury – jsou zakládány etické rady či etické výbory, které mají sloužit při složitém etickém rozhodování.
- etické vzory – vedoucí a manažeři mají být vzorem pro své zaměstnance.
- protikorupční linky – linky slouží k nahlašování případného neetického jednání na pracovišti. [41]

## 2 AUTOMOBILOVÝ PRŮMYSL ČR

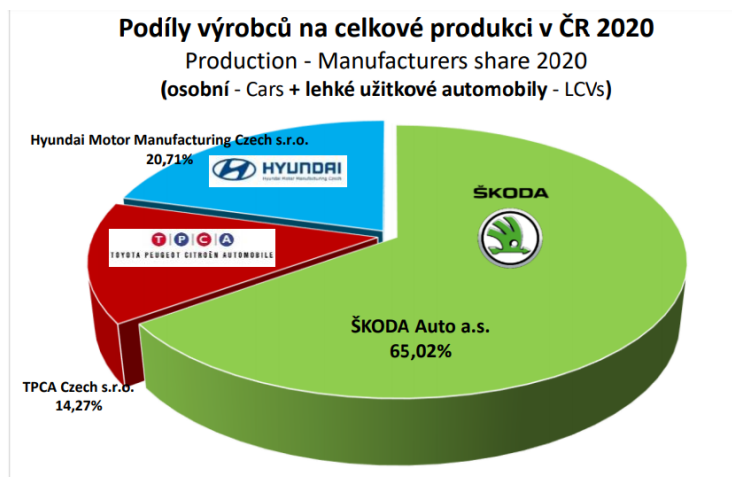
Druhá kapitola práce definuje automobilový průmysl v ČR a vymezuje tři výrobní podniky, které budou dále analyzovány a poté vyhodnoceny. Výrobní podniky byly vybrány na základě jejich významného působení na českém trhu a dlouhodobé aktivní implementaci CSR ve svých firemních strategiích.

Automobilový průmysl můžeme definovat jako strojírenské průmyslové odvětví, které se zabývá jak vývojem a výrobou tak i marketingem a prodejem motorových vozidel. Do tohoto odvětví se řadí všechny automobilky a také jejich subdodavatelé. [7] Pro Českou republiku je toto odvětví jedno z nejdůležitějších (považováno jako pilíř české ekonomiky), protože tvoří okolo 23% celkové průmyslové výroby, 21 % celkového exportu České republiky a 9 % HDP. [49]

Význam automobilového průmyslu je tedy pro Českou republiku z hlediska pracovního trhu a ekonomického výkonu značný, a proto pro podporu vzájemné komunikace a společných cílů společností zapojených do výrobního řetězce automobilového průmyslu vzniklo 27. června 1989 v České republice dobrovolné sdružení AutoSAP (Sdružení automobilového průmyslu). [8] Dále také Auto SAP sdružuje výzkumné instituce, školy a další podobné subjekty nebo fyzické osoby, které mají zájem aktivně přispívat k rozvoji českého automobilového průmyslu. Sdružení čítá 138 členů. [46]

Důležitým představitelům automobilového průmyslu v České republice je bezpochyby automobilka s největší produkcí automobilů Škoda Auto, a.s., která za rok 2020 vyrobila přes 750 000 vozů, tedy 65,02 % z celkové výroby v ČR. Dalším důležitým výrobcem je automobilka Hyundai Motor Manufacturing Czech, s.r.o., která za rok 2020 vyrobila skoro 240 000 automobilů konkrétně to činí 20,71% z celkové produkce ČR. Posledním důležitým představitelům je automobilka Toyota Motor Manufacturing Czech Republic, s.r.o. jejíž výroba činí 14,27% celkové výroby ČR asi 160 000 kusů automobilů. [79] Výše uvedené je možné pozorovat na Obrázku 5.





Obrázek 5: Zastoupení výrobců automobilů ČR

Zdroj: [79]

## 2.1 Škoda Auto, a.s.

Historie automobilky sahá až do roku 1895 kdy podnikatel a knihkupec Václav Klement spojil své síly s Václavem Laurinem a společně v Mladé Boleslavi založili podnik na výrobu jízdních kol. [2] V roce 1899 k výrobě přidali motocykly a o šest let později začali vyrábět už první automobily značky Laurin & Klement. [30] Zlomovým rokem se stal pro automobilku Laurin & Klement rok 1925, kdy došlo ke spojení se strojírenským podnikem Škoda a zániku názvu Laurin & Klement. [16] Automobilka Škoda po druhé světové válce začala postupně zaostávat, a to především v moderních technologiích a omezeným možností zahraničního styku, a proto Automobilka Škoda od roku 1991 připadla pod německý automobilový koncern Volkswagen Group. [63] V současné době má automobilka výrobní závod v Mladé Boleslavi, ve Vrchlabí a Kvasinách a dále vyrábí v zahraničí, konkrétně na Slovensku (Bratislava), v Rusku (Kaluga, Nižnij Novgorod), v Indii (Púna, Aurangábád), v Číně (I-čeng, Nan-t'ing, Ning-po, Čchang-ša) a na Ukrajině (Solomonovo). [35] Škoda Auto, a.s. působí na více než 100 trzích po celém světě a vyrábí vozy modelových řad: CITIGOe iV, Fabia, Rapid, Scala, Octavia, Superb, Kamiq, Karoq, Kodiaq a Enyaq iV. [63] Obrázek 6 zobrazuje logo Škoda Auto, a.s.

# ŠKODA



Obrázek 6: Logo Škoda

Zdroj: [81]

## 2.2 Hyundai Motor Manufacturing Czech, s. r. o.

Hyundai Motor Manufacturing Czech, s. r. o. (HMMC) je provozní výrobní závod jihokorejské automobilky Hyundai Motor Company v Nošovicích. [80] V české republice společnost HMMC působí od 7. července 2006 avšak historie jihokorejské automobilky se píše již od roku 1947 kdy Chung Ju-yung založil autoservis ve kterém byly vozy opravovány mnohem rychleji než u konkurenčních servisů. Díky svým nápadům a touze však dokázal již v roce 1967 poprvé spustit výrobu automobilů značky Hyundai. [40] V současné době Hyundai vyrábí své vozy v Jižní Koreji, USA, Brazílii, Turecku, Rusku, Indii, Číně a v neposlední řadě právě v Nošovicích v České republice. HMMC vyrábí vozy modelových řad: i30, Tucson, Kona. [29] Obrázek 7 zobrazuje logo automobilky Hyundai.



# HYUNDAI

Obrázek 7: Logo Hyundai

Zdroj: [40]

### 2.3 Toyota Motor Manufacturing Czech Republic, s.r.o.

Automobilka Toyota Motor Manufacturing Czech Republic, s.r.o. (TMMCZ) dříve známá pod názvem Toyota Peugeot Citroën Automobile Czech (TPCA). [37] Za vznikem TMMCZ stojí dvě nadnárodní společnosti PSA Peugeot Citroën a Toyota Motor Corporation, které v roce 2002 podepsaly smlouvu a tím založili společný podnik TPCA, Toyota Peugeot Citroën Automobile Czech, s.r.o., který v roce 2005 poprvé vypustil automobily na svět. [71] TMMCZ v Kolíně vyrábí pouze kompaktní městská vozidla modelové řady: Aygo, Yaris, Citroën C1 a Peugeot 108. [72] Obrázek 8 zobrazuje logo výrobního závodu Toyota Motor Manufacturing Czech, s.r.o.



Obrázek 8: Logo Toyota

Zdroj: [71]

### 3 ANALÝZA CSR AKTIVIT V AUTOMOBILOVÉM PRŮMYSLU ČR

V bakalářské práci jsou analyzovány celkem tři společnosti z automobilového průmyslu. CSR aktivity jsou analyzovány u Škoda Auto, a.s, Hyundai Motor Manufacturing Czech s.r.o, a Toyota Motor Manufacturing Czech Republic, s.r.o. V rámci analyzování jsou zkoumány činnosti, které se řadí do ekonomického pilíře, sociálního pilíře a environmentálního pilíře a veškeré informace pochází z internetových zdrojů.

#### 3.1 Škoda Auto, a. s

Automobilka Škoda Auto, a.s. informuje o svých CSR aktivitách pomocí CSR reportů, které vydává každé dva roky v anglickém a českém jazyce. Jejich CSR reporty se řídí mezinárodně uznávanými směrnicemi Global Reporting Initiative (GRI). Společnost Škoda Auto, a.s. své reporty vydává jednou za dva roky, tedy nejaktuálnější je z roku 2017-2018. [88] Škoda dále své CSR aktivity prezentuje ve svých výročních zprávách a pomocí novinek a tiskových zpráv na svých webových stránkách. Klíčová témata automobilky Škoda lze rozdělit do ekonomického, sociálního a environmentálního pilíře viz tabulka 1.

Tabulka 4: Klíčová témata Škoda Auto, a.s.

Ekonomický pilíř	Sociální pilíř	Environmentální pilíř
Stabilní růstový vývoj	Vzdělávání	Greenfactory
Trvale udržitelný dodavatelský řetězec	Bezpečnost a ochrana Zdraví	Greenproduct
Udržitelná inovace a mobilita	Diverzita a rovnost příležitostí	Greenretail
Spokojenost zákazníků	Atraktivní Zaměstnavatel	Biodiverzita

Zdroj: přepracováno dle [88]

#### Ekonomický pilíř

Škoda Auto v letech 2017, 2018 i 2019 si udržela stabilní růstový vývoj a konkrétně v roce 2019 dokonce navýšila svůj meziroční odbyt o 1,7 %. [82] Automobilka významně investovala

do svých výrobních kapacit, a to konkrétně výstavbou nové lakovny, která se stane jedním z nejmodernějších a nejekologičtějších zařízení Evropy. Nová svařovací linka se 40 roboty ulevila pracovníkům od fyzické zátěže a dále Škoda buduje nový parkovací dům, který navýší parkovací kapacity o 1 150 míst pro zaměstnance. [88] Dále Škoda buduje nové Technologické centrum díky, kterému vznikne 430 nových pracovních míst. [82]

Udržitelnost v dodavatelském řetězci je pro Škodu důležitá, proto je pro ni zásadní rozšíření aktivit směřujících k zavedení nového jednotného hodnocení a dodržování udržitelnosti u obchodních partnerů. [88] Škoda Auto neustále zvyšuje transparentnost napříč celým dodavatelským řetězcem, který v roce 2019 tvořilo 1 950 dodavatelů v oblasti výrobního nákupu a všeobecný nákup činil více jak 6 250 dodavatelů z celého světa. [82]

Ambice v uskutečňování svých vizí v udržitelné mobilitě potvrdila Škoda Auto například podpisem deklarace o rozvoji služeb městské mobility ve spolupráci s hlavním městem Praha a Českým učením technickým. Hlavní roli v této deklaraci hraje elektromobilita a digitální služby mobility, ale i nové modely sdílené ekonomiky (HoppyGo, Uniqway) nebo výměna dat mezi automobily a infrastrukturou. [88]

Škoda Auto se snaží maximalizovat spokojenost zákazníků při jakémkoliv kontaktu, a to za pomoci zákaznického servisu a asistenčních systémů v automobilech.

Otevřenost a transparentnost je pro automobilku klíčová, a to ze samotného postavení podniku jako jednoho mezinárodně uznávaného výrobce automobilů a největšího zaměstnavatele v České republice. [66]

### **Sociální pilíř**

Pro zajišťování řádného vzdělávání zaměstnanců a žáků společnost má vlastní školicí centrum Škoda Akademie, které nabízí odborné, nad odborné a jazykové kurzy. Školícím centrem prošlo v letech 2017–2018 prezenčně 93 293 zaměstnanců a v roce 2018 více jak 120 000 zaměstnanců za pomoci e-learningu. [88] V roce 2019 automobilka spustila první výrobu hybridních a plug-in hybridních vozů a dále se chystá na výrobu čistých elektromobilů, a proto v oblasti elektromobility proškolila přes 4 400 zaměstnanců, externistů, agenturního personálu a žáků učiliště. [82]

Škoda podporuje projekty neziskových organizací Bezpečně na silnicích, Zdravotní klaun, Život dětem, Helpes, Světluška, Orion, ČSOP Klenice a dále dětský domov v indickém Aurangábádu. [88]

Pro bezpečnost a ochranu zdraví se Škoda nezaměřuje pouze na bezpečnost svých vozů, ale také dbá na bezpečnost silničního provozu a infrastruktury v obcích, včetně organizování vzdělávacích aktivit pro všechny věkové skupiny. Příkladem vzdělávací aktivity je Bezpečný pátek, který má za cíl informovat o bezpečnosti na silnicích širokou veřejnost, přispět k popularizaci této problematiky a ve svém důsledku zvýšit bezpečnost na silnicích v České republice. Projekt je určený především pro školy.

Automobilka ve svých výrobních závodech provozuje šest chráněných dílen pro více než 300 hendikepovaných osob a díky moderním technologiím tak mohou některá chráněná pracoviště být integrována přímo do výrobního provozu. [88]

### **Environmentální pilíř**

Společnost Škoda Auto s ohledem na udržitelnost ve všech fázích životního cyklu automobilu postupuje v souladu s normami ISO 14001 a ISO 50001 a investiční projekty posuzuje z hlediska vlivu na životní prostředí.

Greenfactory neboli zelený podnik je pojem, který zastřešuje aktivity automobilky směřující k trvalému snížení dopadu výrobních aktivit na životní prostředí. Škoda Auto provádí pravidelné měření a sledování ukazatelů spotřeby energií a vody, množství nevyužitelného odpadu na vyrobený vůz, sledováním emisí těkavých organických látek VOC a skleníkových plynů CO<sub>2</sub> a na základě získaných dat poté provádí opatření. [82] Automobilka se snaží neustále snižovat emise CO<sub>2</sub>, a to například nakupováním elektrické energie vyráběné z ekologických zdrojů a navyšováním objemu biomasy používané na výrobu energie v závodech. Dále zavádí řešení pro úsporu vody, které se jim díky projektu s využitím membránové technologie na jedné karoserii podařilo ušetřit 75 litrů vody.[88]

Podstatou Greenproduct je vyrábět vozy co nejvíce ekologicky, a to s ohledem na společenské a ekonomické faktory. Vozy nové generace jsou vybavovány účinnými motory s technologií pro úsporu paliva a pneumatikami s nízkým valivým odporem. V současné době je pro automobilku stěžejní prvek rozvoj elektromobility a cílem společnosti je do roku 2022 vyrobit přes 30 nových modelů z nichž bude alespoň 10 částečně nebo plně elektrických.

Pod pojmem Greenretail lze spatřit aktivity zaměřující se na oblast nakládání s odpady a chemickými látkami a ochranu vodních zdrojů a ovzduší. V rámci zpětného odběru pneumatik se od roku 2009 bylo zpětně odebráno přes 7 000 tun pneumatik, které byly ve spolupráci s partnery automobilky přepracovány k dalšímu využití. Ze starých pneumatik tak byly například vyrobeny tlumící a antivibrační prvky pro dětská hřiště. [88]

### 3.2 Hyundai Motor Manufacturing Czech, s. r. o.

Hyundai Motor Manufacturing Czech, s.r.o. zpracovává každý rok nový CSR report, a to v anglickém jazyce a korejském jazyce. Nejaktuálnější report automobilky je z roku 2020 a je celý zpracován v souladu s principy GRI. [60] Hyundai své informace o CSR aktivitách také prezentuje ve výročních zprávách a článcích zveřejněných na webových stránkách. Klíčová témata automobilky Hyundai byla vymezena viz následující Tabulka 5.

Tabulka 5: Klíčová témata Hyundai

Ekonomický pilíř	Sociální pilíř	Environmentální pilíř
Spolupráce s dodavateli	Bezpečnost a ochrana zdraví zaměstnanců	Snižování znečištění ovzduší
Spokojenost zákazníků	Odmítání diskriminace na základě pohlaví, rasy, víry, náboženství, politiky	Recyklace
Transparentnost	Rozvoj zaměstnanců	Minimalizace spotřeby vody
Kvalita výrobků		
Odmítání korupce		

Zdroj: přepracováno dle [60]

#### Ekonomický pilíř

Hyundai se zaměřuje na kvalitativní růst výrobků prostřednictvím zlepšování provozní efektivity výroby a pečlivého výběru svých dodavatelů.

Transparentnost má společnost zakořeněnou ve svém etickém kodexu. [60]

#### Sociální pilíř

Automobilka Hyundai má vlastní grantový program „Společně“ do kterého mohou zaměstnanci přihlašovat neziskové organizace, které jsou poté podpořeny částkou od 5 000 do 20 000 Kč. V roce 2021 společnost již podpořila 38 organizací v celkové částce 661 900 Kč. Dále v programu „Dobrý soused“ finančně podporuje kulturní, sportovní a volnočasové aktivity v maximální výši 50 000Kč. [32]

Společnost HMMC v roce 2019 úspěšně recertifikovala svůj systém řízení BOZP a přičemž se také jedná o jedinou automobilku v České republice, která certifikát získala. Dále jsou neustále přijímány preventivní opatření v oblastech bezpečnosti práce, hygieny práce a požární ochrany a v roce 2019 byl dosažen milník 750 dnů bez pracovního úrazu na oddělení převodovkárny a také 300 dnů bez pracovního úrazu na lakovně, svařovně a finální montáži a v rámci motivace byli zaměstnanci těchto oddělení oceněni. [83]

V roce 2019 se zúčastnilo jazykových kurzů 101 zaměstnanců, počítačových 61 zaměstnanců a do e-learningových kurzů se zapojilo 52 zaměstnanců. Celkem 858 zaměstnanců bylo vysláno na interní anebo externí (Korea, Německo) semináře a školení.

### **Environmentální pilíř**

Automobilka ve snaze snižovat znečištění ovzduší přichází s postupnou elektrifikací nově vyráběných vozů, ale také věnuje pozornost vodíkovému pohonu. Vodík se řadí mezi nespotřebovatelnou přírodní energii, je ekologicky šetrný, nevypouští žádné znečišťující látky a hraje tedy klíčovou roli v budování udržitelného rozvoje automobilismu. [60]

Hyundai buduje takzvaný systém recyklace oběhu zdrojů, který má umožnit opětovné použití mnoha dílů v nových automobilech. V současné době automobilka využívá železo a neželezné kovy, ale má v plánu recyklovat plasty, gumy, skla a sedadla. [60]

Společnost postupně ve svých výrobních závodech zavádí systém pro možné opětovné využití odpadních vod.

V roce 2019 automobilka snížila spotřebu louhu v čistírně odpadních vod, dále snížila spotřebu elektrické energie o 2,8 % a došlo k potvrzení výskytu lišejníků a epifytických mechorostů na kůrách dřevin listnatých stromů, v rámci areálu závodu, které indikují okolní čistotu ovzduší. [83]

### **3.3 Toyota Motor Manufacturing Czech Republic, s.r.o**

Společnost Toyota Motor Manufacturing Czech Republic, s.r.o. prezentuje své CSR aktivity pomocí reportu, vytvořeném na základě principů GRI, který pravidelně každý rok zveřejňuje v anglickém jazyce na svých webových stránkách. [58] V tabulce 2 níže jsou uvedena klíčová témata, která jsou pro automobilku podstatná.



Tabulka 6: Klíčová témata Toyota

<b>Ekonomický pilíř</b>	<b>Sociální pilíř</b>	<b>Environmentální pilíř</b>
Maximální kvalita výrobků	Školení a rozvoj	Nulové emise CO <sub>2</sub> z výrobků
Bezpečnost zákazníků	Zapojení zaměstnanců	Nulové emise CO <sub>2</sub> z provozu
Transparentnost a zveřejňování údajů	Rovné příležitosti a rozmanitost	Minimální spotřeba vody
Zodpovědné nakupování od dodavatelů	Zdraví a bezpečnost zaměstnanců	Efektivní recyklace
Odmítání korupce a podplácení	Přilákat a udržet nové talenty	

Zdroj: přepracováno dle [59]

### **Ekonomický pilíř**

Filozofií Toyoty je nabízet produkty a služby v té nejvyšší kvalitě. Základem pro zajištění té nejvyšší kvality je potřeba získávat data ze všech fází životního cyklu automobilu a poté je vyhodnocovat. [59]

V rámci bezpečnosti zákazníků Toyota poskytuje podporu řidičům v podobě různých systémů pro každou fázi jízdy, od parkování po normální provoz, nehodu a záchranu po nehodě. Jedná se o systémy jako předkolizní bezpečnostní systém, systém upozornění při opuštění jízdního pruhu, automatické přepínání dálkových světel, systém rozpoznávání dopravních značek, asistent pro udržení v jízdním pruhu, adaptivní tempomat, inteligentní adaptivní tempomat, upozornění na dopravu za vozem, sledování slepého úhlu, systém sledování únavy řidiče, systém zabránění nárazu do překážky a systém nouzového volání. [73]

Toyota je uživatelem nezávislé a uznávané platformy EcoVadis, která zkoumá CSR podle mezinárodně platných standardů a tím poskytuje partnerům úplnou transparentnost. [24]

Více než 80 % ročního objemu zdrojů pochází od evropských dodavatelů, protože automobilka preferuje lokální dodavatele a tím snižuje vliv dopravy na životní prostředí.

Společnost Toyota razantně odmítá korupci a podplácení, proto na podporu dodržování odmítavého přístupu do svého kodexu chování implementovali Gifts and Hospitality Guideline.

Implementovaný návod slouží k tomu, aby byli zaměstnanci poučeni, jak v případě podplácení postupovat a koho informovat. [59]

### **Sociální pilíř**

Rozvoj zaměstnanců Toyota zajišťuje pomocí svého školicího centra Training Academy a také e-learningem. [59]

Automobilka Toyota provádí pravidelně průzkumy spokojenosti zaměstnanců, které poté slouží k analyzování, plánování a implementaci opatření ke zlepšení pracovních podmínek na pracovišti. Snahou je vytvořit pracoviště ve kterém se budou zaměstnanci cítit bezpečně.

Jako velký zaměstnavatel, který působí ve více než 20 zemích v Evropě, respektují každého jednotlivce, věří v rozmanitost a neakceptují diskriminaci.

Zaměstnanci Toyota mají možnost navštěvovat firemní Centrum preventivní zdravotní péče, jehož součástí je i rehabilitační a fyzioterapeutické středisko.

### **Environmentální pilíř**

Automobilka ve snaze přispět ke zpomalování globálního oteplování si dala za cíl do roku 2050 snížit vypouštěné emise během jízdy až o 90 % (aktuálně je na 22 procentech). [59] Postupně automobilka tak přechází na technologie hybridních vozů, plug-in hybridních vozů a úplných elektromobilů. [40]

Pro eliminaci CO<sub>2</sub> emisí zavedla automobilka inovativní proces karakuri. Karakuri je mechanismus, který má jednoduše a inteligentně automatizovat výrobní proces, a to na základě fyzikálních principů – bez elektřiny, stlačeného vzduchu a senzorů. Výhodou mechanismu karakuri je, že tím dochází ke snížení nákladů o 80 až 90 % v porovnání s jedním automatizovaným výrobním procesem. [33]

Toyota v případě eliminace spotřeby vody od roku 2013 snížila spotřebu o 5 %. [58] Pro další zlepšování automobilka implementovala postup ke sběru dešťové vody, kterou poté využívá ve výrobních procesech a dále odpadní vodu recykluje a vrací zpět do provozu v podobě vysoce kvalitní vody.

V rámci efektivní recyklace společnost od roku 1990 shromažďuje a recykluje nárazníky, které poté v autorizovaných centrech v rámci oprav znovu instalují, a to s cílem snížit využívání ropných plastů. [40] Dále ve spolupráci se svými partnerskými společnostmi aktivně podporuje opětovné využívání vzácných zdrojů, která jsou nezbytné pro elektrifikovaná vozidla

(magnetické motory a baterie). Automobilka tím chce dosáhnout takzvané uzavřené smyčky recyklace. [59]

Automobilka od roku 2005 využívá a dodržuje normu ISO 14001, která pomáhá zjednodušovat veškeré procesy vytvářející hodnoty pro zákazníky a dále zjednodušuje zavedení rychlých změn a inovací. [70]

## **4 VLIV COVID-19 NA CSR AUTOMOBILOVÉHO PRŮMYSLU ČR**

Tato kapitola má za cíl představit pojem covid-19 a dále zkoumat jeho vliv na společenskou odpovědnost v automobilovém průmyslu České republiky, a to za pomoci několika reprezentantů v odvětví. První reprezentant je Škoda Auto, a.s. dále Hyundai Motor Manufacturing Czech, s.r.o. a Toyota Motor Manufacturing Czech Republic, s.r.o.

Onemocnění covid-19 bylo poprvé oficiálně zaznamenáno 1. prosince 2019 v čínském Wuchanu a jedná se o vysoce infekční virové onemocnění způsobené koronavirem SARS-CoV-2. Díky volnému mezinárodnímu pohybu a také vysoké nakažlivosti se onemocnění covid-19 úspěšně dostalo do většiny zemí na světě. [25] V současné době toto onemocnění prodělalo více než 137 milionů obyvatel, uzdravilo se 78 milionů a zemřely skoro 3 miliony lidí na světě. Onemocnění covid-19 vyústilo v pandemii, která způsobila globální změny, které nezvratně mění svět a dle některých zdrojů pandemie covid-19 má dokonce větší negativní dopad na světovou ekonomiku, než tomu bylo v letech 2008 a 2009, v době globální finanční krize. [21]

Koronavirus se v České republice objevil poprvé 1. března 2020 a od té doby jsou firmy nuceny zavádět různá bezpečnostní opatření ať už na základě svých rozhodnutí anebo vládních nařízení.

### **4.1 Covid-19 a Škoda Auto, a. s**

Pandemie onemocnění covid-19 automobilku zasáhla a tím i její společenskou odpovědnost. Hlavní vliv pandemie lze sledovat v případě Škody především na položkách ekonomického pilíře a sociálního pilíře. Co se týče environmentální oblasti tak v té automobilka nečinila žádné změny. Informace byly získávány z různých webových zdrojů a výročních zpráv, protože Škoda Auto vydává své CSR reporty vždy jednou za dva roky.

#### **Ekonomický pilíř**

Automobilka navzdory pandemii dokázala zvýšit svůj tržní podíl, představila modelovou řadu vozů OCTAVIA s hybridním pohonem a dále čistě elektrifikovaný model ENYAQ iV.

Podařilo se do konce roku 2020 ve výrobních závodech v České republice a jejich okolí vybudovat více než 800 nabíjecích stanic pro elektromobily. [84]

Škoda Auto byla nucena uzavřít svůj výrobní závod 39 dnů, a to z důvodu zamezení šíření virového onemocnění covid-19 a také kvůli omezeným dodávkám od subdodavatelů především z Asijských zemích.

Z důvodu vládních opatření, která mají zastavit šíření onemocnění covid-19, musely být dočasně uzavřeny všechny autosalony, a to znemožnilo zákazníkům osobní výběr a komunikaci s automobilkou.

V rámci zajištění bezpečnosti zákazníků v době pandemie Škoda Auto představila novou generaci modelu FABIA v rámci virtuální show a tím umožnila osobám z celého světa ve stejný čas pozorovat odhalení vozu předsedou představenstva Thomasem Schäferem. Celý záznam odhalení vozu z pražského Centra současného umění DOX je dostupný online na webových stránkách automobilky Škoda. [67]

### **Sociální pilíř**

První nakažený zaměstnanec se v automobilce Škoda Auto, a.s. objevil 12. března 2020, na tuto skutečnost společnost efektivně zareagovala, a to dezinfekcí společných prostor, závodní jídelny a také sociálních zařízení. Hlavní podstatou bylo zamezit dalšího možného přenosu onemocnění z povrchů na další zaměstnance. Tato činnost se stala naprosto rutinní v případě nákazy u jakéhokoliv dalšího zaměstnance. [78] Automobilka pro ochranu zaměstnanců zavedla stojany s dezinfekcí, měření teploty při vstupu do areálu, poskytování chirurgických roušek – dnes už poskytuje respirátory třídy FFP2 a jako jedna z mála společností koncem roku 2020 začala dobrovolně s antigenním testováním. [64] Během týdne tak automobilka provede desítky tisíc testů. V případě administrativních pozic vydala společnost doporučení o co největší možné využívání způsobu home office, a to pouze v případech kdy je to logické a smysluplné. Škoda Auto je také připravena se sama postarat o vakcinaci svých zaměstnanců, proto již vytvořila vlastní síť očkovacích center, do kterého se mohou již pracovníci předregistrovávat. [65] V roce 2020 bylo poskytnuto více jak 500 000 kusů respirátorů. 16,5 milionů roušek a použito více jak 120 000 litrů dezinfekce. [84]

Vzdělávání zaměstnanců pokračovalo v přípravě na elektromobilitu dále se zařadily výukové kurzy pro zvládání stresu a efektivity práce z domova, a to vše především v elektronické podobě e-learningu. [65]

Na boj proti koronaviru Škodovka věnovala 100 vozů Octavia v hodnotě 85 milionů korun do nemocnic, sociálních služeb, zařízení pro seniory nebo nevládním organizacím nabízejícím

terénní pomoc ohroženým lidem. [68] Také automobilka spustila 7 grantových programů pro podporu regionů ve, kterých má své výrobní závody.

### **Environmentální pilíř**

Automobilka pokračovala a stále pokračuje v dodržování Greenfactory, Greenproduct, Greenretil a Biodiverzity. Ve všech fázích životního cyklu postupuje stále v souladu s normami ISO 14001 a ISO 50001.

## **4.2 Covid-19 a Hyundai Motor Manufacturing Czech, s. r. o.**

Společnost Hyundai jako jediná ze vzorku analyzovaných již disponuje s CSR reportem, který se ohlíží za rokem 2020. Dle reportu má nejsilnější vliv covid-19 především na aktivity ze sociálního pilíře a poté ekonomického pilíře. Aktivity z environmentální oblasti nebyly dle slov společnosti zasaženy pandemií onemocnění covid-19.

### **Ekonomický pilíř**

Automobilka Hyundai v Nošovicích vlivem pandemie byla nucena začátkem roku 2020 na tři týdny odstavit svůj provoz, a to z důvodu pandemie nového typu koronaviru a také měla problémy se subdodavateli, a to především z Asijských zemích, kteří byli také silně zasaženi koronavirovou pandemií.

### **Sociální pilíř**

V rámci péče o zaměstnance dochází několikrát denně v areálu závodu k plošné dezinfekci, omezuje se setkávání více osob (např. v jídelně), při vstupu do areálu jsou všechny osoby měřeny teploměry, ale i namátkově během provozu. [38] V areálu výrobního závodu jsou rozmístěny stojany s dezinfekcí, zaměstnancům jsou poskytovány respirátory a dbá se na dodržování dvoumetrových rozestupů. [61]

Společnost poskytla české vládě finanční dar ve výši 10 000 000 Kč, Moravskoslezskému kraji, městu Frýdek-Místek a obcím v okolí závodu darovala určitou finanční částku a 20 000 respirátorů třídy FFP2 (pro nejohroženější skupiny lidí a osoby v první linii) v hodnotě 3 250 000 Kč a dále bezplatně zapůjčila vozy zdravotním centrům a nemocnicím napříč Českou republikou. [31] Hasičskému záchrannému sboru v moravskoslezském kraji věnovala 5 000 kusů rychlých a spolehlivých antigenních testů v hodnotě 1 milion korun. [45]

V případě, poskytnutí očkovacích látek společnosti Hyundai Motor Manufacturing Czech, s.r.o. je společnost schopna začít okamžitě očkovat zájemce z řad zaměstnanců. [61]

## **Environmentální pilíř**

V rámci environmentálního pilíře automobilka Hyundai v době pandemie covid-19 postupuje stále stejně, a tedy se snaží o co nejmenší znečištění ovzduší, co nejmenší spotřebu vody, pokračuje ve svých programech na recyklaci a neustále vylepšuje a zdokonaluje elektrifikaci svých vyráběných vozů.

### **4.3 Covid-19 a Toyota Motor Manufacturing Czech Republic, s.r.o**

Automobilka Toyota Motor Manufacturing Czech Republic, s.r.o zatím veřejně neprezentovala žádná opatření, která aplikovala ve svém výrobním závodě nebo jak ji ovlivnila pandemie covid-19. Z veřejně dostupných zdrojů lze jedině zjistit, že 25. března 2020 zastavila výrobu ve svém výrobní závodě, a to z důvodu šíření onemocnění covid-19, provoz spustila až 25. května. Lze pouze zkoumat vliv covid-19 v rámci evropského měřítka.

## **Ekonomický pilíř**

Společnost Toyota spolu se svou dceřinou společností finančních služeb Toyota Financial Services Europe pomáhá některým zákazníkům řešit individuální finanční situace, zejména těm, kteří ztratili své zaměstnání nebo obchodní příjem. [74]

## **Sociální pilíř**

V každém výrobním závodě v celé Evropě byly zavedeny opatření pro zpomalení a předcházení šíření onemocnění covid-19 a to hlavně hygienická a čistící opatření (dezinfekční stojany, měření teploty, distribuce rouše, dezinfekce prostor). Administrativním pracovníkům je doporučena práce z domova a v rámci udržování sociálního odstupu jsou odkládány nepodstatné události a schůzky. [75]

Toyota poskytla v souvislosti s pandemií covid-19 věcné dary národním a místním organizacím, zdravotnickým organizacím, nemocnicím, týmům pro zvládnání mimořádných událostí a záchranářům. Mezi darované položky patřily masky, ochranné brýle, kryty bot, rukavice a další ochranné pomůcky. Také automobilka nabízí servis vozidel pro zdravotnické pracovníky a některým závodům také nabízí logistickou podporu prostřednictvím zapůjčení vysokozdvížných vozíků a skladů nebo parkovacích míst. V rámci finančních darů automobilka poskytla finance pro podporu nemocnic, zdravotnických zařízení a také pro nákup plicních ventilátorů, které jsou nezbytné pro pacienty s velmi těžkým průběhem onemocnění covid-19. [74]

V továrnách ve Francii, Polsku a Velké Británii se za využití 3D tisku, který je využíván pro výrobu automobilů, vyrábí denně téměř 300 kusů ochranných štítů, které jsou poté distribuovány místním nemocnicím a jejich zdravotnickému personálu a dále jsou ve Francii a Polsku za pomoci 3D tisku vyráběny nástavce na kliky díky kterým je možné otevírat dveře bez použití rukou. [74]

### **Environmentální pilíř**

Automobilka Toyota i v pandemii nadále podporuje snižování CO<sub>2</sub>, podporuje efektivní recyklaci jednotlivých komponentů z automobilů, dodržuje normu ISO 14001 a snaží se spotřebovávat co nejméně vody. Aktivity korespondují s předchozími roky.

## **4.4 Shrnutí**

Z provedené analýzy vlivu covid-19 vybraných představitelů automobilového průmyslu lze říct, že na všechny výše zmiňované automobilky působící na území České republiky má covid-19 velice podobný vliv, a to především proto, že se jedná o společnosti ze stejného odvětví, také všechny produkují osobní automobily a musí se potýkat se stejnou legislativou. Nejvíce je zasažena sociální oblast a její aktivity, dále ekonomická oblast a v současné době bez pozorovatelného vlivu pandemie covid-19 je environmentální oblast.

Automobilový průmysl v České republice, ale i ve světě se potýká dle International Labour Organization se třemi hlavními problémy, a to uzavírkami svých výrobních závodů, narušeným dodavatelským řetězcem a poklesem poptávky. K dočasným uzavírkám svých závodů byly společnosti nuceny z důvodu vysokých výskytů onemocnění mezi svými pracovníky a současně s tím, že došlo k problémům s dodávkami komponentů ze zahraničí, především z Asie a na to přímo navazující pokles poptávky. Pokles poptávky je zapříčiněn uzavřenými autosalony. [20] Prioritou se dle analýzy pro firmy stala také zvýšená ochrana svých zaměstnanců a současně i jejich rodin, a to díky zavedení povinného antigenního testování, nošení respirátorů, kontroly teploty pracovníků, dodržování rozestupů a v případech, kdy je to možné tak home office. Opatření o ochraně zaměstnanců plynou z legislativních nařízení, ale většina výrobních závodů tyto opatření implementovala dobrovolně a samostatně, tedy v době, kdy to nebylo povinné. Také se v době pandemie projevila ze strany společností zvýšená vlna solidarity, a to v podobě finančních i nefinančních darů pro nemocnice, zdravotnická zařízení, neziskové organizace, jednotlivce atd. ke zmírnění následků pandemie onemocnění covid-19.



## **5 ZHODNOCENÍ A DOPORUČENÍ VLASTNÍCH NÁVRHŮ PRO ZLEPŠENÍ**

Cílem práce bylo analyzovat CSR aktivity vybraných firem působících v automobilovém průmyslu v ČR v současné době ovlivněné pandemií covid-19. Pro analyzování byly vybrány tři automobilky, které jsou velmi významné pro českou ekonomiku a uplatňují CSR.

Z provedené analýzy vyplývá, že Škoda Auto, Hyundai i Toyota se plně věnují naplňování CSR aktivit.

Ze zkoumaných automobilek má Škoda Auto nejlépe a nejpodrobněji zpracované reporty a také jejich webové stránky obsahují mnoho dalších informací, které se v reportech neobjevují, ale jsou podstatné pro zkoumání CSR. Tato informovanost je pravděpodobně zapříčiněná tím, že se jedná o automobilku, která je z historického hlediska považována za českou značku, a proto reporty se tak vztahují pouze k českému území a jsou v českém jazyce. Reporty automobilek Hyundai a Toyota jsou vizuálně vzhledné a dobře zpracované nicméně jejich problémem je to, že zde chybí detailnější popis jejich konkrétních činností v konkrétních zemích a závodech. Proto by bylo vhodné, kdyby byly, ač mnohem kratší tak publikovány samostatné reporty za každou zemi, ve které výrobní závody automobilek Hyundai a Toyota působí.

Z provedených analýz vyplývá, že nejvíce se automobilky věnují oblastem environmentálního a sociálního pilíře. Samozřejmě neopomíjejí ani pilíř ekonomický. V rámci environmentálního pilíře se všechny společnosti snaží o zanechávání co nejmenší ekologické stopy z jejich vykonávané činnosti anebo samotných výrobků. Automobilkám tedy není lhostejné, co se s jejich výrobky děje po skončení životního cyklu, proto jejich snahou je ze starých komponentů vyrobit opět něco nového. V rámci environmentální oblasti Škoda Auto recykluje staré pneumatiky a vyrábí z nich podklady pod dětská hřiště, Hyundai zase využívá železo a neželezné kovy a Toyota recykluje nárazníky, magnetické motory a baterie z elektromobilů. Je tedy možné říct, že ve většině otázek ohledně ochrany environmentu se shodují.

V sociálním pilíři mají také automobilky celkem shodné aktivity, a to hlavně bezpečnost a ochranu zdraví zaměstnanců, odmítání jakékoliv diskriminace a rozvoj zaměstnanců (především v podobě vzdělávání).

Ekonomická oblast je také ve své podstatě u všech tří společností shodná. Hlavní podstatu ekonomické oblasti u automobilek tvoří transparentnost, odmítání korupce, bezpečnost a spokojenost zákazníků a zodpovědné nakupování od dodavatelů. Snaha o to být co nejtransparentnější je zřejmé již z vytvořených reportů, které jsou veřejně dostupné široké veřejnosti a jsou sestaveny dle celosvětově uznávané směrnice Global Reporting Initiative (GRI).

Po provedené analýze CSR aktivit v automobilovém průmyslu v ČR následovala analýza vlivu onemocnění covid-19 na CSR automobilového průmyslu.

Analýza vlivu byla provedena na základě informací zjistitelných na internetu, a to konkrétně na webových stránkách jednotlivých společností. V případě společnosti Škoda Auto má covid-19 největší vliv na sociální pilíř, a to konkrétně bezpečnost a zdraví zaměstnanců. Automobilka musela implementovat nová pravidla fungování v provozu a tím bojuje proti možnému šíření onemocnění mezi zaměstnanci. Společnost pravidelně provádí dezinfekce všech společných prostor, pravidelně provádí antigenní testování zaměstnanců, poskytuje respirátory FFP2, měří všem osobám při vstupu do výrobního areálu teplotu a také má snahu proočkovat své zaměstnance ve svých očkovacích centrech, které už má zřízené. Automobilka již spustila i možnou předregistraci k očkování. Je tedy zřejmé, že pandemie ovlivnila výrobní závod, ale Škoda byla schopná se velice rychle přizpůsobit a uvést provoz do normálního stavu, který ničím neovlivňuje výrobu.

Hyundai Motor Manufacturing Czech, s.r.o jako jediná z analyzovaných společností měla již zveřejněný report z roku 2020 ve kterém se zabývala problematikou covid-19. Automobilka Hyundai také jako předchozí společnost zaznamenala největší vliv na sociálním pilíři a opět konkrétně na bezpečnosti a ochraně zdraví zaměstnanců. Hyundai poskytuje zaměstnancům ochranné prostředky (respirátory), stojany s dezinfekcí, podporuje vykonávání pracovních povinností formou home office a čelem se staví i k očkování, které v případě získání očkovacích látek je schopna okamžitě zrealizovat za účasti svého závodního lékaře. Dále se Hyundai aktivně podílí na finanční podpoře Moravskoslezské kraje a města Frýdku-Místku.

Toyota Motor Manufacturing Czech Republic, s.r.o jako jediná nikde neposkytuje informace o jejím současném stavu, a proto byl zkoumán vliv covid-19 v rámci evropských poboček. Nelze tedy říct jaký konkrétní vliv má covid-19 na společenskou odpovědnost konkrétně v České republice, je možné se pouze domnívat, že pravděpodobně zaujala podobný postoj v boji proti onemocnění covid-19. Dle veřejně dostupných informací, ale lze pozorovat

vliv covid-19 na evropské pobočky. Největší vliv pandemie covid-19 je opět jako u předchozích automobilek u sociálního pilíře dále u ekonomického pilíře a naprosto nejmenší vliv je pozorovatelný v oblasti environmentální. V rámci sociálního pilíře se také jako předchozí dvě automobilky snaží nejvíce pečovat o zdraví svých zaměstnanců, a to hlavně pravidelnými dezinfekcemi prostor, distribuováním roušek a respirátorů. Pro dodržování sociálních rozestupů doporučuje administrativním pracovníkům práci z domova a snaží se podporovat nadnárodní i lokální organizace finančními i nefinančními dary. Doporučením pro Toyota Motor Manufacturing Czech Republic, s.r.o je začít prezentovat své průběžné kroky při řešení pandemické situace.

Pro všechny tři výše uvedené automobilky lze také definovat shodná doporučení, a to neustále udržovat úzké kontakty se svými dodavateli ať už zahraničními, ale i lokálními, za účelem rychlejšího náběhu na plnohodnotnou výrobu při zotavování trhu. Dalším doporučením je posilovat operace v rámci přípravy na potenciální rizika a v neposlední řadě nastavit si taková preventivní opatření k zajištění té největší bezpečnosti svých zaměstnanců. [22]

## ZÁVĚR

Cílem této práce bylo definovat společenskou odpovědnost firem, analyzovat společenskou odpovědnost firem v automobilovém průmyslu v České republice a posoudit vliv onemocnění covid-19 na společenskou odpovědnost.

Na základě provedené analýzy CSR byl zkoumán vliv onemocnění covid-19 na CSR automobilového průmyslu v ČR. Pandemie onemocnění covid-19 nejvíce zasáhla oblast sociální, která se zaměřuje především na zdraví a bezpečnost zaměstnanců na pracovišti. Automobilky Škoda i Hyundai aktivně bojují proti masivnímu šíření onemocnění, a to v podobě pravidelných preventivních dezinfekcí, poskytováním ochrany úst a dodržováním rozestupů. Také se snaží podporovat stát, nemocnice, neziskové organizace atd. pomocí hmotných, ale i finančních darů. Všechny dostupné informace byly získány z internetových zdrojů. Toyota Motor Manufacturing Czech Republic, s.r.o jako jediná z analyzovaných společností neposkytuje žádné informace o svých pandemických krocích a celkovém aktuálním stavu v této nelehké době, a proto v práci byl analyzován vliv covid-19 na aktivity evropských poboček společnosti Toyota. Společnost Toyota implementovala velmi podobné aktivity jako automobilka Škoda i Hyundai, a to opět především v oblasti sociálního pilíře.

## POUŽITÁ LITERATURA

- [1] 12 kroků jak sestavit pro vaši firmu etický kodex. *Psychologie pro každého*. [online]. 2016. [cit. 2021-05-05]. Dostupné z: <https://psychologieprokazdeho.cz/jak-sestavit-eticky-kodex/>
- [2] 125 let Škoda Auto: Historie převážně nevážně. *Škoda Storyboard*. [online]. 2020. [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://www.skoda-storyboard.com/cs/125-let-skoda-cs/125-let-skoda-auto-historie-prevazne-nevazne/>
- [3] 14 otázek a odpovědí o CSR. *Business Leaders Forum*. [online]. [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://www.csr-online.cz/co-je-csr/14-otazek-a-odpovedi-o-csr/>
- [4] 17/1992 Sb. Zákon o životním prostředí. *Zákony pro lidi*. [online]. [cit. 2021-05-06]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1992-17>
- [5] A Friedman doctrine – The Social Responsibility Of Business Is to Increase Its Profits. *The New York Times*. [online]. 1970. [cit. 2021-05-12]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/1970/09/13/archives/a-friedman-doctrine-the-social-responsibility-of-business-is-to.html>
- [6] Analýza zainteresovaných stran. *ALTAXO.cz* [online]. [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://www.altaxo.cz/provoz-firmy/management/rizeni-podniku/analyza-zainteresovanych-stran>
- [7] Automobilový průmysl. *oneindustry*. [online]. 2020 [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://www.oneindustry.one/lexikon/automobilovy-prumysl/>
- [8] Automobilový průmysl: Trendy budoucnosti. *eDOTACE.cz*. [online]. [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <http://www.edotace.cz/clanky/automobilovy-prumysl-trendy-budoucnosti>
- [9] BEAL, Brent D. *Corporate social responsibility: definition, core issues, and recent developments*. Los Angeles: Sage Publications, 2014. ISBN 978-1-4522-9156-7.
- [10] BOHATÁ, Marie. *Česká cesta k podnikatelské etice*. Brno: Barrister & Principal, 2020. ISBN 978-80-7364-108-5.
- [11] BOWEN, Howard R. *Social Responsibilities of the Businessman*. Iowa city: University of Iowa press. 2013. ISBN 978-1-60938-196-7
- [12] Cena Via Bona. *Nadace Via*. [online]. [cit. 2021-05-05]. Dostupné z: <https://www.nadacevia.cz/nabidka-programu/viabona/#ocene>

- [13] Cíle udržitelného rozvoje (SDGs). *United Nations*. [online]. [cit. 2021-05-06]. Dostupné z: <https://www.osn.cz/osn/hlavni-temata/sdgs/>
- [14] Co děláme. *Etické fórum České republiky*. [online]. [cit. 2021-05-05]. Dostupné z: <http://www.etickeforumcr.cz/eticke-forum/o-nas/co-delame>
- [15] Co je firemní filantropie? *Feminismus.cz*. [online]. 2004. [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://www.feminismus.cz/cz/clanky/co-je-firemni-filantropie>
- [16] Co znamenají názvy českých automobilek? *Garáž.cz*. [online]. [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://www.garaz.cz/clanek/co-znamenaji-nazvy-ceskych-automobilek-nektere-prekvapi-21003978>
- [17] Corporate Governance – Správa řízení společnosti. *Ministerstvo průmyslu a obchodu*. [online]. 2006. [cit. 2021-05-05]. Dostupné z: <https://www.mpo.cz/dokument2566.html>
- [18] Corporate social responsibility. *World Business Council for Sustainable Development*. [growthorientedsustainableentrepreneurship.files.wordpress.com](https://growthorientedsustainableentrepreneurship.files.wordpress.com). [online]. [cit. 2021-05-12]. Dostupné z: <https://growthorientedsustainableentrepreneurship.files.wordpress.com/2016/07/csr-wbcspd-csr-primer.pdf>
- [19] Corporate social responsibility: a new definition, a new agenda for action. *European commission*. [online]. 2011. [cit. 2021-05-12]. Dostupné z: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/MEMO\\_11\\_730](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/MEMO_11_730)
- [20] COVID-19 and the automotive industry. *International Labour Organization*. [online]. 2020. [cit. 2021-05-13]. Dostupné z: [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_dialogue/---sector/documents/briefingnote/wcms\\_741343.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---sector/documents/briefingnote/wcms_741343.pdf)
- [21] Covid-19 má na světovou ekonomiku větší dopad než velká finanční krize před 12 lety. I pro rok 2021 musí firmy počítat s propadem poptávky a opožděnými platbami faktur. *Investujeme.cz*. [online]. 2020. [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://www.investujeme.cz/tiskove-zpravy/covid-19-ma-na-svetovou-ekonomiku-vetsi-dopad-nez-velka-financni-krize-pred-12-lety-i-pro-rok-2021-tak-musi-firmy-pocitat-s-propadem-poptavky-a-opozdenymi-platbami-faktur/>
- [22] Covid-19: Mobilizing the automotive industry now. *accenture*. [online]. 2020. [cit. 2021-05-12]. Dostupné z: <https://www.accenture.com/be-en/insights/automotive/coronavirus-automotive-rapid-response>

- [23] CSR reporting. *CSR reporting*. [online]. [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://csr-reporting.czu.cz/#1>
- [24] Další ocenění EcoVadis: THIMM získává stříbrnou medaili. *Thimm The High Pack Group*. [online]. [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://www.thimm.cz/media-akce/aktuality/zpravy-detail/dalsi-oceneni-ecovadis-thimm-ziskava-stribrnou-medaili/>
- [25] Dějiny nebudou covid hodnotit jen jako nemoc, říká historik. *Seznamzpravy.cz*. [online]. [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/dejiny-nebudou-covid-hodnotit-jen-jako-nemoc-rika-historik-147637>
- [26] Etika podnikání má čím dál větší místo pod sluncem. *ipodnikatel.cz*. [online]. 2011. [cit. 2021-05-05]. Dostupné z: <https://www.ipodnikatel.cz/etika-v-podnikani-ma-jeste-vubec-sve-misto-pod-sluncem/>
- [27] Firemní dárcovství. *Šance Dětem*. [online]. 2021 [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://www.sancedetem.cz/firemni-darcovstvi>
- [28] Firma roku 2020. *firma roku rovné příležitosti*. [online]. [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: [https://rovneprilezitosti.ecn.cz/cz/rocnik?als\[ROK\]=2020&als\[PHL\]=2749](https://rovneprilezitosti.ecn.cz/cz/rocnik?als[ROK]=2020&als[PHL]=2749)
- [29] Global plant. *Hyundai motor group – Newsroom*. [online]. [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://www.hyundaimotorgroup.com/About-Us/Global-Plant/All.hub>
- [30] Historie společnosti. *Škoda Auto*. [online]. [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://skodaskoda.estranky.cz/clanky/historie-spolecnosti.html>
- [31] Hyundai přispěje České republice v boji proti nemoci COVID-19 finančními prostředky ve výši 10 miliónů korun a dodávkou 20.000 respirátorů. *Hyundai Motor Manufacturing Czech*. [online]. [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://hyundai-motor.cz/hyundai-prispeje-ceske-republice-v-boji-proti-nemoci-covid-19-financnimi-prostredky-ve-vysi-10-milionu-korun-a-dodavkou-20-000-respiratoru/>
- [32] Jak pomáháme. *Hyundai Motor Manufacturing Czech*. [online]. [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://hyundai-motor.cz/o-spolecnosti/jak-pomahame/>
- [33] Karakuri – nízkonákladová automatizace. *Haberkorn*. [online]. [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://www.haberkorn.cz/karakuri-nizkonakladova-automatizace/>
- [34] KAŠPAROVÁ, Klára a Vilém KUNZ. *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*. Praha: Grada, 2013. Management. ISBN 978-80-247-4480-3.

- [35] Kde všude je Škoda auto doma. *Škoda Storyboard*. [online]. 2020. [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://www.skoda-storyboard.com/cs/modely-cs/kde-vsude-je-skoda-auto-doma/>
- [36] Kdo jsme. *Fórum dárců*. [online]. [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://www.donorsforum.cz/o-foru-darcu/kdo-jsme.html>
- [37] Kolínské TPCA končí. Místo něj nastupuje TMMCZ. *auto.cz*. [online]. [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://www.auto.cz/kolinske-tpca-konci-misto-nej-nastupuje-tmmcz-137410>
- [38] Koronavirus má i zaměstnanec Hyundai v Nošovicích. *deník.cz*. [online]. 2020. [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://www.denik.cz/regiony/nosovice-hyundai-koronavirus-20200714.html>
- [39] KOTLER, Philip a Nancy LEE. *Corporate social responsibility: doing the most good for your company and your cause*. Hoboken: John Wiley, c2005. ISBN 978-0-471-47611-5.
- [40] Kráčíme v před. *Hyundai*. [online]. [cit. 23.04.2021]. Dostupné z: <https://www.hyundai.cz/kracimevpred>
- [41] KUNZ, Vilém. *Společenská odpovědnost firem*. Praha: Grada, 2012. Expert. ISBN 978-80-247-3983-0.
- [42] Metodika zavádění firemní filantropie pro firmy. *Projekt sociální pilíř konceptu společenské odpovědnosti firem (CSR), ve vztahu k zaměstnanosti OZP na volném trhu*. [online]. 2013. [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: [https://spcsr.cz/files/Metodika\\_zavadeni\\_firemni\\_filantropie\\_pro\\_firmy\\_6-5-2013.pdf](https://spcsr.cz/files/Metodika_zavadeni_firemni_filantropie_pro_firmy_6-5-2013.pdf)
- [43] Národní cena ČR za společenskou odpovědnost. *Ministerstvo průmyslu a obchodu*. [online]. [cit.2021-04-23]. Dostupné z: <https://www.mpo.cz/cz/rozcestnik/rada-kvality-cr/narodni-ceny/narodni-cena-cr-za-spolecenskou-odpovednost/narodni-cena-ceske-republiky-za-spolecenskou-odpovednost--245778/>
- [44] Naše projekty. *Fórum dárců*. [online]. [cit. 2021-05-05]. Dostupné z: <https://www.donorsforum.cz/o-foru-darcu/nase-projekty.html>
- [45] Nošovická automobilka Hyundai darovala krajským hasičům antigenní testy. *Moravskoslezský kraj, Hasičský záchranný sbor České republiky*. [online]. 2021. [cit. 2021-05-06]. Dostupné z: <https://www.hzscr.cz/clanek/nosovicka-automobilka-hyundai-darovala-krajskym-hasicum-antigenni-testy.aspx>



- [46] O AutoSAP. *AutoSAP*. [online]. 2018 [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://autosap.cz/o-autosap/>
- [47] O nás. *Business Leaders Forum*. [online]. [cit. 2021-05-05]. Dostupné z: <https://www.csr-online.cz/o-nas/>
- [48] O soutěži. *Sodexo zaměstnavatel roku*. [online]. [cit. 2021-05-05]. Dostupné z: <https://zamestnavatelroku.klubzamestnavatele.cz/>
- [49] Obecné základní přehledy. *AutoSAP*. [online]. 2018 [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://autosap.cz/zakladni-prehledy-automotive/obecne-zakladni-prehledy/>
- [50] PRŮZKUM: NEFINANČNÍ REPORTING V ČR. *flagship*. [online]. [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: [https://flagship.cz/blog/detail/pruzkum-nefinancni-reporting-v-cr\\_375](https://flagship.cz/blog/detail/pruzkum-nefinancni-reporting-v-cr_375)
- [51] REICH, Robert B. *Supercapitalism: The Transformation of Business, Democracy, and Everyday Life*. New York publishing house Alfred A. Knopf. 2007. ISBN 0-307-26561-7
- [52] Report of the World Commission on Environment and Development – Our Common Future 1987. *Federal Office for Spatial Development ARE*. [online]. [cit. 2021-05-12]. Dostupné z: [https://www.are.admin.ch/are/en/home/sustainable-development/international-cooperation/2030agenda/un-\\_-milestones-in-sustainable-development/1987--brundtland-report.html](https://www.are.admin.ch/are/en/home/sustainable-development/international-cooperation/2030agenda/un-_-milestones-in-sustainable-development/1987--brundtland-report.html)
- [53] Slovník pojmů. *Business Leaders Forum*. [online]. [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://www.csr-online.cz/co-je-csr/slovník-pojmu/>
- [54] Společenská odpovědnost firem. *Businessinfo.cz*. [online]. [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/navody/spolecenska-odpovednost-firem-pruvodce/#co4>
- [55] Společenská odpovědnost firem. *centrum andragogiky*. [online]. [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <http://www.centrumandragogiky.cz/userfiles/CSR11.pdf>
- [56] Společenská odpovědnost firem. *ipodnikatel.cz*. [online]. [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://www.ipodnikatel.cz/spolecenska-odpovednost-firem/>
- [57] SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST FIREM: kompletní průvodce tématem & závěry z průzkumu v ČR. *Nadace neziskovky.cz*. [online]. 2004 [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: [https://www.neziskovky.cz/data/vyzkum\\_CSR\\_BLF\\_2004txt8529.pdf](https://www.neziskovky.cz/data/vyzkum_CSR_BLF_2004txt8529.pdf)

- [58] Sustainability Data Book 2019. *Toyota*. [online]. [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: [https://global.toyota/pages/global\\_toyota/sustainability/report/sdb/sdb19\\_en.pdf](https://global.toyota/pages/global_toyota/sustainability/report/sdb/sdb19_en.pdf)
- [59] Sustainability Report 2019. *Toyota Materiál Handling*. [online]. [cit. 2021-04-23] Dostupné z: [https://media.toyota-forklifts.eu/published/19156\\_Original%20document\\_toyota%20mh.pdf](https://media.toyota-forklifts.eu/published/19156_Original%20document_toyota%20mh.pdf)
- [60] Sustainability report. *Hyundai*. [online]. [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://www.hyundai.com/worldwide/en/company/sustainability/sustainability-report>
- [61] Své zaměstnance jsou připraveny očkovat i Hyundai a OKD. *novinky.cz*. [online]. 2021. [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/ekonomika/clanek/sve-zamestnance-jsou-pripraveny-ockovat-i-hyundai-a-okd-40348134>
- [62] Šéf Avastu Vlček založil s manželkou nadaci pro umírající děti. Vloží do ní 1,5 miliardy. *novinky.cz*. [online]. 2021. [cit. 2021-05-05]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/domaci/clanek/sef-avastu-vlcek-zalozil-s-manzelkou-nadaci-pro-umirajici-deti-vlozi-do-ni-15-miliardy-40354059>
- [63] Škoda – historie a všechny modely aut značky. *portál řidiče*. [online]. [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://www.portalridice.cz/znacky-aut/skoda>
- [64] ŠKODA AUTO looks back on a successful 2020 despite the coronavirus pandemic. *Automotive World est. 1992*. [online]. 2021. [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://www.automotiveworld.com/news-releases/skoda-auto-looks-back-on-a-successful-2020-despite-the-coronavirus-pandemic/>
- [65] ŠKODA AUTO se navzdory pandemii koronaviru ohlíží za úspěšným rokem 2020. *Škoda Storyboard*. [online]. 2021. [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://www.skoda-storyboard.com/cs/tiskove-zpravy-archiv/skoda-auto-se-navzdory-pandemii-koronaviru-ohlizi-za-uspesnym-rokem-2020/>
- [66] ŠKODA AUTO zvítězila ve studii TOP Zaměstnavatelé. *Škoda Storyboard*. [online]. 2021. [cit. 2021-05-06]. Dostupné z: <https://www.skoda-storyboard.com/cs/tiskove-zpravy-archiv/skoda-auto-zvitezila-ve-studii-top-zamestnavatele/>
- [67] ŠKODA FABIA: Světová premiéra ve fotografiích. *Škoda*. [online]. 2021. [cit. 2021-05-06]. Dostupné z: <https://www.skoda-auto.cz/novinky/novinky-detail/2021-05-04-skoda-fabia-svetova-premiera-ve-fotografiich>

- [68] Škoda Mobil – noviny zaměstnanců Škoda Auto 4/2020. *Škoda Mobil*. [online]. [cit. 2021-05-12]. Dostupné z: <https://www.skodamobil.cz/cz/04-2020/skodovaci-pomahaji>
- [69] The Gospel of Wealth, The North American Review June 1889 & December 1889. *Carnegie Corporation of New York*. [online]. [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: [https://media.carnegie.org/filer\\_public/0a/e1/0ae166c5-fca3-4adf-82a7-74c0534cd8de/gospel\\_of\\_wealth\\_2017.pdf](https://media.carnegie.org/filer_public/0a/e1/0ae166c5-fca3-4adf-82a7-74c0534cd8de/gospel_of_wealth_2017.pdf)
- [70] Toyota a péče o životní prostředí. *Toyota*. [online]. [cit. 2021-05-06]. Dostupné z: <https://www.toyota.cz/world-of-toyota/environmental-technology/environment>
- [71] Toyota Kolín. *Toyota Motor Manufacturing Czech*. [online]. [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://www.toyotacz.com/o-nas/toyota-kolin/>
- [72] Toyota přebrala TPCA v Kolíně. Kvůli Yarisu nabere až tisíc lidí. *idnes.cz*. [online]. 2021 [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: [https://www.idnes.cz/ekonomika/domaci/tpca-kolin-toyota-automobilka.A210101\\_103645\\_ekonomika\\_hm1](https://www.idnes.cz/ekonomika/domaci/tpca-kolin-toyota-automobilka.A210101_103645_ekonomika_hm1)
- [73] Toyota safety sense. *Toyota*. [online]. [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://www.toyota.cz/world-of-toyota/safety/toyota-safety-sense#html51>
- [74] Toyota supports local communities in Europe in their fight against covid-19. *ERTICO*. [online]. 2020. [cit. 2021-05-06]. Dostupné z: <https://erticonetwork.com/toyota-supports-local-communities-in-europe-in-their-fight-against-covid-19/>
- [75] Toyota to suspend production at European plants due to coronavirus pandemic. *Toyota Europe Newsroom*. [online]. 2020. [cit. 2021-05-06]. Dostupné z: <https://newsroom.toyota.eu/toyota-to-suspend-production-at-european-plants-due-to-coronavirus-pandemic/>
- [76] Trojí základ podnikání. (Tripple-bottom-line business). *Svěřenská správa*. [online]. 2019. [cit. 2021-02-09]. Dostupné z: <https://www.svsp.cz/slovník/troji-zaklad-podnikani>
- [77] Trvale udržitelný rozvoj – konference. *czp.cunicz*. [online]. [cit. 2021-05-05]. Dostupné z: <https://www.czp.cuni.cz/czp/index.php/cz/zdroje-informaci/konference/212-trvale-udrzitelny-rozvoj-a-vzdelavani>
- [78] Už měsíce testujeme a připravujeme se na očkování. *Škoda Auto*. [online]. 2021. [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://www.skoda-auto.cz/novinky/novinky-detail/2021-03-11-skoda-auto-dela-v-boji-proti-nakaze-covid-19-vice-nez-je-jej-povinnost-dana-statem-uz-mesice-testuje-a-pripravuje-se-na-ockovani>

- [79] Výroba 2020. *AutoSAP*. [online]. [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://autosap.cz/wp-content/uploads/2021/02/vyroba-12-2020-1.pdf>
- [80] Výrobní závod Nošovice. *Hyundai Motor Manufacturing Czech*. [online]. [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://hyundai-motor.cz/o-spolecnosti/>
- [81] Výroční tisková konference. *Škoda-storyboard.cz*. [online]. [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://www.skoda-storyboard.com/cs/tiskove-zpravy-archiv/vyrocní-tiskova-konference-skoda-auto-2019-fotografie-a-projevy-online-na-skoda-storyboard/>
- [82] Výroční zpráva 2019. *justice.cz*. [online]. [cit. 2021-05-06]. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=62412824&subjektId=245382&spis=855097>
- [83] Výroční zpráva 2019. *Škoda Storyboard*. [online]. [cit. 2021-05-06]. Dostupné z: [https://cdn.skoda-storyboard.com/2020/06/SKODA\\_2019\\_CZE.pdf](https://cdn.skoda-storyboard.com/2020/06/SKODA_2019_CZE.pdf)
- [84] Výroční zpráva 2020. *Škoda Storyboard* [online]. [cit. 2021-05-06]. Dostupné z: [https://cdn.skoda-storyboard.com/2021/03/210324-10-00\\_Vyrocní\\_zprava\\_2020.pdf](https://cdn.skoda-storyboard.com/2021/03/210324-10-00_Vyrocní_zprava_2020.pdf)
- [85] VYSEKALOVÁ, Jitka, Jiří MIKEŠ a Jan BINAR. *Image a firemní identita*. 2., aktualizované a rozšířené vydání. Praha: Grada Publishing, 2020. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-2841-9.
- [86] WERTHER, William B. a David CHANDLER. *Strategic corporate social responsibility: stakeholders in a global environment*. 2nd ed. Los Angeles: Sage Publications, c2011. ISBN 978-1-4129-7453-0.
- [87] WILLARD, Bob. *The New Sustainability Advantage: Seven Business Case Benefits of a Triple Bottom Line*. New Society Publishers. 2012. ISBN 978-0-86571-712-1
- [88] Zpráva o trvale udržitelném rozvoji 2017-2018. *Škoda Auto*. [online]. [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: [https://www.skoda-auto.com/\\_doc/b457e438-5093-4fa7-acd1-798bbb0c9725](https://www.skoda-auto.com/_doc/b457e438-5093-4fa7-acd1-798bbb0c9725)
- [89] Žebříček 100 obdivovaných. *Czechtopy100*. [online]. [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://www.czechtopy100.cz/cs/projekty/zebricky/100-obdivovanych>