

UNIVERZITA PARDUBICE

FAKULTA EKONOMICKO-SPRÁVNÍ

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

2022

Pavla Bačíková

Univerzita Pardubice
Fakulta ekonomicko-správní

Pandemie Covid 19 a její dopad na zaměstnance vybraného podniku
Bakalářská práce

Univerzita Pardubice
Fakulta ekonomicko-správní
Akademický rok: 2021/2022

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Pavla Bačiková**
Osobní číslo: **E190116**
Studijní program: **B0413A050008 Ekonomika a management**
Specializace: **Ekonomika a provoz podniku**
Téma práce: **Pandemie Covid 19 a její dopad na zaměstnance vybraného podniku**
Zadávací katedra: **Ústav matematiky a kvantitativních metod**

Zásady pro vypracování

Cíl práce: Popis a analýza ekonomického, sociálního i psychologického dopadu pandemie na zaměstnance vybraného podniku. Návrh opatření ke snížení negativních dopadů.

Obsah:

- Pandemie COVID-19.
- Krize a krizové řízení.
- Krizový management.
- Představení vybraného podniku a jeho historie.
- Dotazníkové šetření.
- Návrh opatření ke snížení negativních dopadů.

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

Seznam doporučené literatury:

- ANTUŠÁK, Emil. Krizový management: hrozby krize příležitosti. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2009. ISBN 978-80-7357-488-8.
- EVANGELU, Jaroslava Ester. Krizová komunikace: efektivní zvládání krizových a zátěžových situací. Ostrava: Key Publishing, 2013. Monografie. ISBN 978-80-7418-175-7.
- LEDNICKÝ, Václav. Krizový management. Karviná: Slezská univerzita v Opavě, Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné, 2012. ISBN 978-80-7248-782-0.
- ŘEZANKOVÁ, Hana. Analýza dat z dotazníkových šetření. (Čtvrté přepracované vydání). [Praha]: Professional Publishing, 2017. ISBN 978-80-906594-8-3.
- TOMANDL, Jan, Jaroslav ČUŘÍK, Kristýna MARŠOVSKÁ a Tereza FOJTOVÁ. Krizová komunikace: principy, zkušenosti, postupy. Brno: Masarykova univerzita, 2020. Promedia., svazek 1. ISBN 978-80-210-9636-3.
- VILÁŠEK, Josef. Krizové řízení. Praha: Karolinum, 2009. Učební texty Univerzity Karlovy v Praze. ISBN 978-80-246-1723-7.
- ZUZÁK, Roman a Martina KÖNIGOVÁ. Krizové řízení podniku. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2009. Expert. ISBN 978-80-247-3156-8.

Vedoucí bakalářské práce: **Mgr. Veronika Borůvková**
Ústav matematiky a kvantitativních metod

Datum zadání bakalářské práce: **1. září 2021**
Termín odevzdání bakalářské práce: **30. dubna 2022**

prof. Ing. Jan Stejskal, Ph.D. v.r.
děkan

L.S.

doc. Ing. Michaela Kotková Střiteská, Ph.D. v.r.
vedoucí ústavu

V Pardubicích dne 1. září 2021

Prohlašuji:

Práci s názvem Pandemie Covid 19 a její dopad na zaměstnance vybraného podniku 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 26. 11. 2022

Pavla Bačíková v. r.

PODĚKOVÁNÍ

Tímto bych ráda poděkovala vedoucí bakalářské práce paní Mgr. Veronice Lipovské za její vždy milý a pozitivní přístup, ochotu, trpělivost, za všechny cenné rady, a hlavně za odborné vedení při zpracování této bakalářské práce.

ANOTACE

Cílem bakalářské práce Pandemie koronaviru Covid 19 a její dopad na zaměstnance vybraného podniku je popis a analýza ekonomického, sociálního a psychologického dopadu pandemie koronaviru Covid 19 na zaměstnance podniku Autocentrum BARTH a návrh opatření ke snížení negativních dopadů. V první kapitole práce je představen vybraný podnik potom jeho struktura, počet zaměstnanců a jeho historie. Druhá kapitola se věnuje pandemii, jejímu šíření ve světě a v České republice, přijatým vládním opatřením proti šíření a očkování proti němu. Ve třetí kapitole je vysvětlen pojem krize, krizový management a jeho činnosti. Finální kapitola práce obsahuje dopady pandemie a návrhy opatření pro jejich snížení.

KLÍČOVÁ SLOVA

pandemie, koronavirus, Covid 19, krize, krizový management, analýza, dopad

TITLE

The Covid 19 pandemic and its impact on the employees of the selected company

ANNOTATION

The aim of the bachelor thesis The Covid 19 pandemic and its impact on the employees of the selected company is the description and analysis of an economic, social and psychological impact of the Covid 19 pandemic on the employees of Autocentrum BARTH and the proposal to reduce the negative impacts. In the first chapter of the thesis, the selected company, its structure, number of employees and its history is presented. The second chapter is devoted to the pandemic, its spread in the world and in the Czech Republic and the adopted government measures against the spread and vaccination against the disease. In the third chapter, the concept of crisis, crisis management and its activities are explained. The final chapter of the thesis contains the impacts of the pandemic and the proposals to reduce them.

KEYWORDS

pandemic, coronavirus, Covid 19, crisis, crisis management, analysis, impact

Obsah

SEZNAM OBRÁZKŮ	10
SEZNAM TABULEK	11
SEZNAM ZKRATEK	12
ÚVOD	13
1 PŘEDSTAVENÍ VYBRANÉHO PODNIKU	14
1.1 Počet zaměstnanců	15
1.2 Historie firmy	15
2 PANDEMIE COVID 19	17
2.1 Pandemie v ČR a některá přijatá vládní opatření proti jejímu šíření	17
2.2 Povinné testování a očkování proti Covidu 19	21
3 KRIZE A KRIZOVÝ MANAGEMENT	22
3.1 Základní pojmy	22
3.1.1 Krize	22
3.1.2 Krizový plán	22
3.1.3 Krizový management	22
3.1.4 Krizové řízení	23
3.1.5 Krizová komunikace	23
3.2 Krizový management a krizová komunikace ve firmě Autocentrum BARTH	23
4 Metoda sběru dat	24
4.1 Vyhodnocení účasti šetření	24
4.2 Skladba dotazníku	25
4.3 Stanovení hypotéz a zpracování dat	25
4.3.1 Hypotézy	25
5 Analýza dopadů pandemie	26
5.1 Analýza vztahu ekonomického a sociálního dopadu	26
5.2 Analýza vztahu ekonomického a psychologického dopadu	28
5.3 Analýza vztahu sociálního a psychologického dopadu	30
6 Odpovědi respondentů dotazníkového šetření	32
7 Návrh opatření ke snížení negativních dopadů	38
ZÁVĚR	40
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	41

Internetové zdroje	41
Knižní zdroje.....	42
SEZNAM PŘÍLOH.....	43
Přílohy.....	44

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1: Struktura firmy	14
Obrázek 2: Přehled přírůstků a celkového počtu nakažených osob za období od 1. března 2020 do 31. května 2020.....	18
Obrázek 3: Přehled přírůstků a celkového počtu nakažených osob za období od 5. října 2020 do 31. prosince 2020.....	20

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Rozdělení respondentů dle věkové kategorie	24
Tabulka 2: Skutečné četnosti – ekonomický a sociální dopad	26
Tabulka 3: $n_{i.*n.j/n}$ – ekonomický a sociální dopad	27
Tabulka 4: Rozdíly – ekonomický a sociální dopad	27
Tabulka 5: Skutečné četnosti – ekonomický a psychologický dopad	28
Tabulka 6: $n_{i.*n.j/n}$ – ekonomický a psychologický dopad	29
Tabulka 7: Rozdíly – ekonomický a psychologický dopad	29
Tabulka 8: Skutečné četnosti – sociální a psychologický dopad	30
Tabulka 9: $n_{i.*n.j/n}$ – sociální a psychologický dopad	31
Tabulka 10: Rozdíly – sociální a psychologický dopad	31
Tabulka 11: Odpovědi respondentů na otázku č. 1	32
Tabulka 12: Odpovědi respondentů na otázku č. 3	33
Tabulka 13: Odpovědi respondentů na otázku č. 6	34
Tabulka 14: Odpovědi respondentů na otázku č. 10	35
Tabulka 15: Odpovědi respondentů na otázku č. 13	36

SEZNAM ZKRATEK

atd.	A tak dále
ČR	Česká republika
MZČR	Ministerstvo zdravotnictví České republiky
např.	Například
OSVČ	Osoba samostatně výdělečně činná
tj.	To je
WHO	World Health Organization (Světová zdravotnická organizace)

ÚVOD

Tato bakalářská práce se věnuje pandemii koronaviru Covid 19 a jejímu dopadu na zaměstnance vybraného podniku Autocentrum BARTH.

Cílem práce je popis a analýza ekonomického, sociálního a psychologického dopadu pandemie koronaviru Covid 19 na zaměstnance podniku Autocentrum BARTH a návrh opatření ke snížení negativních dopadů.

V březnu 2020 se objevil nový typ koronaviru SARS-CoV-2, který způsobil pandemií onemocnění Covid 19. Netrvalo dlouho a rozšířil se po celém světě. Také česká vláda musela přijmout mnohá opatření, která měla za cíl omezit jeho další šíření. Ale tato opatření s sebou nesla následky. Pandemie poznamenala nejen sociální život nebo psychiku mnoha lidí, ale hlavně ekonomickou situaci nejen jednotlivců, ale také podniků, protože mnohé musely být trvale uzavřeny a ukončit svou činnost. V této práci se čtenář dozví, jaké konkrétní dopady měla pandemie na zaměstnance firmy Autocentrum BARTH.

V první kapitole práce bude představen vybraný podnik, firma Autocentrum BARTH, její struktura, počet a rozdělení zaměstnanců a historie firmy sahající až do roku 1997.

Druhá kapitola věnuje pozornost onemocnění Covid 19, pandemii a jejímu šíření ve světě, v České republice, přijatým vládním opatřením proti jejímu šíření, počtu přírůstků a také celkovému počtu nakažených osob. V neposlední řadě povinnému testování a očkování proti němu.

Ve třetí kapitole zaměřené na krizi a krizový management jsou v první řadě vymezeny základní pojmy pro lepší orientaci v problematice a následně je představen krizový management a krizová komunikace přímo ve firmě Autocentrum BARTH.

Čtvrtá kapitola práce se věnuje metodě sběru dat, vyhodnocení účasti respondentů na dotazníkovém šetření, skladbě samotného dotazníku a stanovení hypotéz. Pátá kapitola obsahuje analýzu dopadů pandemie za pomoci vybraných ukazatelů.

Šestá kapitola se věnuje odpovědím respondentů na jednotlivé otázky z dotazníkového šetření a následující sedmá kapitola obsahuje mé návrhy opatření ke snížení negativních dopadů pandemie.

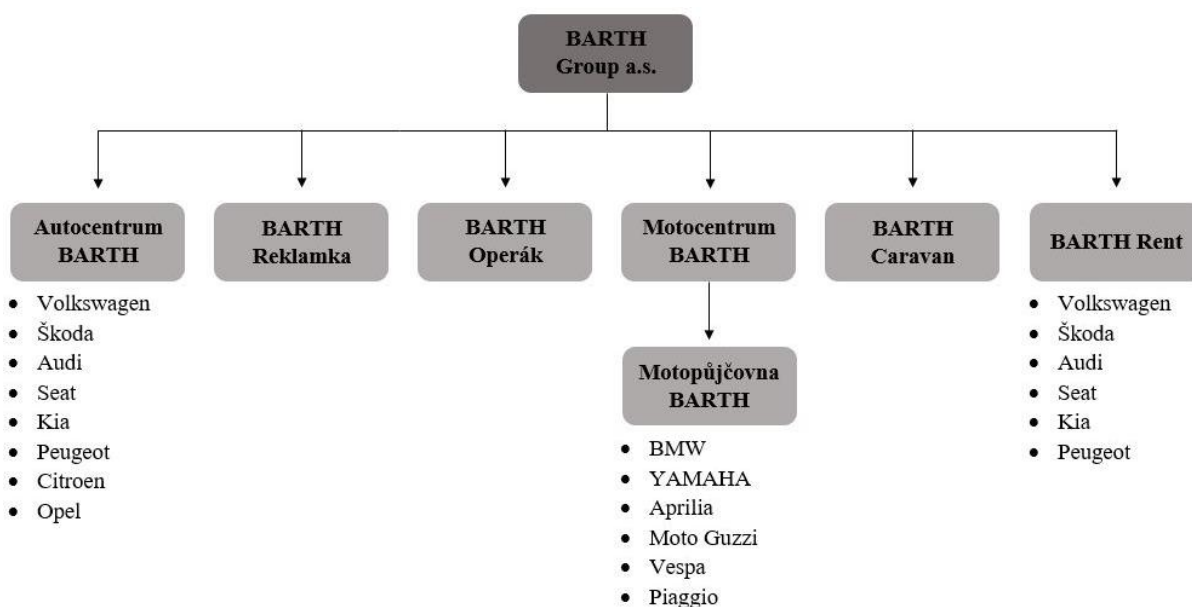
Následuje závěr práce.

1 PŘEDSTAVENÍ VYBRANÉHO PODNIKU

Pro zpracování této bakalářské práce jsem zvolila firmu Autocentrum BARTH, ve které pracuji od 1. září 2020 na pozici asistentky, správce webu BARTH Operák.

Skupinu BARTH najdeme v Pardubicích a Hradci Králové. Největší společností je právě firma Autocentrum BARTH, kterou jsem si vybrala pro svou bakalářskou práci. Firma je jedním z nejvýznamnějších autorizovaných prodejců a servisů značky Volkswagen, Škoda, Audi, Seat, Kia, Peugeot, Citroën a Opel v České republice. Do skupiny dále patří kreativní reklamní agentura BARTH Reklamka, která má v marketingu již 25 let zkušeností, BARTH Operák, který nabízí operativní leasing pro právnické osoby, OSVČ a fyzické osoby. Dále firma Motocentrum BARTH, autorizovaný prodejce a servis motocyklů a skútrů značek BMW, YAMAHA, Aprilia, Moto Guzzi, Vespa a Piaggio, která provozuje také Motopůjčovnu. V neposlední řadě do skupiny patří půjčovna luxusních obytných vozů BARTH Caravan a prémiová autopůjčovna BARTH Rent, která nabízí k zapůjčení vozy značek Volkswagen, Škoda, Audi, Seat, Kia a Peugeot. [5]

Celou strukturu firmy si můžete prohlédnout níže na Obrázek 1.



Obrázek 1: Struktura firmy

Zdroj: Vlastní zpracování dle interního systému

1.1 Počet zaměstnanců

Skupina BARTH čítá 226 zaměstnanců.

Nejvíce, a to 183 zaměstnanců, působí ve firmě Autocentrum BARTH. Reklamní agentura BARTH Reklamka má celkem 26 zaměstnanců, BARTH Operák 3 zaměstnance, z nichž jedním jsem já. Motocentrum BARTH zastupuje 10 zaměstnanců, půjčovnu luxusních obytných vozů BARTH Caravan 1 zaměstnanec a prémiovou autopůjčovnu BARTH Rent zastupují zaměstnanci 3.

1.2 Historie firmy

Příběh firmy Autocentrum BARTH se začal psát dne 13. listopadu 1997, kdy předseda představenstva a výkonný ředitel Michal Burkoň, MBA, založil firmu.

V roce 1998 firma začala působit v Pardubicích jako drobný prodejce značky Škoda a roku 2001 svůj prodej rozšířila také do Hradce Králové. V roce 2004 byl zahájen také prodej značky Seat ve Starém Hradišti u Pardubic. Roku 2005 následoval prodej a servis užitkových vozů Volkswagen v Pardubicích. Další rok byl zrekonstruován areál v Hradci Králové a byl zde zahájen prodej a servis vozů Audi, Škoda a Volkswagen. Servis vozů značky Audi byl zahájen také v Pardubicích. O rok později, v roce 2007 bylo vybudováno nové centrum pro značku Škoda v Pardubicích včetně nové moderní lakovny a klempírny pro všechny již prodávané značky. Součástí areálu je rozsáhlá plocha pro ojeté vozy Škoda a Volkswagen. Původní salon Škoda byl zrekonstruován a otevřel se zde nový salon pro prodej nejen užitkových ale také osobních vozů značky Volkswagen v Pardubicích. Roku 2009 byl taktéž vybudován moderní areál pro prodej a servis značky Škoda v Hradci Králové včetně moderně vybavené lakovny a klempírny. Na začátku roku 2010 se Autocentrum Pardubice a Hradec Králové spojily a vytvořily společně firmu Autocentrum BARTH a.s. V roce 2012 se portfolio firmy rozšířilo o značku Peugeot. V letech 2013–2014 došlo k vystavění nejmodernějšího showroomu pro značku Volkswagen v Pardubicích, dále bylo portfolio rozšířeno o značku Kia a bylo jí vystavěno nové prodejní a servisní centrum v Pardubicích. Půjčovna luxusních obytných vozů a karavanů BARTH Caravan vznikla spolu s BARTH Motocentrem roku 2015. Také došlo k zahájení prodeje vozů značky Peugeot a k otevření nově vystavěných moderních showroomů Škoda, Volkswagen, Seat a Kia v Pardubicích. V Hradci Králové se otevřel nově zrekonstruovaný showroom pro vozy značky Škoda. V roce 2016 získala firma prestižní uznání Zlatou jehlicí a byla oceněna jako nejlepší obchodník Volkswagen v ČR. Dále byly lakovny a klempírny v Pardubicích i v Hradci Králové certifikovány a došlo také k

rozšíření nabídky obytných vozů v půjčovně BARTH Caravan. Zahájen byl provoz prémiové autopůjčovny BARTH Rent a spustil se také nový web BARTH Operák s nabídkou vozů financovaných na operativní leasing. V roce 2017 prošel web Autocentra kompletní modernizací a zároveň se spustil nový web Motocentra BARTH. Roku 2018 byla firma opět oceněna prestižním oceněním nejlepšího obchodníka Volkswagen v ČR, Zlatou jehlicí. Portfolio firmy se rozšířilo o prodej a servis značek Citroën a Opel a showroom Peugeot byl přesunut do nových prostor. Další ocenění Platinum Prestige Dealer Award získala firma za značku Kia a stala se tak nejlepším dealerem značky Kia v ČR. Roku 2020 firma i přes ztížené podmínky v důsledcích pandemie nechala postavit zcela nové moderní showroomy pro vozy značky Peugeot a Opel, avšak během roku 2021 došlo ke značnému zpomalení dalšího rozšiřování firmy. Na jaře roku 2022 firma začala stavět nový komplex budov, kde se po jeho dokončení bude nacházet nový showroom motorek značky BMW, dále ojetých motorek, velký motoshop, motoservis, sklady dílů, pneumatik, velká automyčka a zcela nová lakovna. Realizace výstavby těchto prostor umožní firmě v dalších letech výrazně navýšit tržby a také zlepšit pracovní prostředí pro některé pracovníky. [4]

Firma plánuje a organizuje stále další renovace, modernizace a rozšiřování areálů i palety svých služeb. Díky tomu všemu byla v letech 2018, 2019 a 2020 oceněna jako největší prodejce vozů Volkswagen v ČR.

2 PANDEMIE COVID 19

Covid 19 je infekční respirační onemocnění, způsobeno koronavirem SARS-CoV-2, který se objevil v městě Wu-šanu, které je nejlidnatějším městem střední Číny, v prosinci roku 2019. Netrvalo dlouho a rozšířil se do 101 zemí světa. Nejdříve to byly státy Asie, Austrálie a poté se rozšířil také do Evropy, Afriky a Ameriky. Dne 11. března 2020 prohlásila Světová zdravotnická organizace WHO epidemii koronaviru za pandemii a následně dne 13. března 2020 vyhlásila Evropu za hlavní epicentrum nákazy. [2] [7]

2.1 Pandemie v ČR a některá přijatá vládní opatření proti jejímu šíření

První vlna onemocnění Covid 19 začala 1. března 2020 a trvala přibližně do května 2020. Epidemiologové v ČR zavedli mnohá opatření a nařízení, která měla omezit šíření pandemie.

Mezi první opatření patřilo zrušení přímých letů z Číny, Koreje a Itálie. Dále to byla čtrnáctidenní karanténa pro lidi, vracející se z rizikových oblastí. Došlo k zásadnímu omezení počtu návštěvníků na divadelních, filmových, hudebních, sportovních a dalších akcích. Dále k zavření lyžařských areálů. Opatřením, které velmi významně zasáhlo běžné občany ČR, byl zákaz fyzické přítomnosti studentů základních, středních, vyšších odborných a vysokých škol. Došlo k zavedení distanční výuky. Otevřené zůstaly pouze mateřské školy. Následovalo zavedení kontrol na hranicích ČR, které se týkaly osob s trvalým pobytem na našem území, dojíždějících do jiné země za účelem výkonu zaměstnání. Situace se ale i přes zavedená opatření dále zhoršovala, a tak došlo na uzavření všech stravovacích zařízení v nákupních centrech a k omezení otevírací doby všech restauračních služeb. Následovalo také uzavření fit center, bazénů a koupališť, wellness služeb, knihoven atd. [6]

Na zaměstnance firmy Autocentrum BARTH měla opatření následující dopady:

Zaměstnanci firmy se chystali vycestovat na firemní dovolenou do Itálie, ale rozhodli se cestu zrušit.

V důsledku zrušení školní výuky umožnila firma zaměstnancům, kterým to pracovní pozice dovozovala, možnost využít HOME office. Ostatní zaměstnanci měli možnost žádat o OČR – ošetřovně.

Ve firmě došlo k omezení závodního stravování, bylo možné si oběd odnést pouze s sebou v plastovém boxu, platila přísná hygienická opatření a povinnost nošení ochrany dýchacích cest.

14. března 2020 došlo k uzavření všech obchodů vyjma obchodů s potravinami, drogerií, lékáren a dalších. Nastala povinnost nošení ochrany dýchacích cest a došlo k omezení volného pohybu. [6]

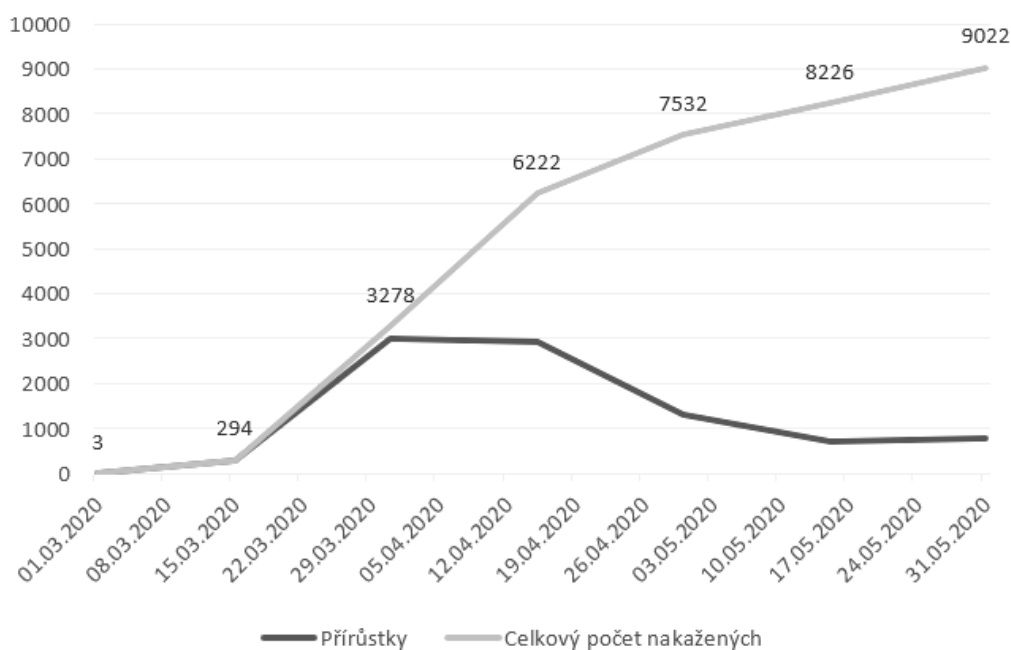
Firmy se týkalo také uzavření všech showroomů a zákaz fyzické obsluhy a komunikace se zákazníky. Ta mohla probíhat pouze telefonicky či prostřednictvím emailů.

Platila přísná karanténa, lidé mohli pouze do práce a domů, případně na nutné nákupy potravin.

Když zavedená opatření začala fungovat a měla pozitivní vliv na šíření pandemie Covid 19, rozhodla se česká vláda od 11. května 2020 opatření pozvolna rozvolňovat. [6]

Firma se postupně vracela do běžného provozu, došlo k otevření všech showroomů i centra ojetých vozů, stále platila povinnost nošení ochrany dýchacích cest, a to hlavně v případech přímé komunikace se zákazníkem. V kancelářích, dílnách i skladech, po splnění 2metrového rozestupu již tato povinnost neplatila a závodní stravování se také vrátilo do před covidového režimu.

Na Obrázek 2 je znázorněn vývoj pandemie v daném období. [1]



Obrázek 2: Přehled přírůstků a celkového počtu nakažených osob za období od 1. března 2020 do 31. května 2020

Zdroj: Vlastní zpracování dle dat z MZČR

V říjnu 2020 byl vyhlášen lockdown, a to v důsledku zhoršení epidemiologické situace. Došlo ke zrušení hromadných akcí a k opětovnému zavedení distanční výuky pro studenty středních, vyšších odborných a vysokých škol především v rizikových krajích. Postupně se opět uzavíraly také základní školy a družiny. Restaurační služby fungovaly pouze přes výdejní okénko. Opět byla zavedena povinnost nošení ochrany dýchacích cest a došlo ke značnému omezení volného pohybu. Obchody s výjimkou potravin, drogerií, lékáren a dalších byly uzavřeny. Téměř všechna zásadní opatření, která měla omezit šíření pandemie na jaře, se opět zavedla. Další zásadním opatřením byl zákaz nočního vycházení. [6]

Ve firmě se opakoval obdobný scénář jako v březnu.

Kvůli opětovnému uzavření škol, byli zaměstnanci nuceni opět využívat práci formou HOME office, nebo čerpat OČR – ošetřovné na děti.

Došlo k opětovnému uzavření showroomů a autobazaru, fungovat mohl pouze servis vozů a prodej náhradních dílů.

Hygienická opatření byla opět zpřísněna a byla znovu zavedena povinnosti nošení ochrany dýchacích cest.

Před Vánoci, v prosinci 2020, vláda nechala otevřít všechny obchody a služby, což vedlo k masovému dennímu nárůstu nakažených osob, nejednalo se již o desítky či stovky, ale o tisíce až desetitisíce nakažených osob. Přestože žákům 1. a 2. ročníků základních škol bylo následně dovoleno vrátit se do školních lavic, byla otevřena papírnictví, obchody s dětským oblečením a další, došlo k dalšímu zpřísnění. Nastala povinnost nosit respirátory třídy FFP2 či dvě chirurgické roušky na sobě.

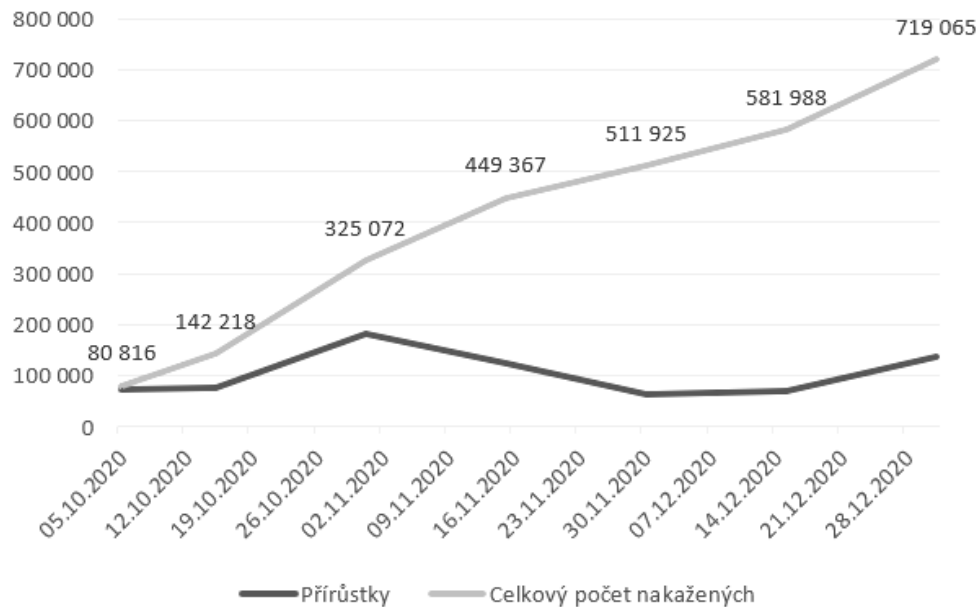
Vzhledem ke kritickému růstu počtu nakažených osob, došlo k zákazu opouštění okresu trvalého pobytu vyjma cest do zaměstnání, k lékaři či na nákup. Zákaz nočního vycházení platil nadále. Všechna předešlá zrušená opatření byla opět v platnosti. [6]

Cestování do zaměstnání mimo okres trvalého pobytu se týkalo minimálního množství zaměstnanců firmy. Pro tento účel jim bylo vystaveno potvrzení od zaměstnavatele.

První vlna pandemie Covid 19 čítala 9 022 nakažených osob. Mezi první a druhou vlnou přibylo v Česku 71 794 nakažených.

Ke konci roku 2020, tj. po druhé vlně pandemie se jednalo již o 719 065 osob, u kterých bylo prokázáno onemocnění Covid 19, což můžete vidět graficky znázorněno níže na Obrázek 3.

[1]



Obrázek 3: Přehled přírůstků a celkového počtu nakažených osob za období od 5. října 2020 do 31. prosince 2020

Zdroj: Vlastní zpracování dle dat MZČR

Průběh pandemie je detailně popsán pouze do konce roku 2020, protože rok 2021 a začátek roku 2022 se nesl převážně ve znamení povinného testování a očkování, čemuž se tato práce věnuje v následující podkapitole.

2.2 Povinné testování a očkování proti Covidu 19

Očkování se stalo pro Česko hlavní prioritou v boji proti pandemii koronaviru Covid 19. První skupinou, která se mohla v lednu 2021 nechat proti tomuto onemocnění očkovat, byly osoby starší 80 let a vybraní zdravotníci. Během února se mohli k očkování registrovat zaměstnanci škol. Od března 2021 bylo očkování zpřístupněno osobám starším 70 let, pacientům s chronickým onemocněním, osobám pracujícím v sociálních službách, dále pak osobám starším 65 let, 60 a 55 let. Od 5. března 2021 bylo také vládou ČR vyhlášeno povinné testování zaměstnanců všech firem, které mají více než 50 zaměstnanců, což se týkalo i firmy Autocentrum BARTH. Testování muselo probíhat jedenkrát týdně a toto nařízení trvalo do odvolání. Výjimku z povinného testování měli zaměstnanci, kteří prodělali laboratorně potvrzené onemocnění Covid 19 a kterým od prvního pozitivního testu neuplynulo více než 90 dní.

V květnu se mohli k očkování registrovat také pracovníci vysokých škol, osoby starší 50, 45 let a za nedlouho již i osoby starší 40, 35 a 30 let. V červnu začala registrace všech osob nad 16 let. Následně se očkování týkalo všech osob starších 12 let. V září 2021 začalo očkování druhou dávkou, které bylo v listopadu 2021 opět zpřístupněno nejdříve osobám starším 60 let a rizikovým osobám, následně v prosinci téhož roku osobám starším 55, 45 a 30 let. Od 22. listopadu 2021 vláda opět až do odvolání nařídila zaměstnavatelům pravidelné testování všech zaměstnanců vyjma očkových osob a osob, které v posledních 180 dnech prodělali onemocnění Covid 19, ale vzhledem k dané epidemiologické situaci se zaměstnavatel Autocentra BARTH rozhodl testovat své zaměstnance bez těchto výše uvedených výjimek.

V lednu 2022 byla spuštěna registrace na druhou dávku očkování osobám starším 18 let, následně od 17. ledna 2022 vznikla povinnost testování všech zaměstnanců antigenními testy dvakrát za týden bez výjimek.

Od 1. února 2022 došlo ke zkrácení platnosti očkovacích certifikátů na devět měsíců. Proto pro její obnovení nastala nutnost přeočkování první posilovací dávkou obdobně jako probíhala základní vakcinace. Následně 18. února 2022 skončilo státem nařízené povinné testování zaměstnanců, ale vedení firmy Autocentrum BARTH se rozhodlo pokračovat s testováním svých zaměstnanců jedenkrát týdně, a to do 28. února 2022.

V současnosti je státem nabízena a doporučována druhá posilovací dávka očkování, jakožto prevence zvýšeného výskytu respiračních onemocnění před a během podzimního období. [3]

3 KRIZE A KRIZOVÝ MANAGEMENT

Krize a krizový management se v důsledcích vzniku onemocnění a propuknutí pandemie Covid 19 staly nedílnou součástí provozu podniku. V oblasti krizového řízení jsou důležité osoby krizového managementu, které mají mimo jiné činnosti na starost také krizovou komunikaci.

3.1 Základní pojmy

V první řadě je nutné vymezit si základní teoretické pojmy související s krizí a krizovým managementem.

3.1.1 Krize

Slovo „*krize*“ má v běžném životě lidí velmi hojný výskyt. Krize vzniká náhle. Představuje vývoj k horšímu. Jedná se o nelehkou, nepříjemnou situaci, nějaký problém, překážku. Často má tento pojem představovat také nějaké nebezpečí, ohrožení, riziko. V krajních případech se může jednat až o riziko zániku. Cílem je zvládnout a adaptovat se na všechny změny, které v případě krize nastanou. [10]

Jako krize označujeme mimořádné události, se kterými se v životě můžeme setkat a které nás mohou ohrozit, ať už jakožto jednotlivce nebo jako podniky. Jedná se o hůře předvídatelné či zcela nepředvídatelné situace, které mohou vyvolat také nouzový stav a vyžadují akutní jednání a řešení. [9]

3.1.2 Krizový plán

Krizový plán firmy je soubor postupů vedoucích ke snížení rizika. Představuje schopnost podniku rychle a efektivně reagovat na vzniklou krizovou situaci. Musí obsahovat úplné informace, které povedou ke zvládnutí krize. Plán by měl být jasný a stručný. [14]

Obsahuje dokumenty, které stanovují opatření a postupy, které je nutné vykonat po vzniku krizové situace. Tato opatření souvisí s řešením krizových situací, ale pro jejich uskutečnění je nutné vyhlášení krizového stavu. [13]

3.1.3 Krizový management

Pro správné zvládnutí vzniklé krizové situace je nezbytné, aby podnik stanovil členy krizového managementu (krizového týmu). Jeho velikost závisí na velikosti podniku. Krizový management vykonává krizové řízení v průběhu krize za ztížených podmínek. Proto se

rozhodnutí během krize liší od rozhodnutí za běžného stavu. Čím je problém v krizové situaci závažnější, tím je zpravidla pro jeho řešení méně času. [8] [14]

3.1.4 Krizové řízení

Jedná se o postupy krizového managementu, sloužící ke sledování nebezpečných situací. Zaměřují se na analýzu a vyhodnocení rizik, plánování, organizování, realizování a kontrolu. Doplňuje svými postupy operativní a strategické řízení firmy. Jednotlivé postupy se volí dle velikosti a závažnosti vzniklé situace. Měly by si umět poradit s odchylkami, problémy, kritickými situacemi, které by nebylo možné zvládnout standartními postupy, ale vyžadují právě postupy krizového řízení. [10]

Jedná se o činnosti od přípravy po vlastní řešení krizové situace. [13]

3.1.5 Krizová komunikace

Krizová komunikace ve firmě je nástrojem krizového řízení a zároveň nedílnou součástí krizového managementu. Lze ji vnímat jako reakci podniku na vzniklé ohrožení a nečekané události. Krizová komunikace se dělí na interní (uvnitř firmy) a externí (mimo firmu). Provádí ji vedení firmy. Cílem správně zvládnuté komunikace v krizi je, zachování dobrého jména firmy. [12]

3.2 Krizový management a krizová komunikace ve firmě Autocentrum BARTH

Krizovou komunikaci ve firmě Autocentrum BARTH si vzal na starost předseda představenstva a výkonný ředitel pan Michal Burkoň, MBA se svou manželkou paní Marikou Burkoňovou. Komunikace směrem k zaměstnancům firmy probíhala pravidelně, nejčastěji formou hromadných emailů, nebo online příspěvků v kanále novinek interního systému firmy – BARTHNET.

Emaily přicházely v souladu s vývojem situace ohledně pandemie Covid 19 a bezprostředně po vydání nových opatření proti jejímu šíření, které bylo za potřebí zavést a dodržovat. Jejich cílem bylo průběžně, včasné a srozumitelně informovat zaměstnance firmy o aktuální situaci ve světě, v České republice a přímo uvnitř firmy.

Otázkou, zda zaměstnancům firmy Autocentrum BARTH přišla krizová komunikace firmy dostatečná, se zabývá jeden bod dotazníkového šetření.

4 Metoda sběru dat

Ke zjištění ekonomického, sociálního a psychologického dopadu pandemie nového koronaviru Covid 19 na zaměstnance podniku Autocentrum BARTH byla využita metoda dotazníkového šetření.

Sběr dat proběhl na platformě vyplnto.cz, která slouží právě pro účely dotazníkového šetření.

Zde byl pro účely této bakalářské práce vytvořen dotazník. Odkaz na vytvořený dotazník spolu s prosbou o jeho vyplnění byl poté rozeslán přes interní email zaměstnancům firmy Autocentrum BARTH. Ti dotazník po jeho vyplnění uložili a odeslali. Dotazník byl zcela anonymní a jeho vyplnění bylo dobrovolné. Celý dotazník lze najít v příloze na konci dokumentu, viz.: Příloha A.

4.1 Vyhodnocení účasti šetření

Dotazníkového šetření se zúčastnilo celkem 58 respondentů z celkových 226 zaměstnanců, což odpovídá přibližně jedné čtvrtině zaměstnanců.

Jejich rozdělení dle věkové kategorie zobrazuje Tabulka 1. Dotazníkového šetření se zúčastnilo nejvíce respondentů ve věku 20–30 let.

Tabulka 1: Rozdělení respondentů dle věkové kategorie

Věk	Četnost	Relativní četnost
Méně než 20 let	0	0 %
20–30 let	27	46,55 %
31–45 let	26	44,83 %
46–60 let	4	6,9 %
Více než 60 let	1	1,72 %

Zdroj: Vlastní zpracování dle získaných dat z dotazníkového šetření

4.2 Skladba dotazníku

Pro dotazníkové šetření jsem zpracovala dotazník, který se skládá z 19 otázek. Otázky v dotazníku jsou zaměřené na ekonomický, sociální a psychologický dopad pandemie Covid 19 na zaměstnance vybrané firmy, ale obsahuje také pár obecných otázek o respondentovi.

První část dotazníku je zaměřena na sociální dopady pandemie. Zabývá se tím, co vše ze zákazů a omezení zaměstnancům firmy vadilo, dále, zda se díky propuknutí pandemie naučili něco nového a jak se během pandemie a omezení vyvíjely jejich vztahy s blízkými.

Druhá část dotazníku se zabývá psychologickými dopady pandemie, otázkou, zda by byl dotazovaný respondent teoreticky ochotný se vyhnout testu na Covid 19, aby v případě pozitivního výsledku nedošlo k poklesu jeho příjmu. Dále tím, zda se ho v důsledku pandemie týkala ztráta nějakého člověka nebo jak se cítil a jaký pocit u něj během pandemie převažoval.

Třetí část se týká ekonomických dopadů pandemie, poklesu či naopak zvýšení příjmů v důsledku pandemie, nebo úplné ztráty zaměstnání. Zjišťuje od respondenta, zda musel získat či využít některé z dalších finančních prostředků, jako např. sáhnout do úspor, najít si další práci, brigádu, zažádat o půjčku atd.

Čtvrtá část se soustředí na otázky ohledně respondentovy důvěry v českou vládu, souhlas s testováním a očkování proti Covidu 19. Dotazuje se na počet členů domácnosti, na dostatek či nedostatek osobního prostoru a na věk respondenta.

4.3 Stanovení hypotéz a zpracování dat

Pro zpracování dat z dotazníkového šetření byly stanoveny následující hypotézy.

4.3.1 Hypotézy

- 1. Je ochota vyhnout se testu na Covid 19, aby v případě jeho pozitivního výsledku nedošlo k poklesu příjmu, závislá na souhlasu s testováním na Covid 19?*
- 2. Je převažující pocit respondentů závislý na potřebě získání dalších finančních prostředků?*
- 3. Je vývoj vztahů respondentů s jejich blízkými závislý na jejich převažujícím pocitu během pandemie?*

5 Analýza dopadů pandemie

Analýzu ekonomického, sociálního a psychologického dopadu pandemie Covid 19 na zaměstnance firmy Autocentrum BARTH jsem se rozhodla provést za pomoci testu nezávislosti. Cílem je zjištění, zda jsou na sobě náhodné veličiny x a y závislé či nikoliv. Pro jednotlivé případy jsem si vybrala vždy dvě různé otázky z dotazníkového šetření a na základě kombinací odpovědí respondentů jsem zkoumala jejich závislost.

Analýzu nelze kvůli malému vzorku v pouze jedné společnosti široce zobecňovat.

5.1 Analýza vztahu ekonomického a sociálního dopadu

Pro analýzu vztahu ekonomického a sociálního dopadu jsem si z dotazníkového šetření vybrala následující otázky:

Otázka číslo 14.: Souhlasíte s testováním na Covid 19? – (náhodná veličina X)

Otázka číslo 4.: Byl/a byste teoreticky ochotný/á vyhnout se testu na Covid 19, aby v případě pozitivního výsledku nedošlo k poklesu Vašeho příjmu? – (náhodná veličina Y)

H₀: X a Y jsou nezávislé.

H₁: X a Y jsou závislé.

Kombinace odpovědí respondentů jsou znázorněny níže, viz.: Tabulka 2.

Tabulka 2: Skutečné četnosti – ekonomický a sociální dopad

X / Y	ANO	NEVÍM	NE	
ANO	2	4	20	26
Spíše ANO	1	2	16	19
Spíše NE	1	3	7	11
NE	1	0	1	2
	5	9	44	58

Zdroj: Vlastní zpracování dle získaných dat z dotazníkového šetření

Podle vzorce $n_{i.} \cdot n_{.j} / n$ vznikla Tabulka 3, kterou naleznete pod textem níže. Dále Tabulka 4, ve které došlo k výpočtu rozdílů relativních četností a na základě které je následně vypočítáno χ .

Tabulka 3: $n_{i.} \cdot n_{.j} / n$ – ekonomický a sociální dopad

X / Y	ANO	NEVÍM	NE	
ANO	2,2414	4,0345	19,7241	26
Spíše ANO	1,6379	2,9483	14,4138	19
Spíše NE	0,9483	1,7069	8,3448	11
NE	0,1724	0,3103	1,5172	2
	5	9	44	58

Zdroj: Vlastní zpracování dle získaných dat z dotazníkového šetření

Tabulka 4: Rozdíly – ekonomický a sociální dopad

X / Y	ANO	NEVÍM	NE
ANO	0,0260	0,0003	0,0039
Spíše ANO	0,2485	0,3050	0,1746
Spíše NE	0,0028	0,9796	0,2167
NE	3,9724	0,3103	0,1763

Zdroj: Vlastní zpracování dle získaných dat z dotazníkového šetření

$$X^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(n_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}}$$

$$\text{Chí} = \chi = 6,4164$$

$$\text{Kritický obor} = W = (12,5916; \infty)$$

$$\chi \notin W$$

H_0 nezamítáme.

Náhodné veličiny X a Y jsou nezávislé na hladině 5 %.

Výsledek této analýzy mě osobně velmi překvapil, protože u těchto veličin jsem očekávala, že by spolu mohly souviset a být na sobě závislé.

5.2 Analýza vztahu ekonomického a psychologického dopadu

Pro analýzu vztahu ekonomického a psychologického dopadu jsem si z dotazníkového šetření vybrala následující otázky:

Otázka číslo 6.: Jaký pocit u Vás převažoval během pandemie? – (náhodná veličina X)

Otázka číslo 10.: Musel/a jste v důsledku pandemie využít některé z uvedených možností získání finančních prostředků? – (náhodná veličina Y)

H₀: X a Y jsou nezávislé.

H₁: X a Y jsou závislé.

Kombinace odpovědí respondentů jsou znázorněny níže, viz.: Tabulka 5.

Tabulka 5: Skutečné četnosti – ekonomický a psychologický dopad

X / Y	Sáhnout do úspor	Najít si další práci, brigádu	Zažádat o půjčku	NE	
Byl/a jsem OK	6	2	0	10	18
Nepocít'oval/a jsem rozdíl	6	0	0	4	10
Byl/a jsem zmatený/á	7	0	0	2	9
Měl/a jsem strach	5	0	0	6	11
Cítil/a jsem se bezradně	3	2	0	2	7
Jiné	1	0	0	2	3
	28	4	0	26	58

Zdroj: Vlastní zpracování dle získaných dat z dotazníkového šetření

Podle vzorce $n_{i.} \cdot n_{.j} / n$ vznikla Tabulka 6, kterou naleznete na následující straně. Dále Tabulka 7, ve které došlo k výpočtu rozdílů relativních četností a na základě které je následně vypočítáno χ .

Tabulka 6: $n_i \cdot n_{\cdot j} / n$ – ekonomický a psychologický dopad

X / Y	Sáhnout do úspor	Najít si další práci, brigádu	Zažádat o půjčku	NE	
Byl/a jsem OK	8,6897	1,2414	-	8,0690	18
Nepocit'oval/a jsem rozdíl	4,8276	0,6897	-	4,4828	10
Byl/a jsem zmatený/á	4,3448	0,6207	-	4,0345	9
Měl/a jsem strach	5,3103	0,7586	-	4,9310	11
Cítil/a jsem se bezradně	3,3793	0,4828	-	3,1379	7
Jiné	1,4483	0,2069	-	1,3448	3
	28	4	-	26	58

Zdroj: Vlastní zpracování dle získaných dat z dotazníkového šetření

Tabulka 7: Rozdíly – ekonomický a psychologický dopad

X / Y	Sáhnout do úspor	Najít si další práci, brigádu	Zažádat o půjčku	NE
Byl/a jsem OK	0,8325	0,4636	-	0,4621
Nepocit'oval/a jsem rozdíl	0,2847	0,6897	-	0,0520
Byl/a jsem zmatený/á	1,6226	0,6207	-	1,0259
Měl/a jsem strach	0,0181	0,7586	-	0,2317
Cítil/a jsem se bezradně	0,0426	4,7685	-	0,4127
Jiné	0,1388	0,2069	-	0,3192

Zdroj: Vlastní zpracování dle získaných dat z dotazníkového šetření

$$X^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(n_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}}$$

$$\text{Chí} = \chi = 12,9509$$

$$\text{Kritický obor} = W = (24,9958; \infty)$$

$$\chi \notin W$$

H_0 nezamítáme.

Náhodné veličiny X a Y jsou nezávislé na hladině 5 %.

Výsledek této analýzy mě opět velmi překvapil, protože jsem byla toho názoru, že pocity lidí a jejich finanční situace spolu velmi úzce souvisí.

5.3 Analýza vztahu sociálního a psychologického dopadu

Pro analýzu vztahu sociálního a psychologického dopadu jsem si z dotazníkového šetření vybrala následující otázky:

Otázka číslo 6.: Jaký pocit u Vás převažoval během pandemie? – (náhodná veličina X)

Otázka číslo 3.: Oslabily/posílily se Vaše vztahy s blízkými? – (náhodná veličina Y)

H₀: X a Y jsou nezávislé.

H₁: X a Y jsou závislé.

Kombinace odpovědí respondentů jsou znázorněny níže, viz.: Tabulka 8.

Tabulka 8: Skutečné četnosti – sociální a psychologický dopad

X / Y	Posílily se	Nezměnily se	Oslabily se	Některé posílily, jiné se oslabily	
Byl/a jsem OK	2	14	0	2	18
Nepocit'oval/a jsem rozdíl	1	6	0	3	10
Byl/a jsem zmatený/á	2	6	0	1	9
Měl/a jsem strach	5	4	0	2	11
Cítil/a jsem se bezradně	0	5	0	2	7
Jiné	0	1	0	2	3
	10	36	0	12	58

Zdroj: Vlastní zpracování dle získaných dat z dotazníkového šetření

Podle vzorce $n_i \cdot n_j / n$ vznikla Tabulka 9, kterou naleznete na následující straně. Dále Tabulka 10, ve které došlo k výpočtu rozdílů relativních četností a na základě které je následně vypočítáno χ .

Tabulka 9: $n_i \cdot n_{.j} / n$ – sociální a psychologický dopad

X / Y	Posílily se	Nezměnilly se	Oslabily se	Některé posílily, jiné se oslabily	
Byl/a jsem OK	3,1034	11,1724	-	3,7241	18
Nepocit'oval/a jsem rozdíl	1,7241	6,2069	-	2,0690	10
Byl/a jsem zmatený/á	1,5517	5,5862	-	1,8621	9
Měl/a jsem strach	1,8966	6,8276	-	2,2759	11
Cítil/a jsem se bezradně	1,2069	4,3448	-	1,4483	7
Jiné	0,5172	1,8621	-	0,6207	3
	10	36	-	12	58

Zdroj: Vlastní zpracování dle získaných dat z dotazníkového šetření

Tabulka 10: Rozdíly – sociální a psychologický dopad

X / Y	Posílily se	Nezměnilly se	Oslabily se	Některé posílily, jiné se oslabily
Byl/a jsem OK	0,3923	0,7156	-	0,7982
Nepocit'oval/a jsem rozdíl	0,3041	0,0069	-	0,4190
Byl/a jsem zmatený/á	0,1295	0,0307	-	0,3991
Měl/a jsem strach	5,0784	1,1710	-	0,0334
Cítil/a jsem se bezradně	1,2069	0,0988	-	0,2102
Jiné	0,5172	0,3991	-	3,0651

Zdroj: Vlastní zpracování dle získaných dat z dotazníkového šetření

$$X^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(n_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}}$$

$$\text{Chí} = \chi = 14,9756$$

$$\text{Kritický obor} = W = (24,9958; \infty)$$

$$\chi \notin W$$

H_0 nezamítáme.

Náhodné veličiny X a Y jsou nezávislé na hladině 5 %.

Výsledek této analýzy mě překvapil, protože dle mého názoru se lidské pocity odráží i na jeho vztazích s blízkou nebo širší rodinou.

6 Odpovědi respondentů dotazníkového šetření

Tato kapitola se bude věnovat odpovědím respondentů dotazníkového šetření na jednotlivé otázky, které byly zaměřeny na ekonomický, sociální a psychologický dopad pandemie Covid 19 na zaměstnance firmy Autocentrum BARTH.

Na otázku č. 1., co všechno z níže uvedeného respondentům dotazníkového šetření vadilo jsem získala následující údaje zobrazené v tabulce níže, viz.: Tabulka 11.

Tabulka 11: Odpovědi respondentů na otázku č. 1

Odpovědi	Četnost	Relativní četnost
Zákaz cestování	39	67,24 %
Zrušení hromadných a společenských akcí	35	60,34 %
Uzavření restaurací	33	56,9 %
Uzavření obchodů a služeb	32	55,17 %
Zákaz nočního vycházení	28	48,28 %
Další	4	6,9 %

Zdroj: Vlastní zpracování dle získaných dat z dotazníkového šetření

Přesto, že odpovědi respondentů na jednotlivé omezení, uzavření a zákazy jsou velice vyrovnané, tak dle mého očekávání nejvíce respondentům vadil zákaz cestování.

Mezi jejich další odpovědi patřilo např. omezení návštěv a kontaktu s rozšířenou rodinou, uzavření škol, omezování osobní svobody a nečinnost zájmových kroužků a vnitřních sportovních aktivit.

Na otázku č. 2., zda se respondenti díky propuknutí pandemie Covid 19 naučili také něco nového jsem získala 20 odpovědí „ano“, což činí 34,48 % a 38 odpovědí „ne“ tedy 65,52 %.

Na otázku č. 3., zda se vztahy respondentů s jejich blízkými posílily či oslabily jsem získala následující údaje zobrazené v tabulce níže, viz.: Tabulka 12.

Tabulka 12: Odpovědi respondentů na otázku č. 3

Odpovědi	Četnost	Relativní četnost
Posílili se	10	17,24 %
Nezměnily se	36	62,07 %
Oslabily se	0	0 %
Některé posílily, jiné se oslabily	12	20,69 %

Zdroj: Vlastní zpracování dle získaných dat z dotazníkového šetření

Většina respondentů na 3. otázku odpověděla, že se jejich vztahy s blízkými nijak nezměnily, což mě osobně poměrně překvapilo s ohledem na všechna vydaná omezení a zákazy, které během pandemie Covid 19 platily.

Přesto hodnotím pozitivně, že žádný z respondentů neuvedl, že by se jeho vztahy s blízkými oslabily.

4. otázka se respondentů ptala, zda by byli teoreticky ochotní se vyhnout testu na Covid 19, aby v případě toho, že by byl pozitivní nedošlo k poklesu jejich příjmu. Z celkových 58 respondentů jich 44 – 75,86 % uvedlo, že by to neudělali, 9 respondentů – 15,52 % uvedlo odpověď „nevím“ a 5 respondentů – 8,62 % odpovědělo, že by to byli ochotní udělat proto, aby jejich příjem neklesl.

Na otázku č. 5., kde jsem se respondentů ptala, zda se jich v důsledku pandemie týkala ztráta nějakého člověka odpovědělo 7 respondentů – 12,07 %, že ano a 51 respondentů – 87,93 %, že ne.

V otázce č. 6., která se již objevila výše v analýze dopadů pandemie, jsem se respondentů ptala na pocit, který u nich během pandemie převažoval. Tabulka 13 znázorňuje, jak se během pandemie cítili.

Tabulka 13: Odpovědi respondentů na otázku č. 6

Odpovědi	Četnost	Relativní četnost
Byl/a jsem OK	18	31,03 %
Nepocíťoval/a jsem rozdíl	10	17,24 %
Byl/a jsem zmatený/á	9	15,52 %
Měl/a jsem strach	11	18,97 %
Cítil/a jsem se bezradně	7	12,07 %
Další	3	5,17 %

Zdroj: Vlastní zpracování dle získaných dat z dotazníkového šetření

Mezi jejich dalšími odpověďmi bylo, že se cítili znechuceně, vyděšeně, nebo měli pocit sociální izolace.

7. otázka se zabývala tím, zda z pohledu respondentů s nimi firma Autocentrum BARTH komunikoval dostatečně či nikoliv. 41 respondentů – 70,69 % odpovědělo „ano“, 16 respondentů – 27,59 % odpovědělo „spíše ano“ a pouze 1 respondent – 1,72 % nebyl s komunikací ze strany firmy spokojen a uvedl tedy odpověď „ne“.

V 8. otázce jsem se respondentů ptala na to, co by podle nich firma mohla z hlediska komunikace zlepšit. Dle odpovědí ze 7. otázky je patrné, že většina zaměstnanců firmy byla s komunikací spokojena. Někteří uvedli, že by zavedli častější porady o aktuální situaci ve firmě, jiní měli pocit, že vedení firmy vytvářelo ohledně situace ve světě i ve firmě zbytečnou paniku. Ale dle mého názoru, na situaci, která ohledně pandemie Covid 19 nastala nebyl nikdo připraven a firma to zvládla poměrně úspěšně. Názorem jednoho z respondentů bylo, že se mu nelíbilo propouštění a snižování počtu zaměstnanců. V dané krizové situaci to může působit vůči zaměstnancům neohleduplné, možná až necitlivé.

V 9. otázce uvedlo 27 respondentů – 46,55 %, že u nich došlo v důsledku nějakého z opatření proti šíření onemocnění Covid 19 ke krátkodobému, nebo dlouhodobému poklesu příjmu. Tento problém se netýkal 31 respondentů – 53,45 %.

V otázce č. 10., která se již také objevila výše v analýze dopadů pandemie, jsem se respondentů ptala, zda museli v důsledku pandemie využít některé z uvedených možností získání finančních prostředků. V Tabulka 14 jsou znázorněny jejich odpovědi. Kladně hodnotím, že nikdo z respondentů nemusel v důsledku pandemie žádat o půjčku, ale řešil to ve většině případech využitím vlastních finančních prostředků – úspor.

Tabulka 14: Odpovědi respondentů na otázku č. 10

Odpovědi	Četnost	Relativní četnost
Sáhnout do úspor	28	48,28 %
Najít si další práci, brigádu	4	6,9 %
Zažádat o půjčku	0	0 %
Ne	26	44,83 %

Zdroj: Vlastní zpracování dle získaných dat z dotazníkového šetření

V 11. otázce jsem se respondentů ptala, zda se jich týkala ztráta zaměstnání v důsledku pandemie. Většina, tedy 56 respondentů – 96,55 % odpovědělo, že u nich ke ztrátě zaměstnání nedošlo, 2 respondenti – 3,45 % uvedlo, že se jich ztráta zaměstnání v důsledku pandemie týkala.

Ve 12. otázce odpovědělo 6 respondentů – 10,34 %, že u nich došlo z nějakého důvodu dokonce k navýšení jejich příjmů během pandemie. To se ale většiny respondentů netýkalo. 52 respondentů – 89,66 % odpovědělo, že v jejich případě k navýšení příjmů nedošlo.

Odpovědi respondentů na 13. otázku ohledně důvěry či naopak nedůvěry k naší vládě (vydaným opatřením, vakcinaci atd.) jsou zobrazeny v tabulce níže.

Tabulka 15: Odpovědi respondentů na otázku č. 13

Odpovědi	Četnost	Relativní četnost
ANO	3	5,17 %
Spíše ANO	17	29,31 %
Spíše NE	26	44,83 %
NE	12	20,69 %

Zdroj: Vlastní zpracování dle získaných dat z dotazníkového šetření

Z údajů výše uvedených, viz.: Tabulka 15 je patrné, že většina respondentů, tedy celkem 38 respondentů – 65,52 % naší vládě spíše nebo zcela nedůvěřovalo. Naopak 20 respondentů – 34,48 % vládě důvěřovalo.

Z odpovědí respondentů dotazníkového šetření na 14. otázku týkající se souhlasu s testováním na onemocnění Covid 19 jsem se dozvěděla, že 45 respondentů – 77,59 % s testováním na Covid 19 spíše souhlasí a 13 respondentů – 22,41 % spíše nesouhlasí.

Dále na otázku č. 15. respondenti odpovídali, zda jsou příznivci očkování proti onemocnění Covid 19. Z celkových 58 respondentů – 100 %, odpovědělo 32 respondentů – 55,18 %, že jsou příznivci očkování a 26 respondentů – 44,82 %, že jsou odpůrci očkování.

V obecné otázce č. 16., ve které jsem se respondentů ptala, kolik v jejich domácnosti žije členů jsem zjistila, že průměrně se jedná o 3 členy, minimálně však o 1 a maximálně až o 5 členů.

Odpovědi na 17. otázku dle mého názoru můžou souviset s předchozí otázkou. Jejím cílem je zjistit, zda respondenti měli během pandemie doma dostatek osobního prostoru. Na tuto otázku odpovědělo 47 respondentů – 81,03 % „ano“ a 11 respondentů – 18,97 % „ne“.

18. otázka se věnuje rozdělení respondentů dle věkové kategorie, které je zobrazené v tabulce výše, viz.: Tabulka 1.

Pod číslem 19. v dotazníkovém šetření měli respondenti možnost napsat mi cokoliv co mají na srdci a co zároveň nezaznělo v dotazníkovém šetření. Já osobně se ztotožňuji s názorem jednoho z respondentů, který mi napsal, že dle jeho názoru byla pandemie onemocnění Covid 19 zcela nová situace, na kterou nebyl nikdo připraven a že je pochopitelné, že s odstupem času máme na danou věc jiný pohled, než když byla pandemie více aktuální. Nyní už můžeme pouze doufat, že se tato situace již nebude opakovat, nebo alespoň ne v takové míře.

7 Návrh opatření ke snížení negativních dopadů

V této kapitole jsem navrhla několik opatření, která by dle mého názoru mohla vést ke snížení negativních dopadů pandemie onemocnění Covid 19 na zaměstnance firmy Autocentrum BARTH.

1. U všech pozic, u kterých je o možné a dovoluje to jejich náplň práce, navrhuji zavést práci formou HOME office, aby v důsledku pandemie nedošlo ke krátkodobému či dokonce dlouhodobému snížení příjmu zaměstnanců.

2. V období takovéto krize, která nastala a postihla nás, zaměstnavateli navrhuji nepropouštět své zaměstnance, protože nejen, že to na firmu vrhá negativní pohled, ale také se zaměstnanci obávají o svá zaměstnání a nemají pocit jistoty. V případě nadbytečnosti některého ze zaměstnanců doporučuji nalezení jiné pracovní náplně, přeřazení na jiné místo atd. Cílem je zaměstnancům poskytnout jistotu zaměstnání.

3. S ohledem na vydaná vládní opatření, která značně omezovala volný pohyb lidí, a hlavně jejich sociální kontakty s ostatními lidmi navrhuji zavedení online porad, setkání a hovorů, za účelem udržení sociálního kontaktu mezi kolegy, nadřízenými a také podřízenými. Fyzický kontakt byl omezen na minimum, a proto doporučuji udržení kontaktu a vazeb alespoň touto online formou. Komunikace pouze prostřednictvím informačních emailů a zpráv od vedení firmy je dle mého názoru nedostačující.

4. V krizových situacích jakéhokoliv typu dle mého názoru potěší i maličkosti, kterými se pokusíme lidem nějakým způsobem zlepšit náladu a zpříjemnit jim tak tyto stresující, náročné, nelehké situace. A proto mě jako další z možných opatření ke snížení negativních dopadů pandemie napadlo zpříjemnit a zvelebit zaměstnancům prostředí firmy. Ať už se jedná např. o zvelebení prostředí přímo ve firmě, na jejich pracovišti, tak třeba také koupí nového kávovaru a podobně. Čehokoliv, co by jim mohlo udělat radost.

5. Dále bych firmě a jejímu vedení doporučila pokusit se nevyvolávat další paniku a chaos ohledně situace ve světě, v České republice, ale také např. ohledně ekonomické situace přímo ve firmě. Doporučuji firmě co nejvíce své zaměstnance uklidnit a poskytnout jim z hlediska firmy pocit bezpečí a jistoty, který některým během pandemie značně scházel.

6. Z hlediska psychologického firmě navrhuji, aby zaměstnancům nabídla možnost využití příspěvku na odbornou pomoc např. na návštěvy psychologa, a to v případě jejich potřeby. Dle mého názoru by to mnozí ze zaměstnanců ocenili, protože i já sama jsem v období pandemie tuto pomoc několikrát vyhledala. Ač to probíhalo online formou. Začala jsem se řídit tím, že když člověka něco bolí, navštíví lékaře, který mu pomůže a uzdraví ho. Stejně tak, když člověka něco tíží a trápí, může navštívit psychologa, který se mu pokusí pomoci a poradit, jak se toho trápení zbavit. Případně bych zaměstnancům nabídla, že je možné tyto služby vyhledat a využít, po dohodě s nadřízeným, i během pracovní doby, a to bez nutnosti využití placeného či neplaceného volna nebo např. napracování hodin.

ZÁVĚR

Cílem této bakalářské práce byl popis a analýza ekonomického, sociálního i psychologického dopadu pandemie na zaměstnance vybraného podniku a návrh opatření ke snížení negativních dopadů. Vybraným podnikem byla firma Autocentrum BARTH a.s.

V první části bakalářské práce byl představen vybraný podnik firma Autocentrum BARTH, jeho struktura, počet zaměstnanců, jejich rozdělení a historie firmy, která sahá až do roku 1997.

Ve druhé části se bakalářské práce věnuje pandemii Covid 19, jejímu šíření, dále přijatým vládním opatřením proti jejímu šíření a povinnému testování a očkování, a to jak celkově v České republice, tak i přímo ve vybrané firmě.

Třetí část práce je zaměřena na krizi a krizový management, nejdříve jsou zde vymezeny základní pojmy týkající se této problematiky a následně je v práci představen krizový management a krizová komunikace přímo ve firmě Autocentrum BARTH.

V dalších kapitolách bakalářské práce byla pomocí dotazníkového šetření na platformě vyplnto.cz získána data a odpovědi respondentů šetření – zaměstnanců firmy Autocentrum BARTH. Následně došlo k vyhodnocení účasti šetření, rozboru skladby dotazníku, stanovení hypotéz a zpracování dat provedením testů nezávislosti, jejichž cílem byla právě analýza ekonomického, sociálního a psychologického dopadu pandemie.

Šestá kapitola práce se věnovala vyhodnocení odpovědí respondentů dotazníkového šetření na jednotlivé otázky z mnou vypracovaného dotazníku.

Následně po vyhodnocení všech odpovědí respondentů a dopadů pandemie jsem do sedmé kapitoly práce sepsala několik opatření, která by dle mého názoru mohla vést ke snížení negativních dopadů pandemie Covid 19 právě na zaměstnance firmy Autocentrum BARTH.

Vedení firmy Autocentrum BARTH bych doporučila pokusit se možná více vžít do kůže svých zaměstnanců a naslouchat jim, aby jim v těchto nelehkých krizových situacích uměla maximálně pomoci, uklidnit je a poskytnout jim nějakou jistotu a pocit bezpečí, aby nemuseli pociťovat strach, nejistotu a obávat se o situaci ve firmě, nebo dokonce o svá vlastní zaměstnání.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Internetové zdroje

- [1] COVID-19: Přehled osob s laboratorně prokázaným onemocněním COVID-19 dle hlášení krajských hygienických stanic: Celkový počet osob s laboratorně prokázaným onemocněním COVID-19. *onemocneni-aktualne.mzcr.cz* [online]. Ministerstvo zdravotnictví České republiky [cit. 2022-10-09]. Dostupné z: <https://onemocneni-aktualne.mzcr.cz/covid-19/prehledy-khs>
- [2] COVID-19: úvod, inkubační doba, původce a sezónnost onemocnění. *nzip.cz* [online]. Státní zdravotní ústav, Ústav zdravotnických informací a statistiky ČR, 2020 [cit. 2022-10-09]. Dostupné z: <https://www.nzip.cz/clanek/447-covid-19-zakladni-informace>
- [3] Časová osa očkování. *covid.gov.cz* [online]. Ministerstvo zdravotnictví, 2021 [cit. 2022-10-09]. Dostupné z: <https://covid.gov.cz/situace/registrace-na-ockovani/casova-osa-ockovani>
- [4] Jak to všechno začalo a kde jsme nyní?. *www.autocentrum.cz* [online]. Autocentrum BARTH [cit. 2022-10-09]. Dostupné z: <https://www.autocentrum.cz/clanky/jak-to-vsechno-zacalo-a-kde-jsme-nyni/>
- [5] Jsme součástí skupiny BARTH. *www.autocentrum.cz* [online]. Autocentrum BARTH [cit. 2022-10-09]. Dostupné z: <https://www.autocentrum.cz/clanky/jsme-soucasti-skupiny-barth/>
- [6] Aktuálně. *www.vlada.cz* [online]. [cit. 2022-10-09]. Dostupné z: <https://www.vlada.cz/scripts/detail.php?pgid=56>
- [7] WHO vyhlásila kvůli koronaviru pandemii. *www.novinky.cz* [online]. Novinky, 2020 [cit. 2022-10-09]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/koronavirus/clanek/svet-celi-koronavirove-pandemii-ovedla-who-40316361>

Knižní zdroje

- [8] ANTUŠÁK, Emil. *Krizový management: hrozby - krize - příležitosti*. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2009. ISBN 978-80-7357-488-8.
- [9] EVANGELU, Jaroslava Ester. *Krizová komunikace: efektivní zvládnání krizových a zátěžových situací*. Ostrava: Key Publishing, 2013. Monografie. ISBN 978-80-7418-175-7.
- [10] LEDNICKÝ, Václav. *Krizový management*. Karviná: Slezská univerzita v Opavě, Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné, 2012. ISBN 978-80-7248-782-0.
- [11] ŘEZANKOVÁ, Hana. *Analýza dat z dotazníkových šetření*. (Čtvrté přepracované vydání). [Praha]: Professional Publishing, 2017. ISBN 978-80-906594-8-3.
- [12] TOMANDL, Jan, Jaroslav ČUŘÍK, Kristýna MARŠOVSKÁ a Tereza FOJTOVÁ. *Krizová komunikace: principy, zkušenosti, postupy*. Brno: Masarykova univerzita, 2020. Promedia., svazek 1. ISBN 978-80-210-9636-3.
- [13] VILÁŠEK, Josef. *Krizové řízení*. Praha: Karolinum, 2009. Učební texty Univerzity Karlovy v Praze. ISBN 978-80-246-1723-7.
- [14] ZUZÁK, Roman a Martina KÖNIGOVÁ. *Krizové řízení podniku. 2.*, aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2009. Expert. ISBN 978-80-247-3156-8.

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A: Dotazník	44
---------------------------	----

Přílohy

Příloha A: Dotazník

povinná otázka

1. Co všechno z níže uvedeného Vám vadilo?

- Zákaz cestování
- Zrušení hromadných a společenských akcí
- Uzavření restaurací
- Uzavření obchodů a služeb
- Zákaz nočního vycházení
- Další

povinná otázka

2. Naučil/a jste se díky propuknutí pandemie Covid 19 něco nového? (Práce na PC, cizí jazyk,...)

povinná otázka

3. Oslabily/posílily se Vaše vztahy s blízkými?

- Posílily se
- Nezměnily se
- Oslabily se
- Některé posílily, jiné se oslabily

povinná otázka

4. Byl/a byste teoreticky ochotný/á vyhnout se testu na Covid 19, aby v případě pozitivního výsledku nedošlo k poklesu Vašeho příjmu?

povinná otázka

5. Týkala se Vás v důsledku pandemie ztráta nějakého člověka?

povinná otázka

6. Jaký pocit u Vás převažoval během pandemie?

- Byl/a jsem OK
- Nepocíťoval/a jsem rozdíl
- Byl/a jsem zmatený/á
- Měl/a jsem strach
- Cítil/a jsem se bezradně
- Jiné

povinná otázka

7. Komunikovala s Vámi firma v období pandemie dostatečně?

- ANO
- Spíše ANO
- Spíše NE
- NE

nepovinná otázka

8. Co by mohla firma z hlediska komunikace zlepšit?

povinná otázka

9. Došlo u Vás v důsledku nějakého opatření proti šíření Covid 19 ke krátkodobému, nebo dlouhodobému poklesu příjmu? (Ošetřovné, pracovní neschopnost,...)

- ANO NE

povinná otázka

10. Musel/a jste v důsledku pandemie využít některé z uvedených možností získání finančních prostředků?

- Sáhnout do úspor
- Najít si další práci, brigádu
- Zažádat o půjčku
- Další

povinná otázka

11. Došlo u Vás v důsledku pandemie ke ztrátě zaměstnání?

ANO NE

povinná otázka

12. Došlo u Vás z nějakého důvodu k navýšení příjmů během pandemie?

ANO NE

povinná otázka

13. Důvěřoval/a jste naší vládě? (Vydaným opatřením, vakcinaci,...)

- ANO
- Spíše ANO
- Spíše NE
- NE

povinná otázka

14. Souhlasíte s testováním na Covid 19?

- ANO
- Spíše ANO
- Spíše NE
- NE

povinná otázka

15. Jste příznivcem očkování proti Covidu 19?

- ANO
- Spíše ANO
- Spíše NE
- NE

povinná otázka

16. Kolik ve Vaší domácnosti žije členů?

 (číslo)

povinná otázka

17. Měl/a jste během pandemie doma dostatek osobního prostoru?

- ANO
- NE

povinná otázka

18. Kolik je Vám let?

- Méně než 20 let
- 20–30 let
- 31–45 let
- 46–60 let
- Více než 60 let

nepovinná otázka

19. Chcete mi říct něco, co zde nezaznělo, nebo na co jsem se nezeptala?

Zdroj: Vlastní zpracování