

# **Projekt rozvoje společenské odpovědnosti ve firmě Meopta - Optika, s. r. o.**

Bc. Eliška Gibalová

---

2020



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta managementu a ekonomiky

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta managementu a ekonomiky  
Ústav managementu a marketingu

Akademický rok: 2019/2020

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

Jméno a příjmení: **Bc. Eliška Gíbalová**  
Osobní číslo: **M17060**  
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**  
Studijní obor: **Management a marketing, specializace Design management**  
Forma studia: **Prezenční**  
Téma práce: **Projekt rozvoje společenské odpovědnosti ve firmě Meopta – Optika, s. r. o.**

### Zásady pro vypracování

Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

I. Teoretická část

- Zpracujte literární rešerši týkající se tématu společenské odpovědnosti firem.

II. Praktická část

- Analyzujte současný stav CSR aktivit ve společnosti Meopta – Optika.
- Navrhněte projekt rozvoje společenské odpovědnosti ve společnosti Meopta – Optika.
- Vyhodnoťte očekávané přínosy a definujte rizika s projektem spojená.

Závěr

Rozsah diplomové práce: **cca 70 stran**  
Forma zpracování diplomové práce: **Tištěná/elektronická**

**Seznam doporučené literatury:**

KARATAŞ-ÖZKAN, Mine, Katerina NICOLOPOULOU a Mustafa ÖZBILGIN. *Corporate social responsibility and human resource management: a diversity perspective*. Cheltenham: Edward Elgar, 2014, 334 s. ISBN 9781848447936.  
KAŠPAROVÁ, Klára a Vilém KUNZ. *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*. Praha: Grada, 2013, 159 s. ISBN 9788024744803.  
KERPEN, Dave, Theresa BRAUN a Valerie PRITCHARD. *Likeable business: why today's consumers demand more and how leaders can deliver*. New York: McGraw-Hill, 2013, 220 s. ISBN 9780071800471.  
SEKNIČKA, Pavel a Anna PUTNOVÁ. *Etika v podnikání a hodnoty trhu*. Praha: Grada, 2016, 199 s. ISBN 9788024755458.

Vedoucí diplomové práce: **Ing. Lucie Tomancová, Ph.D.**  
Ústav managementu a marketingu

Datum zadání diplomové práce: **6. ledna 2020**  
Termín odevzdání diplomové práce: **21. dubna 2020**



**doc. Ing. David Tuček, Ph.D.**  
děkan



**Ing. Jiří Bejtkovský, Ph.D.**  
ředitel ústavu

Ve Zlíně dne 6. ledna 2020

**PROHLÁŠENÍ AUTORA  
BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE**

**Prohlašuji, že**

- beru na vědomí, že odevzdáním diplomové/bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby;
- beru na vědomí, že diplomová/bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí, že jeden výtisk diplomové/bakalářské práce bude uložen na elektronickém nosiči v příruční knihovně Fakulty managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně;
- byl/a jsem seznámen/a s tím, že na moji diplomovou/bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 2 a 3 autorského zákona mohu užít své dílo – diplomovou/bakalářskou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen připouští-li tak licenční smlouva uzavřená mezi mnou a Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně s tím, že vyrovnání případného přiměřeného příspěvku na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše) bude rovněž předmětem této licenční smlouvy;
- beru na vědomí, že pokud bylo k vypracování diplomové/bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tedy pouze k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové/bakalářské práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem diplomové/bakalářské práce jakýkoliv softwarový produkt, považuji se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

**Prohlašuji,**

1. že jsem na diplomové/bakalářské práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.
2. že odevzdaná verze diplomové/bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně

Jméno a příjmení: .....

.....  
podpis diplomanta

## ABSTRAKT

Hlavním cílem této práce je analyzovat současný stav CSR aktivit ve společnosti Meopta – optika, s. r. o. a navrhnout další aktivity CSR, které by pomohly s jeho rozvojem. Práce je rozdělena na dvě hlavní části – teoretickou a praktickou. Teoretická část zpracovává literární rešerši týkající se tématu CSR. Praktická část je opět rozdělena na dvě části – analytickou a projektovou. Analytická část hodnotí současný stav CSR ve společnosti a analyzuje současné makroprostředí ovlivněné koronavirem. Projektová část představuje navrhované CSR aktivity.

Klíčová slova: CSR, stakeholders, PESTLE analýza, koronavirus, dotazník

## **ABSTRACT**

The main objective of this thesis is to analyse current level of CSR activities in the company Meopta – optika, s. r. o. and to suggest other CSR activities which would help with its improvement. Thesis is divided into two main parts – theoretical and practical. Theoretical part deals with literature research related to the topic of CSR. Practical part is also divided into two parts – analytical and project. Analytical part evaluates current level of CSR in company and analyses current macroenvironment affected by coronavirus. Project presents suggested CSR activities.

Keywords: CSR, stakeholders, PESTLE analysis, coronavirus, questionnaire

## OBSAH

<b>1</b>	<b>ZÁKLADNÍ VYMEZENÍ POJMU CRS</b> .....	<b>17</b>
<b>1.1</b>	<b>DEFINICE</b> .....	<b>17</b>
<b>1.2</b>	<b>DALŠÍ KONCEPTY</b> .....	<b>18</b>
<b>1.3</b>	<b>CHARAKTERISTICKÉ RYSY KONCEPTU SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST FIREM</b> .....	<b>19</b>
<b>2</b>	<b>VÝVOJ CSR</b> .....	<b>21</b>
<b>3</b>	<b>STAKEHOLDERS</b> .....	<b>23</b>
<b>4</b>	<b>PILÍŘE CSR (TRIPLE – BOTTOM – LINE)</b> .....	<b>25</b>
<b>4.1</b>	<b>EKONOMICKÝ PILÍŘ</b> .....	<b>25</b>
<b>4.2</b>	<b>SOCIÁLNÍ PILÍŘ</b> .....	<b>26</b>
<b>4.3</b>	<b>ENVIRONMENTÁLNÍ PILÍŘ</b> .....	<b>29</b>
<b>5</b>	<b>MODERNÍ TRENDY V CSR</b> .....	<b>31</b>
<b>5.1</b>	<b>CREATING SHARED VALUE – VYTVÁŘENÍ SDÍLENÉ HODNOTY</b> .....	<b>31</b>
<b>5.2</b>	<b>WORK-LIFE BALANCE</b> .....	<b>31</b>
<b>5.3</b>	<b>CORPORATE COMMUNITY INVOLVEMENT</b> .....	<b>32</b>
<b>5.4</b>	<b>(SPOLEČENSKY) ODPOVĚDNÉ INVESTOVÁNÍ</b> .....	<b>33</b>
<b>6</b>	<b>PŘÍNOSY CSR</b> .....	<b>34</b>
<b>6.1</b>	<b>PŘÍNOSY CSR</b> .....	<b>34</b>
<b>7</b>	<b>MEOPTA</b> .....	<b>39</b>
<b>7.1</b>	<b>O MEOPTĚ</b> .....	<b>39</b>
<b>7.2</b>	<b>VIZE A MISE</b> .....	<b>39</b>
<b>7.3</b>	<b>ORGANIZAČNÍ STRUKTURA</b> .....	<b>40</b>
<b>7.4</b>	<b>HISTORIE</b> .....	<b>41</b>
<b>7.5</b>	<b>SOUČASNÉ VÝROBKOVÉ PORTFOLIO</b> .....	<b>42</b>
<b>8</b>	<b>ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU</b> .....	<b>44</b>
<b>8.1</b>	<b>SOUČASNÉ CSR AKTIVITY SPOLEČNOSTI</b> .....	<b>44</b>
8.1.1	ENVIRONMENTÁLNÍ.....	44
8.1.2	SOCIÁLNÍ.....	44
8.1.3	EKONOMICKÉ .....	45
<b>8.2</b>	<b>ROZBOR DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ MEOPTA 2019</b> .....	<b>46</b>
8.2.1	VÝSLEDKY .....	46
8.2.2	KOMENTÁŘE K VYBRANÝM VÝROKŮ Z JAK BYSTE VLASTNÍMI SLOVY POPSAL/A MEOPTU, A NÁVRHY ŘEŠENÍ .....	62
8.2.3	KOMENTÁŘE K VYBRANÝM VÝROKŮ Z CHCETE NĚCO DODAT? .....	65
<b>9</b>	<b>PEST ANALÝZA</b> .....	<b>67</b>
<b>9.1</b>	<b>EKONOMICKÉ FAKTORY</b> .....	<b>67</b>

9.1.1	HDP .....	67
9.1.2	MÍRA INFLACE .....	68
9.1.3	VÝŠE MINIMÁLNÍ MZDY .....	68
9.1.4	MÍRA NEZAMĚSTNANOSTI .....	68
<b>9.2</b>	<b>SOCIÁLNÍ .....</b>	<b>69</b>
9.2.1	UDRŽITELNÉ STRAVOVÁNÍ .....	69
9.2.2	ŽIVOTNÍ STYL .....	70
9.2.3	E-SHOPY .....	70
<b>9.3</b>	<b>TECHNOLOGICKÉ .....</b>	<b>71</b>
9.3.1	NEHACKNUTELNÝ INTERNET .....	71
9.3.2	DIGITÁLNÍ PENÍZE .....	71
9.3.3	UMĚLÁ INTELIGENCE = ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI) .....	71
9.3.4	SMART KARANTÉNA .....	72
<b>9.4</b>	<b>LEGISLATIVNÍ A POLITICKÉ FAKTORY .....</b>	<b>72</b>
9.4.1	OMEZENÍ .....	72
9.4.2	VOLBY V USA .....	73
9.4.3	POLITICKÁ SITUACE .....	73
<b>9.5</b>	<b>ENVIRONMENTÁLNÍ .....</b>	<b>74</b>
9.5.1	KORONAVIRUS .....	74
9.5.2	ZMĚNA KLIMATU - GLOBÁLNÍ OTEPLOVÁNÍ .....	74
9.5.3	VODNÍ ZDROJE .....	75
9.5.4	OMEZENÍ TĚŽBY A ALTERNATIVNÍ ZDROJE ENERGIE .....	75
9.5.5	ODLESŇOVÁNÍ .....	76
<b>9.6</b>	<b>SHRNUTÍ ANALYTICKÉ ČÁSTI .....</b>	<b>76</b>
<b>10</b>	<b>NÁVRH PROJEKTU CSR VE FIRMĚ .....</b>	<b>78</b>
<b>10.1</b>	<b>DOPORUČENÉ AKTIVITY CSR .....</b>	<b>78</b>
10.1.1	CSR MANAŽER .....	78
10.1.2	CÍLE UDRŽITELNOSTI .....	79
10.1.3	PŘÍMĚSTSKÝ TÁBOR .....	80
10.1.4	SWAP MARKET .....	82
<b>10.2</b>	<b>DALŠÍ AKTIVITY .....</b>	<b>88</b>
10.2.1	ENVIRONMENTÁLNÍ PILÍŘ .....	88
10.2.2	SOCIÁLNÍ PILÍŘ .....	92
10.2.3	EKONOMICKÝ PILÍŘ .....	96
<b>10.3</b>	<b>SHRNUTÍ PROJEKTOVÉ ČÁSTI .....</b>	<b>98</b>



## ÚVOD

Společenská odpovědnost se stala jedním z fenoménů současné doby. Je to způsobeno hlavně současným stavem ekonomiky, ale také problémy v oblasti sociální a životního prostředí. Zároveň se také spotřebitelé více zajímají o kvalitu nabízených produktů, ale také o to, jaký mají tyto produkty vliv na společnost či zda se firma chová eticky ke svým zaměstnancům, komunitě a životnímu prostředí.

Tato práce se zaměřuje na rozvoj strategie CSR ve firmě Meopta – optika, s. r. o., ale také zkoumá dopady současné koronavirové krize na společnost. Tato firma sama iniciuje rozvoj CSR aktivit, a při psaní této práce přispěla podklady, které se týkají současných CSR aktivit, ale i daty pro vyhodnocení dotazníku. Meopta – optika, s. r. o. je jedním z největších zaměstnavatelů v Olomouckém kraji a největším výrobcem optických zařízení v ČR. Mezi jejich výrobky patří puškohledy a dalekohledy pro myslivce i vojáky, anebo polovodičové články či optické části používané do velkých kinoprojektorů; proto nelze jednoznačně určit jejich cílovou skupinu. Mimo to se zabývají vývojovou činností dle specifikací svých zákazníků.

Práce rozdělena do dvou hlavních částí, a to na teoretickou a praktickou část. Teoretická část se zabývá zpracováním teoretických poznatků týkajících se společenské odpovědnosti. Zejména se věnuje definováním konceptu CSR, jeho vývoji i jeho stakeholderům, tj. 1., 2. a 3. kapitola teoretické části. V dalších kapitolách se práce věnuje pilířům CSR, moderním přístupům k CSR a v neposlední řadě přínosům tohoto konceptu. Praktická část je opět rozdělena na dvě části, na analytickou a na projektovou. Analytická část začíná představením společnosti Meopta – optika, s. r. o. a analýzou současných aktivit CSR, kterým se firma v současnosti věnuje. Další kapitola vyhodnocuje výsledky dotazníku, který firma Meopta – optika, s. r. o. poskytla. V poslední kapitole analytické části je vypracovaná PESTLE analýza se zaměřením na současnou koronavirovou krizi. Projektová část se pak celá zabývá navrhovanými aktivitami CSR, a u jednoho z projektů je i vypracovaná riziková analýza.

## **CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE**

Hlavním cílem této práce je analyzovat současný stav aktivit společenské odpovědnosti (CSR) ve firmě Meopta – optika, s. r. o. a na základě získaných informací navrhnout rozšiřující aktivity, které by ty dosavadní rozšířily a zlepšily současný stav CSR ve firmě.

Pro zpracování praktické části této práce byly použity metody kvalitativního výzkumu – pozorování, rozhovoru, dotazníkové šetření a analýza PESTLE. Teoretická část zpracovává poznatky z dostupných tuzemských i zahraničních literárních a internetových zdrojů, týkajících se CSR aktivit.

Poznatky o firmě Meopta-optika, s. r. o. v praktické části vychází publikovaných i nepublikovaných zdrojů poskytnutých firmou, rozhovorů s pracovníky marketingu, kteří se v současnosti starají o fungování CSR ve firmě. Další úseky praktické části se zabývají dotazníkem a PESTLE analýzou.

Dotazníkové šetření je forma psaného řízeného rozhovoru, který má obvykle formu papírového či elektronického formuláře. Tento formulář obsahuje sérii otázek, na který respondenti odpovídají. Oproti rozhovoru je tato forma méně časově náročná, umožňuje získání velkého počtu dat od několika respondentů najednou. Jeho formy se zejména liší typem dotazování – osobní dotazování, telefonické dotazování, online dotazování a písemné dotazování. (Kozel, 2011, str. 164-165)

PESTLE analýza je jednoduchý marketingový nástroj, který slouží ke zmapování makroprostředí firmy – tj. vnější prostředí. Soustředí se převážně na politické, ekonomické, sociální, technologické, legislativní a ekonomické faktory. Někdy je tato analýza nazývána SLEPT či STEEPLED, která je rozšířena o další faktory jako například etika. Účelem této analýzy je zjišťovat současné trendy a jaké budou mít tyto trendy vliv na fungování firmy v budoucnosti. (Kozel, 2011, str. 16 -17)

# I. **TEORETICKÁ ČÁST**

# 1 ZÁKLADNÍ VYMEZENÍ POJMU CRS

Společenská odpovědnost (CSR - Corporate Social Responsibility) v posledních letech stále více získává na důležitosti. Příkladem je velké množství organizací, které se rozhodly zabývat tímto tématem formou investic do sociálních aktivit, jako např. do veřejně prospěšných projektů - ochrany životního prostředí; či do odpovědnostního řízení firmy. Avšak i přes tento nárůst, nelze tento pojem jednoznačně definovat. Důvodem je aplikace do různých podoblastí podnikání, které nemají striktně stanovené hranice. Mimo to má CSR různý účel a je dobrovolná. (Karatas-Ozkan, 2014, str. 1, 32-33; Pavlík, 2010, str. 18-19; Crane, 2008, str. 5; Chouinard, 2014, str. 48-50)

Z toho důvodu jsou definice dost nepřesné a dávají široký prostor pro jejich interpretaci. Na druhou stranu ovšem všechny definice nesou stejné znaky, na čemž se shodují Karatas-Ozkan (2014, str. 1); Kunz (2012; str. 15) a Crane (2008; str. 48-49). Společnými znaky jsou převážně:

- dobrovolnost
- morální odpovědnost
- v oblasti sociální
- v oblasti ekonomické
- v oblasti environmentální
- stakeholders

## 1.1 Definice

Příklady tří definic, které tyto znaky odrážejí:

- Evropská Unie CSR definuje: Odpovědnost firem za jejich vliv na společnost. Firmy mohou být společensky odpovědné zaváděním sociálních, environmentálních, etických, odběratelských a humanitárních opatření do jejich podnikového plánování a podnikových operací.
- World Business Council for Sustainable Development CSR definuje: je opakující se závazek firmy k etickému chování a přispívání k ekonomickému rozvoji, v závislosti na zlepšování kvality života jejich pracovníků, jejich rodin, místní komunity a společnosti jako celku.

- Business for Social Responsibility CSR definuje: je podnikatelský přístup, který pozitivně přispívá k udržitelnému vývoji v oblasti ekonomické, sociální a environmentální, ale také koná ve prospěch všech stakeholderů.

## 1.2 Další koncepty

Koncepty podobné společenské odpovědnosti:

- Firemní občanství (Corporate Citizenship)  
Celá desetiletí, obchodní magnáti vedou své firmy k filantropickým aktivitám a příspěvkům do komunit ve svém okolí, tj. výraz dobrého firemního občanství. Výraz dobrého globálního občanství je spojen s filantropickou odpovědností, která odráží očekávání globální společnosti (komunit), že firma vykonává určité společenské aktivity, které nejsou upraveny zákonem a nejsou v rámci základního etického chování firem. (Žádná dětská práce, dělníci dostávají mzdu,...) Od roku 1990 se pojem firemního občanství začal používat jako ekvivalent k pojmu společenské odpovědnosti. (Crane, 2008, str. 68-69; Pavlík, 2010, str. 24, Mádlová, 2010, str. 22)
- Společenská vnímavost (Corporate Social Responsiveness)  
Reaguje na konkrétní současný společenský problém, rozšiřuje tak koncept společenské odpovědnosti o specifickou strategii, která nemá dlouhodobější vliv, ale spíše krátkodobý či střednědobý. (Pavlík, 2010, str. 24; Mádlová, 2010, str. 23-24)
- Společenská výkonnost firem (Corporate Social Performance)  
Tato teorie se opět vyvinula z několika různých směrů a přístupů. Lze ji ale definovat jako manuál pro vedení firmy, který se zabývá principy společenské odpovědnosti, jako jsou procesy pro reakce na sociální požadavky či problémy a na firemní politiku, která odráží firemní vztahy s veřejností. Tato teorie mimo to tvrdí, že firmy mají také za úkol, mimo tvorby zisku, být odpovědné za jimi způsobené sociální problémy, a i za jiné jimi způsobené počiny nad jejich ekonomické a zákonné povinnosti. (Crane, 2008, str. 49-50; Pavlík, 2010, str. 24; Mádlová, 2010, str. 21)
- Podnikatelská etika  
Sladuje podnikatelskou činnost s etickými principy, na základě etických hodnot, které mají určovat a rozvíjet dobro jedince jako osobnosti. Zároveň by měla také komplexně řešit nejružnější etická dilemata a problémy, která odráží různorodost zájmů a vztahů, jak na

pracovišti, tak v podnikání celkově. Čestné a férové jednání každého jednotlivce podílejícího na podnikání, je podmínkou vysoké míry etického jednání, rozhodování a hodnocení. (Seknička, 2016, str. 131-132; Kunz, 2012, str. 48-52)

### **1.3 CHARAKTERISTICKÉ RYSY KONCEPTU SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST FIREM**

I přesto, že tento koncept nelze jednoznačně definovat, lze vyvodit základní charakteristické znaky tohoto konceptu. Vyzdvihuje se především:

1. Dobrovolnost - firmy aktivity CSR aplikují dobrovolně, jelikož nejsou zákonem stanoveny, takže vychází z vlastního a dobrovolného přesvědčení firmy.
2. Aktivní spolupráce se všemi zainteresovanými skupinami - umožnění vytváření tzv. win-win situací, kdy firma aktivně naslouchá skupinám a snaží se najít řešení, které je výhodné pro obě strany. Tento přístup funguje pouze pokud se shodnou obě strany, což vyžaduje společensky odpovědné jednání i ze strany zainteresovaných skupin.
3. Transparentnost a otevřený dialog se zainteresovanými skupinami - firmy by měli zainteresovaným stranám poskytnout dostatek informací. Transparentnost pomáhá vytvářet silné a důvěryhodné vztahy, které mají pozitivní vliv na fungování společnosti. V případě dosažení celkové důvěryhodnosti u veřejnosti, je důležité klást důraz i na osobitost, autentičnost a důslednost firmy.
4. Systematicčnost a dlouhodobý časový horizont - CSR má dlouhodobý horizont plánování a měl by být zahrnut do všech fází a rovin strategického plánování, tj. i do kontroly a hodnocení. V případě hodnocení jsou viditelné výsledky až po delším časovém horizontu, především u měření loajality zaměstnanců a zákazníků, image firmy či dlouhodobé stability.
5. Fungování firmy s ohledem na tzv. triple-bottom-line business - firmy se nezaměřují pouze na maximalizaci zisku a na ekonomický růst, ale na tři základní pilíře společenské odpovědnosti (sociální, ekonomický a environmentální), které berou v potaz dopad konání firmy ve svém okolí - znečišťování ovzduší, genderové upřednostňování, ...
6. Odpovědnost vůči společnosti a závazek firem přispívat k rozvoji kvality života - CSR představuje základní přirozené morální chování firmy ve prospěch celé společnosti, což se

projevuje snahou o snížení všech etických, environmentálních a sociálních rizik a hledáním trvale udržitelných řešení.

(Seknička, 2016, str. 161, 164; Kunz, 2012, str. 17-18; Kašparová, 2013, str. 16-17; Kerpen, 2013, str. 17, 64-69)

Dalšími možnými charakteristickými rysy mohou být spjatost s udržitelným rozvojem, kdy se společenské aktivity začleňují do každodenních činností firmy; anebo označení způsobu řízení firmy. (EUROPEAN COMMISSION, 2001; Kašparová, 2013, str. 16)

## 2 VÝVOJ CSR

Tento koncept se dostal do popředí v letech 1990 až 2000, z čehož lze usuzovat, že se jedná o relativně nový koncept. Avšak alespoň částečně je zde pojem společenské odpovědnosti již od prvopočátku podnikání, a to hlavně formou dotazování sama sebe, k čemu je vlastně podnikání a jak přispívá společnosti, popřípadě jak se dá daný odpad dále využít, aby se neplýtvalo zdroji. Dalším možným mezníkem může být průmyslová revoluce a druhá polovina 19. století, kdy s narůstající potřebou firem zefektivnit práci svých dělníků, přišli firmy například s řešením formou dělnických ubytoven, které měly za úkol uspokojit potřeby těchto dělníků a zlepšit vztahy na pracovišti. (Seknička, 2016, str. 162; Crane, 2008, str. 3)

V mezidobí, William C. Frederick, jeden z prvních propagátorů společenské odpovědnosti, tvrdil, že v padesátých letech 20. století existovaly tři hlavní myšlenky: první, že firemní manažeři jsou zástupci veřejnosti, druhá, že je potřeba vyrovnat nároky konkurentů na veřejné zdroje; a třetí, že přijetí dobročinnosti je důkazem firemní podpory dobré věci. Ke konci 60. let, by se mohly firemní praktiky spojené s CSR rozčlenit na dobročinnost, starost o zaměstnance (pracovní podmínky, průmyslové vztahy, personální politika), a na vztahy se zákazníky a akcionáři. 70. léta propojila manažerský přístup ke společenské odpovědnosti, takže manažeři při svých každodenních praktikách brali v potaz CSR, což bylo ještě podpořeno zákony o zacházení se životním prostředím, nezávadnosti produktů, nediskriminací pracovníků a bezpečnosti dělníků. Naopak 80. léta byli časem častých etických skandálů, které povznesli důležitost tohoto konceptu. (Crane, 2008, str. 26, 28, 36)

Na počátku 1990 se hodně firem přidalo k modelu společenské odpovědnosti, jelikož chtěli vypadat dobře, ale některé jej začali aplikovat, poněvadž to považovali za správné. Charakteristické bylo firemní dárcovství či strategický přístup, který ultimátně ovlivňoval, jaké myšlenky firmy podporují - jak vytvářet a aplikovat své programy, a následně je vyhodnotili; podnikatelská etika, lidská práva, atd. Koncept společenské odpovědnosti je v této době podporován celou řadou organizací, jako jsou OSN nebo EU. (Kotler, 2005, str. 9; Crane, 2008, str. 4; Pavličík, 2010, str. 20-22)

Je jasné, že trendy a praktiky společenské odpovědnosti, mají prvky jak etické a morální, tak i obchodní. V dnešním světě otevřeného trhu, je koncept CSR udržitelný pouze dokud nepřestane přidávat hodnotu do hodnotového řetězce firmy.





### 3 STAKEHOLDERS

Stakeholder neboli zainteresovaná skupina či strana, jsou například zákazníci, zaměstnanci, komunita či vláda, kteří mohou přímo i nepřímo ovlivňovat fungování firmy. Každá firma si ale musí uvědomit sama, kdo všechno do jejich řízení zasahuje. (Seknička, 2016, str. 66-68; Pavlíček, 2010, str. 77-81; Tetřevová, 2017, str. 8-12; Jones, 2018, str. 371-373)

Pro identifikaci klíčových stakeholders je vhodné položit si otázky typu:

- Které skupiny či osoby nejvíce ovlivňují podnik?
- Které skupiny či osoby nejvíce podnik ovlivňuje?

Původní teorie zainteresovaných skupin bere v úvahu spojení firmy a zainteresovaných skupin ve velmi úzkém etickém vztahu, pro kterou je charakteristická spolupráce a sdílení informací. Vhodné je podotknout, že k vytvoření tak úzké spolupráce, je nutné investovat velké množství času a kapitálu. To ovšem může přispět k získání důvěryhodných kontaktů, společně vytvořené hodnoty, ale také již zmíněná vysoká úroveň důvěry a spolupráce. Jelikož každá zainteresovaná skupina či strana potřebuje specifický přístup, což může být organizačně, časově i finančně náročné, je vhodné si je rozdělit podle relevantnosti na primární stakeholdery a sekundární stakeholdery. Primárními jsou tedy ti, bez nichž by firma nemohla fungovat, tj. vlastníci, investoři, zaměstnanci, zákazníci, dodavatelé či odběratelé. V případě sekundárních stakeholderů jsou to pak skupiny, které nejsou pro přežití firmy životně důležité a nejednají s firmou v přímém kontaktu. Jsou převážně konkurence, média či odbory. (Seknička, 2016, str. 66-68; Pavlíček, 2010, str. 77-81; Tetřevová, 2017, str. 8-12; Jones, 2018, str. 371-373)

Přístup k těmto zainteresovaným skupinám je dán třemi znaky:

- Silou (mocí) – jakou mocí nás potřeby této skupiny ovlivňují.
- Legitimitou – jaké je legitimita těchto vztahů směrem k firmě, které mohou být dány právně.
- Naléhavostí – jak naléhavé jsou tyto potřeby zmíněných skupin.

V závislosti na to může firma aplikovat jednu ze RDAP strategií (Reaction, Defense, Accomodation, Proaction strategies). Nebo ALRE, kterou lze definovat jako sdílení záměrů mezi top managementem a úzce spjatou zájmovou skupinou, jako jsou majitelé či investoři. Klíčové informace je jsou hlavním předmětem sdílení, což vede k pochopení důvodu některých rozhodnutí zájmovou skupinou.

(Seknička, 2016, str. 66-68; Pavlíček, 2010, str. 77-81; Tetřevová, 2017, str. 8-12; Jones, 2018, str. 371-373)

## 4 PILÍŘE CSR (TRIPLE – BOTTOM – LINE)

Pilíře CSR rozčleňují principy udržitelného rozvoje na sociální, ekonomický a environmentální pilíře a vznikly za účelem rozvoje společenské odpovědnosti ve firmách. V souvislosti s těmito pilíři, lze také mluvit o charakteristikách tzv. principu triple-bottom line, neboli 3 Pé, sociální pilíř je spojen s lidmi (People), ekonomický pilíř se ziskem (Profit), a environmentální s naší planetou (Planet). (Tamvada, 2020; Kunz, 2012, str. 20; Pavlík, 2010, str. 25; Chouinard, 2014, str. 58-60):

- Ekonomický pilíř - Profit
- Sociální pilíř - People
- Environmentální pilíř - Planet

### 4.1 Ekonomický pilíř

Tvorba zisku a zvětšování bohatství již nepředstavuje jediný cíl každého podnikání, díky konceptu CSR jsou rozšířeny i cíl být ve prospěch společnosti. V souladu s tímto cílem by měla tato společensky odpovědná firma být více přitažlivá pro zákazníky, mít dobrý vztah se svými zaměstnanci, ale také i s ostatními stakeholdery, což by mělo přirozeně vést k posílení ekonomické výkonnosti firmy. Existují však i názory, které tvrdí, že firma musí nejprve dosáhnout přijatelné ekonomické výkonnosti, aby mohla koncept CSR financovat.

(Pavlík, 2010, s. 25-26; Tetřevová, 2017, str. 13-15, Kunz, 2012, s. 21)

Vhodné aktivity v rámci ekonomického pilíře:

- Uplatňování principů správné správy a řízení podniku (Corporate Governance) – tj. implementace procesů nejefektivnější správy a řízení podniku. Hlavní je úprava vztahů všech zainteresovaných skupin podílejících se na fungování firmy (manažery, vlastníky, dělníky,...), ale také stanovení kontrolních mechanismů pro zvýšení transparentnosti podniku.
- Poskytování bezpečných a kvalitních výrobků a služeb zákazníkům – výsledky vykonané práce ve formě jak výrobků, tak služeb by měli uspokojivě naplňovat svou zamýšlenou funkci a neměli by způsobovat vady na zdraví svých uživatelů. V případě rizika, že si může uživatel používáním ublížit, je nutné jej o tom informovat, popřípadě mu i poskytnout návod k zacházení.

- Inovování a zajišťování udržitelnosti produktů – vytvářením či modifikováním produktů i služeb, zlepšuje společnost svoji konkurenceschopnost na trhu, čímž rozšiřuje nabídku svého sortimentu a upevňuje svoji pozici na trhu, mimo to přispívá k budování nových dodavatelsko-odběratelských vztahů. V inovačních tendencích je nutné myslet na to, že výrobky by měli být environmentálně, sociálně, ale i eticky nezávadné a měli by být v souladu s odpovědnou a udržitelnou výrobou. Tento fakt by měli ale zvážit i spotřebitelé a zamyslet se nad udržitelnou spotřebou.
- Posilování vztahů se zákazníky – CSR v tomto případě cílí na podporu zákazníků ze strany firmy svou transparentností, respektováním jejich soukromí, reaguje na jejich zpětné vazby, a snaží zainteresovat zákazníka na vhodné zacházení s výrobkem v konečné fázi jeho cyklu.
- Posilování vztahů s vlastníky a investory – vlastníci mohou významně zasahovat do správy firmy. V případě nespokojenosti s fungováním, pak mohou odvolat top management či ukončit podnikatelskou činnost. Na druhou stranu investoři představují věřitele, kteří investují do rozvoje a podporují inovace; a v případě že jsou nespokojeni s fungováním firmy, mohou požadovat své investice zpět. Vhodné je proto obě tyto strany pravidelně informovat (výroční zprávy, reporty,..) a posilovat jejich důvěru pravidelným setkáváním.
- Posilování dodavatelsko-odběratelských vztahů – supply chain management by měl zabezpečovat poskytování přidané hodnoty do hodnotového řetězce, a to hlavně plynulým, včasným a hospodárným dodáním požadovaných surovin a služeb, nebo kvalitním a včasným zpracováním výrobků, či včasnými a bezpečnými dodávkami zboží zákazníkovi. Tyto vztahy lze udržovat a zlepšovat dodržováním spravedlivé a hospodářské soutěže, respektováním práv duševního vlastnictví, podporou CSR v řetězci, či posilováním důvěry.

(Pavlík, 2010, s. 25-26; Tetřevová, 2017, str. 13-20; Beattie, 2019; Seknička, 2016, str. 44-45)

## 4.2 Sociální pilíř

Tento pilíř se převážně zabývá starostí o zaměstnance, jaké jsou jejich pracovní podmínky a prostředí, ve kterém pracují, jelikož spokojený zaměstnanec je klíčem k úspěchu. Právě v zaměstnání trávíme značnou část života, takže to, jak jsme v něm spokojeni, se odráží i v ostatních aspektech našeho života. K tomu, aby byli zaměstnanci schopni denně chodit do práce,

potřebují určitou pracovní motivaci - pro některé je to fakt, že je práce baví a naplňuje, popřípadě chtějí budovat kariéru, ale druh motivace se u každého různí. Ne všichni ale mají dostatečnou motivaci, jelikož je pracovní nasazení dostatečně mentálně nestimuluje, proto by firmy měly podniknout kroky pro zvýšení obvyklé stimulace těchto zaměstnanců realizováním CSR aktivit nad rámec zákona. Tento pilíř je, ale zaměřen i na ostatní stakeholdery, na které dopadají rozhodnutí firmy.

(Kunz, 2012, s. 22-23; Pavlík, 2010, s. 26; Tetřevová, 2017, str. 20-27; Beattie, 2019)

- Zajištění bezpečnosti a ochrany zdraví při práci – žádné zcela bezpečné pracoviště neexistuje, a ani žádná zcela bezpečná práce. Proto je důležité dodržovat zásady bezpečnosti a ochrany zdraví při práci, za které je zodpovědné vedení firmy. Nejedná se pouze o prevenci nemocí z povolání či jiných úrazů, ale jedná se také o vytváření optimálních podmínek pro práci, které zlepšují kvalitu života, efektivitu práce i její kvalitu. Takovým příkladem může být nadstandartní péče o prostorové a konstrukční uspořádání vybavení, které zlepšuje požadavky na pracovní prostředí nad rámec zákona, jako je například optimalizování vybavení v rámci bezpečnostních a hygienických požadavků, které jsou nad rámec zákonů. Spadají sem i všechny pokusy o odstranění a minimalizaci škodlivých vlivů, ale také o estetickou úpravu pracovišť.

- Péče o vzdělávání a rozvoj zaměstnanců – znalosti a dovednosti zaměstnanců by měli neustále být rozšiřovány a prohlubovány, aby tak firma zvyšovala produktivitu a kvalitu práce. Tyto akce představují dosti nákladné investice firmy do zaměstnanců, kteří vytvoří zpětnou vazbu rozvojem a inovací pracovišť, ve formě aplikace nově nabitých poznatků. V případě, že firma tyto akce nepodporuje, může mít v budoucnosti problém se snižováním konkurenceschopnosti, odcházením zaměstnanců či jiné vážné problémy spojené s fungováním firmy. Důležitá je proto i flexibilita firmy a jejich rychlost reakce na změny, protože jsou to právě zaměstnanci, kteří na změny reagují na základě svých dovedností a znalostí. Skvělým příkladem jsou zaměstnanci, kteří se zabývají zákony, a jelikož se právní předpisy neustále modernizují a aktualizují, je nutné, aby měli tito zaměstnanci přehled o těchto novinkách a věděli, co tyto změny znamenají pro firmu.

- Zákaz diskriminace – diskriminace je v ČR zakázána zákonem č. 198/2009 S. – o rovném zacházení a o právních prostředcích ochrany před diskriminací, tzv. antidiskriminačním zákonem, ale také Listinou základních práv a svobod. Diskriminace je definována jako porušení práv jedince z hlediska rovného přístupu, chování či rovných příležitostí; ale dá se za ni považovat i sexuální obtěžování nebo navádění k diskriminaci. Zaměstnavatel by neměl v žádném případě žádné

diskriminační chování podporovat, a všechny projevy neprodleně vyšetřit a potrestat. Příkladem je například genderová nevyrovnanost, tedy nerovné postavení obou pohlaví na trhu práce. I přesto, že se postavení žen neustále zlepšuje, stále ještě nemají rovné šance v zaměstnání, a to platí hlavně o jejich platovém ohodnocení. Tyto předsudky mohou být způsobeny tím, že jsou z pohledu mužů stále viděny jako méně schopné a vhodné pouze k údržbě domácnosti. Tento problém se ovšem netýká pouze pohlavních rozdílů, ale také osob se zdravotním postižením, dlouhodobě nezaměstnaných, cizinců či dětí ze sociálně slabých rodin. Je nutné uznávat všechny druhy rozdílů, jak fyzické a psychologické, tak biologické. Avšak je velmi časté, že v případě, že se o pracovní pozici zajímá muž a kvalifikovanější ženy, tuto pozici získá muž. V souladu CSR by tedy firma měla vybrat kvalifikovanějšího uchazeče bez ohledu na jejich pohlaví či jiný jejich rozdíl, a to by mělo platit i v případě odměňování ze vykonanou práci.

- Ostatní aktivity – jsou to další aktivity, které přispívají ke společenské odpovědnosti firmy. Patří sem zákaz nucené práce, používání dětské práce, zajištění svobody sdružování a právo na kolektivní vyjednávání atd. V případě nucené práce a dětské práce, máme pocit, že se nás tyto témata již netýkají, avšak nevědomě se s nimi neustále setkáváme, když si kupujeme oblečení dovezené z Číny, Turecka či Bangladéše. Nucená práce je prací, kterou jedinec nevykonává dobrovolně, nevyžaduje-li to veřejný zájem; nesmí tuto práci opustit a je mu vyhrožováno, či je jinak omezován – zadržením výplat či mzdy, nucenými nezákonnými přesčasů anebo neposkytnutými řádnými pauzami. Svobodně se shromažďovat v různých organizacích je ústavně zaručeno všem, tj. nikomu nesmí být zakázáno, ale ani nikdo k němu nesmí být nucen. Proto nesmí být zakázáno zakládat odborové organizace, které hájí zájmy zaměstnanců firmy bez rozdílu. Konají tak formou kolektivního vyjednávání, což je základní metodou dosahování dohod mezi touto organizací a vedením firmy. Pokud firma podporuje CSR měla by tuto organizaci respektovat a vyslechnout, ale také nediskriminovat zaměstnance, kteří jsou její součástí. Důležitá je i podpora zaměstnanců k férovému zacházení a boj proti šikaně, sexuálnímu harašení a jinému morálně nežádoucímu obtěžování. V případě takového nežádoucí chování by měla firma mít postupy, jak tyto stížnosti řešit a určit striktní následky.

(Lee, 2019, str. 413-415; Pavlík, 2010, s. 26; Tetřevová, 2017, str. 20-27; Beattie, 2019)

### 4.3 Environmentální pilíř

Do tohoto pilíře bezpochyby patří odpovědnost firmy vůči životnímu prostředí, což může být vnímáno velmi neurčitě. Je to způsobeno hlavně tím, že v ostatních pilířích může vzniknout dialog mezi firmou a druhou stranou, popřípadě přímo souvisí s fungováním podniku. Tento pilíř se soustředí na dopady rozhodnutí, která firma udělá na úkor právě životního prostředí, tj. na vodu, půdu, faunu či flóru anebo další složky životního prostředí. V zásadě se tedy jedná o dopady způsobené intenzivní výrobou, spotřebou materiálu či tvorbou odpadu. Životní prostředí by nemělo být poškozováno špatným zacházením a kvůli tvorbě zisku. Ochrana životního prostředí je sice do jisté míry legislativně ošetřena, ale v současné době je tato ochrana nedostatečná, hlavně co se týká plýtvání vodou. I přesto, že tento pilíř firmám nepřijde velmi výhodný, může poskytnout konkurenční výhodu a zlepšit image firmy; a pokud některé ekologické problémy firmy ještě prohlubují, mohou mít v budoucnu ekonomický problém.

- Zajištění legislativních požadavků – v ČR zákony o ochraně životního prostředí vytváří Parlament, Ministerstvo životního prostředí, ale do jisté míry i Ministerstvo zemědělství či Česká inspekce životního prostředí a mnoho dalších. Proto mohou mít firmy někdy problém být v souladu se všemi, ale zákony a vyhlášky vyžadují, aby firmy upravili své chování v jejich souladu. Nejčastěji se týkají znečišťování ovzduší a odpadních vod; nakládání s odpadem a jeho následná likvidace, a to speciálního a nebezpečného odpadu; anebo prevenci a odstranění negativních důsledků chování firmy na životní prostředí. V případě, že firma tyto normy nerespektuje, jsou jí uděleny pokuty a sankce.
- Prosazování společensky odpovědného chování ve vnitřním prostředí firmy – současná situace podněcuje firmy, aby s aplikací CSR začínaly zevnitř. Je to převážně kvůli rostoucím cenám zdrojů, takže se firmy snaží snižovat jejich spotřebu. Takovým případem může být snižování spotřeby energií a ostatních zdrojů tím, že se snaží vyměnit stroje náročné na suroviny, anebo používat alternativní a jednodušeji dostupné zdroje energie, tato energie se pak nazývá green energy (zelená energie), která má menší dopady na životní prostředí a využívá menší množství fosilních paliv, ale také tvoří méně odpadu. To samé platí i v případě velké spotřeby surovin, takže firma hledá úspornější řešení minimalizováním odpadu či inovací výrobku. Další důležitou aktivitou je snížení celkového objemu odpadu a podporování recyklace, která je opět do jisté míry podmíněna zákonem o odpadech (zákon č. 185/2001). Firma musí zabezpečit, že odpad musí být odstraněn, a



přítom nesmí ohrožovat životní prostředí ani lidské zdraví. Dokonce existuje hierarchie způsobů, jak nakládat s odpadem, tj. předcházet k jeho vzniku, připravit jej pro opětovné použití, jeho recyklace či jeho jiné využití a následně jeho odstranění. Obecně lze ale tvrdit, že společensky odpovědné firmy se snaží odpad absolutně eliminovat, aby tak šetřili životní prostředí. Vhodným způsobem je již zmíněná recyklace, kterou materiál získá nový životní úděl a je opět vhodně použitelný.

- Prosazování společensky odpovědného chování ve vnějším prostředí firmy – jakmile firmy vyřeší vnitřní ekologické problémy, měli by se firmy zaměřit na ty vnější, tedy směrem k životnímu prostředí a stakeholderům. Vhodnými aktivitami jsou například podporování zachovávání zdrojů i biodiverzity; prevence negativních dopadů na životní prostředí a propagování odpovědného přístupu k životnímu prostředí. V případě zachovávání zdrojů, by se firma měla soustředit na snižování využívání surovin, které je nutné vytěžovat, a volit suroviny, které jsou recyklovatelné a pokud možno z recyklovaných materiálů. Pro zachování biodiverzity, která se v důsledku lidské aktivity zmenšuje, je zejména důležité soustředit se na její ochranu, což může být dosaženo kontrolou hladiny a způsoby znečištění v okolí firmy, ale i částí do kterých zasahuje. Tato kontrola by ale měla monitorovat i negativní vlivy, které působí na komunitu, hlavně na jejich zdravotní stav. Své ekologické aktivity by měla firma vhodně prezentovat, aby se stala inspirací pro další podniky, ale také zvýšila povědomí veřejnosti o významnosti těchto témat a jejich možných řešeních.

(Kunz, 2012, s. 22-23; Pavlík, 2010, s. 28-29; Tetřevová, 2017, str. 24-26; Beattie, 2019)

## **5 MODERNÍ TRENDY V CSR**

### **5.1 Creating Shared Value – Vytváření sdílené hodnoty**

Jedná se o soubor zásad a operačních postupů, které pomáhají firmám zvýšit jejich konkurenční výhody, ale také poskytnout stakeholderům možnost zlepšení jejich sociálních a ekonomických podmínek. Lidská společnost všude na světě, čelí výrazným problémům s ekonomickým, sociálním, ale environmentálním rozvojem. Vláda a veřejné správy nemají dostatek zdrojů financování pro vyřešení všech problémů, proto je nutné spoléhat na firmy s tím, že vytvoří svými CSR aktivitami sdílenou hodnotu, kterou pomohou tyto problémy vyřešit.

Koncepční rámec používaný pro vytváření sdílených hodnot lze rozdělit do tří částí:

- přezkoumání současných produktů a trhů,
- redefinování hodnotových řetězců,
- zlepšování firemních podmínek

Každá z těchto částí je navzájem provázaná, takže když se hodnota v některé z částí zvýší, objeví se příležitosti i u ostatních. K vytváření sdílených hodnot, je potřeba inovací alespoň v jedné ze zmíněných částí. Přezkoumávání současných produktů a trhů je většinou zaměřeno na potřeby lidské společnosti, jako například zdraví, bydlení či životní podmínky. Vytvořené sdílené hodnoty jsou poté, co je redefinován hodnotový řetězec, zaměřeny především na vnitřní řízení jako snížení nákladů, výhodnější využívání zdrojů či lepší zapojení zaměstnanců do procesů. Zlepšování místních podmínek, zlepšuje pracovní i nepracovní prostředí firmy, a tak i produktivitu v rámci podniku.

(FERNANDEZ-GAMEZ, 2020, str. 1-2, Kunz, 2012, str. 112-118; CHIHAMBAKWE, 2019, str. 102-103)

### **5.2 Work-life balance**

Jedná se o koncept, který lze vysvětlit vazba mezi pracovním a osobním životem, ovšem s důrazem na zdraví, snížení stresu, blahobyt, kvalitu života, a na udržitelný osobní a sociální rozvoj atd.

Zaměstnanci se čím dál častěji zajímají o práce, které jsou časově flexibilnější a je možné je vykonávat i z domu. V tomto podtextu, work-life balance vznikl, aby podpořil důležitost zdravého

pracovního prostředí, ale také jako nová strategie řízení lidských zdrojů, která má pozitivní dopad na životy pracovníků, jejich rodin, organizací, ale i společnosti jako celku. Na druhou stranu může mít hlavně práce z domu pro některé pracovníky negativní dopady jejich produktivitu nebo na jejich zápal do práce. Pro firmu to pak může mít také negativní dopady ve formě větších mzdových nákladů či menšího obrátu firmy. V některých případech to ovšem může být naopak, takže se zlepší podmínky výkonu práce, stres se zredukuje, zaměstnanci jsou spokojenější. Pro firmu také tento koncept může snížit fluktuaci zaměstnanců, zvýšit motivaci pracovníků, ale i efektivitu pracovního procesu. Tento koncept není určen pouze pro rodiče s dětmi, ale měl by se týkat bez rozdílu všech zaměstnanců. Takto mohou pracovníci propojit pracovní život s rodinným, ale také osobním.

I work-life balance se dá řídit souborem nástrojů, jako jsou flexibilní formy pracovních úvazků (sdílené pracovní místo, zkrácené úvazky, pružná pracovní doba, práce z domu,..) anebo různé formy zajištění péče o potomky zaměstnanců,...

(Tetřevová, 2017, str. 23; Muda, 2020; Sánchez-Hernández, 2019; Kunz, 2012, str. 112-118)

### **5.3 Corporate Community Involvement**

Jedná se o pojem zastřešující aktivity, kterými se firmy začleňují do života komunity a jeho bezprostředního okolí, na které firma působí. Nejčastějšími aktivitami jsou skrz poskytování sponzorských a finančních darů, ale také firemní dobrovolnictví a partnerské programy. V případě sponzorství, firmy nedisponují žádnými výhodami oproti individuálním dárcům, takže se jedná o filantropickou aktivitu, která nepřináší žádnou pozitivní ekonomickou hodnotu. S tímto spojený je o cause related marketing, který se k sobě váže dobročinný prodej, kde je výtěžek prodeje věnován sociálně znevýhodněným skupinám. Patří sem také tzv. public-private partnership, který lze chápat jako závazek firem či spojené skupiny firem, které spolupracují s další organizací z jiného (veřejného či neziskového) sektoru. V rámci této spolupráce se firmy zaměřují na témata, která se týkají všech zúčastněných stran, a je od nich očekáváno, že poskytnou nejen finanční pomoc, ale i další pomoc potřebnou pro zrealizování projektů.

Pro zavedení corporate community involvement (CCI) je nutné zvolit strategický přístup, který by měl profesionálně vzhledem k CCI, být svázán s klíčovými cíli firmy, měl by také představovat

odklon od dárcovství směrem k partnerským programům, měřit a vyhodnocovat výsledky; a taky měl být transparentní a odpovědný pro všechny zainteresované strany.

(Kašparová, 2013, s. 80, Kunz, 2012, str. 112-118)

## **5.4 (Společensky) odpovědné investování**

Tento koncept zdůrazňuje, že při výběru investic je nutné zvažovat širší spektrum kritérií, před výběrem konkrétní investice. Kritéria jsou proměnlivá v čase, ale vždy by měli odrážet aktuální normy a hodnoty společnosti. Dobrým příkladem jsou například církevní instituce, které se v souladu se svými zásadami vyhýbali investicím do zbrojního průmyslu či návykových látek.

Využívání odpovědného investování má hned několik důvodů. Širší spektrum kritérií pomáhá s identifikací rizika, která ovlivňují dlouhodobý výnos z investice a nejsou odhalitelná použitím standardní finanční analýzy. Dalším důvodem může být tlak ze strany stakeholderů, kteří očekávají, že když do firmy něco vloží, bude s touto investicí zacházeno v rámci společenských norem.

(Tetřevová, 2017, str. 10-11; Kašparová, 2013, s. 82; Kunz, 2012, str. 112-118)

## 6 PŘÍNOSY CSR

### 6.1 Přínosy CSR

Přínosy zavedení CSR v rámci ekonomického pilíře:

Zavedení CSR by neměl mít negativní vliv na zisk, avšak se nedá ani očekávat viditelné zvýšení zisku. Proto lze tvrdit, že výhody, které společnosti získají jsou především nefinanční a neprojevují se až po určitém čase. To ovšem neznamená, že jsou tyto zásahy neúčelné! Hlavní přínosy se převážně projevují zlepšením vnímáním firmy - firma poté působí více důvěryhodně než například konkurence. Aplikace CSR principů také přináší přínos zlepšením správy a řízení podniku tím, že se vedení chová etičtěji, je více lukrativní pro investory, kteří pak investují více kapitálu; respektování zájmů a cílů, jak ze strany vlastníků a investorů, tak ze strany firmy, vede k efektivnějšímu alokování zdrojů a jejich monitorování.

Inovace přispívají ke konkurenceschopnosti firmy, prospívají jí a v případě, že jsou v souladu CSR mohou mít pozitivní dopad na životní prostředí. V rámci dodavatelsko-odběratelských vztahů se tyto vazby zlepší a zpevní, díky čemuž může firma získat výhodnější ceny či jiné benefity; a prohloubí se důvěra.

Do tohoto sektoru patří i kvalita produktů, která má velmi zásadní vliv na výkonnost podniku, jelikož kvalita vytváří velmi důležitou přidanou hodnotu pro zákazníky, což tvoří zisk; ale také i bezpečnost produktů, která má přímý vliv na dobrou pověst firmy a zmenšuje pravděpodobnost výskytu právních a finančních sporů, které mohou způsobit, že daný produkt stáhnou z trhu.

(Kuldová, 2010, str. 32; Pavlík, 2010, str. 28; Kašparová, str. 17, Tetřevová, 2017, str. 21; Kerpen, 2013, str. 81-85; Karatas-Ozkan, 2014, str. 31-33)

Přínosy zavedení CSR v rámci sociálního pilíře:

Podpora aktivit v tomto pilíři je zaměřena převážně na zaměstnance, ale i na ostatní stakeholdery. Pokud se ale firma dobře stará o své zaměstnance, mohou tato opatření zvýšit jejich motivaci, sebevědomí a spokojenost z práce, což firmě prospěje hlavně zlepšením pracovní morálky; lepší adaptací zaměstnanců na změny, ale i jejich loajalita k firmě je větší. Mimo to zvyšuje výkonost práce zaměstnanců, což zvyšuje konkurenceschopnost firmy; může uspořit náklady vznikající pracovní neschopností či úrazy, ale případně i zabránění poškození majetku firmy v provozu; snižují

náklady na nové zaměstnance, jelikož loajální zaměstnanci se snaží ve firmě zůstat. Tyto aktivity také zlepšují pověst firmy, což z něj dělá lukrativního zaměstnavatele. (Lee, 2019, str. 413-415; Tetřevová, 2017, str. 21; Kerpen, 2013, str. 81-85; Karatas-Ozkan, 2014, str. 33-37)

Přínosy zavedení CSR v rámci environmentálního pilíře:

Tento pilíř je důležitý hlavně pro budoucí generace, jelikož se zabývá životním prostředím a zachováním jeho rozmanitosti. Proto aktivity vykonávané ve prospěch životního prostředí, hlavně nad rámec zákona, mají nejvíce pozitivní ohlas na podnikovou image. Když firma dodržuje alespoň legislativně dané požadavky na ochranu životního prostředí, vyhýbá se tak zbytečným pokutám a poplatkům, za jejich porušení. Recyklace a šetření se zdroji vede naopak k úspoře financí, ale má to i pozitivní dopad na životní prostředí a jeho okolí. V případě recyklace je ale důležité dbát o to, aby firma zodpovědná za jejich recyklaci opravdu provedla proces tak, aby měl pozitivní dopad na životní prostředí. Toto ekologické chování může firmám poskytnout konkurenční výhodu a může to pomoci při získávání nových trhů, ale také zlepšit vztahy ostatními stakeholdery.

(Kuldová, 2010, str. 32; Kašparová, str. 17, Tetřevová, 2017, str. 30-31; Kerpen, 2013, str. 81-85; Karatas-Ozkan, 2014, str. 31-33)

Z pohledu na přínosy CSR pro zájmové skupiny:

- Investoři

- Otevřená komunikace vede k rozvoji firmy, jelikož se má firma přístup k výhodným zdrojům nápadů, což je pro investory atraktivní - firma je pak inovativní
- Některé burzovní indexy společenskou odpovědnost zohledňují, takže jsou firmy hodnotnější, působí dlouhodobě více udržitelně a bezpečně.

Firmy mají pak k dispozici větší kapitál a jsou pro další investory přitažlivější.

- Veřejnost / Komunita

- Firma investuje do oprav, sociálních služeb a dalších odvětví, což přispívá k celkovému rozvoji a obohacování komunit a veřejnosti
- Pomáhá ke zlepšení životního prostředí v okolí firmy a regionu

Firmy má pozitivní ohlas v komunitách a její jméno a reputace se zlepšuje.

- Odběratelé / zákazníci

- Zákazníci mohou věřit kvalitě produktu
- Firma je svou transparentností spolehlivým dodavatelem, což ji dělá pro obě strany důvěryhodnější

Firmy opět získávají dobré jméno, takže jsou na trhu atraktivnější a zákazníci bývají loajálnější.

- Veřejný sektor

- Příspěvky do veřejného sektoru vedou ke zkvalitnění a rozvoje dostupnosti jejich služeb.
- Firmy jsou transparentní, udržitelné, neplýtvají zdroji, šetří životní prostředí a navíc v případě nutnosti uzavření firmy se snaží o postupný útlum výroby, než o okamžité uzavření společnosti, což zamezuje ochromení regionu v případě, že se jedná o důležitého zaměstnavatele v regionu.

Zavedení CSR opět vede k přispění šíření dobrého jména firmy a nepřímo může dojít ke zlepšení kvality služeb nabízených v okolí, ze kterých může získat i firma.

• Zaměstnanci společnosti

- Lepší pracovní zázemí, jistota, osobní rozvoj - seberealizace
- příjemnější vztahy na pracovišti

Spokojení zaměstnanci lépe pracují a vyrábí efektivněji a kvalitnější výrobky. Firma se také stává žádanějším zaměstnavatelem, takže má přístup ke kvalitním lidským zdrojům. Efektivní jednání s odbory minimalizuje riziko bojkotů a stávek.

(Kerpen, 2013, str. 81-85; Karatas-Ozkan, 2014, str. 31-40; Pavlík, 2010, str. 28; Kašparová, 2013, str. 17; Chouinard, 2014, str. 101-114)

II.

## **PRAKTICKÁ ČÁST**





## 7 MEOPTA

### 7.1 O Meoptě

Meopta - optika je nadnárodní firma s dlouhou a bohatou historií ve výzkumu a vývoji, sestavování i produkci špičkových optických, optomechanických a optoelektronických produktů a komponentů. Také provozuje jedny z nejmodernějších zařízení, jak ve Spojených státech, tak v České republice, což umožňuje Meoptě uspokojovat potřeby svých zákazníků rychleji a efektivněji. Meopta mimo to používá nejpokrokovější přístupy ve výzkumu, vývoji, výrobě a montáži, což jí umožňuje poskytovat nejkvalitnější výrobky a služby pro spotřebitelské, vojenské a průmyslové trhy. Díky tomu mohou vyrábět například zdravotnické a vědecké přístroje, komponenty do kinoprojektorů či komponenty pro vesmírné technologie. (Meopta, 2020)

### 7.2 Vize a mise

V budoucnu by se chtěla Meopta (2020e) stát celosvětovým leaderem v oblasti poskytování inovativních řešení určených pro specifické trhy, se zaměřením na oblasti osvětlovacích a zobrazovacích systému pro průmyslové, spotřebitelské a vojenské aplikace.

#### **Vize:**

##### Lepší pohled na svět

- Pomáháme zvítězit
- Přinášíme jedinečné zážitky
- Spojujeme člověka s přírodou
- Děláme svět bezpečnějším

#### **Politika naplnění vize společnosti:**

Spokojenost zákazníků - Nabízet svým zákazníkům kompletní řešení jejich požadavků.

Technologie - Zaměřit se na rozvíjení technologií v oblasti firemní strategie a neustále ji zdokonalovat.

Zodpovědnost vůči životnímu prostředí - Respektovat požadavky na zlepšení životního prostředí.

Řízení procesů a kvality - Dlouhodobě zlepšovat a zajišťovat kvalitu jejich výrobků a služeb, se zaměřením na efektivní využívání zdrojů.

Řízení rizik – Identifikovat rizika, ale i příležitosti, vyhodnotit je a následně stanovit opatření, která minimalizují jejich dopady.

Zapojení zaměstnanců – Angažovat zaměstnance a ztotožnit je s cíli a vizí společnosti, jejich zapojením a vtažením do podnikových procesů.

Firemní infrastruktura – Dlouhodobě zajišťovat a zlepšovat kvalitu firemní infrastruktury, zlepšováním interních procesů a kvality práce.

Řízení dodavatelských řetězců – Propojovat externí a interní články jednotlivých řetězců v rámci přepravy, ale i komunikace.

Rozvoj znalostí a dovedností – Rozvíjet a využívat hodnototvorný potenciál zaměstnanců pro efektivní, výkonné a konkurenceschopné pronikání.

Společenská odpovědnost – Zůstat respektovaným a žádaným zaměstnavatelem a při tom rozvíjet sebe v závislosti na regionu a na lidech v něm.

### **7.3 Organizační struktura**

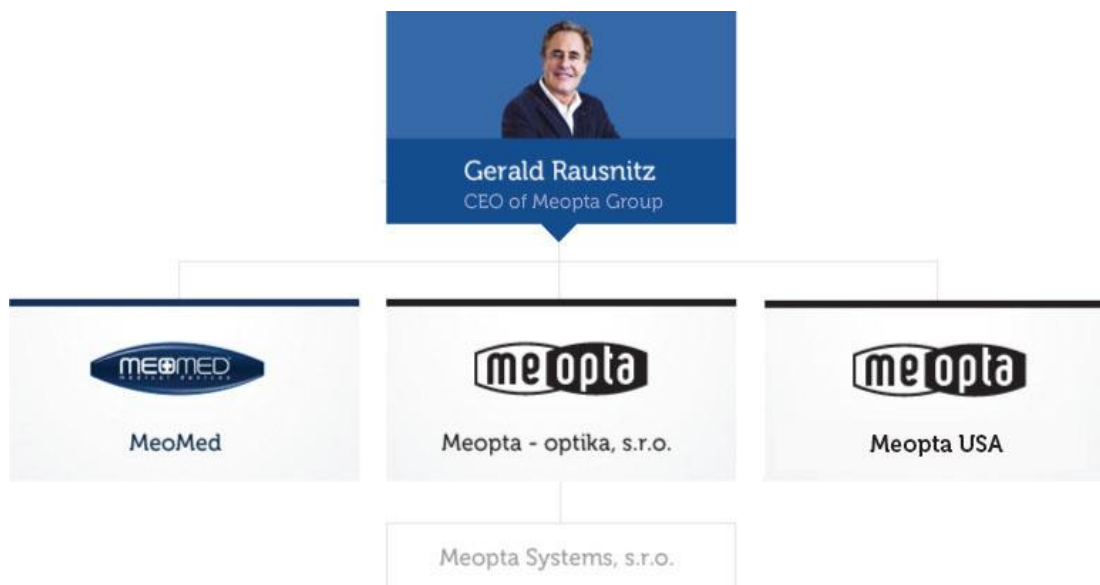
Meopta (2020), neboli Meopta Group, se skládá ze čtyř hlavních částí hlavních, které v současné době řídí CEO Gerald Rausnitz:

Meopta - optika, s. r. o. - hlavní sídlo v rámci Meopta Group, výroba optiky.

Meopta USA, Inc. - výroba optiky pro americký trh

MeoMed s. r. o. - výroba systémů pro zdravotnická zařízení

Meopta Systems s. r. o. - prodej kompletní vojenské techniky



Obrázek 1 – Organizační struktura společnosti Meopta – optika, s. r. o. Zdroj: <https://www.meopta.com/cz/o-nas>

## 7.4 Historie

Meopta, původně Optikotechna, byla založena v roce 1933 Ing. Aloisem Benešem a Aloisem Mazurkem. Prvními výrobními artikly byly optické elementy, kondenzory, lupy a později i objektivy. V průběhu let se počáteční výroba rozšířila o zvětšovací přístroje, fotoaparáty, projekční přístroje či zaměřovací přístroje. Ve válečném období, byla Meopta ( Optikotechna) nucena zásobovat německou armádu různými optomechanickými zařízeními - dálkoměry, periskopy, binokuláry, nebo puškové zaměřovače. V roce 1946 byla společnost znárodněna a přejmenována na Meoptu - ME - mechanická, OPTA - optická výroba. V případě sportovní optiky, byla výroba na čas utlumena ve prospěch vojenské výroby, avšak jsou po válce do výroby zavedené puškové zaměřovače pro myslivce, a na přelomu 50./60. let, i malé monokulární spektivy Sport. Změna přišla po roce 1990, kdy na tuto tradici Meopta opět navázala, což přispělo ke vzniku nových typů puškových zaměřovačů, binokulárních dalekohledů a spektivů.

Během 90. let začal Meoptu odkupovat americko-český podnikatel Paul Rausnitz. V té době se významně investovalo do modernizace firmy a rozšiřovaly se obchodní kontakty, což Meoptu vyzvedlo ke světové špičce.

(Meopta, 2020f)

**Zajímavosti z historie:**

V letech 1947-70 se Meopta stala jedním z největších výrobců zvětšovacíh přístrojů na světě a jediným výrobcem kinoprojektorů ve Střední a Východní Evropě. Mezi jejich nejznámější produkty patří fotoaparáty Flexaret, zvětšovací přístroje Axomat, Magnifax či Opemus, anebo profesionální zvětšovací přístroje Meopton. Řada z nich získala ocenění na světových výstavách v Bruselu či v Montrealu. (Meopta, 2020f)

### **Časová osa:**

1934 – rozšíření výroby o binokulární dalekohledy

1946 – po znárodnění, přejmenování Optikotechny na Meopta –MEchanika- OPTika

1958 – ocenění Grand Prix na Expu v Bruselu za profesionální kinoprojektor Meopton III

1967 – na světové výstavě v Montrealu se Meopta podílela na slavném Kinoautomatu

1971 – nárůst vojenské výroby

1991 – Meopta má monopol na výrobu optiky v ČR

2002 – Novým vlastníkem se stává Paul Rausnitz

2007 – investice do nových špičkových technologií

2018 – Meopta patří k nejvýznamnějším výrobcům optických a optoelektronických

Systemů; 85. výročí založení.

(Meopta, 2020f)

## **7.5 Současné výrobné portfolio**

Jejich výrobné portfolio lze rozdělit do tří kategorií.

Průmyslové aplikace – v této kategorii jsou výrobky zaměřené na průmyslová odvětví, jako jsou optomechanické a optoelektronické systémy. V případě výroby nových produktů, jsou schopni svým zákazníkům poskytnout pomoc od výzkumu a vývoje, přes výrobu, testování i měření po montáž finálních výrobků. Konkrétně lze jejich výrobky najít v polovodičovém průmyslu, leteckém průmyslu a konkrétně v digitálních projektorech, lékařské technice, mikroskopech či při biometrickém skenování. (Meopta, 2020b)

<https://www.meopta.com/cz/prumyslove-aplikace/>

Sportovní optika – tato kategorie obsahuje výrobky sportovní optiky určené pro myslivost či lov, pozorování přírody, anebo pro jiné taktické použití. Konkrétně jsou to to dalekohledy (řady MeoStar, MeoRange, MeoPro,..); puškohledy (MeoStar, Optika 5, 6, ZD,...); spektivy (TGA, MeoStar S1, S2) a různé příslušenství. (Meopta, 2020c)

Vojenské aplikace – Meopta se vojenské optice věnuje více jak 75 let. Jejich výrobky v této kategorii jsou převážně optické systémy pro obrněná vozidla a tanky, optické systémy pro aplikace v ozbrojených složkách a různé systémy pro vojáky, které obsahují prvky taktického použití (puškohledy, dalekohledy,..). (Meopta, 2020d)

## **8 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU**

### **8.1 Současné CSR aktivity společnosti**

V roce 2018 šlo na podporu aktivit společenské odpovědnosti 10 milionu z rozpočtu firmy Meopta. Firma se věnuje řadě aktivit spojených se CSR, ty však nejsou pevně procesně ukotveny ve strategii firmy, nelze u nich zajistit kontinuita či zajistit, aby zasáhli do všech potřebných oblastí. V tomto roce také Meopta získala ocenění ASML – cenu pro nejlepší dodavatel 2500 EU pro Most pro Život. V současné době pracuje na reportování společenské odpovědnosti za účelem získání certifikace ISO 26000, se kterým jsem měla možnost pomoci zpracováním získaných dat, prezentovaných dále. Doposud udržela certifikáty kvality ISO 90001, EN ISO 13485, AQAP 2110, ISO 14001. (Meopta je odpovědná firma, 2020; interní nepublikovatelné dokumenty společnosti)

V souladu s pilíři CSR lze jejich současné aktivity rozdělit podle jejich zaměření na environmentální, sociální a ekonomické.

#### **8.1.1 Environmentální**

Ochrana životního prostředí – prostřednictvím spolupráce s Českou společností ornitologickou, Českou mysliveckou jednotou a Penzem znalostí z myslivosti. Přispívá také na vznik různých naučných knih. Firma také intenzivně třídí odpad. (Interní nepublikovatelné dokumenty společnosti)

Ekologické plakáty – všude po prostorách Meopty se nachází informační plakáty, které poukazují na důležitost třídění odpadu a šetření energií.

#### **8.1.2 Sociální**

Rozvoj kraje – Meopta přispívá na rozvoj kultury města a kraje, například podporou místních dodavatelů či neziskových organizací. Pomáhá také se zaměstnaností, jelikož udržuje až 2500 pracovních míst. (Interní nepublikovatelné dokumenty společnosti)

Kultura a vzdělání – podporuje vzdělávací výstavy, festivaly a univerzitní a odborné ústavy. Spolupracuje s Pamětí národa, například přispívá na cenu Arnošta Lustiga, do vzdělávacích dějepisných soutěží, ale také podporuje válečné veterány. Mezi festivaly, které podporuje patří Smetanova Litomyšl, Filmový festival pro děti a mládež ve Zlíně, Pevnost poznání Olomouc, Moravská filharmonie,... Dále Meopta poskytuje stipendijní programy pro talentované studenty,

spolupracuje s VÚT v Brně, Masarykovou u. v Brně či s UPOI v Olomouci. (Interní nepublikovatelné dokumenty společnosti)

Výstavy – mimo to, že Meopta výstavy podporuje, ale také je sama pořádá. Patří mezi ně již proběhlé výstavy: Kouzelný svět optiky ve vl. muzeu Olomouc, Český kinematograf ve vl. muzeu Olomouc, Made in Czechoslovakia v Technickém muzeu v Praze či Tváře designu Meopty v Pasáži Přerov. (Interní nepublikovatelné dokumenty společnosti)

Péče o zaměstnance – Meopta má celý program zaměstnaneckých benefitů. Patří mezi ně vstupy na kulturu (lístky do kina,..), body do portálu benefit+, kvartální, nadrámcové a roční bonusy, u některých pozic flexibilní pracovní doba a možnost práce z domu, 5 týdnů dovolené, příspěvek na závodní stravování či akce pro zaměstnance (Meolympiáda, firemní ples,...). Pracovníci Meopty jsou chráněni pracovním řádem, který obdrží v tištěné formě po nástupu do práce, ale je také k dispozici online na Sharepointu. (Interní nepublikovatelné dokumenty společnosti)

Charitativní činnost – Meopta přispívá a spolupracuje s charitativními organizacemi, jako je Malý Noe, Dětský domov Přerov, Registr dárců kostní dřeně a dárců krve, anebo Most pro život.

Sport a volný čas – nejenže si Meopta pořádá vlastní Meoptáckou olympiádu, sponzoruje také například místní sportovní kluby, Biatlonovou reprezentaci, HC Zubr Přerov, extraliga volejbal Přerov a Olomouc anebo Českou střeleckou nadaci. (Interní nepublikovatelné dokumenty společnosti)

Výroba ochranných štítů – i přesto, že se jedná i o určité obohacení ve prospěch firmy, Meopta včasně reagovala na potřebu společnosti ochránit se před negativními vlivy koronaviru a jeho šířením, výrobou ochranných štítů pro zdravotníky a ostatní pracovníky, kteří byli nuceni zůstat pracovat v tzv. „přední linii“.

### **8.1.3 Ekonomické**

Technologické přestávky – stejně jako v ostatních výrobních firmách jsou určeny technické přestávky u strojů, které snižují zmetkovost a pomáhají pracovníkům chvíli si odpočinout.

Procesní řízení – v posledních letech začala společnost aplikovat procesní řízení, které pomáhají eliminovat zbytečné procesy, které způsobují zbytečný nárůst nákladů. Mají také tu výhodu, že pomáhají zviditelňovat chod firmy a pomáhají zaměstnancům rychleji se začleňovat do společnosti, jelikož se učí své činnosti na základě daného procesu, který jim byl udělen. (Interní nepublikovatelné dokumenty společnosti)



## 8.2 Rozbor dotazníkového šetření Meopta 2019

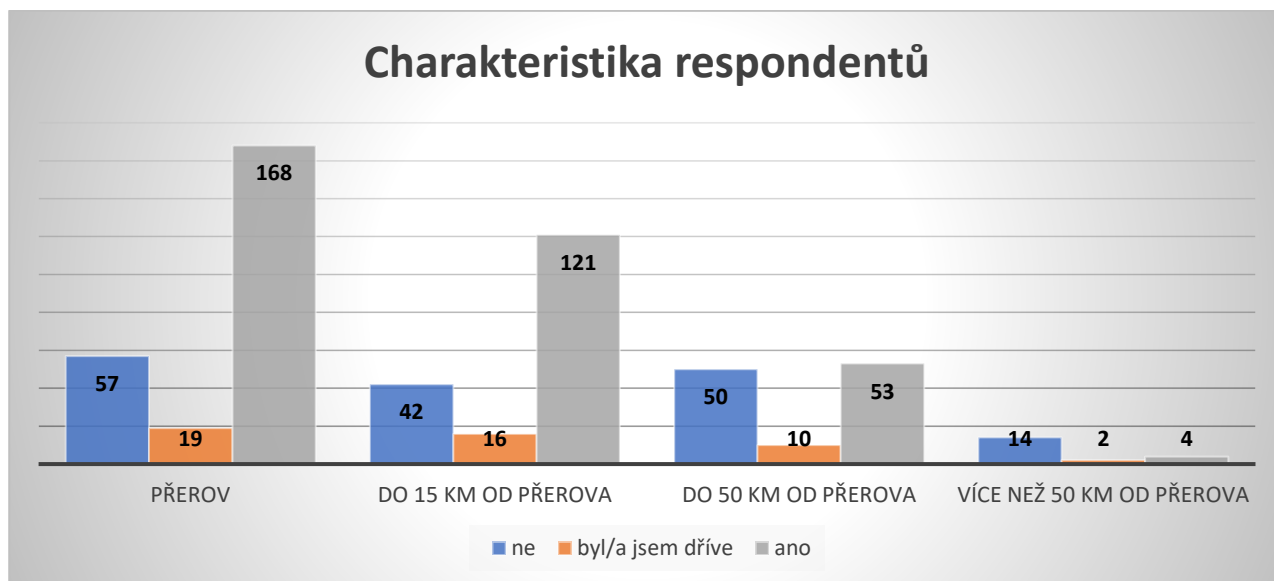
V rámci CSR auditu a jeho reportování, bylo provedeno dotazníkové šetření, které se týkalo povědomí respondentů o aktivitách Meopty v rámci společenské odpovědnosti. Šetření probíhalo začátkem minulého roku, tj. 2019. Dotazník byl vytvořen a distribuován společností Meopta a zpracování a vyhodnocení bylo provedeno autorem práce. Tato zjištění pomohla s návrhy dalších aktivit CSR a pomohla s vhodnými komunikačními kanály, které může společnost použít pro sdílení výsledku svých CSR i jiných aktivit. Firma má v úmyslu toto dotazníkové šetření v budoucnu opakovat, aby zjistila dopad provedených změn.

Dotazník se skládal ze dvanácti otázek - z toho bylo 5 otevřených a 7 uzavřených. Firma si pro šetření nezvolila hypotézy, pouze určila kritérium porovnat výsledky s výsledky v závislosti na vzdálenost respondentů od společnosti. Toto srovnání bylo rozšířeno o kritérium srovnání výsledku s výsledkem v závislosti na pracovní vztah ke společnosti Meopta.

### 8.2.1 Výsledky

Ve výzkumu odpovědělo celkem 582 respondentů. Z toho 552 respondentů uvedlo, že Meoptu znají, zbylých 30 respondentů odpovědělo, že Meoptu neznají, což je z výzkumu vyřadilo. Výsledky jsou ovlivněny limitovanou znalostí společnosti některých respondentů.

V závislosti na vzdálenosti respondentů od společnosti Meopta, a na tom, zdali respondenti byli anebo jsou zaměstnanci společnosti je viditelné následující:



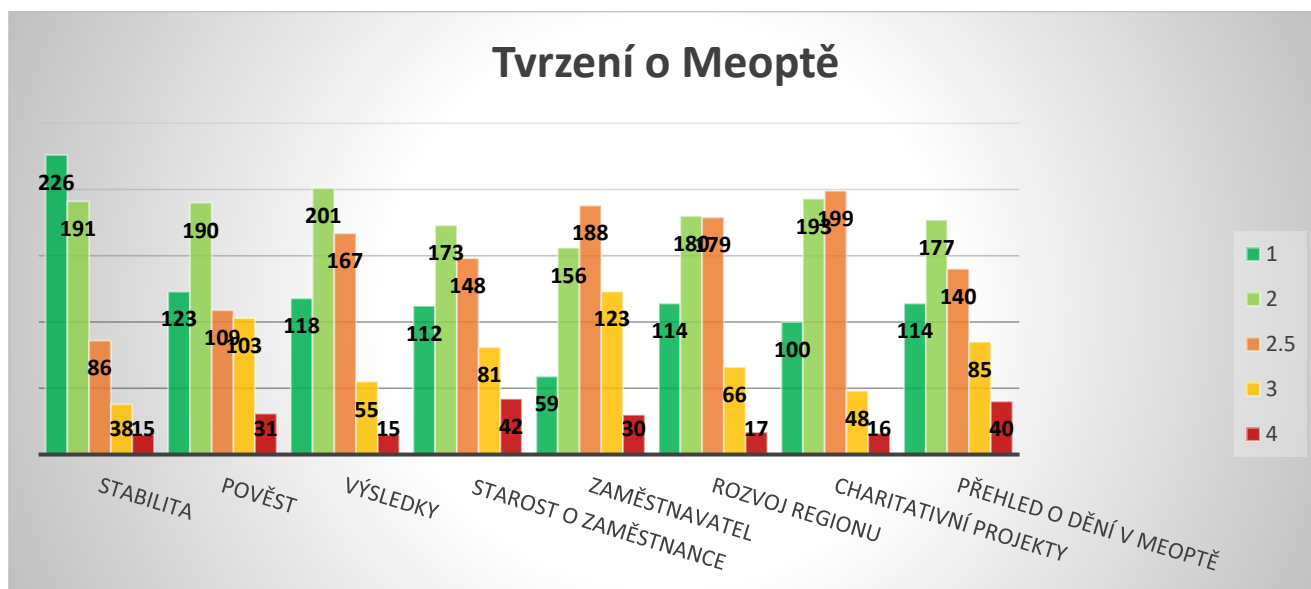
Graf 1 – Charakteristika respondentů dotazníku (Vlastní zpracování)

Označení ne, znamená, že nebyli a nejsou zaměstnanci Meopta, byl/a jsem dříve, označuje předchozí zaměstnance, a ano označuje současné zaměstnance.

### Otázka č. 1: Ohodnoťte tvrzení o Meoptě.

Tato otázka byla změřena na respondentovo vnímání Meopty. K posouzení byli použity protikladné výroky, které měl respondent ohodnotit na škále od 1 do 4, kde 1 a 4 určovali krajní body obou výroků. Hodnota 2,5 byla podle respondentů střední hodnota, označující neutrální názor či v případě, že nemají dostatek informací k tomu, aby mohli odpovědět.

Z pohledu hodnocení jednotlivých tvrzení o Meoptě, nejvíce na respondenty působí jako stabilní zaměstnavatel, tj. Meopta je stabilní zaměstnavatel. Na druhou stranu nejvíce negativních odpovědí je u starostlivosti zaměstnavatele, tj. Meopta se nestará o své zaměstnance.



Graf 2 – Souhrnný pohled na odpovědi na otázku Tvrzení o Meoptě (Vlastní zpracování)

### Detailněji k Tvrzení o Meoptě

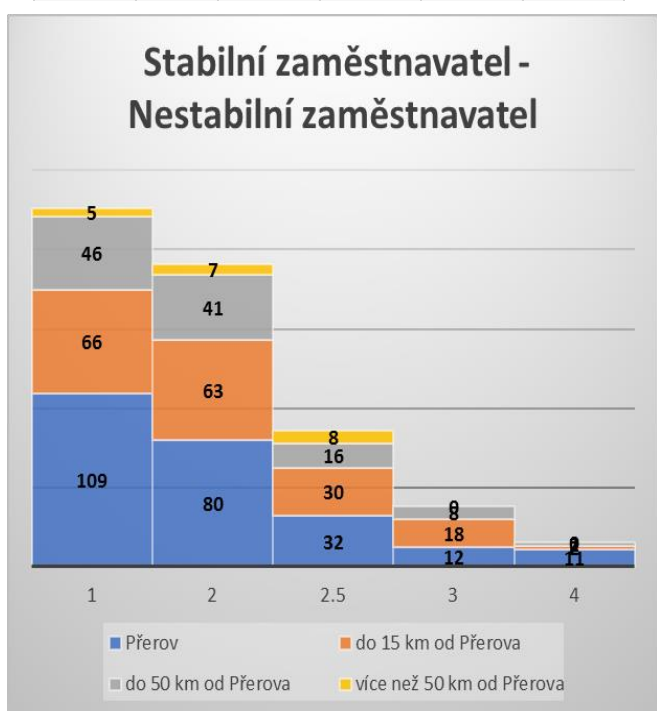
#### Stabilita

Z pohledu na stabilitu zaměstnavatele, Meopta na respondenty v závislosti jejich vzdálenosti od společnosti působí nejvíce stabilně hlavně v bezprostředním okolí Přerova 109 respondentů (45% v rámci rozdělení na jednotlivé vzdálenosti). Do 15 km od Přerova (37%) a do 50 km od Přerova (41%) také. Naopak respondenti ze vzdálenosti více jak 50 km od Přerova (40%) udávali hodnotu 2,5, což může značit nedostatek informací o Meoptě, anebo nerozhodnost.

Na druhou stranu z pohledu na stejné tvrzení, jen v závislosti na tom, zda byli anebo jsou respondenti zaměstnání v Meoptě, bylo zjištěno, že za opravdu stabilního zaměstnavatele ji považují zaměstnanci - 166 respondentů (48% z celkového počtu zaměstnaných v Meoptě). V případě bývalých zaměstnanců a ostatních působí Meopta jako stabilní zaměstnavatel.

Tabulka 2 - Výsledky odpovědí pro výrok –  
Stabilní zaměstnavatel, v závislosti na  
vzdálenosti od firmy (Vlastní zpracování)

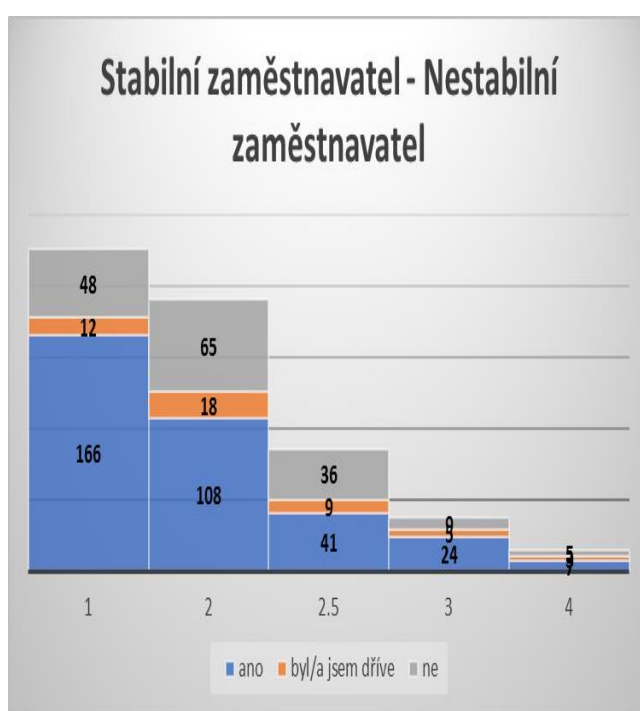
	Přerov	do 15 km od Přerova	do 50 km od Přerova	více než 50 km od Přerova	
1	109	66	46	5	226
2	80	63	41	7	191
2.5	32	30	16	8	86
3	12	18	8	0	38
4	11	2	2	0	15
	244	179	113	20	556



Graf 3 – Charakteristika odpovědí respondentů  
daný výrok v závislosti na jejich vzdálenosti  
firmy (Vlastní zpracování)

Tabulka 1 - Výsledky odpovědí pro výrok –  
Stabilní zaměstnavatel, v závislosti na  
pracovním vztahu respondenta ve firmě  
(Vlastní zpracování)

	ano	byl/a jsem dříve	ne	
1	166	12	48	226
2	108	18	65	191
2.5	41	9	36	86
3	24	5	9	38
4	7	3	5	15
	346	47	163	556



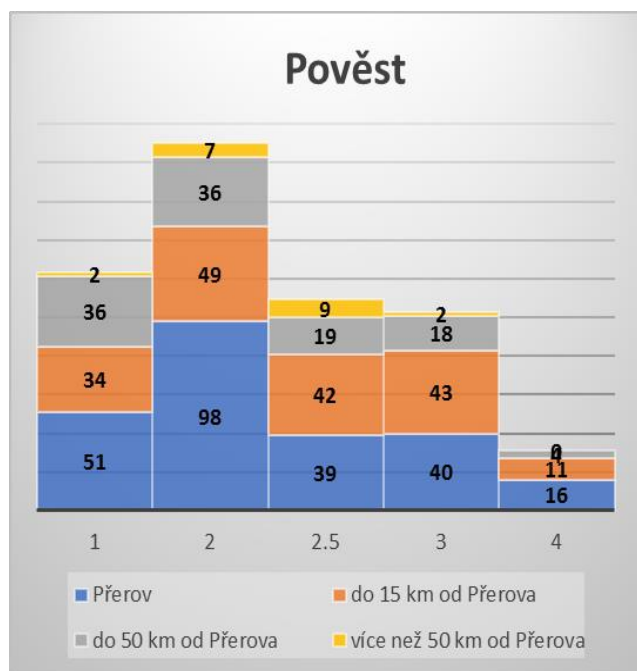
Graf 4 - Charakteristika odpovědí  
respondentů na daný výrok v závislosti na  
jejich pracovním směrem k firmě (Vlastní  
zpracování)

## Pověst

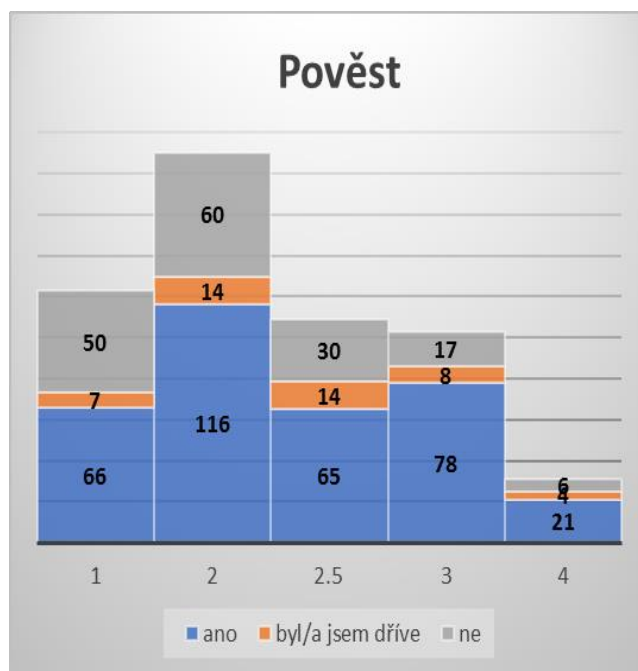
U tvrzení Pověst respondenti posuzovali, zda má Meopta vynikající pověst. - Meopta má špatnou pověst. I přesto, že z výzkumu nevyplývá, že Meopta má vynikající pověst, lze alespoň tvrdit, že její pověst je mezi respondenty dobrá.

Pro respondenty, kteří bydlí přímo v Přerově, ale i pro respondenty do vzdálenosti do 50 Km od Přerova, má Meopta dobrou pověst. V případě respondentů s bydlištěm více než 50 km od Přerova, vyplynulo, že Meopta má neutrální pověst anebo nemají dostatek informací na to, aby mohli relevantně posoudit situaci.

U respondentů, kteří jsou v Meoptě zaměstnáni, ale i respondentů, kteří v ní zaměstnáni nejsou, převážně vyplynulo, že Meopta má dobrou pověst. Avšak v případě, že byli zaměstnáni dříve jsou hodnoty nerozhodné mezi dobrou pověstí a neutrálním tvrzením.



Graf 5 - Charakteristika odpovědí respondentů na daný výrok v závislosti na jejich vzdálenosti od firmy (Vlastní zpracování)



Graf 6 - Charakteristika odpovědí respondentů na daný výrok v závislosti na jejich pracovním směrem k firmě (Vlastní zpracování)

Tabulka 3 - Výsledky odpovědí pro výrok  
Pověst firmy, v závislosti na vzdálenosti od  
firmy (Vlastní zpracování)

	Přerov	do 15 km od Přerova	do 50 km od Přerova	více než 50 km od Přerova	
1	51	34	36	2	123
2	98	49	36	7	190
2.5	39	42	19	9	109
3	40	43	18	2	103
4	16	11	4	0	31
	244	179	113	20	556

Tabulka 4 - Výsledky odpovědí pro výrok  
Pověst firmy, v závislosti na pracovním  
vztahu respondenta ve firmě (Vlastní  
zpracování)

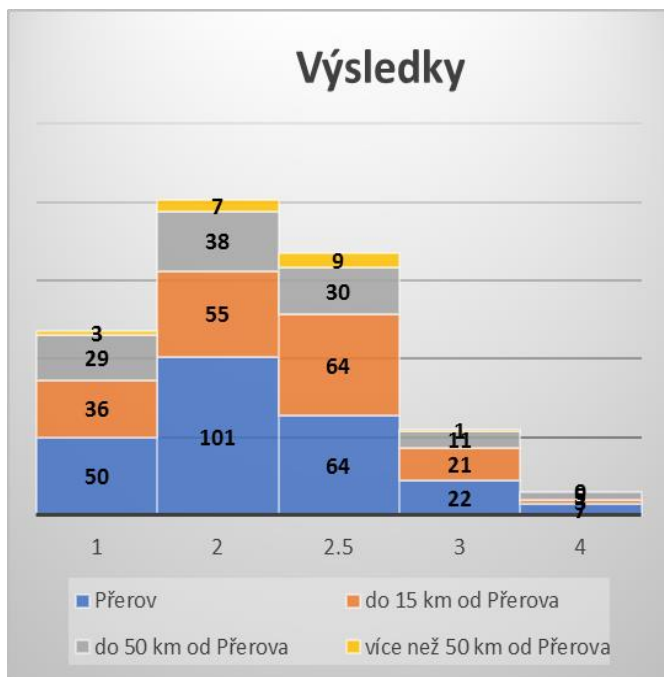
	ano	byl/a jsem dříve	ne	
1	66	7	50	123
2	116	14	60	190
2.5	65	14	30	109
3	78	8	17	103
4	21	4	6	31
	346	47	163	556

## Výsledky

V následujícím tvrzení Meopta má skvělé výsledky. - Meoptě se nedaří, bylo zjištěno, že Meopta sice nedosahuje skvělých výsledků, ale více jak jedna třetina respondentů tvrdí, že má Meopta ucházející výsledky.

V závislosti na vzdálenosti respondentů od společnosti, bylo nalezeno, že respondenti z Přerova (41%) a respondenti ze skupiny do 50 km od Přerova (34%), preferují tvrzení, že Meopta má ucházející výsledky. V případě zbylých dvou skupin – do 15 km od Přerova a více ak 50 km od Přerova, nelze jednoznačně vyvodit, zda s daným výrokem souhlasí anebo nikoliv – hodnota 2,5.

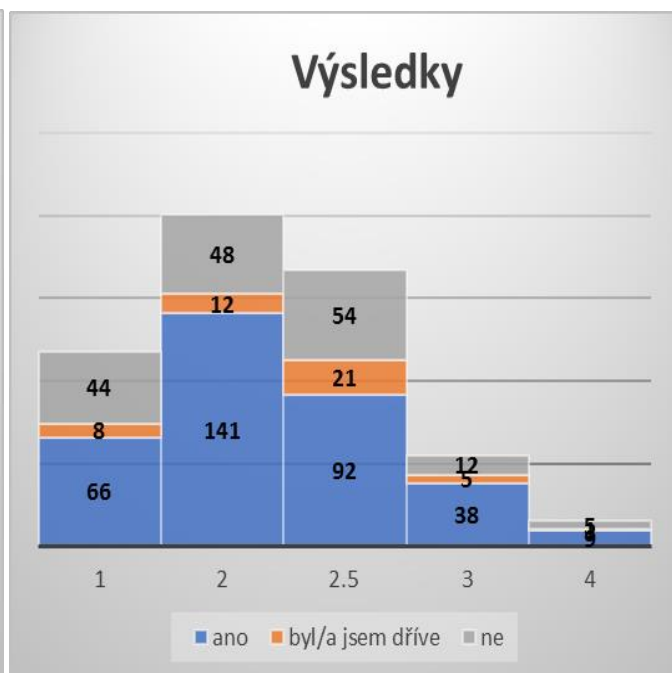
Podobný výsledek by uveden i u již zaměstnaných – ucházející výsledky; avšak u v současnosti nezaměstnaných v Meoptě byla většinově uváděna neutrální tvrzení.



Graf 4 - Charakteristika odpovědí respondentů na daný výrok v závislosti na jejich vzdálenosti od firmy (Vlastní zpracování)

Tabulka 6 - Výsledky odpovědí pro výrok Výsledky firmy, v závislosti na vzdálenosti od firmy (Vlastní zpracování)

	Přerov	do 15 km od Přerova	do 50 km od Přerova	více než 50 km od Přerova	
1	50	36	29	3	118
2	101	55	38	7	201
2.5	64	64	30	9	167
3	22	21	11	1	55
4	7	3	5	0	15
	244	179	113	20	556



Graf 3 - Charakteristika odpovědí respondentů na daný výrok v závislosti na jejich pracovním směrem k firmě (Vlastní zpracování)

Tabulka 5 - Výsledky odpovědí pro výrok Výsledky firmy, v závislosti na pracovním vztahu respondenta ve firmě (Vlastní zpracování)

	ano	byl/a jsem dříve	ne	
1	66	8	44	118
2	141	12	48	201
2.5	92	21	54	167
3	38	5	12	55
4	9	1	5	15
	346	47	163	556

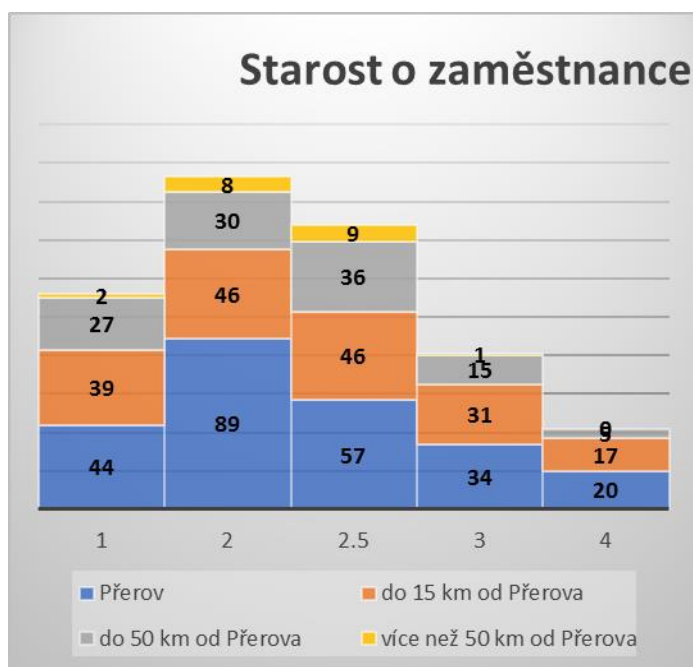
## Starost o zaměstnance

V tomto výroku byli krajní body Meopta se stará o své zaměstnance. – Meopta se nestará o své zaměstnance.

V případě starosti o zaměstnance, Meopta na respondenty v závislosti jejich vzdálenosti od společnosti působí, že se své zaměstnance do jisté míry pečuje. Tento fakt je viditelná převážně u

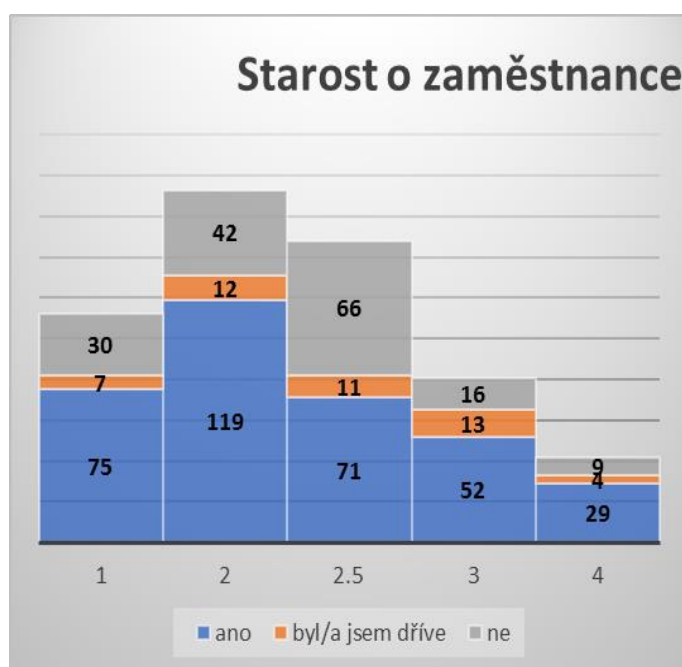
89 respondentů v okolí Přerova (36% respondentů patřících do kategorie Přerov). Pro respondenty do 15 km od Přerova toto tvrzení na přesné hranici mezi do jisté míry pečuje (46 resp.) a neutrální tvrzení (46 resp.). U respondentů s větší vzdáleností od Přerova převažuje neutrální tvrzení.

Na druhou stranu z pohledu na stejné tvrzení, jen v závislosti na tom, zda byli anebo jsou respondenti zaměstnání v Meoptě, bylo zjištěno, že současní zaměstnanci se přiklání k tvrzení, že Meopta do jisté míry o své zaměstnance pečuje, 119 respondentů (34% v rámci kategorie zaměstnaných). V případě bývalých zaměstnanců vyplynulo, že se Meopta spíše nestará o své zaměstnance 13 respondentů (28% v rámci kategorie zaměstnanců, kteří byli zaměstnaní v dřívější době). U nezaměstnaných v této firmě toto tvrzení působí neutrálně či nemají názor na daný výrok, 66 respondentů.



Graf 6 - Charakteristika odpovědí respondentů na daný výrok v závislosti na jejich vzdálenosti od firmy (Vlastní zpracování)

Tabulka 8 – Výsledky výroku Starost o zaměstnance v závislosti na jejich vzdálenosti od firmy (Vlastní zpracování)



Graf 5 - Charakteristika odpovědí respondentů na daný výrok v závislosti na jejich pracovním směrem k firmě (Vlastní zpracování)

Tabulka 7 – Zaměstnanci  
Vlastní zpracování

	Přerov	do 15 km od Přerova	do 50 km od Přerova	více než 50 km od Přerova	
1	44	39	27	2	112
2	89	46	30	8	173
2.5	57	46	36	9	148
3	34	31	15	1	81
4	20	17	5	0	42
	244	179	113	20	556

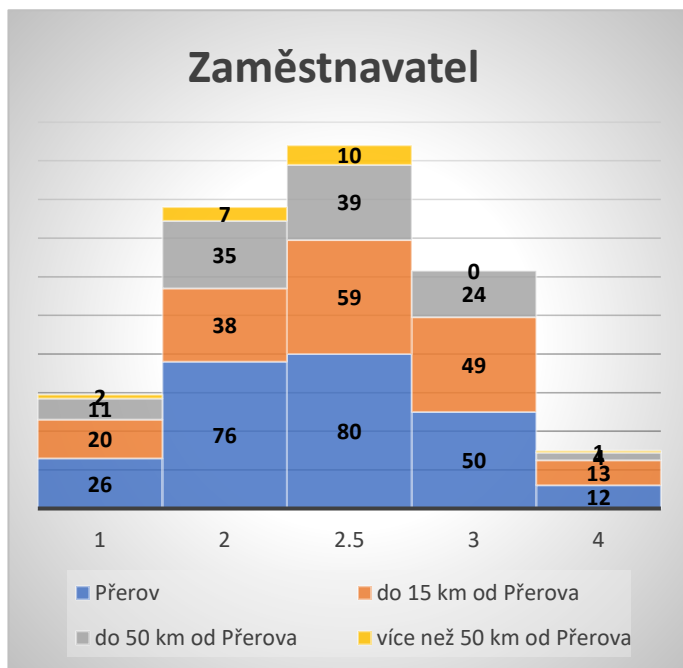
	ano	byl/a jsem dříve	ne	
1	75	7	30	112
2	119	12	42	173
2.5	71	11	66	148
3	52	13	16	81
4	29	4	9	42
	346	47	163	556

### Zaměstnavatel

U tvrzení Meopta patří mezi nejlepší zaměstnavatele. - Meopta je špatný zaměstnavatel. (Zaměstnavatel) bylo zjištěno, že na něj mají respondenti obecně neutrální pohled.

V případě rozdělení respondentů podle jejich vzdálenosti od firmy, byly nejčastější odpovědi u všech skupin v kategorii 2,5, neutrální odpovědi. U respondentů rozdělených do skupin podle toho, zda v Meoptě jsou anebo byli zaměstnání, vyšlo u respondentů, kteří jsou ve společnosti zaměstnání, že je dobrý zaměstnavatel. U zbylých dvou skupin; Byli a nejsou, bylo zjištěno, že mají také neutrální pohled na zmíněné tvrzení.

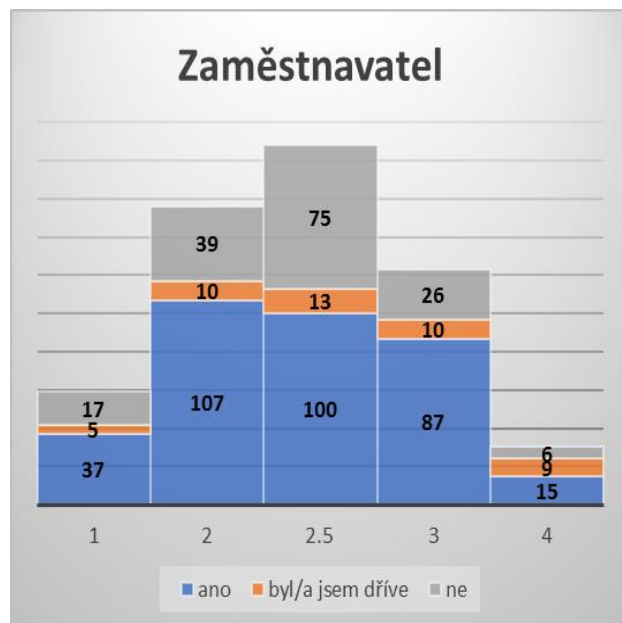




Graf 7 - Charakteristika odpovědí respondentů na daný výrok v závislosti na jejich vzdálenosti od firmy (Vlastní zpracování)

Tabulka 9 - Výsledky výroku Zaměstnavatel v závislosti na jejich vzdálenosti od firmy (Vlastní zpracování)

	Přerov	do 15 km od Přerova	do 50 km od Přerova	více než 50 km od Přerova	
1	26	20	11	2	59
2	76	38	35	7	156
2.5	80	59	39	10	188
3	50	49	24	0	123
4	12	13	4	1	30
	244	179	113	20	556



Graf 8 - Charakteristika odpovědí respondentů na daný výrok v závislosti na jejich pracovním směrem k firmě (Vlastní zpracování)

Tabulka 10 - Výsledky odpovědí pro výrok Zaměstnavatel, v závislosti na pracovním vztahu respondenta ve firmě (Vlastní zpracování)

	ano	byl/a jsem dříve	ne	
1	37	5	17	59
2	107	10	39	156
2.5	100	13	75	188
3	87	10	26	123
4	15	9	6	30
	346	47	163	556

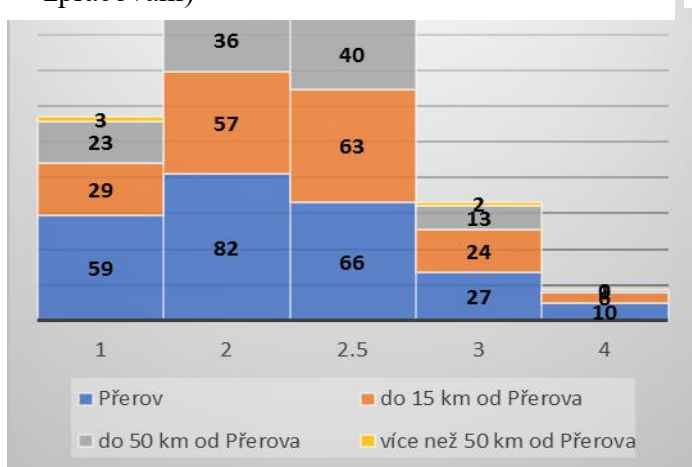
## Rozvoj regionu

V následujícím tvrzení Meopta podporuje rozvoj regionu. - Meopta nepodporuje rozvoj regionu., bylo zjištěno, že Meopta do jisté míry podporuje rozvoj regionu (180 respondentů), ovšem jelikož 179 respondentů uvedlo neutrální tvrzení, nelze jednoznačně určit výsledek.

Respondenti z okolí Přerova odpověděli, že Meopta do jisté míry podporuje rozvoj regionu. Ostatní skupiny nejčastěji uváděli neutrální tvrzení.

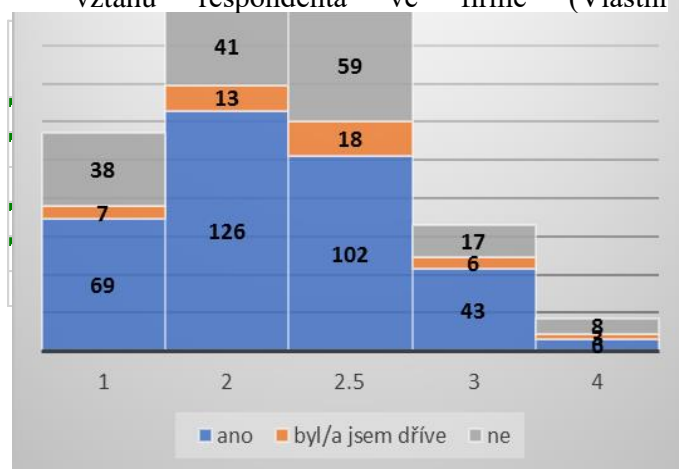
V případě zaměření na skupiny podle toho, zda byli respondenti zaměstnání v Meoptě, bylo zjištěno, že Meopta do jisté míry podporuje rozvoj regionu. V případě ostatních skupin nejčastěji uváděli neutrální tvrzení.

Tabulka 12 - Výsledky výroku Rozvoj regionu, v závislosti na jejich vzdálenosti od firmy (Vlastní zpracování)



Graf 9 - Charakteristika odpovědí respondentů na daný výrok v závislosti na jejich vzdálenosti od firmy (Vlastní zpracování)

Tabulka 11 - Výsledky odpovědí pro výrok Rozvoj regionu, v závislosti na pracovním vztahu respondenta ve firmě (Vlastní zpracování)



Graf 10 - Charakteristika odpovědí respondentů na daný výrok v závislosti na jejich pracovním směrem k firmě (Vlastní zpracování)

## Charitativní projekty

U tvrzení Charitativní projekty respondenti posuzovali, zda Meopta podporuje charitativní projekty. - Meopta nepodporuje charitativní projekty. Z výzkumu opět nevyplývalo jednoznačné určení, jelikož se výsledné hodnoty nachází velmi blízko u sebe – Do jisté míry podporuje 193 a neutrální tvrzení 199.

Respondenti z Přerova a respondenti ze vzdálenosti větší jako 16 km označili neutrální tvrzení. Pouze respondenti ze vzdálenosti do 15 km s výrokiem do jisté míry souhlasí.

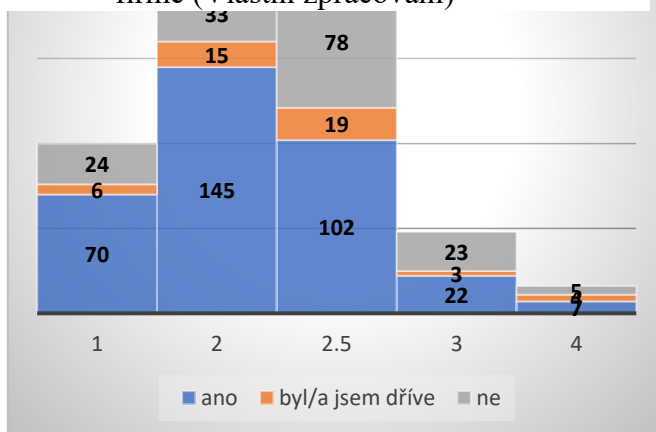
Na druhou stranu současní zaměstnanci podporují tvrzení, že Meopta do jisté míry podporuje charitativní projekty. Naopak ostatní skupiny zůstávají u neutrálních vyjádření.

Pokud Meopta vytvořila nějaké projekty týkající se tohoto tématu, měli by je více propagovat například ve firemních novinách a na internetu. Na jejich oficiálních stránkách nejsou jejich projekty viditelné.

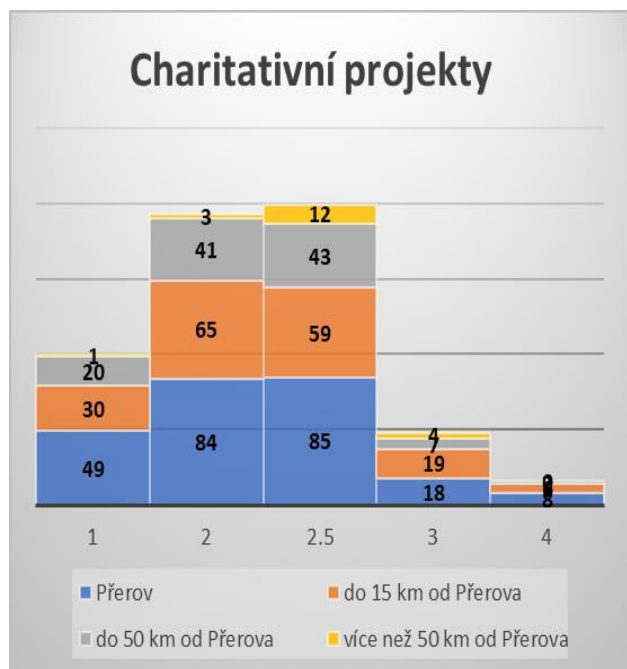
Tabulka 14 - Výsledky výroku Charitativní projekty, v závislosti na jejich vzdálenosti od firmy (Vlastní zpracování)

	ano	byl/a jsem dříve	ne	
1	70	6	24	100
2	145	15	33	193
2.5	102	19	78	199
3	22	3	23	48
4	7	4	5	16
	346	47	163	556

Tabulka 13 - Výsledky odpovědí pro výrok Charitativní projekty, v závislosti na pracovním vztahu respondenta ve firmě (Vlastní zpracování)



Graf 11 - Charakteristika odpovědí respondentů na daný výrok v závislosti na jejich pracovním směrem k firmě (Vlastní zpracování)

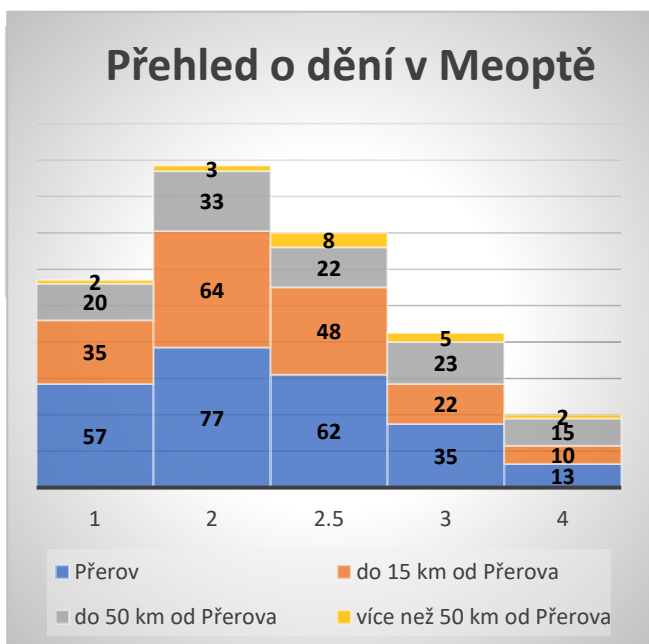


Graf 12 - Charakteristika odpovědí respondentů na daný výrok v závislosti na jejich vzdálenosti od firmy (Vlastní zpracování)

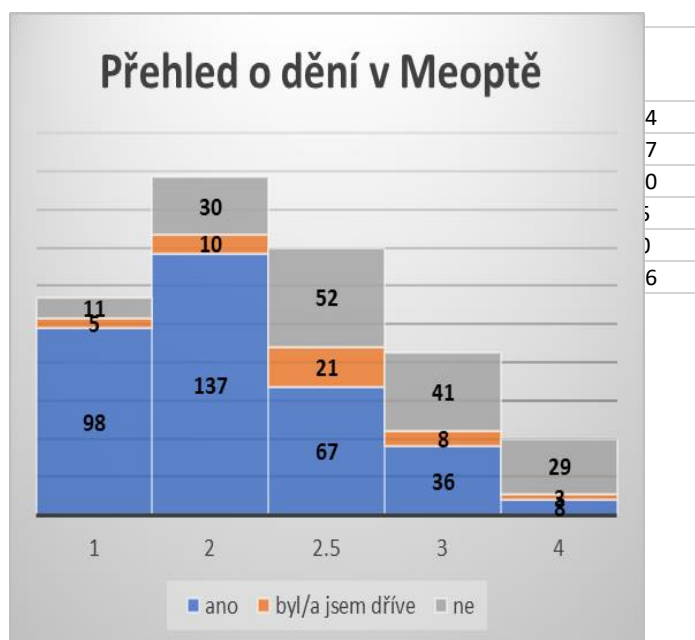
## Přehled o dění v Meoptě

V posledním tvrzení Mám přehled o dění v Meoptě. - Nemám přehled o dění v Meoptě., bylo zjištěno, že respondenti nemají absolutní přehled o dění, ale do jisté míry mají přehled.

V závislosti na vzdálenosti respondentů od společnosti, respondenti z Přerova (32%) a respondenti ze skupin do 50 km od Přerova, mají do jisté míry přehled o aktuálním dění ve firmě. V případě skupiny vzdálené více jak 50 km, bylo zjištěno, že ze 40% dosahují hodnoty 2,5 – neutrálního tvrzení. V případě zaměření na skupiny podle toho, zda byli respondenti zaměstnání v Meoptě, bylo zjištěno, že mají do jisté míry přehled o dění ve firmě. V případě ostatních skupin nejčastěji uváděli neutrální tvrzení.



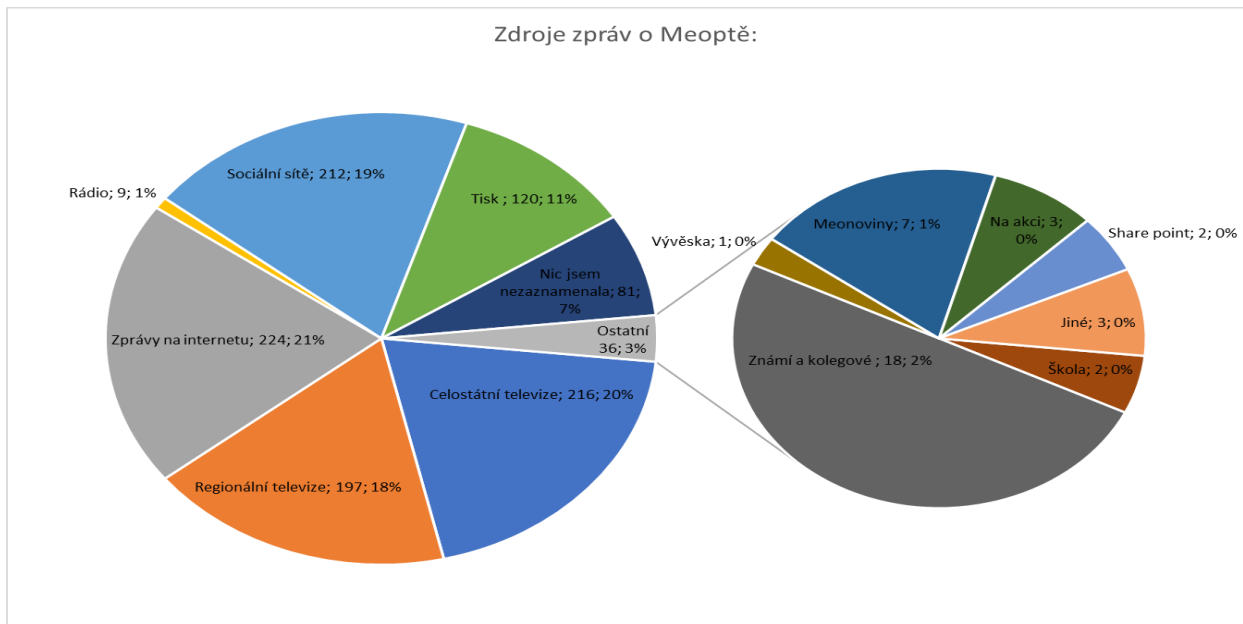
Graf 14 - Charakteristika odpovědí respondentů na daný výrok v závislosti na jejich vzdálenosti od firmy (Vlastní zpracování)



Graf 13 - Charakteristika odpovědí respondentů na daný výrok v závislosti na jejich pracovním směrem k firmě (Vlastní zpracování)

## Z jakých médií jste zaznamenal/a nějaké zprávy o Meoptě v posledním roce?

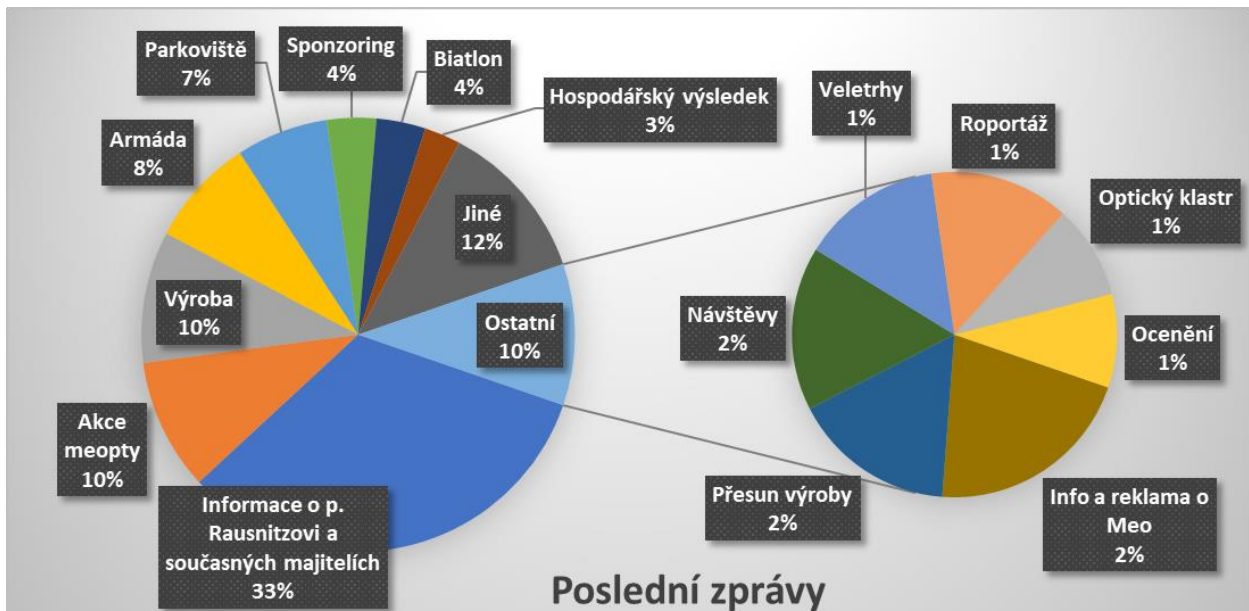
Nejčastějším médiem, kterým respondenti získali informace o společnosti bylo ze zpráv na internetu (224), proto je vhodné toto médium v budoucnu využívat k propagaci. Mezi významnější média respondenti označili celostátní televizi (216), sociální sítě (212) a regionální televizi (197).



Graf 15 – Zdroje kde respondenti slyšeli poslední zprávy o firmě (vlastní zpracování)

### Jakou zprávu o Meoptě jste zaznamenal/a v médiích?

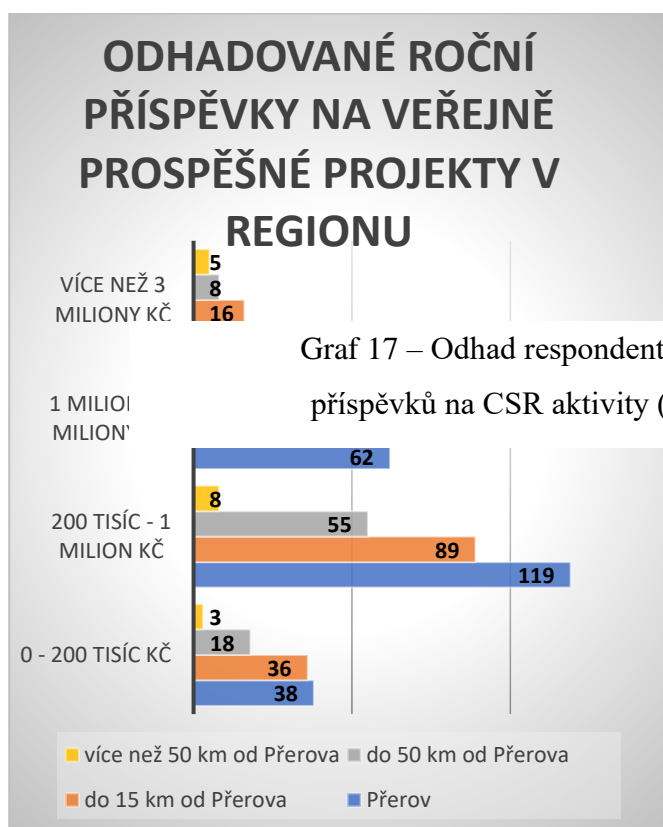
Nejčastější zprávy, které respondenti zaznamenali, byly zprávy o p. Rausnitzovi a současných majitelích (33%) – nejčastější odpovědí bylo úmrtí předchozího majitele firmy. Dalšími zmiňované byly například různé akce Meopty (10%) – výročí firmy, den otevřených dveří,.. ; anebo zprávy spojené s výrobou (10%) - kvalitní výrobky, zefektivnění výroby, výroba, ...



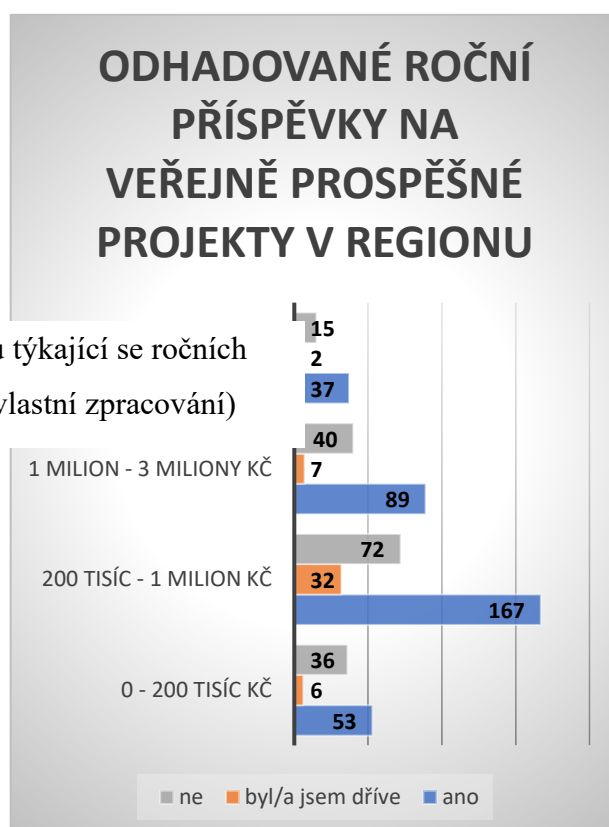
Graf 16 – Záznam posledních zpráv, které respondenti zaznamenali (vlastní zpracování)

**Kolik se domníváte, že Meopta ročně přispívá na veřejně prospěšné projekty v regionu (sport, kulturu, podporu vzdělávání, charitu, aj.).**

V případě odhadu výše ročních příspěvků na veřejně prospěšné projekty v rámci regionu, nejvíce respondenti odhadovali (49% respondentů), že Meopta přispěla v rozmezí 200 tisíc – 1 milion Kč, v případě rozdělení do výzkumných skupin, toto tvrzení nejvíce zvolilo 119 resp. z okolí Přerova a 167 resp. současných zaměstnanců. Meopta však ročně přispívá okolo 10 milionů na CSR aktivity, takže je opravdu potřebné více prezentovat prováděné aktivity. Konkrétněji v grafech 22 a 23 na další straně.



Graf 17 – Odhad respondentů týkající se ročních příspěvků na CSR aktivity (vlastní zpracování)

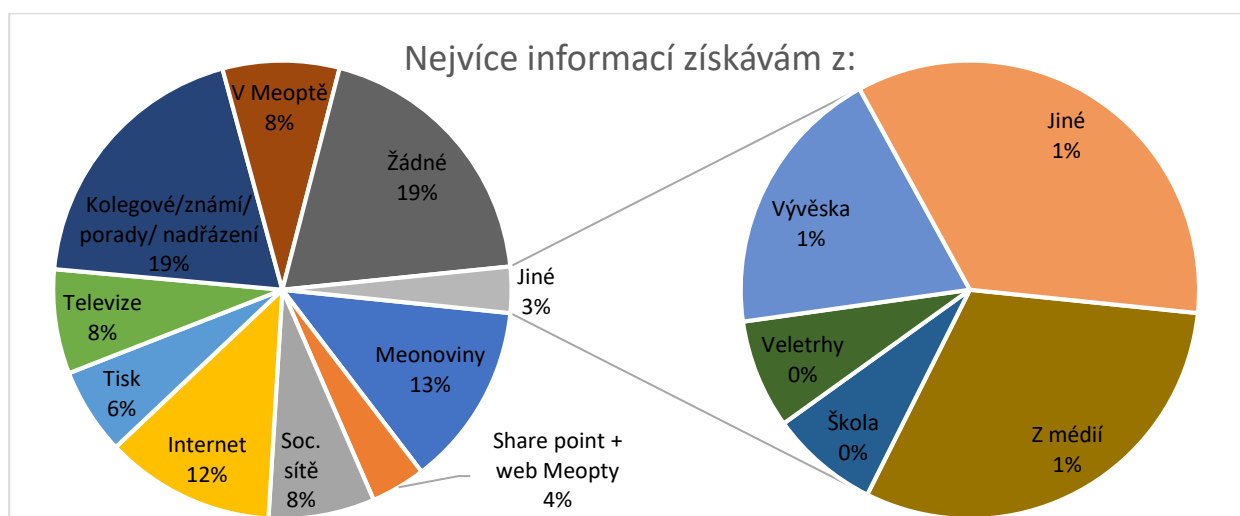


Graf 19 – Odhady respondentů týkající se příspěvků na CSR aktivity v závislosti na jejich vzdálenosti od firmy (vlastní zpracování)

Graf 18 - – Odhady respondentů týkající se příspěvků na CSR aktivity v závislosti na jejich pracovním vztahu k firmě (vlastní zpracování)

### Odkud se o Meoptě dozvídáte nejvíce informací?

V případě získávání informací o Meoptě, respondenti nejčastěji uváděli své známé, kolegy, nadřízené a na poradách, tj. 155 respondentu (19%) – tento údaj poukazuje na fakt, že se pak informace mohou deformovat a přetvářet; anebo respondenti uvádějí, že žádné informace nezískávají, 155 respondentů (19%). Ke vhodnému sdílení informací mohou ve firmě sloužit Meonoviny, porady anebo Internetové zpravodajství a SharePoint. Viz graf 24 na další straně.

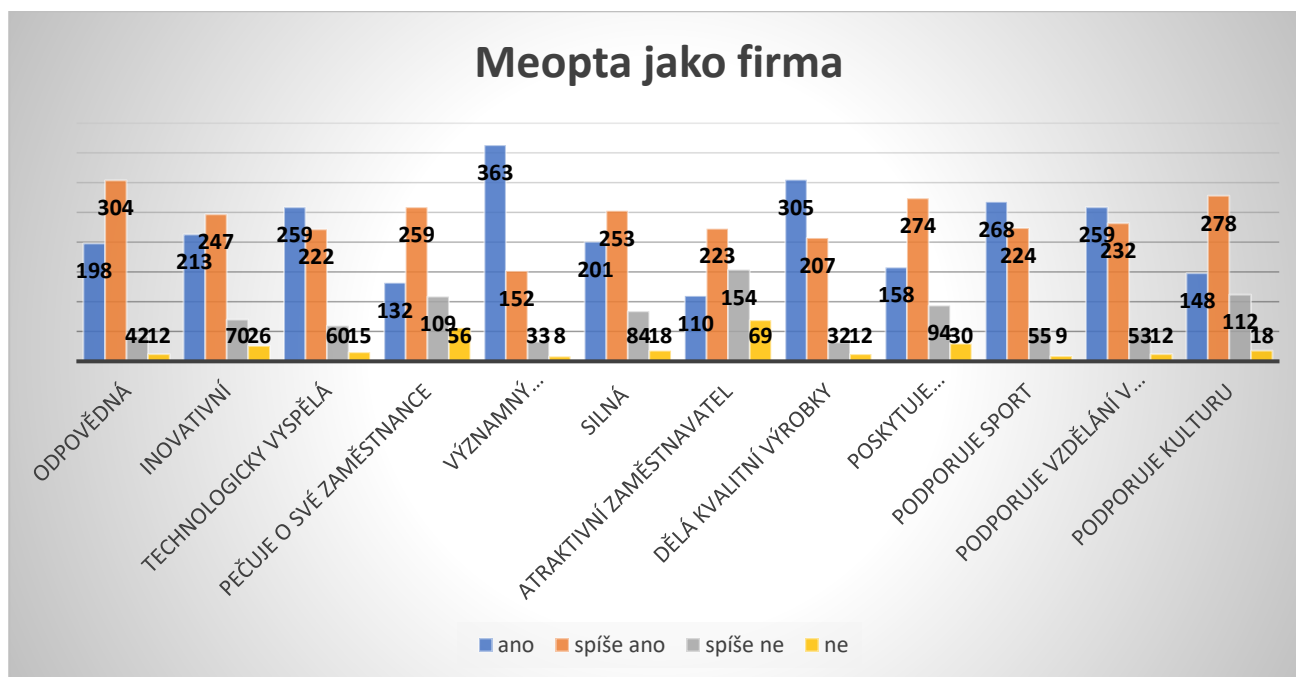


Graf 20 – Zdroje kde respondenti získávají informace (vlastní zpracování)

### Meopta jako firma

Nejvíce se respondenti ztotožnili s tvrzením, že Meopta jako firma je významným zaměstnavatelem v regionu, až 363 respondentů potvrdilo toto tvrzení. Následují tvrzení, že Meopta jako firma dělá kvalitní výrobky, podporuje sport, je technologicky vyspělá (259 respondentů) a podporuje vzdělání v technických oborech (259 respondentů). Nejvíce popíraný

výrok je, že Meopta jako firma je atraktivní zaměstnavatel (69 respondentů), až pečuje o své zaměstnance (56 respondentů).



Graf 21 – Souhrnný graf výsledků výroků o Meopta jako firma (vlastní zpracování)

### Doporučil/a byste svým blízkým zaměstnání v Meoptě?

60% respondentů by doporučila svým blízkým zaměstnání ve společnosti. Oproti tomu většina zdůvodnění k odpovědi Ne, byla z důvodu nízkých mezd ve výrobě a nevhodnému chování k zaměstnancům. V případě jiné se často objevovali odpovědi jako: pouze na určité pozice, anebo nemám o firmě dostatek informací.





Graf 22 – Doporučení pracovního místa (vlastní zpracování)

### 8.2.2 Komentáře k vybraným výroků z Jak byste vlastními slovy popsal/a Meoptu, a návrhy řešení

Podnik s obrovským potenciálem - pozemek, areál, historie a tradice, většina loajálních lidí. Ale spousta byrokracie, předpisů, které se primárně nedodržují a nekontrolují . A začíná to seshora.

**Dělníci si musejí vybrat 25 dnů dovolené v roce, manažeři si můžou část převést.** Mají se nosit viditelně identifikační kartičky, ale když je u poloviny lidí nevidíte, nic se neděje. Chce se po dělnících chodit z práce 14:05, ale když čekají minuty před turnikety, nikomu to nevadí.

- *Možnost převedení 1-2 dní do dalšího roku jako Sick days, možné použít i u zaměstnanců, kteří jsou ve firmě určitou dobu, jako forma benefitu*

Americká firma, která zdejším řadovým zaměstnancům dává tak malé výplaty a **nesmyslné benefity, které se nedají nikde uplatit atd.**

- *Informace, jak využít benefity a jaké poskytujete*

Velice kvalitní produkty, sponzor biatlonu, firma s dlouholetou tradicí. Ale mám pocit, že se zde spíše vyrábí, než že by se dařil **nějaký vývoj či inovace - ale to bude asi i tím, že v optice až není kam se posouvat.**

- *Průzkum konkurence; focus group s myslivci či uživateli výrobků, co by od produktů očekávali*

Za "starého pána" bylo lépe. Vše mělo řád a smysl. Nyní chybí dobré manažerské řízení. **Slabá komunikace mezi odděleními a operátory vůbec. Není jasně stanoven směr a cíle v příštích obdobích.**

- *Informační nástěnky, informování mistrů a vedoucích výroby*

**Společnost, která má nějakou vizi, ale z hlediska obchodního se bojí udělat strategické rozhodnutí o ponechání jen určitých zakázek, které nyní přinášejí Meoptě zisky. Ty menší jsou jako koule na noze, zatěžují celý propracovaný systém řízení.**

- *Zhodnocení key accounts a jejich závislosti na plynulost výroby, analýza efektivity výroby*

Meoptu do 3 let položí na lopatky **přebujelá administrativa**. Zaměstnává zbytečně moc zbytečných vyžírků.

- *Procesní řízení dostupné zaměstnancům, aby chápali návaznosti, popřípadě zkontrolovat, zda jsou všechny procesy opravdu potřebné.*

Zkostnatělá firma, která se bojí jakékoliv nové změny. Přílišná byrokracie svazuje ruce aktivním pracovníkům. Jedná se o jednoho z větších zaměstnavatelů v regionu, ale peněžní ohodnocení práce dělníků je tristní. **Obří open office měly dávno nahradit uzavřené kanceláře, kde jsou lidé schopni pracovat lépe a efektivněji.** Zaměstnavatel je to dobrý, s potenciálem pro získání více nových pracovních sil. Starý systém vedení a fungování firmy tomu ale zamezuje. Firma je na úrovni podniků v 70 letech.

- *Vytvořit uzavřenější pracoviště, anebo vytvořit pár uzavřených kanceláří a zrušit pevně daná pracoviště, takže by si zaměstnanci mohli vybrat, kde ten den budou sedět. Zhodnotit pozitiva a negativa menších prostor – snížení šíření nemocí, menší provozní náklady, podle toho rozhodnout o zmenšení prostor.*

"Zaměstnává" hodně studentů na zpracování odborných prací. Je to samo sebou pro studenty prospěšné, ale ještě více i pro Meoptu, protože by za analýzy apod. specializovaným firmám jinak zaplatila nemalé peníze. Obecně mám dojem, že šetří na zaměstnancích, nepřidá stávajících zaměstnancům. Určitě má skvělé výrobky, ve firmě jsem byla na exkurzi, prostory starší, nemoderní. **I přes to, že v Přerově pracuji a mám tam blízkého, nemám ponětí, co Meopta dělá pro město. Asi by to chtělo lepší marketing.**

- *Novinový příspěvek v lokálních novinách, spot do lokální televizi, aktualizace na FB stránkách či sociálních sítích jako LinkedIn.*

Velká tradiční společnost v Přerově, která vyrábí optiku, je spojená s biatlonem, avšak v poslední době je v ní **zaměstnáno hodně mladých lidí, kteří mají vlastní názor a nedají na zkušenost a moudrost svých starších a zkušenějších kolegů...**

- *Program pro rozvoj Mentoringu a sdílení znalostí. V opačném případě může jít právě o zastaralé principy, kterých se lidé drží a omezují inovace.*

Firma s dlouhou tradicí, která vyrábí velmi kvalitní výrobky. Na druhou stranu neplatí moc zaměstnancům a její budovy naproti nemocnici jsou **pekelně ošklivé**. Je stabilním zaměstnavatelem méně vzdělaných lidí.

- *Renovace – může vést ke zlepšení image firmy, investice do sociálního zařízení či do vybavení mohou přinést větší spokojenost zaměstnanců.*

Největší zaměstnavatel přerovského okresu s tržbami 2,5 miliardy Kč ale má na 4 miliardy Kč jen nesmí **odmítat absolventy středních a vysokých škol jen proto že nemají tuto potřebnou praxi pro výkon té či oné práce**. V Meoptě je sice zaváděno zlepšovatelství hnutí ale to nemůže nahradit moderní poznatky získané studiem - digitalizace průmyslu, sdílená ekonomika ap. Nejspíš je vedení této firmy spokojeno samo se sebou.

- *Program pro rozvoj Mentoringu a sdílení znalostí*

Perspektivní firma s bohatou historií, ovšem s neschopnými alibisty dosazenými povětšinou přes osobní známosti ve vedení a s majiteli, kteří nemají žádnou vizi. **Firma s nejasnými pravomocemi, nejasně rozdělenými odpovědnostmi a úkoly, plná poradců, konzultantů, generálů aj., kteří jsou štědře placeni ale nic nedělají**

- *Tento problém by opět bylo možné vyřešit vysvětlením procesního řízení*

Je to stabilní zaměstnavatel, který se snaží zodpovídat vůči regionu. **Ekologické cítění má slabé**, což je v současnosti opak standardu světových firem. Interní procesy jsou zkosnatělé a zatížené velkou byrokracií, což zamezuje rozvoji obrovského potenciálu společnosti

- *Zvýšení informovanosti zaměstnanců o CRS aktivitách společnosti, popřípadě udělat CSR audit.*

### 8.2.3 Komentáře k vybraným výroků z Chcete něco dodat?

1. Meopta je zatím stabilní zaměstnavatel, jak to bude v budoucnu je otázka. Ale kdo má pevné nervy a je asertivní tak to vydrží. **A nucené vybírání dovolené bez možnosti převzt si dny do nového roku**, jsou kapitola sama pro sebe

- *Zavedení převedení části dovolené 1-2 na sick days u všech zaměstnanců, možné zavést od určitých podmínek, např odpracovaných let.*

#### 2. CELOPLOSNOU WIFI PRO VSECHNY ZAMESTNANCE

- *Wifi pointy s omezením na určitý prostor, stejně jako vyhrazená místa na kouření; například u hlavní brány*

#### 3. technologie a vedení eine grosse katastrofe

- *Modernizace technologií, šetření zdrojů, inovace jsou důležité pro fungování firmy.*

4. **brigadu kterou jste inzerovali před 2 týdny s vysokými výdelky** ,byly urážkou dělníků kteří pracují v hrubarne...Tyto výdelky nedosahují ani dělníci ,kteří pracují spoustu let s odbornou a profesionální úrovní...je to výsměch Vás vůči nám,a to si nezasluhujeme.Kdy brigádník má dostat cca 180 na hod,tak kolik by měl dostat dělník v odborné a mnohaleté práci za hodinovou mzdu?Měli byste všem dělníkům HRUBARNY zednout platy ,je to ostuda jaké mají příjmy..je to vizitka vaší práce...

- *Zvážit platové ohodnocení v poměru stálý zaměstnanec/ výpomocná síla.*

5. celkem by mě zajímalo, k čemu průzkum má být. Jestli jde o věc Corporate Brandingu...tak jsem ppřád zvědavý, jak dopadl ten průzkum z roku 2016 dělaný s LMC :)

- *Informovat zaměstnance, alespoň částečně o výsledcích výzkumu*

6. Více se dozvědět o meopte i z jiných zdrojů rádio televize

- *Reklamní spot v rádiu, rozhovor s čt s odborníky s meopty – hyde park.*

7. Během návštěv v londýnském a v curyšském Googlu jsem měl možnost vidět řadu zajímavých nápadů, jak lze udělat firmu pro zaměstnance atraktivní i jinak a lépe než vysokými platy.

Velká část z nich by v nějaké formě byla aplikovatelná i u nás.

- *Možnost výzkumu jiných firem, hlavně v případě, pokud firma nemůže či nechce investovat do zvýšení platů. Spokojení zaměstnanci dělají lepší práci.*

8. Penize se nevynakládají do spravných a hlavne dulezitych mist-napr. odpocinkova zona ci posilovna mi prijdou jako dve naprosto zbytecne veci! Posledni roky mi pripada,ze **Meopta je pouze administrativni budova a dal nezajem!** Cely system ohodnocovani zamestn. je dost nepruhledny a hlavne nespravedlivy!!

- *Dát zaměstnancům najevo podporu a zájem, větší motivace k práci i nefinančními pobídkami.*

### **Komentáře shrnutí**

Většina komentářů byla ponechána v jejich originálním znění, a přinesla spoustu podnětných nápadů, které lze realizovat v rámci CSR aktivit.

## 9 PEST ANALÝZA

Pro analýzu vnějšího prostředí jsem vybrala mírně modifikovanou verzi PESTLE analýzy. Jelikož jsou pro tuto práci nejpodstatnější sociální, technologické, ekonomické a environmentální faktory, takže politické a legislativní faktory jsou zmíněny pouze povrchově.

### 9.1 Ekonomické faktory

Vzhledem k současné krizi způsobenou virem SARS-CoV-2, jsou predikce zaměřené na ekonomické faktory velmi těžko odhadnutelné, a to hlavně jelikož se krize ještě naplno neprojevila a některá opatření a omezení ještě stále přetrvávají. Nicméně s jistotou lze pouze říct, že vzhledem k zákazu vycházení a uzavření státních hranic, pocítí obtíže většinu firem, které museli uzavřít či omezit výrobu. Nicméně z dostupných zdrojů lze, alespoň do omezené míry odhadnout vývoj ekonomiky z následujících údajů: HDP, míra inflace, výše minimální mzdy, míra nezaměstnanosti a politická situace. (Svoboda, 2020)

#### 9.1.1 HDP

Podle makroekonomických predikcí Ministerstva financí se výkon ekonomiky propadne o 5,6%, ovšem v současné době se, dle informací ČSÚ, propadla o 3,6%. Nicméně v roce 2021 by ekonomika měla oživit a HDP by mělo vzrůst o 3,1%, toto číslo se však může změnit pokud přijde další vlna virové epidemie. Nejhlubší pokles by měla zaznamenat oblast zahraničního obchodu, v porovnání s březnem 2019 se snížil export o 12,1% a import o 13,3%. Tuto oblast také nejvíce ovlivnily restrikce týkající se uzavírání a omezování výroby a omezování obchodní styků, zavírání obchodů či zákazů vycestování do zahraničí, jako například v případě výroby motorových vozidel či elektrických zařízení a obecně v obchodu s ropou a zemním plynem. Tyto restrikce ovlivnily i část investičních výdajů firem a spotřebních výdajů společnosti, jelikož jak firmy, tak spotřebitele poznamenalo zavírání obchodů a možná následná krize. Co se týká vládních výdajů na nákup výrobků a služeb, pandemie poznamenala i tuto složku HDP, jelikož vláda musela vkládat velké investice do zdravotnictví, aby situaci ustálila. (Horáček, 2020; Novák, 2020; Ministerstvo financí ČR, 2020; Český statistický úřad, 2020)

### **9.1.2 Míra inflace**

V současné době se cenová hladina zvýšila o 3,1%, tj. za březen 2020, což je nad horní hranicí 3% inflačního cíle České národní banky. Co se týká budoucí predikce, podle Ministerstva financí, je velmi pravděpodobné, že se budou i nadále zvyšovat ceny výrobků a služeb ve spotřebitelském koši, ale v roce 2021 by měla zvolnit na 1,6%.

I když například ceny benzínu a nafty se začaly v době zákazu vycházení snižovat až do bodu, kdy prodejci ropy neměli svůj produkt kde skladovat, takže musel zůstat v cisternách plavidel, s postupným rozvolňováním omezení a omezenou těžbou, ceny tohoto produktu opět porostou. V případě cen nemovitostí bude trh i nadále růst. Růst cen se ovšem týká také většiny dovážených surovin, jako jsou elektronika, oděvy či ostatní produkty převážně produkované v Číně, na Filipínách, ale i v ostatních státech, kde bylo nutné omezit výrobu z důvodu ochrany obyvatelstva před nákazou virem. V grafu jsou označené země, které jsou největšími vývozci do jiných států a jejich pokles výroby od února 2020 do března 2020.

I produkty produkované v tuzemsku budou zdražovat ze stejného důvodu, tj. jelikož byla omezena výroba. Na druhou stranu, díky dotacím z Ministerstva zemědělství, by teoreticky mohly poklesnout ceny zemědělských produktů vyprodukovaných na území ČR, v případě, že současné klimatické podmínky, převážně neúrodná sucha, nepoškodí stav úrody.

(Český statistický úřad, B, 2020; Tomanka, 2020; Bluedorn, 2020; Sedláčková, 2020; ČKT, 2020)

### **9.1.3 Výše minimální mzdy**

Od roku 2019 se výše minimální mzdy zvýšila o 1250 Kč, na 14 600 Kč za měsíc pro zaměstnance se stanovenou týdenní pracovní dobou 40 hodin. Průměrná hrubá mzda se v Olomouckém kraji zvýšila na 30 048 Kč a v celorepublikovém průměru se mzda zvýšila na 36 144 Kč.

(Český statistický úřad, C, 2020)

### **9.1.4 Míra nezaměstnanosti**

Podíl nezaměstnaných se v Olomouckém kraji zvýšil o 3,46%, v celorepublikovém průměru se pak míra nezaměstnanosti v dubnu zvýšila ze 3% na 3,4%. V současné době je v jednání změna výše

podpory v nezaměstnanosti, kde nejvyšší navrhovaná částka zvýšení podpory o 500 Kč navýší podporu na 15 000 Kč, což je o 400 Kč méně, než činí výše minimální mzdy.

Podle predikcí Ministerstva financí se z důvodu recese ekonomiky a současné krizi bude míra nezaměstnanosti i nadále zvyšovat i v roce 2021. Nic ovšem není 100% jisté, jelikož hlavní přelom očekávají na konci května až začátkem června, kdy by se měla nezaměstnanost zvýšit na 4% a začátkem prázdnin by se měla nezaměstnanost dostat nad 5%.

Na úřady se nejvíce hlásí lidé, kteří dříve pracovali ve službách, maloobchodu či velkoobchodu, stravování anebo silniční nákladní dopravě. Velkou část nezaměstnaných tvoří uchazeči s nízkou kvalifikací a s průměrným věkem 42,4 roku, avšak s dalším možným hromadným propuštěním se to může změnit.

(ČKT, B, 2020; Český statistický úřad, D, 2020; Ventura, 2020)

## **9.2 Sociální**

### **9.2.1 Udržitelné stravování**

Maso, plýtvání a podpora lokálních produktů, jsou hlavními body, které vyvolávají otázky v současné komunitě, co se týká stravování. Vědomá spotřeba je na vzestupu, jak si lidé čím dál více uvědomují, že to, co spotřebovávají ovlivňuje nejen jejich zdraví, ale také životní prostředí. Nadměrná produkce masa má spoustu negativních dopadů na prostředí, ať už se jedná o nadměrnou spotřebu vody, znečištění vzduchu a oceánů či neudržitelného zemědělství. Zajímavé je například množství vody, které je potřeba pro zemědělskou produkci potřebnou pro krmení a napájení zvířat a na údržbu jatek i kravínů. Na jeden litr mléka je v americké produkci potřeba 2585 litrů vody a na 1 kilo masa 15550 litrů vody. Na druhou stranu ovšem až 20% vyprodukovaného masa končí v odpadu. Podle odhadů některých expertů ovšem až 1/3 veškerého vyprodukovaného jídla končí v odpadu, což je v Evropě zhruba 100 kg na člověka. I zde se ovšem projeví dopady koronaviru a to hlavně na naši ekonomiku. Většina vyprodukovaného jídla pochází ze zahraničí, takže tím, že nakupujeme dovážené potraviny, oživujeme cizí ekonomiky, když je potřeba oživit ta naše. Mimo to také virus ovlivnil produkci, takže je nutné se připravit na zdražování, což může mít pozitivní vliv na zmenšení plýtvání potravinami, jelikož si budou lidé více vážit vyprodukovaných potravin.

(Fao, 2017; Sustainable table; Bok, 2020; Deshpande, 2020; Peta)



### **9.2.2 Životní styl**

I v tomto případě nás v tuto chvíli do velké míry ovlivňuje karanténa. Většina obchodů a kulturních zařízení je uzavřeno, stejně jako školy, ale i státní hranice. V případě, že to bylo možné, byli lidé posláni pracovat z domu, anebo museli zůstat se svými dětmi. Do toho všeho byl vydán zákaz shromažďování a vycházení, takže většina lidí musela zůstat zavřených ve svých domech a vybalancovat práci z domu s volným časem. Tento volný čas většinou lidé trávili, vylepšováním zahrad a obydlí, luštěním rébusů, čtením, a ti kteří měli možnost, procházkami do přírody. Jelikož byl kontakt s dalšími lidmi zakázán, snažili se lidé spojit se svými blízkými pomocí sociálních sítí a internetu. Nejtěžší zásah ovšem zaznamenali rodiče s dětmi, jelikož děti museli přejít na domácí a online výuku, na což nejsou zvyklé.

(Bok, 2020; Ministerstvo zdravotnictví ČR, Plánička, 2020; Kulhánek, 2020)

### **9.2.3 E-shopy**

V současné krizi, kdy je většina obchodů, jak již bylo několikrát zmíněno, uzavřeno z důvodu omezení šíření koronaviru, jsou e-shopy jediným místem, kde se dá většina věcí sehnat. Jediné, čím koronavirus ovlivnil činnost e-shopů, bylo to, že si zákazníci nemohli vyzvednout své zboží osobně či přes služby zásilkovny, ale mohli pouze využít služeb dopravních společností. Navíc je logické, že když lidé tráví většinu svého času, snaží se něčím zabavit a online nakupování zní jako logický krok. Nejvíce rostou internetové obchody s elektronikou, kosmetikou, volnočasovými aktivitami, jako knihy,..., ale také zboží pro dům a zahradu. V prodeji vstupenek a v cestování, ovšem z obav z nakažení a nevědomí, kdy bude možné daná zařízení navštívit, došlo k absolutnímu útlumu i přes výhodné nabídky v e-shopech. Pokles zaznamenaly i internetové obchody s módou či luxusním zbožím, které ovšem do jisté míry ovlivnilo omezení a zastavení výroby, takže mají nedostatek výrobků třeba i ze zahraničí.

(Knížátko, 2020; Hambalíková, 2020; Poncarová, 2020; IT Studio, 2020)

## **9.3 Technologické**

### **9.3.1 Nehacknutelný internet**

Nedávné zprávy přinesly zprávy o hackerech, kteří se nabourali ho databází nemocnic. Nebyly to ale jediné zprávy o stránkách, které byly takto napadeny, proto se organizace rozhodly pracovat na prvním kvantovém internetu, který by byl absolutně bezpečný a nehacknutelný. Každá forma komunikačních technologií - od prvních telegrafů po dnešní internet spojený optickými vlákny, musí brát v potaz fakt, že signál ochabuje a je ztracen, když se přenáší na delší vzdálenosti. Výsledkem nového vývoje je kvantový internet, který zajistí bezpečné spojení v rámci jedné sítě, přičemž je obsah chráněn před zásahem zvenčí, zpřesnění GPS souřadnic a umožňuje kvantové vkládání na způsob cloudu. Jedna organizací, která se na vývoji podílí, je i Technologická Univerzita v Delftu, která odhaduje, že by mohla tuto ochranu vyvinout do konce tohoto roku. (TN, 2020; Temple, 2020; Marr, 2020)

### **9.3.2 Digitální peníze**

Používání fyzických peněz, jako jsou bankovky a mince, postupně upadá na úkor digitálním penězů. Celková suma všech peněz (M2) na světě je okolo \$60 trilionů, ze kterých je pouze 1/10 vázána v bankovkách a mincích. Z čehož vyplývá, že zbylých 90% je uložena v digitální podobě na počítačových serverech, kde většina transakcí přesune částku z jednoho serveru na druhý, bez toho aby byla částka přeměněna na fyzické bankovky. Digitální peníze existují pouze v digitální formě, což má velký význam pro finanční bezpečí, jelikož je nelze tak jednoduše ztratit a ukrást. Dalšími benefity jsou přímé transakce, které vynechávají mezičlánky jako směnárny.

(Future Agenda, 2020; ; Temple, 2020; Marr, 2020; Positive Money)

### **9.3.3 Umělá inteligence = Artificial intelligence (AI)**

Umělá inteligence se rychle vyvíjí. Od hlasového ovládání jako je SIRI po samořídící auta je vše umělá inteligence. Přesto že sci-fi popisuje AI jako roboty s lidskou tváří, ve skutečnosti zahrnuje vše od vyhledávacích algoritmů na Googlu po naváděcí systémy zbraní. V současné době je schopna vykonávat pouze jeden úkol, například rozpoznávat obličej či pouze řídit auto, ovšem v

budoucnu se vědci snaží vytvořit chytřejší umělou inteligenci, která by zvládala více činností najednou. K tomu je potřeba vytvoření silnějších algoritmů, k čemuž je potřeba velké množství dat a větší centralizovaná uložení, což může být problém, hlavně z důvodu velkého nárůstu karbonových emisí. Mezi nové projekty, které jsou právě v testování jsou například i samořídící auta. Zajímavé je, že současné testy nelze vyhodnotit jako použitelné, jelikož současná karanténa změnila strukturu dopravy, což nelze srovnat s běžným provozem.

(Temple, 2020; Marr, 2020; Tegmark, 2016; MIT Technology Review, 2020)

### **9.3.4 Smart karanténa**

Je to nástroj chytré komunikace, kterou vytvořili odborníci, epidemiologové a hygienici ve spolupráci s technologickými firmami, na kontaktním centru Daktela, které zaznamená kontakty, které jste potkali na své trase. Tyto kontakty pak eviduje a propojuje na jedno místo dostupné pro všechny zúčastněné strany, takže medicí a epidemiologové potřebují pouze aplikaci v telefonu či v pc. Tyto informace se shromažďují po připojení k mobilním datům od telefonních operátorů, rozhovorů po telefonu a dat z bank. Tento systém je ovšem nebezpečný pro ochranu osobních údajů, jelikož není právně ošetřeno po jak dlouhou dobu bude jedinec monitorován a jak dlouho o něm budou uchováвана získaná data. Dalším problémem je i to, že zdravotní instituce tento systém tolik nevyužívá a v zahraničí se jí pořád nepovedlo uvést správně do provozu.

(Kalina, 2020; Ministerstvo zdravotnictví, B, 2020; Daktela, s. r. o. 2020)

## **9.4 Legislativní a politické faktory**

### **9.4.1 Omezení**

Současná koronavirová krize přinesla spoustu omezení, která měly přímý efekt na všechna odvětví a na občany obecně. Jedno z nejdůležitějších omezení je bezpochyby zákaz pohybu a pobytu na všech místech mimo bydliště, bez nařízených ochranných prostředků, tj. rouška, respirátor či jiný prostředek zabraňující šíření viru. Od 8. března 2020 byla nařízena karanténa všem nakaženým osobám. 10. března byli zakázány akce s více jak 100 účastníky a byla zakázána účast na výuce na všech školách. 12. března byl vyhlášen nouzový stav.

V rámci omezení byly také uzavřeny hranice, pro všechny, kromě osob, jež musí v rámci dojížděky do práce překročit hranice, anebo pro nákladní dopravu a záchranné složky, a opět byly zavedeny kontroly. V návaznosti na to bylo zakázáno cizincům vstoupit na území ČR v případě, že ke dni 12. 3. 2020 neměli na našem území přechodný pobyt nad 90 dnů či trvalý pobyt, i zde byli dodány výjimky. Další omezení se týkala uzavření větší části obchodů, shromažďování či zákazy návštěv ve zdravotnických zařízeních.

(Kornal, 2020; iDnes.cz, 2020; Ministerstvo zdravotnictví, B, 2020; Vláda ČR, 2020)

#### **9.4.2 Volby v USA**

Jelikož je Meopta z části americká firma, je pro ně tato událost důležitá. Jedním z bodů nové politiky jsou zákony o držení zbraní, jelikož zprávy o masových střelbách neustále plní noviny. Jedna strana stojí za absolutním zákazem držení zbraní, zatímco druhá hlasuje pro zpřísnění a zdražení podmínek pro získání zbraně. Dalším bodem je placená rodičovská, i přesto, že je USA jednou z největších ekonomik na světě, je pouze jednou z mála zemí, které neplatí svým občanům nemocenskou, mateřskou či ošetřovné na členy blízké rodiny. Mimo to také se budou zabývat zdravotnictvím, změnou klimatu, potraty či studijními poplatky.

(Morris, 2020; Zurcher, 2020; Nagourney, 2020)

#### **9.4.3 Politická situace**

Sněmovna se rozhodla jednat o odložení EET pro všechny zbývající odvětví do konce letošního roku, tj. pro advokáty, lékaře, atd. Vláda také připravila novelu stavebního zákona, který by měl výrazně zjednodušit a urychlit povolování staveb, mimo toho také vláda schválila odpuštění malým firmám do 50ti zaměstnanců zaplacení odvodů sociálního za měsíce červen až srpen, v případě, že nepropustili určité procento zaměstnanců ani jim ve srovnání s březnem snížit mzdy. Dále pak vláda projednává daňový balíček, který by měl ulehčit podnikatelům nejvíce zasažených koronavirovou krizí, tj. poskytovatelům ubytování, pořadatelům sportovních a jiných akcí či na jiné kulturní akce. Obecně lze tvrdit, že se současná vnitřní politická situace soustředí na krizi a její dopady.

(ČKT, C, 2020; LY, 2020; ČTK, 2020; ČTK, D, 2020)

## **9.5 Environmentální**

### **9.5.1 Koronavirus**

Ve spojení s koronavirem se změnila i spousta věcí, které přímý dopad na životní prostředí.

Ať už mluvíme o poklesu uhlíkových emisí a skleníkových plynech, které poklesly díky drastickému omezení těžby ropy a letecké dopravy, či čistých vodách tekoucí v Benátských kanálech, a nebo o divokých zvířatech, která rozšířila svá teritoria, lze tvrdit, že koronavirus měl pozitivní vliv na životní prostředí. Dalším pozitivem bylo zlepšení kvality vzduchu, a to převážně ve velkých městech, jelikož byla zavedena omezení výroby, popřípadě se produkce uzavřely úplně. S tím je spojeno i snížení emisí spojených s přepravou (CO<sub>2</sub>, NO<sub>x</sub>, O<sub>3</sub>), jelikož byla spousta lidí uzavřena ve svých domovech. Ale ne vše mělo pozitivní dopad na prostředí. Zvýšil se objem nerecyklovatelného odpadu, uzavírání hranic a zpomalení procesu přepravy, způsobilo, že zemědělské produkty jako ryby či ovoce, propadly zkáze, ještě před doručením, což vygenerovalo větší množství organického odpadu, monitorování a udržování přirozených ekosystému bylo dočasně utlumeno, a s uzavřením největších turistických památek, se zvýšily výlety do přírody, což negativně ovlivňuje přirozenou faunu a flóru navštěvovaných míst. Konkrétněji, prodejci potravin byli nuceni prodávat například pečivo v plastových sáčkách či jiných plastových kontejnerech, takže se zvýšila produkce plastu. Dále v případě monitorování a udržování přirozených ekosystémů, bylo velké množství lidí zaměstnaných v tomto oboru po celé planetě uzavřeno ve svých domovech, což mohlo poskytnout prostor pro různé nelegální aktivity, jako nepovolená těžba dřeva či nepovolený lov zvěře. (Henriques, 2020; Hamwey, 2020; Segalov, 2020)

### **9.5.2 Změna klimatu - Globální oteplování**

Globální oteplování je způsobeno skleníkovým efektem, tedy důležitým přírodním procesem pro naši planetu, kterým atmosféra zadržuje sluneční záření, čímž udržuje planetu obyvatelnou. Bez skleníkového efektu by byla průměrná teplota planety okolo -18° C. Hlavním problémem je ovšem to, že aktivity provozované lidmi tento efekt umocňují, čímž způsobují nepřirozené zvyšování teploty. Změna klimatu má již devastující viditelné dopady na životní prostředí, které ohrožují přežití rostlin a zvířat na této planetě, což může mít stejné dopady i na nás, lidi. Jedny z nejhorších dopadů zahrnují tání trvale zamrzlých ploch, které zvyšují hladiny oceánů, což přispívá k záplavám a ohrožuje životní podmínky přímořských oblastí, například jsou ostrovy, které může zvedání

hladin oceánů potopit úplně. Změna klimatu také zvyšuje pravděpodobnost přírodních katastrof jako sucha, požáry, vymírání druhů, povodně, ale také vytváří tzv. utečence před klimatem a ničí produkční řetězec i ekonomické zdroje, a to zejména v rozvojových zemích. V ČR se stále častěji setkáváme s extrémně vysokými teplotami v kombinaci s nízkým procentem srážek v průběhu celého roku, které způsobují sucha a zmenšují vodní zdroje.

(Vašíčková, 2020; WWF; Acciona; Nasa, 2020)

### **9.5.3 Vodní zdroje**

Voda pokrývá až 70% naší planety, takže mnozí se ani o tento zdroj ani nezajímají. Ovšem, pitná voda, potřebná k zalévání či k pití je velmi vzácná. Pouze 3% z vody na planetě je pitná a toho jsou 2/3 uzamčené v ledovcích či na jinak těžko dostupných místech. Výsledek je, že až 790 milionů lidí na světě k ní nemá přístup a zhruba 2,7 bilionu k ní má omezený přístup alespoň jeden měsíc v roce. S infikovanou vodou má problém zhruba 2,4 bilionu lidí, které kvůli její spotřebě trpí různými nemocemi, jako cholera, tyfus či jiné nemoci s vodou spojené. Velké množství vody, která udržuje ekosystém v chodu a je součástí zavlažovacích systémů, které krmí rozrůstající lidské společnosti, začíná být nedostatečné. Řeky, jezera a nádrže vysychají, popřípadě jsou tak znečištěné, že se stávají nepoužitelné. Více jak polovina světových mokřin vyschla. Zemědělství pohlcuje největší množství vody ze všech odvětví, ale velké množství je při použití zbytečně vyplývané. S již zmíněným globálním oteplováním je mění počasí, což snižuje pravděpodobnost a množství srážek, které vedou k omezení vodních zdrojů a k úporným suchům, ovšem na některých místech naopak k záplavám.

(World Wildlife; Infinity water.org, 2019; We art water film festival, 2014)

### **9.5.4 Omezení těžby a alternativní zdroje energie**

Již zmíněná změna podnebí měla i za následek snížení objemu spotřeby fosilních paliv a častější využívání alternativních zdrojů energie, nejvíce je to viditelné na státech jako například Čína a Indie, kde smogové znečištění pokleslo tak, že bylo viditelné modré nebe, což za normálních okolností nebylo možné. Elektřina vyrobená z fosilních paliv přispívá k 25 % škodlivých emisí na světě, zatímco další producenti - průmysl a přeprava, jsou zodpovědní za 21% a 14% znečištění.

(Dans, 2020; iDnes.cz, 2020; Wright, 2020)

### 9.5.5 Odlesňování

Odlesňování je přirozený, účelný či náhodný proces, kdy dochází k vyčištění, zničení či jinému odstranění dřevinami porostlé plochy. K tomu může docházet v místech hustě osázených stromy či jinými dřevinami, ale nejčastěji k tomu dochází v Amazonských pralesích. Tento proces je ekologickým problémem hned z několika důvodů, jedním z nich je například vymírání druhů, jelikož lesy jsou domovem až sedmdesáti procent všech druhů zvířat a rostlin na světě. Kácení lesů také přispívá k globálnímu oteplování, okolo dvaceti procent světových emisí skleníkových plynů pochází z odlesňování tropických pralesů. Mimo to tento proces narušuje koloběh vody, více jak polovina vody v pralesích je vázaná v rostlinách, a také způsobuje půdní erozi a přispívá k rozšiřování pouští. I přes tyto závažné negativní dopady na životní prostředí, dochází ke kácení zalesněných ploch hlavně z důvodu rozšiřování zemědělských ploch (převážně pro produkci palmového oleje či sóji), těžby nerostných surovin, těžby dřeva pro stavební průmysl, výrobu nábytku či jiného zboží; nebo z důvodu rozšiřování infrastruktury (stavby cest, domů,...).

(Derouin, 2020; Pachamama, 2019; Dubský, 2020; The World Counts, 2020)

## 9.6 Shrnutí analytické části

Současné aktivity CSR, kterými firma přispívá k obohacení celé lidské společnosti, nevypadají nijak početně, což ovšem může být způsobeno nedostatečnou prezentací těchto aktivit anebo volbou nevhodných komunikačních kanálů. Hodně lidí ji ale považuje Meoptu za stabilního a důležitého zaměstnavatele. Nejvhodnějším informačním kanálem jsou zprávy na internetu a zprávy v celostátní televizi. V případě získávání důležitých informací využívají respondenti Meonoviny a Sharepoint, i když nejčastěji se prý dozívají informace od kolegů a známých. Velké množství respondentů ovšem má pouze malé povědomí o všech aktivitách CSR, které Meopta provozuje. Například na jejich oficiálních stránkách nejsou všechny jejich aktivit uvedeny, což by bylo vhodné do budoucna změnit. Komentáře na konci dotazníku, měli podnětné připomínky, kterými lze zlepšit podmínky dělníků při práci.

Koronavirus, karanténa i omezení, a současná ekonomická situace jsou nejtěžejnější body, které ovlivňují současné fungování firmy. Omezení zpomalují plynulost výroby, snižují objem prodeje výrobků v tuzemsku i zahraničí, a celkově koronavirus měl velmi negativní dopady na ekonomickou situaci podniku, takže byla nucena propouštět zaměstnance. Zvyšování podpory nezaměstnanosti nad míru minimální mzdy, může způsobit snížení počtu zaměstnanců, kteří

vyhodnotí situaci ve svůj prospěch tím, že upřednostní získání podpory v nezaměstnanosti před výkonem práce. Omezení těžby a zvýšení inflace budou mít, přímo i nepřímo, vliv na zvýšení cen všech služeb a zboží, což povede ke zvýšení nákladů, které negativně poznamenají provoz firmy.



## **10 NÁVRH PROJEKTU CSR VE FIRMĚ**

Aktivity CSR jsou rozděleny do dvou skupin, a to na doporučené a na další. Doporučené jsou jednoduše zrealizovatelné, jednoduché na organizaci, a přesto mají velmi pozitivní dopad na společnost jako celku. Další aktivity mají také velmi pozitivní dopady na společnost, ale vzhledem k situaci je vhodnější ponechat na klidnější časy. Všechny aktivity obecně jsou pro firmu komplikované provést, vzhledem k současné koronavirové krizi a ekonomickým těžkostem, které firma momentálně pocítuje.

### **10.1 Doporučené aktivity CSR**

#### **10.1.1 CSR manažer**

Spousta firem se snaží zlepšit image zaváděním CSR aktivit do jejich rozpočtů, procesů, produktů a postupů, aby působili více eticky, udržitelně a ekologicky. Tyto snahy mohou mít i čistě filantropické důvody, ale správně sestavená udržitelná strategie může zlepšit image firmy, a tím zvýšit její zisk. Když jsou tyto tendence efektivně zveřejněny, působí firma více proaktivně a zodpovědně, což může mít pozitivní dopady na nábor nových zaměstnanců. A právě proto je pro firmu výhodné zaměstnat CSR manažera. Tento pracovník je pak zodpovědný za vytváření strategií, které naplňují cíle udržitelnosti, které si firma předsevzala, provádí výzkumy, navrhuje nové nápady na zlepšení CSR aktivit, rozvíjí firemní politiku, vytváří plány, vztahy s dalšími organizacemi, a následně dohlíží na realizaci těchto aktivit. Mimo to se ještě CSR manažer stará o propagaci těchto aktivit, vytvářením pozitivního ohlasu na provedenou aktivitu. V některých firmách, manažer v této funkci dohlíží i na nábor, řízení a zaučování nových zaměstnanců.

Vzhledem k velikosti firmy, by bylo vhodné vyčlenit pracovníka či zaměstnat nového, který by se staral o CSR aktivity staral a rozvíjel je. Nemusí to být osoba zaměstnaná pouze k řízení tohoto procesu, můžeme například pravomoci spojené s CSR rozšířit na jednoho či více pracovníků, kteří by tento proces realizovali. Důkazem toho jsou výsledky dotazníku, který prokázal, že většina respondentů nemá přehled o dění v Meoptě, což by mohl tento pracovník změnit a vylepšit tím image firmy, ale mohl by i přispět ke zlepšení dopadů firmy na životní prostředí. Tento pracovník také zajišťuje kontinuitu CSR aktivit a hodnotí jejich dopady na společnost.

Měsíční náklady odpovídají platovému ohodnocení této pozice, to znamená, že to záleží na personálním oddělení, které jsou do jisté míry zodpovědné za rozdělení do platových skupin, jaké

částce můžu odpovídat. V případě, že zaměstnají nového zaměstnance, který bude například v marketingu a bude odpovídat za CSR aktivity, budou náklady na tohoto zaměstnance vyděleny poměrově k procentuální náplni času, kdy se bude věnovat právě CSR. Současný stav na pracovním trhu, signalizuje, že v případě, že by firma hledala nového pracovníka, bude mít lepší vyhlídky na nalezení kvalitní pracovní síly, jelikož se míra nezaměstnanosti zvyšuje. Naopak v případě, že si ve firmě budou chtít najmout externí firmu, jsou náklady velmi vysoké, a vzhledem k současné ekonomické situaci, by ani nebyl tento krok výhodný. Do toho rozpočtu je ovšem nutné započítat i náklady na nábor, tj. čas pracovníků, kteří se podílí na výběru uchazečů před pohovory, čas strávený na pohovorech a čas strávený výběrem finálního kandidáta; a náklady na zapracování nového pracovníka do pracovního procesu, což je také velmi časově náročné, jelikož se jedná velkou a komplexní firmu.

Doba potřebná na nalezení tohoto zaměstnance záleží na tom, kolik kol výběrového řízení firma požaduje před přijetím; kolik uchazečů se přihlásí; a jak dlouho bude trvat, než se nový zaměstnanec zapracuje. V případě, že se firma rozhodne rozšířit kompetence již zaměstnaného pracovníka, sníží se doba na minimum, budou pouze potřebná školení, která se týkají tohoto tématu.

### **10.1.2 Cíle udržitelnosti**

Cíle udržitelnosti představují body, kterých by chtěla firma dosáhnout pro lepší a udržitelnější rozvoj. Cíle se týkají aktuálních globálních problémů, včetně decimování chudoby, rovnost pohlaví, globální oteplování, světový mír a právní rovnost. Společnosti jsou čím dál častěji vyzívány k tomu, aby reportovali své CSR aktivity společně s jejich finančními reporty. Stejně jako u SMART cílů, musí být specifické, měřitelné, akceptovatelné, realistické a časově měřitelné, ale mohou být mít také dílčí cíle. Vytvořit měřitelné cíle CSR je velmi komplikované, jelikož vnímání společenské odpovědnosti se velmi liší. Avšak všechny jednotlivé sociální a environmentální cíle by měli být v souladu s typem podnikání, kterému se firma věnuje či ve prospěch okolí firmy. Hlavně v případě sociálních cílů je důležité zaměřit se na férové chování k zaměstnancům firmy a na vztahy v rámci dodavatelsko-odběratelského řetězce. Měrné jednotky v těchto případech mohou být například počet nově vytvořených pracovních míst, jaký je příjem zaměstnanců v určitých pozicích oproti okresnímu průměru,....Environmentální cíle by se měli zaměřit na snížení dopadu hospodaření firmy na planetu používáním obnovitelných a recyklovatelných zdrojů vždy, když to

bude možné. Měrné jednotky pak mohou být například snížení procenta objemu vyváženého odpadu, použité vody,.. V případě, že firmy nevědí, jak začít, Spojené národy vydali 17 cílů udržitelného rozvoje, které jsou zaměřené na aktuální globální problémy.

Zpracování těchto cílů zjednodušuje reportování, jelikož jsou měřitelné. V případě, že má firma CSR manažera zpracovává je sám, ale schválit by jej měl s vedením společnosti, které by se těchto cílů mělo také držet.

Příklad cílů udržitelnosti, konkrétní procenta nejsou specifikována, jelikož je nutný předchozí výzkum o kolik procent lze reálně, tento problém snížit.

- Snížit objem vyváženého odpadu o x%
  - o Ve spolupráci se závodní jídelnou, snížit plýtvání jídlem o x%, a snížit objem odpadu z jídelny o x%.
  - o Podpořit jídelnu v nakupování lokálních surovin o x%
- Snížit objem znečištěné vody o x%
  - o Snížit objem znečištěné vody v kalírně o x%

### **10.1.3 Příměstský tábor**

Jelikož je kapacita příměstských táborů a táborů v okolí Meopty velmi omezená, takže si rodiče musí shánět hlídání, což pro ně může být velmi stresující, či si brát volno, bylo by dobré, kdyby Meopta poskytla svým zaměstnancům možnost, kde by děti mohly trávit svůj volný čas v době prázdnin. Příměstské tábory jsou vhodným řešením, a to hlavně v případě, že děti nechtějí trávit noci mimo domov, či v případě, že by rodiče chtěli mít své děti nablízku. Celý projekt by mohl vzniknout ve spolupráci s odbory; což by sice znamenalo, že pracovníci v odborech by měli přednost; ale právě odbory mají s takovými akcemi více zkušeností, jelikož pořádají klasické tábory.

Z částky 1.400 Kč na dítě by bylo uhrazeno stravování, nákup vybavení (křídly, barevné papíry,...), nákup vybavení pro vyvolávání fotografií, vstupné, čas instruktorů a ceny do soutěží. Náklady nad rozpočet by byly rozděleny 2/3 Meopta a 1/3 odborová organizace. Velikost skupiny by byla omezena na 15 dětí a počet skupin by se odvíjel od zájmu zaměstnanců o tento projekt. Datum a místo by bylo blíže specifikováno po skončení omezení spojených s koronavirem. S tím je spojena

i příprava projektu, jelikož je většina obchodů uzavřena, nelze s jistotou říci, kolik času zabere realizace nákupu potřebného materiálu.

Co se týká programu, první den by byla exkurze po Meoptě, kde by děti navštívily své rodiče a podívali se, jak Meopta funguje a co vyrábí. Později by se přesunuli na budovu Olympus, kde by si zahráli různé hry. Druhý den by mohli jít na exkurzi do ornitologické stanice Ornis, kde by zjistili více o místní fauně a flóře. Třetí den by si mohli vyzkoušet vyvolávání fotografií a hrát různé soutěže. Další den by mohli jít na procházku do přírody, kde by mohli pozorovat ptáky a mohli by si také zkusit postavit vlastní dalekohled. A poslední den by mohli relaxovat, tvořit a hrát soutěže.

Velkým přínosem je, že rodiče se nemusí stresovat, kam dát své dítě v době prázdnin a budou vědět, že je o ně dobře postaráno. Pozitivním přínosem pro firmu je, že zaměstnanci budou klidnější, takže budou dělat méně chyb, zvýší povědomí o své činnosti i mezi mladší generací a také si zaměstnanci budou brát volno v delších intervalech, což přispěje k plynulosti výrobního procesu.

Možná návrh plakátu akce:



Obrázek 2 – Návrh plakátu na příměstský tábor (Vlastní zpracování)

#### 10.1.4 SWAP market

Swap je akce, kam každý účastník přinese předem domluvený počet kusů oblečení a doplňků. Všechny věci mohou být vyměněny či darovány. Nákupem a výměnou kusů oblečení a doplňků z tzv. druhé ruky, se snižuje druhý největší zdroj znečišťování planety a objem odpadu.

Pro firmu je tento druh akce nejméně finančně náročný, jelikož věci pro výměnu přinesou účastníci sami a prostory má společnost také k dispozici, tj. firemní jídelna. Jedinými náklady jsou náklady na občerstvení, na nějaké technické věci, jako věšáky,.. ; a propagaci této akce, což v případě, že

firma použije pro propagaci MeoNews, vlastní vývěsky a sociální media, mohou být zanedbatelné. Takže zůstávají pouze náklady na občerstvení, které se mohou pohybovat do max. 5.000 Kč v závislosti na tom, jaký druh občerstvení bychom chtěli podávat. Náklady na technické věci, by se mohli pohybovat okolo 7.000 Kč, a uhradili by se tím náklady na nákup věšáků a další věci na podporu prodeje, jako jsou stojany či plachty na zkušební kabinky. Tento náklad lze eliminovat v případě, že se firma rozhodne rozložit položky k prodeji na stoly, které má k dispozici, anebo nějak jinak využije prostor k prodeji. Pro tuto akci je, mimo to, potřeba vytvořit zkušební kabinky a umístit alespoň dvě velká zrcadla, aby se účastníci mohli podívat, jak na nich vyměněné věci vypadají.

Čas potřebný pro realizaci je opět rozdělen do tří fází, tj. přípravná, spojená s propagací akce, které by se mohla konat měsíc po oznámení akce, opět je nutné brát v potaz omezení dané koronavirem, počet účastníků může být omezen s ohledem na nejnovější omezení shromažďování skupin o určité velikosti. V přípravné fázi budou také nakoupeny potřebné věci pro podporu prodeje. Velmi důležité je také lidi informovat, že věci k výměně musí být v nositelném stavu, tj. čisté, bez děr, rozbitých zipů a jiných částí, zkrátka ve stavu, v jakém by si byli oni sami schopni vzít a obléknout či použít. Fáze realizace je kratší než v případě příměstských táborů, a jedná se o realizaci swapu, v tomto kroku, nelze opomenout na úklid po akci, a na to co se stane s věcmi, o které nebude zájem. V tomto případě by bylo vhodné, je darovat na vhodnou charitu či jiné vhodné organizaci. Tak mohou věci, které nám teď leží pouze ve šatníku, přispět k radosti někoho jiného. Posledním krokem je opět hodnocení stejné jako v případě příměstského tábora, ale v případě pozitivního ohlasu jej lze realizovat i častěji, například v závislosti na módních sezónách. Náklady na technické pomůcky se pak snižují na velikost nákladů potřebných na pořízení náhradních částí, které je potřeba nahradit.

Důležité pro fungování takových akcí, je roztřídění a rozmístění jednotlivých kusů do určitých kategorií, například kalhoty na věšáky k dalším kalhotám. Vše pak alespoň ze začátku bude vypadat organizovaně a uspořádaně, jelikož je více než pravděpodobné, že se s postupem času vše přehází, jak si lidé budou věci zkoušet. Vhodné je proto i určit osobu, která bude věci vracet zpět na své místo, aby nevznikal neorganizovaný chaos.

I přesto, že je tohle celkem neorganizovatelná akce, je nutné určit alespoň nějaká pravidla pro výměnu, aby se předešlo tomu, že si někteří jedinci vyberou nejlepší kousky. Jedním z řešení je proto například nechat účastníkům možnost, aby si vše na začátku prohlédli, a poté by je

organizátoři rozdělili do určitých skupin (skupina 1,2,3,..). Zodpovědná osoba by pak tyto skupiny vyvolávala ke každé sekci, kde by si mohli účastníci konečně vybrat co se jim líbí. Vhodné je také určit čas a maximální počet kusů, které si mohou účastníci za úsek odnést.

Jak již bylo zmíněno, přínosem této akce, je hlavně snížení objemu vyhozeného šatstva a jeho další využití, poněvadž jej mohou použít další lidé, a to i v případě, že o něj nebude zájem, jelikož bude darováno dalším organizacím a charitám.

### **Riziková analýza realizace SWAPu**

Riziková analýza představuje jednoduchý, ale důležitý nástroj pro identifikaci rizik spojených s vypracovaným projektem.

Možná rizika spojená s tímto projektem:

- Nezáměr ze strany zaměstnanců
- Nedostatečné finance
- Neschválení obsahu projektu vedením
- Platnost omezení spojených s koronavirem

V tabulce jsou viditelná možná rizika spojená s projektem, pravděpodobnost jejich výskytu, úroveň a následně vypočtený rizikový faktor. Pravděpodobnost výskytu se pohybuje v intervalu od 1 do 3, kde hodnota 1 představuje nejmenší pravděpodobnost výskytu, a hodnota 3 nejvyšší pravděpodobnost. Stejná stupnice platí i pro úroveň rizika. Konečný rizikový faktor je získán součtem pravděpodobnosti výskytu a úrovně rizika.

#### Rizikové faktory:

1 - 2,9 rizikový faktor A (nízké riziko)

3 – 5,9 rizikový faktor B (střední riziko)

6 a výše rizikový faktor C (vysoké riziko)

Tabulka 15 – Riziková analýza (vlastní zpracování)

	P(a) výskytu rizika	Úroveň rizika	Rizikový faktor
Nezájem ze strany zaměstnanců	1	3	B
Nedostatečné finance	3	3	C
Neschválení obsahu projektu vedením	2	3	B
Platnost omezení spojených s koronavirem	3	3	C

#### **Rizikové faktory A:**

Žádné z navrhovaných rizik nespadá do tohoto rizikového faktoru.

#### **Rizikové faktory B:**

Nezájem ze strany zaměstnanců – tomuto střednímu riziku lze předejít vhodnou propagací a zajištěním hygienických norem.

Neschválení obsahu projektu vedením – tomuto riziku lze také předejít zajištěním hygienických norem a vhodným představením projektu. Popřípadě vysvětlením přínosu projektu.

#### **Rizikové faktory C:**

Nedostatečné finance – toto riziko je velmi vysoké, jelikož je velmi pravděpodobné, že si firma bude chtít nechat rezervy v případě větších ekonomických potíží, proto je vhodné počkat dokud se situace neustálí.

Platnost omezení spojených s koronavirem – toto riziko je vysoké a je těžké jej ovlivnit, možné je vyčkat, dokud krize nepřejde, popřípadě přesunout datum do doby, kdy to bude bezpečné.



Možný návrh plakátu akce:

VELKÝ MEOPŤÁCKÝ

# SWAP!

NECHTE SE ŠVÉZT NA  
SWAPOVAČÍ VLNĚ!  
POŠLETE DÁL, CO UŽ  
NEPOTREBUJETE, VÝMĚNOU ZA  
NĚCO NEKOUKANÉHO!



Datum  
Od - do  
Jídelna Meopty

**meopta**

Obrázek 3 – Návrh plakátu na akci SWAP (Vlastní zpracování)

## 10.2 Další aktivity

Další doporučení aktivity v souladu se třemi pilíři CSR:

Velké množství aktivit, které doporučuji vyplynulo z dotazníku v analytické části či z vlastní zkušenosti. Vzhledem k současné situaci je ale velmi málo pravděpodobné, že by firma mohla jakoukoli z daných aktivit zrealizovat, jelikož na to, s největší pravděpodobností, nebudou mít dostatek financí v rozpočtu a kvůli omezení, které přinesla koronavirová pandemie.

Pro všechny navrhované aktivity platí stejná rizika, tj. že o ně nebude zájem ze strany účastníků anebo majitelů firmy, nebudou dostatečné finance na jejich zrealizování a údržbu v chodu, a nebude možné je zrealizovat kvůli současné situaci.

### 10.2.1 Environmentální pilíř

Ekosystém nás udržuje při životě a způsob jakým se o něj staráme není zrovna nejvhodnější. Proto jsou zde zmíněny aktivity, které mohou přispět ke zmenšení negativních vlivů na ekosystém a zlepšit podmínky na zemi i pro ostatní obyvatele mimo lidí, tj. pro místní faunu a flóru.

#### Šetření energií

Aktivity v tomto okruhu, jsou zaměřeny na spotřebovávání zejména elektrické energie, která se vyrábí v elektrárnách, které používají zejména uhlí pro svoji výrobu.

- Solární panely na střechy hal – jelikož jsou solární panely v ČR umísťovány na pole, lze je po dohodě, mezi dodavatelem energie s určitou firmou, umístit na střechy jejich hal, takže bude možné pole opět používat k zemědělským aktivitám. Popřípadě pořídit pár panelů pro ohřev vody, což by ušetřilo alespoň energii na ohřev vody či jako dodatečný zdroj energie.
- Vhodné žárovky, zateplování budov, izolace oken – tato řešení jsou velmi nákladná, hlavně v případě, že se jedná o tak velkou firmu jako je Meopta, ale sníží únik energie a pomůžou udržet přijatelnou teplotu v budovách, jak v zimě, tak v létě, což přispěje k větší spokojenosti zaměstnanců.

#### Šetření vodou

Všechny tyto aktivity jsou zaměřené na minimalizaci problémů s plýtváním pitnou vodou, která je důležitá pro život na zemi.

- Úspornější splachování – občas si lidé neuvědomují k čemu jsou dvě tlačítka u splachování na toaletě a zbytečně plýtvají vodou, když to není potřeba. Popřípadě je spousta systémů, které umožňují použít dešťovou vodu ke splachování, takže by se snížilo plýtvání pitnou vodou.
- Sběr dešťové vody – vytvoření nádrží pro sběr dešťové vody, která za normálních okolností končí v kanalizaci společně se znečištěnou vodou, když místo toho by se dala využít k údržbě zeleně a zavlažování či při již zmíněném splachování.
- Způsob, jakým ji firma znečišťuje – provedením pozorování, by firma zjistila, jakými způsoby firma vodu znečišťuje a případně, by se snažila minimalizovat a eliminovat negativní dopady na tento zdroj, popřípadě přispívat k modernizaci čističky vodních zdrojů v Přerově.
- Vlastní lahve a water pointy – jakožto zaměstnavatel musí poskytovat svým zaměstnancům přístup k pitné vodě, všechna voda v kohoutcích je pitná a má i jeden barel s pitnou vodou. Vybudováním více stanovišť s pitnou vodou v barelech, protože ne všichni věří kohoutkové vodě, poskytnutí dávkovačů sirupů a přístroje na bublinkovou vodu, by mohlo snížit nákupy jednorázových plastových lahví, což by snížilo objem plastového odpadu ve firmě, popřípadě i inspirovat zaměstnance k podobnému chování i doma.

### **Plýtvání ostatními zdroji**

Každý jednotlivý bod je zaměřen na ostatní zdroje, které nepatří do přechozích skupin, ale jsou důležité udržetelnou spotřebu těchto zdrojů, zacházení s nimi a jejich další využití.

- Třídění odpadu, recyklace použitelných materiálů a alternativní využití zbytků – i přesto, že se ve firmě hojně třídí odpad, bylo by zajímavé udělat menší rozbor odpadu, kterého materiálu je nejvíce, dá-li se tento objem zmenšit, využít k další výrobě či alternativně využít ve školách. V současné době například darují poškozené optické komponenty školám, jako učební pomůcku. Je možné, že i další části či jiný materiál by se dal takto využít. Celý tento projekt pak mohl snížit objem odpadu, což by mělo pozitivní dopad na životní prostředí a snížilo by to zbytečné plýtvání zdroji. Firma by také ušetřila za kontejnery a pomohla přispět k více ekologicky smýšlející komunitě.

- Zbavení se zbytečné korespondence a papírování – v současné době lze většinu procesů řídit elektronicky, jako například fakturace. To samé platí i pro papírování, jako například elektronické registrace, které by šli řešit pomocí internetu jednodušeji. Zajímavé je i například nákup elektronických verzí denního tisku a ukládání na share, aby k nim měli všichni jednodušší přístup. V rámci tohoto projektu by se mohl opět snížit objem odpady, ale také by mohl zachránit více stromů před pokácením z důvodu výroby papírů.

### **Obnovitelné zdroje ve výrobě**

Tyto aktivity jsou přímo spjaté s výrobou a výrobním procesem, aby minimalizovali dopad na životní prostředí a nadbytečnou spotřebu i plýtvání.

- Cyklus životnosti výrobku – firma by zmapovala, co se děje s výrobkem, až po jeho finální stádium, a zjistí jaká jsou rizika při likvidaci. Zajímavé by bylo tzv. šrotovné, kde by zákazníci poslali produkty určené k likvidaci a firma by dala slevu na další výrobek od této značky, výrobek rozebrala použila použitelné části a zbytek zlikvidovala. Tento proces by měl pozitivní dopad na zmenšení objemu odpadu, ušetřilo by se na částech a pomohlo by to s vývojem nových výrobků.

- Materiály použité při výrobě – jaké druhy materiálů firma používá při výrobě, jak jsou recyklovatelné a jak jsou zdraví závadné, popřípadě jaký další vliv mají na životní prostředí. V případě, že to bude možné nahradit je ekologičtějšími a vhodnějšími. Opět díky projektu by mohla výroba mít menší dopad na životní prostředí.

### **Ochrana životního prostředí**

Životní prostředí je důležité pro zdraví celé společnosti, proto aktivity v tomto okruhu mají moct ulehčit negativním dopadům lidské společnosti právě na životní prostředí, ale i na faunu a flóru, který ji obývá.

- Sběr odpadu v lesích, okolo cest, v okolí pracoviště – organizovat úklidové akce, kdy by firma zajistila ochranné pomůcky, pytle na odpad a popřípadě kontejner a pomáhala by s úklidem odpadků ve zvolené oblasti. Tyto akce by se mohli konat několikrát ročně, ne pouze v rámci celorepublikové akce „Uklidme Česko“. V případě, že šlo o skupinovou akci, bylo by možné akci uspořádat v pracovní době a použít to jako pracovní alternativu, takže by to změnilo rutinu v práci. Dalším pozitivem těchto akcí je i to, že se zbavujeme odpadu na veřejných prostranstvích a pomáhá nám to uvědomit si, kolik toho spotřebováváme, a že vyhazovat odpad do přírody nestojí za to.

- Podpora cestování veřejnou dopravou, pěšky, na kole, anebo alternativními dopravními prostředky, popřípadě jízda ve více lidech – v dnešní době má v telefonu skoro každý krokoměr a GPS, firma by mohla vyhlásit soutěž o naježděné a nachozené kilometry, takže když by zaměstnanci za určitý čas nachodili a naježdili na kole určitý počet kilometrů, například 100km, mohli by získat body do portálu meobenefitů, popřípadě by nejlepší sportovec něco vyhrál. V případě veřejné dopravy, zaměstnavatel zajistil vlastní zastávku skoro před vchodem do společnosti, takže zjednodušil využívání veřejné dopravy, ale mohl by poskytnout určitou částku v meobenefitech, jako motivaci pro jízdu veřejnou dopravou. Důkazem pro pravidelnou jízdu by mohla být měsíční jízdenka, jelikož má prokazatelné znaky vlastníka, takže se dá předejít falšování. V případě nutného dojíždění, zkusit zajistit sdílené dojíždění, aby se snížilo plýtvání benzínem. I když se v rámci celopodnikového sharepointu dá domluvit, mohlo by být zajímavé vytvořit speciální fórum právě pro účely sdílení jízdy, popřípadě buddyho na cestu do práce. Tyto opatření mají pozitivní vliv na životní prostředí, plýtvání zdroji a pomáhají se zlepšením zdraví svých zaměstnanců, popřípadě v případě sdíleného ježdění pomáhá s budováním meziúsekových vztahů.

- Bariérové stromy a keře a sázení stromů obecně – vysazení stromů a keřů jako izolaci proti horku a hluku v okolí budov. Tyto bariéry poskytují i stín, což by mohlo poskytnout úlevu pro zaměstnance, kteří chtějí trávit v letních měsících pauzy venku. Toto opatření je náročné na údržbu, hlavně zaléváním a zajištěním v případě pádu, ale stromy zadržují vodu, poskytují stín a zeleň má pozitivní vliv na mentalitu zaměstnanců. Tyto benefity platí pro všechny stromy a vzhledem k velkoplošnému odlesňování v širokém okolí, by bylo vhodné pomoci se znovu zalesňováním vytěžených ploch, i přes to, že tuto odpovědnost by měli nést firmy iniciující těžbu, které sice vysadí nové sazenice, ale pak se o ně již nestarají, takže stromy v obdobích sucha uhynou.

- Tvorba tzv. domečků pro zvířata a hmyz, podpora včelařů – vzhledem k tomu, že čím dál častěji se v zemědělství používá různých chemických postřiků proti škůdcům, které zahubí skoro vše živé, tedy včetně i jiného drobného hmyzu, jsou některé i užitečné druhy na pokraji vyhynutí. Hmyz je nedílnou součástí našeho ekosystému. Například bez včel nebudou květiny opylovány, což je důležité pro vývoj z květu na plod, takže také důležité i pro náš potravinový řetězec. Firemní komplex Meopty se rozkládá na velkém území a blízko polí, takže by bylo zajímavé poskytnout útočiště, již zmíněnému hmyzu na různých místech na pozemku, stavbou tzv. hmyzích domečků. Tyto mini stavby mají ve většině případů zajímavý design, což by mohlo obohatit vzhled a přidat přírodnější nádech pro celý komplex. Přínosné by i bylo uspořádat soutěž o nejlepší domeček, s tím, že vítězné kusy by byli použity na pozemcích firmy, popřípadě darovány technickým

službám pro místění na vhodné stanoviště. Podobnou soutěž by mohli uspořádat i v případě staveb ptačích budek a krmítek pro ptáky. Všechny tyto projekty by mohli přispět k oživení firmy a dodání přírodnějšího rázu do industriální krajiny okolí firmy a celého Přerova. V případě včel, by mohl být zajímavý nějaký projekt pro včelaře, jelikož včely jsou stále ohroženější druh a pro nás velmi užitečný a důležitý. V minulosti dělala Meopta přenosné mikroskopy a různé honey testery, což by bylo vhodné pro včelaře v případě, že chtějí zjistit stav jeho včelstva a medu, proto by bylo zajímavé vyrobit pár kusů pro zlepšení kvality péče o včelstva. Popřípadě přispět nějakou finanční částku do včelařských spolků či zaměstnancům, kteří včely chovají.

- Louka = trávník – stejně jako většina firem, dbá i Meopta o údržbu všech zatravněných ploch na pozemcích, což není úplně dobře. Trávník pak sice vypadá lépe, zabraňuje kvetení trav (hodně lidí je alergických) a není v něm tolik klíšťat, ale nezadržuje pak vlhkost, ničí se tím přirozené prostředí některých živočichů a také omezuje růst květin a jiných rostlin, což může vést k postupnému vymření druhů. V projektu by se realizovalo vytvoření bezúdržbových lučních ploch, které by se nesekali a nechali se volně růst. Tento projekt by mohl pomoci různým druhům rostlin a živočichů ke klidnému životu, zpříjemnění rázu krajiny a vytvoření relaxačních míst.

- Adopce zvířete v zoo – podpora zoologických zvířat pomáhá k ochraně živočišných druhů. Zajímavé to může být i pro vlastní zaměstnance, jelikož když ji navštíví například se svými dětmi, mohou se na něj podívat. Pro zvolení konkrétního zvířete by mohli zaměstnanci hlasovat a výsledky i s informacemi, které by mohli být v závislosti s tímto tématem zajímavé a nějakým způsobem relevantní k tématu, by mohli být zveřejněny v podnikových novinách Meonews.

### **10.2.2 Sociální pilíř**

Lidská společnost se musí rozvíjet, ale musí i uvědomovat dopady na lidi ve svém okolí. Proto je tento okruh zaměřen právě na lidi, kteří vstupují do okolí firmy a navrhuje řešení některých problémů, které mají například přímo zaměstnanci či jiné složky naší lidské společnosti.

#### **Zaměstnanci**

Právě díky této skupině každá firma funguje, proto by se na ni měla zaměřit ze všeho nejvíce, protože jejich spokojenost se projevuje na kvalitě vyráběných výrobků, jejich produktivitě a celkové atmosféře ve firmě.

- Sick days - v současné době mají sickdays pouze kancelářští pracovníci. I přes to, že vedení firmy má pocit, že by tohoto privilegia řadoví zaměstnanci zneužívali, mohlo by se zavést systém

přidělení počtu sickdays, na základě odpracovaných let, například zaměstnanci pracující ve firmě víc, jak 4 roky, by měli nárok na 1 den sickday. S postupem odpracovaných let by se dny přidávali, například s odstupem 4 let, takže by to byl další benefit pro zaměstnance za jejich věrnost firmě.

- Přednášky a kurzy (finanční gramotnost, výživové poradenství, cestovatelské, ...) – i když je v současnosti zákaz shromažďování, do budoucna by mohlo být zajímavé přidat více přednášek a kurzů pro zaměstnance. Meopta nějaké přednášky pořádá, ale v budoucnu by mohla přidat více přednášek o finančním poradenství, jelikož většině zaměstnanců byl kvůli krizi zkrácen plat, což je mohlo přivést do velmi nepříjemných situací. Možné by mohly být i různé kurzy, které se kterými lze domluvit množstevní slevy v případě velkého zájmu.

- Informační tabule u východu či v jídelně (co způsobuje plýtvání jídlem,...) – tyto dvě místa jsou nejvíce frekventovaná v celé firmě a přesto jsou nedostatečně využita. Na obou místech dochází k tomu, že se zaměstnanci zastavují a čekají, což by se dalo využít k tvorbě informačních bodů, které by poskytovali informace o ekologických problémech, jako je například plýtvání jídlem či plýtvání vodou. Nemusí to být ale pouze negativní informace, tyto tabule by se daly také využít k tomu, aby zaměstnavatelé poděkovali svým zaměstnancům za vykonanou práci či by zde mohli být přidávat inspirativní motta anebo úspěchy zaměstnanců a firmy.

- Chill out zóna a wifi point - jelikož možnost zastavit mají hlavně kancelářští pracovníci, bylo by vhodné zrenovovat a vylepšit relaxační zóny pro pracovníky u pásu a u strojů. V těchto místnostech by mohl být, mimo posezení a stolů, například stolní fotbal, pingpong či šipky. Tyto hry mohou pomoci s odreagováním zaměstnanců, takže budou dělat méně chyb, navíc tyto aktivity pomáhají utužovat kolektiv, takže má více týmového ducha. V těchto místnostech by mohly být také wifi pointy, takže by mohli zaměstnanci ve svém volném čase dělat, co chtějí. Tato opatření mají pozitivní vliv na morálku zaměstnanců, hlavně v případě, že se cítí nedocení.

- Focus groups napříč společnostmi na řešení problému - ve většině případů, si firmy najímají odborníky z externích firem, aby vyřešili určitý problém. Občas by ale problém vyřešili, kdyby si pozvali všechny zaměstnance, kteří se podílí na výrobě produktu od návrhu po finální sestavení a podpůrné činnosti, jako například marketing. I když je pochopitelné, že firmy nevěří řadovým pracovníkům, jsou právě oni, kdo mohou poskytnout právě tu perspektivu, kterou hledají. Navíc toto řešení pomáhá utvrzovat kolektiv mezi různými odděleními, a dodává pracovníkům pocit, že jejich názor má určitou váhu.

## **Děti a studenti**



Je to jedna z těch více zranitelných skupin, které se ve většině případů teprve připravují do zaměstnání, nevědí pořádně, co chtějí a potřebují se připravit na život. Aktivity toho okruhu jsou tedy zaměřeny tak, aby jim pomohli s rozvojem, jelikož jsou prospěšné i pro firmu, která by je mohla v budoucnu zaměstnávat.

- Podpora dalších aktivit pro děti – I přesto, že je většina rodičů v současné době doma se svými dětmi, budou se muset jednou vrátit do práce a budou muset zajistit hlídání pro své děti, v případě, že se školy do konce školního roku neotevřou. Jedním z řešení, které mohou firmy pomoci zrealizovat, mohou být již zmíněné příměstské tábory, či alespoň zajištění hlídání, takže budou mít rodiče méně starostí a budou se moct věnovat práci bez zbytečných starostí. Zajímavé by mohly být i zájmové kluby, například zaměřené právě na optiku či focení. Další variantou můžou být i příspěvky na zájmové kroužky, či zajistit nějaký specifický kroužek speciálně pro děti zaměstnanců Meopty. Vhodná je například organizace DM Atlas, která se nachází blízko společnosti a nabízí širokou nabídku různých zájmových činností.

- Pomoc s výukou fyziky v oboru optika – v současné době začala Meopta spolupracovat s firmou Merkur na vývoji nové sady, která by pomohla s výukou optiky. Mimo to by mohla Meopta přispět, alespoň školám v okolí, různými optickými prvky a naučnými videi pro zajímavější výuku optiky. Tento krok by mohl mít pozitivní ohlas u žáků, takže by se o optiku více zajímali. Tato videa by mohla být vysvětlena odborníkem a mohly by obsahovat pokusy, které by mohlo být možné reprodukovat ve třídě. Popřípadě by mohla Meopta darovat poškozené čočky a hranoly, takže bude výuka více praktická a žáci se tak k optice, alespoň blíže přiblíží.

- Aktivity v dětském domově v Přerově – vhodné by mohly být například četby na pokračování, procházky do přírody, popřípadě spojit se i s jinými organizace, samozřejmě až pomine riziko nakažení, jako například s domovem důchodů či s útulky pro opuštěná zvířata. V případě obou zmíněných organizací ocení pomoc a určitě kooperace pomůže ke zlepšení nálady všech zúčastněných. Navíc to pomůže se sbližováním generací, které pochází z různých skupin.

## **Důchodci**

Tato často velmi opomíjená skupina tvoří minulost, který tvořila hodnoty dnešní společnosti i firmy, v Přerově jich velká většina dokonce v této firmě pracovala, takže velké množství aktivit je vhodné právě pro ně, aby jim vyjádřila díky, za jejich práci.

- Dobrovolnictví - firma by mohla najít důvěryhodné dobrovolníky, kteří by mohli pomáhat důchodcům s domácími pracemi, nákupy či jak by bylo potřeba. Dalším případem by mohla

poskytnout určitý čas svých IT techniků či jiných zaměstnanců, kteří by mohli pomáhat a radit s elektronikou, jako je nastavení a základní ovládání. Na tuto službu by měli automaticky nárok bývalí zaměstnanci, kteří museli odejít do důchodu a nemají rodinu, která by se o ně mohla postarat. Firma by tím ukázala, že si váží práce svých bývalých zaměstnanců a bude to mít i pozitivní dopad na společnost jako celek. Zajímavé by mohlo být to, kdyby se dobrovolníci poslali do domovů důchodců, kde by mohli seniorům předčítat v případě, že už jim jejich zrak neslouží.

- Tvorba klubu pro důchodce anebo aktivit a zábavních dnů - pro stárnoucí lidi je sociální kontakt velmi důležitý, stejně jako pocit že jsou součástí komunity. V případě, že již nemají rodinu anebo jejich partner či kamarádi již nežijí je pro ně těžké čelit realitě samotným. Meopta má klub bývalých zaměstnanců, kteří již odešli do důchodu, ale pro celou společnost by bylo dobré rozšířit to i o lidi v důchodovém věku ze široké veřejnosti. V rámci tohoto například sdružení by se mohli setkávat, hrát pétanque, chodit na vycházky či výlety anebo jenom diskutovat o aktuálních tématech. Zajímavé by mohli být různé přednášky anebo workshopy, popřípadě dny sdílení dovedností. Starší generace si ještě museli vystačit s vlastní kreativitou, například při výrobě oblečení, které si mohli obohatit výšivkami či si něco uplést. V současné době se opět vrací trend soběstačnosti v tom smyslu, že se snažíme minimalizovat odpad a vyrábět si vlastní věci. Členové již zmiňované generace jsou studnou takových dovedností popřípadě zajímavostí ještě z dob jejich vlastních prarodičů, takže by se mohla o jejich znalosti a dovednosti mohli podělit s mladšími generacemi, formou výrobních workshopů – den pletení, ... Možné jsou i obecně výrobní maratony, kdy jsou pak výrobky darovány či prodány, a výtěžek z akce je použit na dobročinné účely.

- Příběhy bývalých zaměstnanců – I když firma vlastní několik kronik z předchozích dob, ne všechny byly vedeny svědomitě, takže ústní výpovědi bývalých zaměstnanců ohledně určitých věcí může být velmi zajímavých články například ve firemních novinách. Tyto výpovědi by mohly být například z významných dnů jako je pád nacismu či komunismu atd.

### **Společnost (komunita)**

Komunita je ovlivněná fungováním firem ve svém okolí, ať se již jedná o zajištění práce či jak se k ní chová. Podle toho si také komunita určuje postoj.

- Turnaje – I přesto, že Meopta je sponzorem velkého množství turnajů či jiných aktivit, sama jich moc nepořádá. Zajímavé by mohly být například turnaje v šachu s mottem: „přines si svou šachovnici“ a startovné použito na dobročinný účel, jako například na jiné aktivity v rámci CSR pro veřejnost.

- Pop-up akce na náměstí, v okolí Přerova – ne všechny akce je nutné dlouze organizovat a nejsou tak finančně náročné, a přesto mohou udělat radost. Například umístit v parku Michalov velké šachy anebo člověče nezlob se, vytvořit tam chodníky skákací panáky anebo jiné hry. Popřípadě za slunečných a teplých letních dnů pozvat nějakého zpěváka a nechat ho zpívat na místě, kde velké množství lidí, pro případ zviditelnění firmy někde umístit logo firmy. Tento krok by mohl mít kladné ohlasy a mohlo dojít ke sdílení události i s logem, což zaručí publicitu firmě a zlepší to náladu občanům.
- Sbírka knih pro knihovny, školky, dětské domovy či jiné organizace – hodně lidí si koupí knížku, přečte si ji a pak už se jí nikdy nedotkne. Kdyby darovali alespoň jednu takovou knihu nějaké další straně, třeba alespoň knihovně, snížil by se počet papíru nutný pro tisk, což by snížilo počet pokácených stromů nutný pro výrobu papíru. Kniha by pak udělala radost více lidem a bylo by to i více ekologické.
- Bleší trhy a sezonní dílničky – jakékoliv akce, které poskytují stýkání komunity, prohlubují sociální vztahy. Každá akce, při které lze vyměnit, prodat anebo darovat věci jim dávají další šanci pro využití, takže se tvoří méně odpadu. V hodné jsou bleší trhy či již zmíněné swapy. V případě dílniček umožňují dávat starým věcem nový vzhled, ale i rozvíjí kreativitu. Nemluvě o tom, že když jsou určené pro děti, mohou si rodiče více odpočinout, jelikož se dítě většinou věnuje naplno aktivitě, kterou provozuje.

### **10.2.3 Ekonomický pilíř**

Aktivity tohoto okruhu jsou zaměřené na to jakým způsobem firma hospodaří s penězi a tvoří zisk udržitelnou cestou, která šetří náklady a minimalizuje negativní dopady na životní prostředí.

#### **Řízení zdrojů**

Hlavně lidské zdroje udržují firmu v chodu, takže je nutné je udržovat v takovém stavu, aby byli spokojeni a byl jejich potenciál dostatečně využit pro rozvoj firmy.

- Využívání potenciálu lidských zdrojů – je jen velmi málo firem, které skutečně využívají potenciál svých zaměstnanců. I přesto, že se některá oddělení pokouší o personální audity, není vždy možné jeho potenciál využít, kvůli nedostatečné úrovni jeho vzdělání a je pak přehlížen. Ne všichni inteligentní a úspěšní lidé dokončili vysoké školy, takže občas stojí za to poslouchat i normální lidi, jelikož jsou to právě oni, kdo může přinést další perspektivu.

- Tvorba informační postů o současných environmentálních problémech – když v současné době není žádný CSR manažer, mělo by tuto zodpovědnost převzít buď HR či marketingové oddělení a informovat i současných problémech, které mají ekologický dopad na naši společnost. V práci zaměstnanci tráví 1/3 dne, takže by firma měla mít odpovědnost za jejich rozvoj.
- Pravidelné údržby strojů – toto opatření vede zmenšení zmetkovosti, eliminaci poruch, které spotřebovávají více energie a zvyšují riziko poranění zaměstnanců.

## **Procesní řízení**

Tento okruh by měl zvyšovat přehlednost fungování firmy a umožňuje snížit náklady na údržbu, ale také pomáhá firmě zjednodušit své řízení i koordinaci úkonů.

- Eliminace nepotřebných procesů a jeho přehlednost a organizovanost – procesní řízení, jak již bylo zmíněno do firmy je, ale ne všichni mu rozumí či jsou schopni v něm cokoli vyhledat. Každé oddělení by mělo vysvětlit jeho funkci ukázat každému vlastníkovvi procesu jeho proces a mít k dispozici možnosti, kde by se mohli na všechny procesy podívat. Mohlo by to pomoci s nespokojeností s tím, že některé pozice nejsou potřebné. Dalším problémem je, že důležitost některých procesů mění, proto by mohlo být užitečné čas od času projít všechny procesy a zajistit jeho potřebnost a prioritu. Tento krok je velmi důležitý hlavně v případě, že se firma snaží zmenšit náklady a snížit počet zaměstnanců, jelikož tak nepřijde o klíčové zaměstnance.
- Tvorba realistických cílů – Obecně, co se týká realistických cílů, většina firem má zavedené časová měření na to, kolik má každý proces trvat ve výrobě. Některé společnosti také mají načasované všechny aktivity, v závislosti na time-driven ABC metody, která může být pro některé jedince velmi stresující. Vhodněji by ji pak bylo lepší sloučit s procesním řízením v kombinaci s teorií omezení, která dokáže relativně přesně odhadnout objem možné vykonatelné práce, což přispívá k tvorbě realistických cílů. Teorie omezení také přispívá k uvědomění úzkých míst ve všech procesech, což je příhodné, když se rozhodneme modernizovat proces, plánujeme výrobu a může pomoci i se snižováním velikosti zásob.
- Vytvořit zastupitelnost zaměstnanců – procesy lze také použít k vytvoření zastupitelnosti zaměstnanců, jelikož je přímo viditelné, kdo je do procesu zakomponován a kdo dělá podobnou náplň práce, popřípadě, čí pravomoci lze o daný úkon rozšířit. Tento bod je velmi složitý, jelikož na jedné přispívá k jednoduššímu dohledání zodpovědné osoby, na druhé může vést k tzv. alibismu, takže by si zaměstnanci daný úkol přehazovali, popřípadě přehazovali zodpovědnost za výsledek. Dalším možným negativem může být i neochota zaměstnanců se o podělit o proces a

sdílet zkušenosti, ze strachu, že přijdou o pracovní místo. Pozitivní ovšem je, že v případě, že se zaměstnanec rozhodne z různých důvodů své pracovní místo opustit, nebude tak těžké pokračovat v procesu, jelikož zastupující osoba může převzít tento proces do doby, než se najde nová náhrada a zaučí. Nevznikají pak zbytečné omezení a zabrždění práce. Z pohledu nákladů se určitě projeví na času potřebném na zatrénování zaměstnanců, ovšem může to na druhou stranu velké množství nákladů ušetřit, když zaměstnanec odejde zůstává proces plynulý díky jeho zástupci.

## **Inovace**

Inovační tendence přináší úsporu a rozvoj. Velké množství strojů, které jsou teď na výrobě jsou sice kvalitnější, vytváří méně zmetků, ale spotřebovávají více energie, občas může docházet k úniku tekutin, které jsou nebezpečné, jelikož se díky nim může stát úraz. Inovace vždy přicházejí s vysokými investičními nároky, což v této době může být skoro nemožné, ale mají spoustu výhod, jako je zvýšená produktivita, snížení nákladů, menší dopad na životní prostředí, nové obchodní styky či zvýšení obrátu.

## **10.3 Shrnutí projektové části**

Všechny navrhované aktivity jsou v souladu s pilíři CSR. Vzhledem k současné situaci s koronavirem a ekonomické situaci, je velmi málo pravděpodobné, že firma se bude soustředit na realizaci CSR aktivit. V případě, že se situace uklidní, bylo vybráno pět aktivit, které jsou nejméně náročné na realizaci, mají velmi pozitivní dopad na životní prostředí a na své okolí - na zaměstnance, jejich rodiny a na komunitu. Mezi tyto aktivity patří příměstský tábor pro děti zaměstnanců, který bude mít přínos pro zaměstnance i jejich děti, které se na tomto táboře naučí novým věcem; SWAP oblečení, který může pomoci se snížením objemu odpadu oblečení a dá věcem nový účel; pozice CSR manažera, který může přicházet s novými nápady a ovlivňovat dopady rozhodnutí firmy na své okolí; a zavedení cílů udržitelnosti, které mohou pomoci firmě dostat se dál, co se CSR týká. V případě SWAPU byla provedena riziková analýza, která lze stejnou měrou aplikovat i na ostatní realizovatelné akce, které byli zmíněny.

Na základě výsledků dotazníků a pozorování byli navrženy i další aktivity, které by bylo možné zrealizovat, když bude vhodná situace.

## ZÁVĚR

Hlavním cílem této práce je analyzovat současný stav aktivit společenské odpovědnosti ve firmě Meopta – optika, s. r. o. a na základě získaných informací navrhnout rozšiřující aktivity, které by ty dosavadní rozšířily a zlepšily současný stav CSR ve firmě.

Teoretická část zpracovala literární a internetové poznatky, jak tuzemských, tak zahraničních autorů, týkající se společenské odpovědnosti firmy. V prvních kapitolách je definovaná koncepce společenské odpovědnosti, jeho vývoj, ale i zainteresované skupiny, které firmy ovlivňují. Následující kapitoly této části se zabývají pilíři společenské odpovědnosti – sociálním, ekonomickým a environmentálním; moderními trendy v CSR a výhodami zavedení CSR ve firmě.

Praktická část je rozdělena na dvě podčásti – na analytickou a projektovou. Obě tyto části ale vychází z teoretických poznatků předchozí části, ale také z nezávislého pozorování ve firmě Meopta-optika, s. r. o. Na začátku analytické části byla představena firma Meopta-optika, s. r. o., ale také zde byli zmapovány a popsány současné aktivity společenské odpovědnosti, které firma již praktikuje. Následně byly vyhodnoceny nasbíraná data z dotazníku, poskytnuté firmou. Dotazníkem bylo zjištěno, že firma své aktivity spojené se společenskou odpovědností dostatečně neprezentuje, ale také poskytl cenné komentáře respondentů, které pomohly při tvorbě nových CSR aktivit. Další úsek analytické části se zaměřoval na PESTLE analýzu, která byla zaměřena na současnou situaci spojenou s koronavirou krizí a možnou budoucí predikcí rozvoje ekonomiky, nových trendů v oblasti životního stylu, ale také technologií. Výsledky obou analýz přinesli nové nápady na rozvoj současných aktivit, dále rozvinutých v projektové části. Dále bylo zjištěno, že současný virus ochromil stav ekonomiky, ale i každodenního života a negativně ovlivnil fungování firmy. Projektová část se zabývá navrhovanými aktivitami CSR, jejich přínosy pro společnost, ale i jejich možnými riziky. Vzhledem k současné ekonomické situaci a vládním nařízením, které omezují chod firmy, musela firma do odvolání všechny své CSR aktivity pozdržet, takže reálně realizovatelné v této době nejsou žádné.

## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

ACCIONA. What is climate change? *Acciona* [online]. [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://www.accionacom.com/climate-change/>

BEATTIE, Andrew. The 3 Pillars of Corporate Sustainability [online]. Jun 16, 2019 [cit. 2020-05-31]. Dostupné z: <https://www.investopedia.com/articles/investing/100515/three-pillars-corporate-sustainability.asp>

BLUEDORN, John a Gita GOPINATH. An Early View of the Economic Impact of the Pandemic in 5 Charts. *IMFblog* [online]. April 6, 2020 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://blogs.imf.org/2020/04/06/an-early-view-of-the-economic-impact-of-the-pandemic-in-5-charts/>

BOK a NOVINKY. Aktivita, které vám pomohou uvolnit napětí v karanténě. *Novinky.cz* [online]. 8. 4. 2020 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/zena/styl/clanek/aktivita-ktere-vam-pomohou-uvolnit-napeti-v-karantene-40319293>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Zahraniční obchod se zbožím - březen 2020* [online]. 07.05.2020 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/cr/zahranicni-obchod-brezen-2020>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. B Inlace, spotřebitelské ceny. *Www.czso.cz* [online]. 13.05.2020 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: [https://www.czso.cz/csu/czso/inflace\\_spotrebitelske\\_ceny](https://www.czso.cz/csu/czso/inflace_spotrebitelske_ceny)

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, C. Mzdy a náklady práce. *Český statistický úřad* [online]. 06.03.2020 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: [https://www.czso.cz/csu/czso/prace\\_a\\_mzdy\\_prace](https://www.czso.cz/csu/czso/prace_a_mzdy_prace)

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, D. Nejnovější údaje o kraji. *Český statistický úřad* [online]. 02.06.2020 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xm>

ČKT a BRU. Průmysl klesá pod tlakem viru, výroba v březnu spadla nejvíce od roku 2009. *E15* [online]. 7. května 2020 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/byznys/prumysl-a-energetika/prumysl-klesa-pod-tlakem-viru-vyroba-v-breznu-spadla-nejvice-od-roku-2009-1369470>

ČKT, B. Nezaměstnanost znovu vzrostla. Bez práce bylo v dubnu nejvíce lidí za dva roky. *Deník.cz* [online]. 7.5.2020 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://www.denik.cz/ekonomika/nezamestnanost-cesko-prace-20200507.html>

ČKT, C. Malým firmám by měl stát odpustit odvody, schválila vláda. Nesmí ale mít sídlo v daňovém ráji Více na <https://www.e15.cz/koronahelpdesk-e15/malym-firmam-by-mel-stat-odpustit-odvody-schvalila-vlada-nesmi-ale-mit-sidlo-v-danovem-raji-1370019>. E15.cz [online]. 25. května 2020 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/koronahelpdesk-e15/malym-firmam-by-mel-stat-odpustit-odvody-schvalila-vlada-nesmi-ale-mit-sidlo-v-danovem-raji-1370019>

ČTK, D. Obce: Neberte nám peníze, už teď musíme rušit investice. Ekonom oponuje: Netrpí nouzí. *Aktuálně.cz* [online]. 14. 5. 2020 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/obce-zrusily-ci-odlozily-investice-za-desitky-miliard-nezbyv/r~857fe50c95cd11ea9d470cc47ab5f122/>

DAKTELA, S. R. O. Chytrá karanténa je „smart“ i díky technologickému řešení Daktela. *IDnes.cz* [online]. 21. května 2020 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: [https://sdeleni.idnes.cz/ekonomika/chytra-karantena-je-smart-i-diky-technologickemu-reseni-daktela.A200518\\_164317\\_eko-sdeleni\\_hradr](https://sdeleni.idnes.cz/ekonomika/chytra-karantena-je-smart-i-diky-technologickemu-reseni-daktela.A200518_164317_eko-sdeleni_hradr)

DANS, Enrique. In A Post-Pandemic World, Renewable Energy Is The Only Way Forward. *Forbes* [online]. May 3, 2020 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://www.forbes.com/sites/enriquedans/2020/05/03/in-a-post-pandemic-world-renewable-energy-is-the-only-wayforward/#370581cd17b6>

DEROUIN, Sarah. Deforestation: Facts, Causes & Effects. *Live science* [online]. November 06, 2019 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://www.livescience.com/27692-deforestation.html>

DESHPANDE, Sara. 10 Consumer Trends That Will Spark Innovation In 2020. *Forbes* [online]. Jan 16, 2020 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://www.forbes.com/sites/saradeshpande/2020/01/16/10-consumer-trends-that-will-spark-innovation-in-2020/#7bab795a1011>

DUBSKÝ, Kamil. Kalamitního dřeva je kvůli kůrovci nadbytek. Jeho cena padá. *Deník.cz* [online]. 9.5.2020 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://www.denik.cz/ekonomika/kvuli-kurovci-pada-cena-dreva-20200509.html>

FAO a EVROPSKÁ KOMISE. Fakta o plýtvání potravinami. *Prameny zdraví* [online]. 23. 2. 2017 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://www.magazinzdravi.cz/fakta-o-plytvani-potravinami>

FERNANDEZ-GAMEZ, Manuel angel, A. Manuel GUTIERREZ-RUIZ, Rafael BECERRA-VICARIO a Daniel RUIZ-PALOMO. The impact of creating shared value on hotels online reputation. *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND ENVIRONMENTAL MANAGEMENT* [online]. 2020 [cit. 2020-06-03]. DOI: 10.1002/csr.1958. ISSN 15353958.



FUTURE AGENDA. Digital Money. *Future Agenda* [online]. 2020 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://www.futureagenda.org/foresights/digital-money/>

HAMBALÍKOVÁ, Karin. Jak koronavirus změnil nákupní chování Čechů na internetu? *GoPay* [online]. 17. 03. 2020 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://www.gopay.com/blog/jak-koronavirus-zmenil-nakupni-chovani-cechu-na-internetu/>

HAMWEY, Robert. Environmental impacts of coronavirus crisis, challenges ahead. *United Nations* [online]. 20 April 2020 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://unctad.org/en/pages/newsdetails.aspx?OriginalVersionID=2333>

HENRIQUES, Martha. Has coronavirus helped the environment? *BBC* [online]. 23rd April 2020 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://www.bbc.com/future/article/20200422-how-has-coronavirus-helped-the-environment>

HORÁČEK, Filip. Čerstvá prognóza: propad HDP i vyšší inflace, nezaměstnanost na uzdě. *Idnes.cz* [online]. 6. dubna 2020 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: [https://www.idnes.cz/ekonomika/domaci/prognoza-ministerstvo-financi-ekonomika-koronavirus.A200406\\_151023\\_ekonomika\\_fih](https://www.idnes.cz/ekonomika/domaci/prognoza-ministerstvo-financi-ekonomika-koronavirus.A200406_151023_ekonomika_fih)

CHIHAMBAKWE, Zj, Ga OOSTHUIZEN, S MATOPE a Eh UHEIDA. A Conceptual Framework to Create Shared Value in Base of the Pyramid Communities with Micro-Containerised Factories. *Procedia Manufacturing* [online]. 2019, **33**, 160-167 [cit. 2020-06-03]. DOI: 10.1016/j.promfg.2019.04.020. ISSN 23519789.

IDNES.CZ. Koronavirus online. *IDnes.cz* [online]. 2020 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://www.idnes.cz/koronavirus>  
INFINITY WATER.ORG. What is the world water crisis? *Infinity water.org* [online]. 2019 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://water.org/our-impact/water-crisis/global-water-crisis/>

IT STUDIO. E-shopy v době pandemie koronaviru COVID-19. *IT Studio* [online]. 2020 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://www.itstudio.cz/blog/koronavirus>

JONES, Thomas M., Jeffrey S. HARRISON a Will FELPS. How Applying Instrumental Stakeholder Theory Can Provide Sustainable Competitive Advantage. *Academy of Management Review* [online]. 2018, **43**(3), 371-391 [cit. 2020-06-02]. DOI: 10.5465/amr.2016.0111. ISSN 03637425.

KALINA, Michal. Jak funguje inteligentní karanténa? Přebírá ji stát, má sjednotit informace o pohybu nakažených. *E15.cz* [online]. [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/domaci/jak-funguje-inteligentni-karantena-prebira-ji-stat-ma-sjednotit-informace-o-pohybu-nakazenych-1368197>

KARATAŞ-ÖZKAN, Mine, Katerina NICOLOPOULOU a Mustafa ÖZBILGIN. Corporate social responsibility and human resource management: a diversity perspective.

Cheltenham: Edward Elgar, 2014, 334 s. ISBN 9781848447936.

KAŠPAROVÁ, Klára a Vilém KUNZ. Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování. Praha: Grada, 2013, 159 s. ISBN 9788024744803.

KERPEN, Dave, Theresa BRAUN a Valerie PRITCHARD. Likeable business: why today's consumers demand more and how leaders can deliver. New York: McGraw-Hill, 2013, 220 s. ISBN 9780071800471.

KNIŽÁTKO, Martin. E-shopy a koronavirus. Jak se vládní nařízení dotýká internetových obchodů? *Kupi.cz* [online]. 15. března 2020 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://www.kupi.cz/magazin/clanek/6467-e-shopy-a-koronavirus-jak-se-vladni-narizeni-dotyka-internetovych-obchodu>

KORNAL, Martin. Koronavirus: nejdůležitější právní otázky a odpovědi. *Frank Bold* [online]. 12. 3. 2020 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://frankbold.org/zpravodaj/kategorie/aktualne/koronavirus-nejdulezitejsi-pravni-otazky-a-odpovedi>

KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. Praha: Grada, 2011, 304 s. Expert. ISBN 9788024735276.

KULHÁNEK, Zdeněk. Jak Češi prožívají karanténu? Volný čas věnují procházkám a internetu. *Ekonomický magazín* [online]. 21. 03. 2020 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://ekonomickymagazin.cz/2020/03/jak-cesi-prozivaji-karantenu-volny-cas-venuji-prochazkam-a-internetu/>

KUNZ, Vilém. *Společenská odpovědnost firem*. Praha: Grada, 2012, 201 s. Expert. ISBN 9788024739830.

LEE, Sun Young, Weiwu ZHANG a Alan ABITBOL. What Makes CSR Communication Lead to CSR Participation? Testing the Mediating Effects of CSR Associations, CSR Credibility, and Organization–Public Relationships. *Journal of Business Ethics* [online]. 2019, **157**(2), 413-429 [cit. 2020-06-02]. DOI: 10.1007/s10551-017-3609-0. ISSN 01674544.

LY. Vláda schválila daňový balíček. Sníží se silniční daň i DPH na ubytování nebo vstupenky. *E15.cz* [online]. 25. května 2020 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/domaci/vlada-schvalila-danovy-balicek-snizi-se-silnicni-dan-i-dph-na-ubytovani-nebo-vstupenky-1370018>

MÁDLOVÁ, Lucie. Společenská odpovědnost firem: [etické podnikání a sociální odpovědnost v praxi]. Kanina: OPS, 2010, 189 s. ISBN 9788087269121.

MARR, Bernard. The Top 10 Breakthrough Technologies For 2020. *Forbes* [online]. Feb 26, 2020 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2020/02/26/mit-names-top-10-breakthrough-technologies-for-2020/#7b30105dd482>

MEOPTA. O Meoptě. Meopta - optika, s. r. o. [online]. 2020 [cit. 2020-06-03]. Dostupné z: <https://www.meopta.com/cz/o-nas/>

MEOPTA. Průmyslové aplikace. Meopta - optika, s. r. o. [online]. 2020b [cit. 2020-06-03]. Dostupné z: <https://www.meopta.com/cz/prumyslove-aplikace/>

MEOPTA. Sportovní optika. Meopta - optika, s. r. o. [online]. 2020c [cit. 2020-06-03]. Dostupné z: <https://www.meopta.com/cz/sportovni-optika/>

MEOPTA. Vojenské aplikace. Meopta - optika, s. r. o. [online]. 2020d [cit. 2020-06-03]. Dostupné z: <https://www.meopta.com/cz/vojenske-aplikace/>

MEOPTA. Vize a mise. Meopta - optika, s. r. o. [online]. 2020e [cit. 2020-06-03]. Dostupné z: <https://www.meopta.com/cz/vize-a-mise/>

MEOPTA. Historie. Meopta - optika, s. r. o. [online]. 2020f [cit. 2020-06-03]. Dostupné z: <https://www.meopta.com/cz/historie-v-kostce/>

MINISTERSTVO FINANCÍ ČR. Makroekonomická predikce - duben 2020. *Mfcr.cz* [online]. 6. 4. 2020 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://www.mfcr.cz/cs/verejny-sektor/makroekonomika/makroekonomicka-predikce/2020/makroekonomicka-predikce-duben-2020-38089>

MINISTERSTVO ZDRAVOTNICTVÍ ČR. Karanténa osob – co mám dělat? *Novinky.cz* [online]. [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://special.novinky.cz/covid-19/covid-19-jak-probiha-domaci-karantena.html>

MINISTERSTVO ZDRAVOTNICTVÍ ČR, B. M I M O Ř Á D N É O P A T Ě N Í. *MINISTERSTVO ZDRAVOTNICTVÍ* [online]. 17. dubna 2020 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://koronavirus.mzcr.cz/wp-content/uploads/2020/04/Mimo%20%99%C3%A1dn%C3%A9-opat%C5%99en%C3%AD-Chytr%C3%A1-karant%C3%A9na.pdf>

MIT TECHNOLOGY REVIEW. Artificial intelligence. *MIT Technology Review* [online]. 2020 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://www.technologyreview.com/topic/artificial-intelligence/>

MORRIS, Sam, Hubert ADJEI-KONTOH a Enjoli LISTON. Where do the 2020 Democratic candidates stand on the key issues? *Guardian* [online]. 04 Mar 2020 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/us-news/ng-interactive/2019/jun/13/2020-election-issues-democrats-policies-climate-change-abortion-immigration-healthcare-where-candidates-stand>

MUDA, Tengku Fatimah Muliana Tengku, Syh Noorul Madihah Syed HUSIN, Siti Khatijah ISMAIL, Zurita Mohd YUSOFF, Siti Fatimah SALLEH, Wan Mohd Yusof Wan CHIK a Nadiyah Binti ZAKARIA. The Relationship of Work-Life Balance and Quality of Life among Women Employees in Universiti Sultan Zainal Abidin, Malaysia. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation* [online]. 2020, **24**(3), 765-774 [cit. 2020-06-03]. DOI: 10.37200/ijpr/v24i3/pr200831. ISSN 14757192.

NAGOURNEY, Adam. Our Guide to the 2020 Election. *The New York Times* [online]. 2020 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/news-event/2020-election>

NASA. The Effects of Climate Change. *Nasa* [online]. 2020 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://climate.nasa.gov/effects/>

NOVÁK, Martin. Přijde druhá vlna? Lékaři se neshodnou, jestli je to nejhorší s koronavirem za námi. *Aktualne.cz* [online]. 24. 4. 2020 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/zahranici/koronavirus-bude-druha-vlna-nakazy/r~e00d8de2854e11ea95caac1f6b220ee8/>

PAVLÍK, Marek a Martin BĚLČÍK. *Společenská odpovědnost organizace: CSR v praxi a jak s ním dál*. Praha: Grada, 2010, 169 s. Management. ISBN 9788024731575.

PACHAMAMA. Effects of Deforestation. *Pachamama* [online]. 2019 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://www.pachamama.org/effects-of-deforestation>

PETA. Meat and the Environment. *Peta* [online]. [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://www.peta.org/issues/animals-used-for-food/meat-environment/>

PLÁNIČKA, Ondřej. Karanténa a „home office“, tedy práce z domova. *ARF* [online]. 17. 3. 2020 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://www.asociacerf.cz/clanky/karantena-a-home-office-tedy-prace-z-domova/>  
<https://special.novinky.cz/covid-19/covid-19-jak-probiha-domaci-karantena.html>

PONCAROVÁ, Jana. Pro někoho výhra, pro jiného propad. Co dělá koronavirus s českou e-commerce? *Investujeme.cz* [online]. 14.04.2020 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://www.investujeme.cz/clanky/koronavirus-a-ceske-eshopy/>

POSITIVE MONEY. Digital Cash: Why Central Banks Should Start Issuing Electronic Money. *Positive Money* [online]. [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://positivemoney.org/publications/digital-cash/>

SÁNCHEZ-HERNÁNDEZ, M. I., González-lópez ÓR, M. BUENADICHA-MATEOS a J. L. TATO-JIMÉNEZ. Work-Life Balance in Great Companies and Pending Issues for Engaging New Generations at Work. *International journal of environmental research and public health* [online]. 2019, **16**(24) [cit. 2020-06-03]. DOI: 10.3390/ijerph16245122. ISSN 16604601.

SEDLÁČKOVÁ, Helena. Ministerstvo zemědělství navyšuje národní dotace, chce (znovu) zvýšit soběstačnost. *Ekonomický deník* [online]. 14.4.2020 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://ekonomickydenik.cz/ministerstvo-zemedelstvi-navysuje-narodni-dotace-chce-zvysit-sobestacnost/>

SEGALOV, Michael. The parallels between coronavirus and climate crisis are obvious. *The Guardian* [online]. 4 May 2020 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/environment/2020/may/04/parallels-climate-coronavirus-obvious-emily-atkin-pandemic>

SEKNIČKA, Pavel a Anna PUTNOVÁ. *Etika v podnikání a hodnoty trhu*. Praha: Grada, 2016, 199 s. ISBN 9788024755458.

SUSTAINABLE TABLE. Meat the Issues – Enviro + Health Impacts of Our Food System. *Sustainable table* [online]. [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://sustainabletable.org.au/all-things-ethical-eating/meat-the-issues/>

SVOBODA, Ondřej. *Důsledky krize budeme cítit dlouho. Bolet bude hlavně restaurace a kulturu* [online]. 4. května 2020 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: [https://www.idnes.cz/ekonomika/domaci/koronavirus-spotreba-uspory-domacnosti-restaurace.A200504\\_103624\\_ekonomika\\_svob](https://www.idnes.cz/ekonomika/domaci/koronavirus-spotreba-uspory-domacnosti-restaurace.A200504_103624_ekonomika_svob)

Tamvada, M. Corporate social responsibility and accountability: a new theoretical foundation for regulating CSR. *Int J Corporate Soc Responsibility* 5, 2 (2020). <https://doi.org/10.1186/s40991-019-0045-8>

TEGMARK, Max. Benefits & Risks of Artificial Intelligence. *Future of Life Institute* [online]. 2016 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://futureoflife.org/background/benefits-risks-of-artificial-intelligence/?cn-reloaded=1>

TEMPLE, James. 10 Breakthrough Technologies. *MIT Technology Review* [online]. February 26, 2020 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://www.technologyreview.com/10-breakthrough-technologies/2020/#unhackable-internet>

TETŘEVOVÁ, Liběna. *Společenská odpovědnost firem společensky citlivých odvětví*. Praha: Grada Publishing, 2017, 215 s. Expert. ISBN 9788027102853.

THE WORLD COUNTS. We're losing Earth's original wild forests. *The World Counts* [online]. 2020 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://www.theworldcounts.com/challenges/planet-earth/forests-and-deserts/why-is-deforestation-a-problem>

TN. Creating an Unhackable Quantum Internet. *TN* [online]. Mar 24, 2020 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://www.technologynetworks.com/informatics/news/creating-an-unhackable-quantum-internet-332473>

TOMANKA, Marek. Koronavirus byty nezlevní, domnívá se Asociace pro rozvoj trhu nemovitostí. *Idnes.cz* [online]. 2. května 2020 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: [https://www.idnes.cz/ekonomika/domaci/nemovitost-realitni-trh-studie-cena-krize-recese-koronavirus.A200501\\_185611\\_ekonomika\\_mato](https://www.idnes.cz/ekonomika/domaci/nemovitost-realitni-trh-studie-cena-krize-recese-koronavirus.A200501_185611_ekonomika_mato)

VAŠÍČKOVÁ, Klára. Napouštění bazénů je luxus. Vodohospodáři nabádají lidi, aby šetřili. *Deník.cz* [online]. 7.5.2020 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z:

<https://www.denik.cz/ekonomika/napousteni-bazenu-je-luxus-vodohospodari-nabadaji-jihomoravany-aby-setrili-20200506.html>

VENTURA, Tomáš. V dubnu přibylo 52 995 lidí bez práce, oznámila ministryně Maláčová. *Idnes.cz* [online]. 4. května 2020 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: [https://www.idnes.cz/ekonomika/domaci/malacova-nezamestnanost-duben.A200504\\_122437\\_ekonomika\\_ven](https://www.idnes.cz/ekonomika/domaci/malacova-nezamestnanost-duben.A200504_122437_ekonomika_ven)

VLÁDA ČR. Mimořádná opatření – co aktuálně platí. *Vláda ČR* [online]. 1. 6. 2020 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://www.vlada.cz/cz/media-centrum/aktualne/vyhlaseni-nouzoveho-stavu-180234/>

WE ART WATER FILM FESTIVAL. What are the water related problems in the world? *We are water* [online]. March 17, 2014 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: [https://www.wearewater.org/en/what-are-the-water-related-problems-in-the-world\\_254243](https://www.wearewater.org/en/what-are-the-water-related-problems-in-the-world_254243)

WORLD WILDLIFE. Water Scarcity. *World Wildlife* [online]. [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://www.worldwildlife.org/threats/water-scarcity>

WRIGHT, Rebecca. The world's largest coronavirus lockdown is having a dramatic impact on pollution in India. *CNN* [online]. April 1, 2020 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://edition.cnn.com/2020/03/31/asia/coronavirus-lockdown-impact-pollution-india-intl-hnk/index.html>

WWF. The effects of climate change. *WWF* [online]. [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://www.wwf.org.uk/learn/effects-of/climate-change>

ZURCHER, Anthony. US election 2020: Meet the Democratic candidates vying to take on Trump. *BBC* [online]. 5 March 2020 [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-47309795>

## SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 – Organizační struktura společnosti Meopta – optika, s. r. o. Zdroj: <a href="https://www.meopta.com/cz/o-nas/">https://www.meopta.com/cz/o-nas/</a> .....	41
Obrázek 2 – Návrh plakátu na příměstský tábor (Vlastní zpracování) .....	82
Obrázek 3 – Návrh plakátu na akci SWAP (Vlastní zpracování) .....	87



## SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 - Výsledky odpovědí pro výrok – Stabilní zaměstnavatel, v závislosti na pracovním vztahu respondenta ve firmě (Vlastní zpracování) .....	48
Tabulka 2 - Výsledky odpovědí pro výrok – Stabilní zaměstnavatel, v závislosti na vzdálenosti od firmy (Vlastní zpracování) .....	48
Tabulka 3 - Výsledky odpovědí pro výrok Pověst firmy, v závislosti na vzdálenosti od firmy (Vlastní zpracování) .....	50
Tabulka 4 - Výsledky odpovědí pro výrok Pověst firmy, v závislosti na pracovním vztahu respondenta ve firmě (Vlastní zpracování).....	50
Tabulka 5 - Výsledky odpovědí pro výrok Výsledky firmy, v závislosti na pracovním vztahu respondenta ve firmě (Vlastní zpracování).....	51
Tabulka 6 - Výsledky odpovědí pro výrok Výsledky firmy, v závislosti na vzdálenosti od firmy (Vlastní zpracování).....	51
Tabulka 7 – Zaměstnanci Vlastní zpracování .....	52
Tabulka 8 – Výsledky výroku Starost o zaměstnance v závislosti na jejich vzdálenosti od firmy (Vlastní zpracování).....	52
Tabulka 9 - Výsledky odpovědí pro výrok Zaměstnavatel, v závislosti na pracovním vztahu respondenta ve firmě (Vlastní zpracování).....	54
Tabulka 10 - Výsledky výroku Zaměstnavatel v závislosti na jejich vzdálenosti od firmy (Vlastní zpracování) .....	54
Tabulka 11 - Výsledky odpovědí pro výrok Rozvoj regionu, v závislosti na pracovním vztahu respondenta ve firmě (Vlastní zpracování).....	55
Tabulka 12 - Výsledky výroku Rozvoj regionu, v závislosti na jejich vzdálenosti od firmy (Vlastní zpracování) .....	55
Tabulka 14 - Výsledky odpovědí pro výrok Charitativní projekty, v závislosti na pracovním vztahu respondenta ve firmě (Vlastní zpracování) .....	56
Tabulka 13 - Výsledky výroku Charitativní projekty, v závislosti na jejich vzdálenosti od firmy (Vlastní zpracování).....	56
Tabulka 15 – Riziková analýza (vlastní zpracování) .....	85

## SEZNAM GRAFŮ

Graf 1 – Charakteristika respondentů dotazníku (Vlastní zpracování).....	46
Graf 2 – Souhrnný pohled na odpovědi na otázku Tvrzení o Meoptě (Vlastní zpracování).....	47
Graf 8 - Charakteristika odpovědí respondentů na daný výrok v závislosti na jejich vzdálenosti od firmy (Vlastní zpracování) .....	51
Graf 7 - Charakteristika odpovědí respondentů na daný výrok v závislosti na jejich pracovním směrem k firmě (Vlastní zpracování) .....	51
Graf 10 - Charakteristika odpovědí respondentů na daný výrok v závislosti na jejich pracovním směrem k firmě (Vlastní zpracování) .....	52
Graf 9 - Charakteristika odpovědí respondentů na daný výrok v závislosti na jejich vzdálenosti od firmy (Vlastní zpracování) .....	52
Graf 11 - Charakteristika odpovědí respondentů na daný výrok v závislosti na jejich vzdálenosti od firmy (Vlastní zpracování) .....	54
Graf 12 - Charakteristika odpovědí respondentů na daný výrok v závislosti na jejich pracovním směrem k firmě (Vlastní zpracování) .....	54
Graf 13 - Charakteristika odpovědí respondentů na daný výrok v závislosti na jejich pracovním směrem k firmě (Vlastní zpracování) .....	55
Graf 14 - Charakteristika odpovědí respondentů na daný výrok v závislosti na jejich vzdálenosti od firmy (Vlastní zpracování) .....	55
Graf 15 - Charakteristika odpovědí respondentů na daný výrok v závislosti na jejich pracovním směrem k firmě (Vlastní zpracování) .....	56
Graf 16 - Charakteristika odpovědí respondentů na daný výrok v závislosti na jejich vzdálenosti od firmy (Vlastní zpracování) .....	56
Graf 17 - Charakteristika odpovědí respondentů na daný výrok v závislosti na jejich pracovním směrem k firmě (Vlastní zpracování) .....	57
Graf 18 - Charakteristika odpovědí respondentů na daný výrok v závislosti na jejich vzdálenosti od firmy (Vlastní zpracování) .....	57
Graf 19 – Zdroje kde respondenti slyšeli poslední zprávy o firmě (vlastní zpracování) .....	58
Graf 20 – Záznam posledních zpráv, které respondenti zaznamenali (vlastní zpracování) .....	58
Graf 21 – Odhad respondentů týkající se ročních příspěvků na CSR aktivity (vlastní zpracování) .....	59

Graf 22 - – Odhady respondentů týkající se příspěvků na CSR aktivity v závislosti na jejich pracovním vztahu k firmě (vlastní zpracování).....	60
Graf 23 – Odhady respondentů týkající se příspěvků na CSR aktivity v závislosti na jejich vzdálenosti od firmy (vlastní zpracování) .....	60
Graf 24 – Zdroje kde respondenti získávají informace (vlastní zpracování).....	60
Graf 25 – Souhrnný graf výsledků výroků o Meopta jako firma (vlastní zpracování).....	61
Graf 26 – Doporučení pracovního místa (vlastní zpracování).....	62