



Ekonomická
fakulta
Faculty
of Economics

Jihočeská univerzita
v Českých Budějovicích
University of South Bohemia
in České Budějovice

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Ekonomická fakulta

Katedra regionálního managementu a práva

Teze k bakalářské práci

Odpovědné a udržitelné podnikání

Vypracovala: Michaela Dušková

Vedoucí práce: doc. Ing. Eva Cudlínová, CSc.

České Budějovice 2023

1 ÚVOD

V dnešním globalizovaném světě je důležitá snaha o trvale udržitelný rozvoj a společenskou odpovědnost. Momentální kritická situace životního prostředí je důsledek působení lidské společnosti. Proto je toto téma diskutované na globální úrovni a nemělo by být přehlíženo jedinci, podniky ani vládami. Společenská odpovědnost firem neboli CSR (z anglického „Corporate Social Responsibility“), která prochází všemi rozhodnutími firmy a měla by být její přirozenou součástí, vede k odpovědnému a udržitelnému podnikání.

Důvodů, proč by se společnosti měli zaměřit na udržitelnou cestu podnikání, je mnoho. Zavedením udržitelnějších postupů ve výrobě je možno snížit negativní dopady, které má na životní prostředí a tudíž chrání přírodní zdroje pro budoucí generace. Navíc snížením spotřeby energie nebo odpadu pak společnosti mohou snížit účty za energie nebo náklady na dodavatele. Zároveň tímto přístupem mohou zlepšit svou pověst a vzhled značky, čímž přilákají nejen zákazníky a nové zaměstnance, ale i investory, kteří upřednostňují environmentálnější postupy. Závazek společnosti k udržitelnosti může být i motivací a důsledek zvýšení produktivity a spokojenosti zaměstnanců.

Z průzkumu bakalářské práce vyplývá, jak by firmy mohly svou strategii obohatit o CSR aktivity, které jsou v dnešní komplikované době a špatném stavu životního prostředí více než potřebné. Jednak kvůli budoucnosti naší planety, tak kvůli konkurenční výhodě, kterou mohou po pečlivém nastudování a následné implementaci CSR aktivit postupem času získat. Žádná společnost by ale neměla zapomínat na jádro jejich úspěchů, a to jsou zaměstnanci. Právě oni vykonávají každodenní činnosti a jejich produktivita má přímý vliv na produkci a tím pádem i na příjmy společnosti. Za úspěchem organizace vždy stojí zaměstnanci a správným přístupem a péčí o ně může společnost docílit k jejich větší motivaci a tím i přispět k jejich aktivitě, která může vést k novým nápadům a pomoci společnosti udržet si konkurenceschopnost.

2 METODIKA A CÍLE PRÁCE

2.1 Cíl práce

Hlavním cílem bakalářské práce je analyzovat aktivity vybrané firmy v oblasti společenské odpovědnosti firem a jaké přijímá iniciativy a opatření pro zlepšení jejich environmentálního a sociálního vlivu. Dále pomocí dotazníkového šetření zjistit, jak jsou zaměstnanci obeznámeni se strategií jejich zaměstnavatele a zjistit jejich povědomí a vnímání vztahu mezi firmou a její strategií v této oblasti.

2.2 Metodika práce

Práce je rozdělena do dvou částí, a to teoretická a praktická část. V teoretické části jsou vyjádřeny definice a základní pojmy, které souvisejí s problematikou udržitelného podnikání. Část se tedy zaměřuje na trvale udržitelný rozvoj, udržitelné a odpovědné podnikání a společenskou odpovědnost firem.

V praktické části je provedena analýza vybrané firmy A v oblasti CSR a zhodnocení dosavadních aktivit v této oblasti. Analýza je rozdělena do tří oblastí dle pilířů CSR. Je analyzována oblast ekonomická, sociální a environmentální. Primárním zdrojem informací jsou od roku 2020 vydávané zprávy o udržitelnosti. V ekonomické oblasti je rozebrán etický kodex, dodavatelé a rozvoj komunit. V sociální oblasti jsou rozebrány vztahy se stakeholdery, etické dodavatelské řetězce, komunity a zdraví a bezpečnost na pracovišti. Ve třetí, a tudíž v poslední oblasti, je analyzována aktivita společnosti v environmentální oblasti. Zde je zkoumána především snaha o uhlíkovou neutralitu, obaly, obnovitelné zdroje energie a cirkulární produkty.

Jako další je v praktické části uskutečněna analýza pomocí strukturovaného dotazníku, který byl distribuován mezi zaměstnance vybrané firmy. Dotazník se skládá celkem ze 16 otázek a byl uskutečňován pomocí služby Survio. Byl navržen tak, aby zahrnul různé otázky týkající se oblasti CSR ve firmě a umožnil tak získat co nekomplexnější pohled na názory zaměstnanců. K zajištění upřímných odpovědí byla zaručena anonymita odpovědí, aby se zaměstnanci nemuseli bát toho, že by byl dotazník použit proti nim. Pomocí tohoto dotazníku jsou zjištěny zásadní informace, díky kterým pak lze zhodnotit, v jaké míře jsou zaměstnanci obeznámeni se strategií jejich zaměstnavatele v oblasti CSR, jak tento vztah vnímají, jejich osobní postoje a jakým způsobem jsou informováni

o strategii svého zaměstnavatele v oblasti sociální a environmentální odpovědnosti. Dotazník byl mířen na tři hlavní aspekty:

- Znalost pojmu CSR a strategii udržitelnosti zaměstnavatele: jak jsou zaměstnanci informováni o strategii jejich firmy v oblasti CSR
- Význam pro zaměstnance: jak zaměstnanci vnímají udržitelnost jako součást podnikání jejich zaměstnavatele
- Oblasti ke zlepšení: zda-li zaměstnanci považují firmu za společensky odpovědnou a na jaké oblasti by se měla zaměřit

Pomocí tohoto dotazníku bude vyvrácena nebo potvrzená následující hypotéza:

- Alespoň polovina dotazovaných zaměstnanců ví, co znamená pojem společenská odpovědnost firem (z anglického CSR – Corporate Social Responsibility)

Na základě důkladné analýzy a provedeného dotazníkového šetření u zaměstnanců vybrané firmy jsou navrženy možná zlepšení do budoucna v oblasti CSR.

3 PRAKTICKÁ ČÁST

Praktická část bakalářské práce se skládá ze dvou částí, analyzování aktivit firmy v oblasti CSR a dotazníkového šetření.

3.1 Analýza v oblasti CSR v praxi vybrané společnosti

Firma A se již od počátku založení firmy věnuje udržitelnosti a společenské odpovědnosti a aktivity v těchto oblastech jsou nedílnou součástí její obchodní strategie. Má zavedenou řadu opatření na řešení ekologických, sociálních a etických problémů, jelikož jejich podnikatelský přístup vychází z SDGs cílů a jejichž implementaci uvádějí do jejich reportu udržitelnosti. V této části jsou zapsané aktivity, která Firma A podniká v každé oblasti.

V dnešní době vstupuje na trh nová generace firem, které se snaží veřejnosti ukázat, jak lze vést přístup firem a lidí samotných k pozitivní změně co se udržitelnosti týče. Mezi takové patří i Firma A, která se už od samého vzniku zaměřuje na odpovědné podnikání a etickou vizi. Z průzkumu oblasti CSR dané firmy lze říct, že klíčovým prvkem, na kterém staví, je již zavedený etický kodex. Ten slouží k posuzování činů a rozhodnutí z hlediska etického, sociálního a ekologického dopadu. Snaží se překročit hráz tradičního podnikání a co nejlepším způsobem zajistit, aby jejich podnikatelská činnost neškodila společnosti ani životnímu prostředí.

Jedním z prvků jejich filozofie je spolupráce s lokálními ekozemědělci a právě tímto podporují místní ekonomiku a snižují uhlíkovou stopu z dopravy. Zároveň tím zajistí, že jejich suroviny jsou vysoce kvalitní a šetrné k životnímu prostředí. Monitorují cesty surovin od samého původu až po konečný produkt, aby zajistili, že celý proces výroby splňuje zásady udržitelnosti. Tento zavedený etický dodavatelský řetězec znamená, že si firma své dodavatele pečlivě vybírá a snaží se navázat dlouhodobá partnerství založená na společných hodnotách. Firma A se také zapojuje do vzdělávání místních ekozemědělců a zlepšit tak jejich znalosti a dovednosti a podporovat tento směr udržitelného zemědělství.

Jako jedna z mála firem se postarali i o zbytkové potraviny, aby snížily následky lidského neudržitelného konzumu potravin. Vymysleli cirkulární produkty, což znamená, že ze zbytků nevyužitých surovin, které by skončily jako odpad, vytváří výrobky nové a tímto

směrem se spojili i s jinými firmami, aby dosáhli synergických efektů a svůj dopad maximalizovali.

Ekologicky šetrné a minimalistické balení jsou dalším prvkem, jak minimalizovat ekologický dopad Firmy A. Tyto obaly snižují jejich produkci odpadu a dodání svých produktů do bezobalových prodejen umožňují zákazníkům nakupovat jejich produkty bezobalově. Používají obnovitelné zdroje energie pro výrobu, aby snížili závislost na fosilních palivech. Velkou investicí v poslední době byla koupě hybridního automobilu. Tímto způsobem snižují emise a klimatické změny.

Firma A chce pro své zaměstnance, kteří tvoří klíčovou skupinu stakeholderů, vytvořit pracovní prostředí, které podporuje tvůrčí myšlení a nabídne možnost růstu pro všechny věkové kategorie. Pro podnikání je klíčové, aby firmy přistupovaly ke vztahům se svými stakeholdery s maximální pozorností a péčí. Proto cílem druhé poloviny praktické části bylo provést analýzu u zaměstnanců pomocí strukturovaného dotazníku, díky kterému po nasbírání odpovědí lze zhodnotit informovanost zaměstnanců ohledně udržitelnosti jejich zaměstnavatele, jak tento aspekt vnímají, jaký to pro ně má osobní význam a na jakou oblast by se podle nich firma měla soustředit a zlepšit.

3.2 Dotazníkové šetření

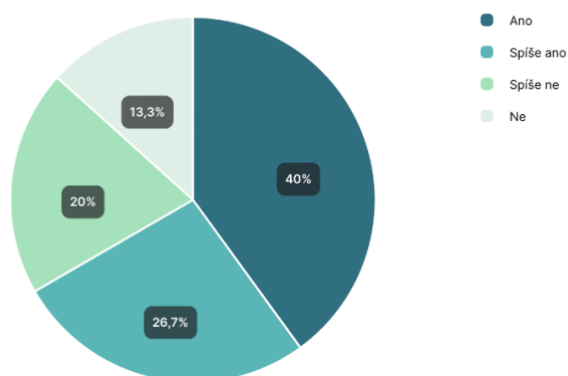
Pomocí dotazníkové šetření je očividná existence rozdílné informovanosti mezi zaměstnanci na nižších pozicích v oblasti sociální odpovědnosti. Zdá se, že mají omezený přístup k informacím ohledně strategie udržitelnosti svého zaměstnavatele a tento zjištěný fakt je významný, protože právě informovanost zaměstnanců může mít pozitivní vliv na jejich angažovanost a vztah k zaměstnavateli. Může to vést k pocitu, že jejich hlasy a názory nejsou důležité. V dotazníkovém šetření vyjádřili důležitost toho, jak se jejich zaměstnavatel chová k životnímu prostředí a oceňují, když se firma angažuje v dobrovolnických aktivitách. Společnost by proto mohla věnovat větší pozornost komunikaci se zaměstnanci a aktivně je zapojovat do své strategie. Sdílení informací, diskuse a zpětná vazba od všech zaměstnanců by mohla přinést pozitivní změny.

Dotazníkem byla potvrzena i hypotéza, která byla stanovena takto:

- Alespoň polovina dotazovaných zaměstnanců ví, co znamená pojem společenská odpovědnost firem (z anglického CSR – Corporate Social Responsibility)

Graf 1: Znalost pojmu CSR

6. Víte, co znamená pojem společenská odpovědnost firem (z anglického CSR - Corporate Social Responsibility)?



Zdroj: vlastní výzkum

Z dotazníku dále vyplývá, že zaměstnanci zvolili tři oblasti, ve kterých by se jejich zaměstnavatel mohl zlepšit, a to oblast inovací a technologií, spravedlivé pracovní podmínky a dobrovolnictví. Co se oblasti inovací a technologie týče, firma stále využívá hodně ruční práce. Investice by tedy mohla proběhnout do technologie ve výrobě a usnadnit tak práci zaměstnancům, kterou by mohli využít na jiné věci. Dále by mohla investovat do výzkumu zaměřeného na zvýšení udržitelnosti výroby, což by mohlo zahrnovat například snižování spotřeby vody a většího snížení environmentálního dopadu produktů.

Velké procento respondentek vybralo také oblast spravedlivé pracovní podmínky. Bohužel je toto velmi interní záležitost a tak hluboko do firmy nebylo možno nahlédnout. Je možné, že zaměstnanci měli na mysli důstojnou mzdu a odměňování, rozvojové a kariérní příležitosti nebo rovné příležitosti. Z dotazníku totiž vyplývá, jak již bylo zmíněno, že zaměstnanci na nižších pozicích pravděpodobně nemají možnost (nebo se nechtějí) účastnit různých seminářů právě o problematice udržitelného podnikání a nejsou tak dobře informováni, jako pracovníci na vyšších pozicích. Firma by se nicméně měla na tuto oblast zaměřit, protože zajištění spravedlivých podmínek přináší prospěch nejen zaměstnancům, ale i firmě samotné prostřednictvím vyšší produktivity, loajalitě a kvality práce.

Dobrovolnictví je momentálně na seznamu firmy, kterou by chtěli dále rozvíjet. Nicméně stále tato oblast není dlouhodobá a firma podnikla dobrovolnický den s jednou organizací. Firma A by zaměstnancům mohla poskytovat určitý počet hodin ročně dobrovolnické

práci a možnost podílet se tak na aktivitách, jaké si zaměstnanci vyberou. Dále by mohli navázat dlouhodobá partnerství s neziskovými organizacemi, nadacemi nebo charitativními organizacemi s podobnými cíli a hodnotami. Jako poslední by mohli zřídit dobrovolnický fond díky kterému by mohli připsávat na dary pro komunitní projekty.

Firma A by mohla nadále zvýšit podíl cirkulárních produktů za účelem minimalizace plýtvání jídla. Dále aktivně komunikovat o iniciativách v oblasti CSR a o dosažených cílů a úspěších, aby mohli být inspirací pro zákazníky a partnery. Jednou z věcí, na kterou by se měli zaměřit, je využívání marketingu k vzdělávání zákazníků o výhodách udržitelného nákupu a spotřeby například prostřednictvím workshopů a seminářů o udržitelnosti, ochraně přírody a etickém nakupování.

Firma A projevuje vysokou angažovanost ve společenské odpovědnosti a udržitelnosti. Mohli by získat jako potvrzení a uznání za dobré postupy následující certifikáty:

- ISO 2600:2010 – firma se řídí mezinárodními standardy pro společenskou odpovědnost
- Fair Trade – spravedlivé obchodování a udržitelnost
- Pro bezpečnost práce certifikát jako OHSAS 18001 nebo ISO 45001
- Certifikace pro cirkulární produkty – Circular Design, EU Ecolabel

4 ZÁVĚR

Firmy v dnešním světě čelí mnoha environmentálním, sociálním a ekonomickým výzvám. Je nutné na tyto výzvy efektivně reagovat a proto je klíčovým tématem právě udržitelné a odpovědné podnikání, které vede firmy k jejich fungování s ohledem na životní prostředí a společnost. Pokud podniky zohledňují environmentální, sociální a ekonomické aspekty, vytváří pozitivní vliv na životní prostředí, společnost, ale i samotné podniky. Implementace těchto praktik není ze dne na den a vyžaduje dlouhodobé plánování, investice a hlavně spolupráci s mnoha různými zainteresovanými stranami.

Hlavním cílem této bakalářské práce bylo lépe porozumět této oblasti odpovědného a udržitelného podnikání a na základě analýzy firmy a dotazníkového šetření mezi zaměstnanci navrhnout možné způsoby k efektivnějšímu a úspěšnějšímu implementování těchto praktik ve svém provozu.

Práce se skládá ze dvou celků, a to z části teoretické a části praktické. V teoretické části jsou vyjádřeny základní pojmy a definice v oblasti udržitelnosti a společenské odpovědnosti firem. Jedná se především o pojmy udržitelný rozvoj, odpovědné a udržitelné podnikání a CSR (z anglického Corporate Social Responsibility), který je důležitý pro firmy, jelikož umožňuje integrovat právě společenské, ekonomické a environmentální záležitosti do podnikání.

V praktické části je představena vybraná Firma A, její charakteristika, historie a současné působení. Poté je provedena analýza jejich strategie udržitelnosti, která byla podrobně prozkoumána ze zdrojů firmy a z jejich reportu udržitelnosti, který začali zveřejňovat od roku 2020. Následně proběhlo zjišťování dat ohledně informovanosti a důležitosti aktivit zaměstnavatele u zaměstnanců v oblasti CSR pomocí dotazníkového šetření. Získaná data byla zpracována do grafů, u nichž došlo k okomentování těchto získaných informací.

Díky důkladnému průzkumu CSR vybrané organizace a vyplnění dotazníků mohlo dojít k analyzování současné situace podniku v této oblasti a následnému doporučení ke zlepšení momentálního stavu podniku. Návrhy pro případné zlepšení pro podnik se týkal především zlepšení informovanosti zaměstnanců, inovací a technologií, spravedlivých pracovních podmínek, dobrovolnictví, cirkulárních produktů a certifikací. Návrhy by mohl podnik využít ke zlepšení současné stavu.

Z bakalářské práce vyplývá, jak moc je udržitelnost a sociální odpovědnost v dnešní době zásadní pro úspěch podnikání a dlouhodobou prosperitu. Zaměstnanci jsou klíčovým faktorem pro dosažení úspěchu v této oblasti. V celkovém výkonu firmy se odráží právě jejich motivace, loajalita a angažovanost. Pokud vidí smysl v práci a identifikují se s firemními hodnotami, jsou ochotnější tento směr podporovat a motivuje je jak v pracovním, tak osobním životě.