

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA EKONOMICKÁ

Bakalářská práce

Udržitelnost v podnikání

Sustainability in business

Jana Petermannová

Plzeň 2023

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

„Udržitelnost v podnikání“

vypracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucí bakalářské práce za použití pramenů uvedených v příložené bibliografii.

Plzeň dne 24.4.2023

v.r. *Jana Petermannová*

Zásady pro vypracování práce

1. Vymezte pojem udržitelnost a s ním související pojmy.
2. Představte vybraný podnik.
3. Proved'te analýzu přístupu k udržitelnosti ve vybraném podniku.
4. Zhodno'te provedenou analýzu a vytvořte doporučení vedoucí ke zlepšení.

Obsah

Úvod	6
1 Teoretická část	7
1.1 Historie a definice udržitelného rozvoje	7
1.1.1 Historie udržitelného rozvoje.....	8
1.2 Cíle udržitelného rozvoje a ČR 2030	9
1.2.1 17 cílů udržitelného rozvoje (SDGs)	10
1.2.2 Česká republika 2030.....	16
1.3 Udržitelné podnikání.....	16
1.3.1 Společenská odpovědnost firem	19
1.3.2 Zavedení konceptu udržitelnosti do strategie firmy	22
2 Praktická část.....	25
2.1 Představení firmy	25
2.2 Cíle udržitelného rozvoje, na které firma zaměřuje svou pozornost.....	28
2.3 Strategie udržitelnosti IKEA	30
2.3.1 Zdravý a udržitelný životní styl.....	31
2.3.2 Církulární ekonomika a dopad na klima.....	33
2.3.3 Spravedlnost a rovnoprávnost.....	34
2.4 Analýza progresu v oblastech udržitelnosti ve firmě IKEA	38
2.4.1 Návrhy a doporučení ke zlepšení.....	44
Závěr	47
Seznam použitých zdrojů	48
Seznam tabulek	51
Seznam obrázků.....	52
Seznam příloh.....	53

Přílohy

Abstrakt

Abstract

Úvod

Udržitelnost se v posledních letech stala klíčovým tématem v podnikání. Firmy si již uvědomují, že zohledňování ekologických, sociálních a ekonomických faktorů je důležité nejen pro planetu, ale také pro jejich vlastní úspěch a konkurenceschopnost.

Udržitelnost se stala trendem díky zvýšenému povědomí o dopadech podnikání na životní prostředí a společnost. Lidé si stále více uvědomují, jaký vliv má produkce a spotřeba zboží na planetu a společnost jako celek. Proto preferují značky a podniky, které dbají na udržitelnost a využívají šetrnější technologie a materiály. Podniky se snaží ukázat své závazky v oblasti udržitelnosti pomocí různých opatření, například snižováním emisí skleníkových plynů, minimalizací množství odpadu, používáním obnovitelných zdrojů energie a využíváním recyklovaných materiálů. Tyto kroky vedou nejen k udržitelnému rozvoji, ale také k posílení firemního image a získávání nových zákazníků.

Cílem této práce je v teoretické části vysvětlit problematiku udržitelnosti v podnikání, definovat pojmy související s udržitelností, jako jsou například společenská odpovědnost firem (CSR) a udržitelný rozvoj. Společenská odpovědnost firem je jednou z možností, jak docílit udržitelnosti v podniku. Podniky se dobrovolně zaměřují na etické podnikání, snaží se snížit dopad na životní prostředí, způsobené jejich činnostmi, pečují o své zaměstnance a sociální okolí, které svou činností nějakým způsobem ovlivňují. Být udržitelným podnikem je v dnešní době jistou příležitostí k získávání nových zákazníků, udržení si svých zaměstnanců nebo také k dostávání lukrativních nabídek investic.

V praktické části bude představen vybraný podnik a následně proběhne analýza jeho strategie udržitelnosti. Budou sledovány cíle, které si firma stanovila, a pilíře společenské odpovědnosti. Tím je myšleno, jakým způsobem firma uchopuje společenskou odpovědnost vzhledem ke svým potřebám. Následně bude zjišťován progres v jednotlivých oblastech udržitelnosti. Na základě této analýzy budou vytvořena doporučení, která by mohla vést k posílení udržitelnosti v rámci podniku.

1 Teoretická část

Tato část práce je zaměřena hlavně na definice a odborné poznatky týkající se tématu udržitelného rozvoje a dalších souvisejících pojmů.

1.1 Historie a definice udržitelného rozvoje

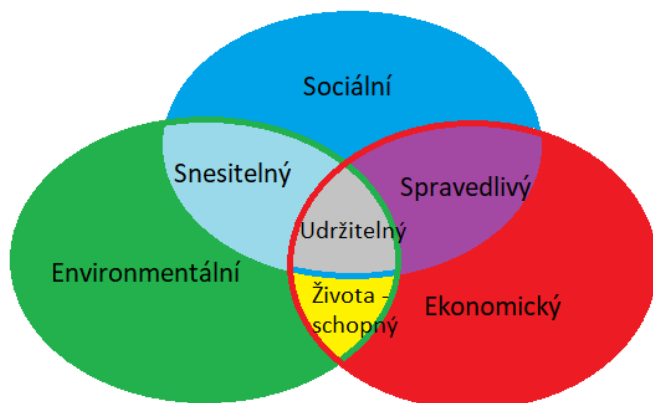
Ministerstvo životního prostředí (2022) České republiky tvrdí, že udržitelný rozvoj původně vychází z potřeby ochraňovat přírodu a životní prostředí. Dnes se však vztahuje i na oblast lepšího stylu vládnutí, správy věcí veřejných a také na sociální oblast, do které patří například otázky týkající se zaměstnanců a veřejnosti.

Webová stránka flagshipimpact.com se ve svém článku nazvaném Historie udržitelného rozvoje (2015) zmiňuje o počátcích současného pojetí udržitelnosti, jež sahají až do doby osvícenství pozdního 17. a počátku 18. století v Evropě, zejména v Německu, Francii a Anglii. Jednalo se o přílišné kácení lesů, které byly v té době naprosto důležité, jakožto hlavní zdroj energie. První myšlenky o udržitelnosti tedy souvisely s lesnictvím. V roce 1713 Hans-Carl von Carlowitz přišel poprvé s termínem udržitelnost (německy *Nachhaltigkeit*). Hovořil o potřebě nepřetržité dodávky dřeva, aby kovárny a doly v Sasku mohly i nadále fungovat.

V roce 1987 bylo slovo „sustainability“ (česky „udržitelnost“) definováno Komisí Spojených národů v rámci zprávy Organizace spojených národů (dále jen OSN) s názvem „Naše společná budoucnost“. V překladu tato definice zní takto: „Zajištění potřeb nynějších generací, aniž by bylo ohroženo naplnění potřeb budoucích generací.“

Aby mohlo být cokoliv považováno za udržitelné, je třeba se opírat o tři pilíře. Sociální, environmentální a ekonomický. *„Tyto pilíře jsou úzce propojeny a nelze jeden z nich upřednostnit na úkor ostatních.“* (Ministerstvo životního prostředí, 2022). Jak jsou tyto pilíře mezi sebou propojeny, je možné vidět na Obrázku 1. Zaměření se pouze na některé z těchto tří pilířů má za příčinu ovlivnění chodu společnosti. Toto téma bude blíže rozebráno v podkapitole 1.3.2 Společenská odpovědnost firem.

Obrázek 1: Pilíře udržitelnosti



Zdroj: Vlastní zpracování dle Ministerstva životního prostředí (2023)

Zákon č. 17/1992 Sb. o životním prostředí definuje trvale udržitelný rozvoj jako: „*takový rozvoj, který současným i budoucím generacím zachovává možnost uspokojovat jejich základní potřeby, a přitom nesnižuje rozmanitost přírody a zachovává přirozené funkce ekosystému.*“

V tomto zákoně se nacházejí další základní pojmy související se zásadami ochrany životního prostředí, zároveň také povinnosti fyzických i právnických osob vůči ochraně životního prostředí. Dále jsou stanoveny daně, poplatky a další platby pro případ znečištění životního prostředí. Subjekty přispívající k ochraně životního prostředí jsou zvýhodňovány úpravou daní a odvodů nebo udělením dotací a úvěrů. Za další nástroj pro přesvědčení firem k ochraně životního prostředí jsou považovány také fondy životního prostředí.

1.1.1 Historie udržitelného rozvoje

V této části je uvedena stručná tabulka důležitých událostí vedoucích k přijetí cílů udržitelného rozvoje a přijetí strategického rámce pro udržitelnost v České republice ČR 2030.

Tabulka 1: Důležité události vedoucí k přijetí SDGs

Rok	Místo konání	Událost	Výstup události
1992	Rio de Janeiro, Brazílie	Zemský summit	Přijetí Agendy 21
2000	New York, USA	Summit Tisíciletí	Přijetí Deklarace Milénia
2002	Jižní Afrika	Světový summit o udržitelném rozvoji	Přijetí Johannesburgské deklarace udržitelného rozvoje a Plán implementace
2012	Rio de Janeiro, Brazílie	Konference Spojených národů o udržitelném rozvoji (Rio +20)	Přijetí dokumentu „Future We Want“
2013	New York, USA	Generální shromáždění	Založení pracovní skupiny pro vývoj návrhu SDGs
2015	New York, USA	Summit Spojených národů	Přijetí Agendy 2030 pro udržitelný rozvoj se 17 cíli udržitelného rozvoje
2017	Česká republika		Přijetí strategického rámce ČR 2030

Zdroj: Vlastní zpracování dle United Nations: Department of Economic and Social Affairs – Sustainable Development, 2023

1.2 Cíle udržitelného rozvoje a ČR 2030

Agenda 2030, jež byla osvojena všemi členskými státy Spojených národů v roce 2015, poskytuje sdílený modrotisk pro mír a prosperitu lidí a planety dnes a do budoucna. V jejím jádru se nachází sedmnáct Cílů udržitelného rozvoje (dále také SDGs), jež jsou neodkladným voláním o konání všech zemí, a to jak rozvinutých, tak i rozvojových, v globální kooperaci. Tyto cíle připouštějí, že ukončení chudoby a dalšího strádání musí jít ruku v ruce se strategiemi, které zkvalitňují zdraví a vzdělání, snižují nerovnost

a pobízí ekonomiku k růstu – to vše během zdolávání klimatické změny a práci na zachování našich oceánů a lesů. (United Nations: Department of Economic and Social Affairs – Sustainable Development, 2023)

Cíle udržitelného rozvoje a ČR 2030 jsou dvě naprosto klíčová témata udržitelného rozvoje ve světě a konkrétně tedy v České republice. Ukazuje to, jak se společnost vyvíjí a jaké má úmysly do budoucnosti. To, jak je ovlivněn stát a sousední země myšlenkou o udržitelnosti, přímo ovlivňuje strategii podniků. Čím je podnik rozmanitější svými zaměstnanci, kteří jsou adekvátně ohodnoceni za kvalitní výrobky a zároveň se zajímá o to, aby fungování tohoto podniku nějak negativně neovlivnilo životní prostředí, tím se stává zajímavějším pro potenciální zákazníky. Toto tvrzení potvrzuje Hyršlová (2009), která se ve své práci zmiňuje o šesti důvodech výhodnosti zavedení koncepce udržitelného rozvoje do činnosti podniku. Tyto důvody jsou zmíněny na konci kapitoly 1.3.2.

1.2.1 17 cílů udržitelného rozvoje (SDGs)

Všechny tyto cíle jsou integrované, to znamená, že akce v jedné oblasti bude mít vliv na výsledky v dalších oblastech, a že vývoj musí vyrovnaván sociální, ekonomickou a environmentální udržitelnost. Země se zavázaly k upřednostnění pokroku u zemí, které jsou nejvíce pozadu. Tyto cíle (SDGs) byly v rámci Agendy 2030 navrženy k ukončení chudoby, hladovění, k zastavení šíření onemocnění AIDS a k potlačení diskriminace žen a dívek. Je důležité, aby každá země sdílela své kreativní nápady, know-how, technologie a finanční zdroje k dosažení cílů SDG v celé společnosti (United Nations Development Programme, 2022).

Obrázek 2: Cíle udržitelného rozvoje (SDGs)



Zdroj: Cíle udržitelného rozvoje (2022)

Aby byl hlavní cíl SDG splněn, je třeba se věnovat a plnit jednotlivé dílčí cíle patřící k tomuto cíli. Pro tuto práci bylo vyjmuto několik málo těchto dílčích cílů, které jsou zaměřené na rok 2030 z Cíle udržitelného rozvoje (2022):

1. Konec chudoby

- Vymýtit extrémní chudobu na celém světě.
- Alespoň o polovinu snížit podíl mužů, žen a dětí všech věkových kategorií žijících v chudobě.
- Je třeba zavést v rámci jednotlivých zemí adekvátní systémy sociálního zabezpečení pro všechny a do roku 2030 rozšířit jejich pokrytí tak, aby zahrnovaly většinu chudých a ohrožených lidí.

2. Konec hladu

- Odstranit hlad a zajistit přístup k bezpečné, výživné a dostačující stravě po celý rok pro všechny lidi, zejména pro chudé a ohrožené.
- Eliminovat všechny formy podvýživy a do roku 2025 dosáhnout mezinárodně dohodnutých cílů týkajících se snížení zakrnělosti a hubnutí dětí mladších pěti let. Dále je nutné vyřešit potřeby výživy pro dospívající dívky, těhotné a kojící ženy a starší osoby.
- Zvýšit produktivitu a příjmy drobných zemědělců – včetně žen, původních obyvatel, rodinných farmářů, pastevců a rybářů tím, že se zajistí rovný a bezpečný přístup k půdě a dalším zdrojům produkce.

3. Zdraví a kvalitní život

- Dosáhnout celosvětově snížení počtu úmrtí matek na méně než 70 úmrtí na 100 tisíc porodů.
- Předcházet úmrtím novorozenců a dětí do pěti let věku.
- Zastavit šíření epidemie HIV/AIDS, tuberkulózy a malárie, stejně jako eliminovat výskyt zanedbávání tropických nemocí. Bude se také bojovat proti hepatitidě, vodou přenášeným chorobám a dalším přenosným onemocněním.
- Snížit o třetinu předčasnou úmrtnost způsobenou nepřenosnými chorobami pomocí prevence a léčby. Cílem je také podporovat duševní zdraví a pohodu.

4. Kvalitní vzdělání

- Zajistit, aby všechny dívky a chlapci ukončili primární a sekundární základní vzdělání bezplatně a rovnoprávně.
- Zajistit, aby měly všechny děti možnost kvalitního rozvoje již v raném dětství pro přípravu na základní vzdělání.
- Zajistit, aby všichni, bez ohledu na pohlaví, měli stejný a cenově dostupný přístup ke kvalitnímu odbornému, učňovskému a vyššímu vzdělání, včetně univerzitního.

5. Rovnost mužů a žen

- Ukončit ve světě veškeré formy diskriminace vůči ženám a dívkám.
- Zajistit odstranění všech projevů násilí vůči ženám a dívkám v soukromé i veřejné sféře, včetně obchodování s lidmi a sexuálního a jiného vykořisťování.
- Zrušit všechny negativní praktiky, jako jsou manželství dětí, brzké nebo nucené sňatky nebo ženská genitální mutilace známá jako „obřízka“.

6. Pitná voda a kanalizace

- Zabezpečit pro všechny lidi bezpečnou a cenově dostupnou pitnou vodu univerzálním a rovným přístupem.
- Zabezpečit spravedlivý přístup ke vhodným sanitárním a hygienickým zařízením pro všechny a ukončit praktiky vylučování na veřejných prostranstvích s důrazem na potřeby žen, dívek a lidí v obtížné situaci.
- Zlepšit kvalitu vody prostřednictvím snížení znečištění vody, zabráněním ukládání odpadů do vod a minimalizací uvolňování nebezpečných látek do vody. Také je třeba zvýšit recyklaci a bezpečné znovupoužití vody na celosvětové úrovni.

7. Dostupné a čisté energie

- Zajistit všem přístup k moderním energetickým službám, které jsou spolehlivé a cenově dostupné.
- Výrazně zvýšit podíl obnovitelných zdrojů energie v celosvětovém energetickém mixu.
- Dosáhnout celosvětového zdvojnásobení energetické účinnosti.

8. Důstojná práce a ekonomický růst

- Zajišťovat udržitelný ekonomický rozvoj na osobu v závislosti na podmínkách jednotlivých zemí, zejména 7% růst HDP ročně v nejméně rozvinutých zemích.
- Dosáhnout větší úrovně ekonomické produktivity prostřednictvím diverzifikace, technologického rozvoje a inovací. To zahrnuje zaměření na odvětví s vysokou přidanou hodnotou a vysokým podílem lidské práce.
- Podporovat rozvojové politiky, které podporují produktivní činnosti, vytváření kvalitních pracovních příležitostí, podnikání, kreativitu a inovace.

9. Průmysl, inovace a infrastruktura

- Zlepšit kvalitu, spolehlivost, udržitelnost a odolnost infrastruktury, zahrnující i regionální a přeshraniční infrastrukturu, aby se podpořil ekonomický rozvoj a zlepšila kvalita života s důrazem na to, aby byla dostupná pro všechny bez rozdílů příjmů.
- Podporovat rozvoj průmyslu takovým způsobem, aby byl zahrnut všemi vrstvami společnosti a aby byl trvale udržitelný. Zvýšit jeho podíl na zaměstnanosti a na HDP.
- Pomoci malým průmyslovým a jiným podnikatelům získat lepší přístup k finančním službám a zajistit jejich začlenění do hodnotových řetězců a trhů.

10. Méně nerovnosti

- Postupně zlepšit příjmy nejhůře placených 40% populace tak, aby překonaly celostátní průměr, a tuto úroveň udržet v průběhu času.
- Podporovat začleňování do společnosti všechny osoby, bez ohledu na jejich věk, pohlaví, zdravotní stav, rasu, etnický původ, náboženské vyznání a sociální nebo ekonomické postavení.
- Zaručit stejné možnosti a snížit nerovnosti, především tím, že budou zrušeny zákony, které diskriminují určité skupiny lidí.

11. Udržitelná města a obce

- Zajistit přístup pro všechny k bydlení, které je vhodné, bezpečné a cenově dostupné.

- Vynaložit více úsilí na ochranu a záchranu kulturních a přírodních památek světového dědictví.
- Zajistit pro všechny bezpečný, finančně a snadno dostupný, udržitelný dopravní systém a zlepšit bezpečnost silničního provozu, zejména prostřednictvím rozšíření veřejné dopravy a zohlednění potřeb lidí v obtížné situaci, jako jsou ženy, děti, osoby se zdravotním postižením a starší lidé.

12. Odpovědná výroba a spotřeba

- Výrazně omezit produkci odpadů pomocí prevence, redukce, recyklace a opakovaného používání.
- Podporovat firmy, zejména velké a nadnárodní společnosti, aby zavedly udržitelné postupy a zahrnuly informace o udržitelnosti do svých pravidelných zpráv.
- Snižit plýtvání potravinami na maloobchodní a spotřebitelské úrovni o polovinu na obyvatele a snížit ztráty potravin v celém výrobním a zásobovacím procesu, včetně ztrát z posklizňových procesů.

13. Klimatická opatření

- Zvýšit ve všech zemích odolnost a schopnost přizpůsobení se klimatickým rizikům a přírodním katastrofám.
- Integrovat klimatická opatření do národních politik, strategií a plánování.
- Zlepšit vzdělávání a povědomí o klimatické změně, posílit lidské i institucionální kapacity pro zmírňování, adaptaci, snižování dopadů a včasné varování v souvislosti s klimatickou změnou.

14. Život ve vodě

- Předcházet a výrazně snižovat znečištění moří do roku 2025, především znečištění způsobené činností na pevnině, jako jsou odpadky a znečištění z živin.
- Minimalizovat a řešit dopady kyselosti okyselování oceánů, včetně posílení vědecké spolupráce na všech úrovních.
- Zvýšit ekonomický přínos z udržitelného využívání mořských zdrojů, jako je řízený rybolov, akvakultura a cestovní ruch, zejména pro malé ostrovní rozvojové a nejméně rozvinuté státy.

15. Život na souši

- Snažit se zastavit expanzi pouští, obnovovat znehodnocenou půdu, včetně pozemků poškozených šířením pouští, a usilovat o svět, v němž nedochází k dalšímu zhoršování kvality půdy.
- Zaručit udržení horských ekosystémů, včetně jejich biodiverzity, aby se zvýšila jejich schopnost poskytovat nezbytné výhody pro udržitelný rozvoj.
- Zaručit rovné rozdělení výhod z využívání genetických zdrojů a podporovat adekvátní přístup k těmto zdrojům.

16. Mír, spravedlnost a silné instituce

- Cílem je dramaticky snížit veškeré formy násilí a související úmrtnost na celém světě.
- Zastavit jakékoliv zneužívání a vykořisťování lidí a také obchodování s nimi, stejně jako všechny druhy násilí namířené proti dětem a zabránit jejich týrání.
- Snížit významně tok nezákonných financí a zbraní, snažit se vrátit ukradený majetek a bojovat proti všem formám organizované kriminality.

17. Partnerství ke splnění cílů

- Získat více financí z různých zdrojů na podporu rozvoje v rozvojových zemích.
- Podporovat přenos a rozšíření ekologicky šetrných technologií do rozvojových zemí za přijatelných podmínek.
- Pomoci rozvojovým zemím posílit své kapacity na podporu naplnění všech cílů udržitelného rozvoje tím, že budou mít k dispozici mezinárodní podporu.
- Dlouhodobě umožnit nejméně rozvinutým státům volný bezkvótový přístup na trhy bez nutnosti platit celní poplatky, s ohledem na rozhodnutí Světové obchodní organizace.
- Dodržovat suverenitu jednotlivých zemí a jejich právo rozhodovat o politikách zaměřených na vymýcení chudoby a udržitelný rozvoj.
- Podporovat a podněcovat účinné spolupráce mezi veřejnými institucemi, soukromým sektorem a občanskou společností na základě osvědčených postupů a strategií využívání zdrojů.

- Zaměřit se na rozšíření současných iniciativ s cílem vytvořit nové nástroje pro měření pokroku v oblasti trvale udržitelného rozvoje, které budou sloužit jako doplněk k HDP (hrubému domácímu produktu) a podpoří vývoj statistických kapacit rozvojových zemí.

1.2.2 Česká republika 2030

Jak je uvedeno v kapitole 1.2.1 Historie cílů udržitelného rozvoje, Česká republika přijala dokument vydaný Spojenými národy a přetvořila ho pro konkrétní potřeby naší země. „Strategický rámec Česká republika 2030 je základní dokument státní správy pro udržitelný rozvoj a zvyšování kvality života obyvatel.“ (Ministerstvo životního prostředí, 2022)

Obrázek 3: 6 cílů ČR 2030



Zdroj: ČR 2030 (2023)

1.3 Udržitelné podnikání

Pojem udržitelné podnikání je spojen s dalšími důležitými pojmy, které je třeba zmínit. Jako například pojem *podniková kultura* přiřazující unikátní hodnoty, normy a principy aplikované na konkrétní organizaci. Seknička a Puntová (2016) tvrdí ve své publikaci *Etika v podnikání a hodnoty trhu*, že právě to, jak firma jedná se zainteresovanými

stranami a jakým způsobem podniká, závisí na kultuře podniku a základních hodnotách, které firma sdílí. Tyto hodnoty jsou klíčovými součástmi podnikatelského modelu a ovlivňují celkovou strategii a chování firmy.

Ve svém článku na webu ekonom.cz se Myslikovjanová (2019) zmiňuje o tom, že firemní kultura může být ideálním nástrojem pracovní motivace mající vliv i na úspěch či neúspěch společnosti. Dále se také zmiňuje o tom, že při zakládání firemní kultury se klade důraz na čtyři prvky. Na symboly zahrnující slang, způsob oblékání a různé zkratky. Na hrdiny, jimiž jsou buď skuteční nebo imaginární lidé sloužící jako příklad ideálního chování. Dalším ze čtyř prvků jsou rituály, které jsou třeba pro správné fungování firmy, jako například neformální aktivity, psaní zpráv nebo formální schůze. Posledním prvkem jsou hodnoty promítající se do pracovní morálky i do celkového směřování firmy.

Seknička a Puntová (2016) se dále zmiňují o pojmu *hospodářská etika*, jež využívá pravidla, principy a standardy, které určují jednání, rozhodování a hodnocení všech účastníků hospodářských procesů, a to na všech úrovních ekonomického systému. Hospodářská etika má tři úrovně. Mikroúroveň se zabývá etickou úrovní vztahů jednotlivých osob (zaměstnavatelé, zaměstnanci, zákazníci, dodavatelé, ...), mezoúroveň se zaměřuje na ekonomické organizace a instituce (firmy, odbory, profesní asociace, ...) a makroúroveň se orientuje na etické otázky související s ekonomickým systémem nebo hospodářským řádem jako celkem.

Dalším důležitým pojmem v udržitelném podnikání je *Etika v podnikání*. Nejdříve je ale třeba rozlišit dva základní pojmy: podnikavost a podnikání.

Podnikavostí je podle webu podnikavost.cz (2018) schopnost využívat příležitosti a nápady a vytvářet z nich hodnoty pro ostatní. Její podstatou je podle této stránky tvořivost, kritické myšlení a řešení problémů, iniciativa a schopnost spolupracovat s ostatními s cílem plánovat a řídit projekty, které mají kulturní, společenskou nebo komerční hodnotu.

Podnikání je „*soustavná činnost provozovaná podnikatelem samostatně, vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku.*“

Seknička a Puntová (2016) se ve své publikaci dále zmiňují o tom, že etika v oblasti podnikání zahrnuje dodržování etických principů, pravidel a standardů, které jsou relevantní pro podnikání a podnikatelské aktivity. Tato oblast vyžaduje zvažování ekonomických rozhodnutí, opatrné jednání a angažovanost jak podnikatele, tak

vedoucích pracovníků. Hlavním cílem etiky v podnikání je harmonizovat etické principy s podnikatelskou praxí. Dodržování etických standardů vyžaduje, aby byla zachována čestnost a spravedlivost ve vztahu ke všem účastníkům podnikání.

Výhodami etického chování v podnikání mohou být podle Nedomové (2023) například:

- zlepšení image značky
- zlepšení morálky zaměstnanců
- pozitivní kultura – klima na pracovišti
- loajalita zákazníků
- loajalita zaměstnanců
- zlepšení náboru
- přilákání investic

Z publikace od Sekničky a Puntové (2016) dále také vyplývá, že pro úspěšné podnikání je klíčovým pojmem strategie, která se dělí na tři úrovně: podnikatelskou, podnikovou a obchodní. Podnikatelská strategie je nejobecnější a soustředí se na otázky jako například jaká je odpovědnost organizace má vůči veřejnosti, nebo jaké principy a hodnoty organizace respektuje a uznává. Na podnikatelskou strategii navazuje strategie podniková, jež může být charakterizována jako široce založený plán, který stanovuje konkurenční schopnost firmy, určuje cíle a definuje politiku, která je nezbytná pro dosažení těchto cílů. Touto úrovní strategie se zabýval Michael E. Porter.

Obrázek 4: Faktory ovlivňující etické chování vedení organizace



Zdroj: Seknička & Puntová (2016)

Neoddělitelnou součástí etiky v podnikání je společenská odpovědnost podniku (dále jen CSR). „*CSR je nezbytnou součástí řízení podniku a její popularita přispěla i k zájmu o etiku v podnikání.*“ (Seknička a Puntová, 2016) Zároveň je jednou z nejhlavnějších možností, jak realizovat udržitelné podnikání. CSR bude více zmíněno v následující kapitole.

1.3.1 Společenská odpovědnost firem

V kapitole předcházející bylo uvedeno, že CSR je jednou z klíčových strategií pro udržitelné podnikání, proto je třeba podrobněji prozkoumat toto téma.

Koncept společenské odpovědnosti firem vychází z anglického sousloví Corporate Social Responsibility (CSR). H. R. Bowen, označovaný jako „otec společenské odpovědnosti firem“, je autorem knihy *Social Responsibilities of the Businessman*, v níž je uvedeno, že: „*K závazkům podnikatele patří realizovat takové směry jednání, které jsou žádoucí z hlediska cílů a hodnot naší společnosti.*“ (Bowen, 1953). Touto myšlenkou se zabývali samozřejmě i další autoři, mimo jiné získala podporu i na úrovni institucionální.

Na počátku 70. let 20. století se v rámci definování pojmu CSR objevil nový prvek – zainteresované strany. Tento aspekt se týkal otázky, koho by firma měla zahrnout do své společenské odpovědnosti. Davis a Blomstorm (1966) tvrdí, že podnikatelé uplatňují společenskou odpovědnost, když zvažují potřeby a zájmy těch, kteří mohou být ovlivněni jejich činnostmi. Johnson (1971) k tomu dodal, že společensky odpovědná firma je taková, která dokáže vyvážit různorodé zájmy vlastníků, zaměstnanců, dodavatelů, zákazníků, místní komunity i země.

Podle Tetřevové a kol. (2017) se v 70. letech 20. století soustředila pozornost v rámci definice CSR dále na specifikaci oblastí, ve kterých by měly firmy vykonávat společenskou odpovědnost. Steiner (1975) například tvrdí, že společenská odpovědnost firem zahrnuje „soubor odpovědností“, který zahrnuje nejen tradiční ekonomickou funkci a dodržování vládních regulací, ale také odborné aktivity a plnění očekávání, která jsou mimo hranice reality.

Existuje několik definic CSR od různých institucí. Evropská komise v roce 2001 definovala společenskou odpovědnost firem jako koncept, který zahrnuje dobrovolné začleňování sociálních a environmentálních hledisek do podnikatelských aktivit a vztahů se zainteresovanými stranami (stakeholdery). V roce 2011 navrhla Evropská komise

novou definici, podle které se společenská odpovědnost firem týká odpovědnosti podniků za dopad svých aktivit na společnost.

Všechny uvedené definice obsahují několik společných aspektů. Hlavními z nich jsou stakeholderi, kteří jsou zmíněni v každé definici. Dalším společným prvkem je dobrovolnost společensky odpovědného chování a konečně jsou vymezovány oblasti společenské odpovědnosti, které obvykle zahrnují ekonomickou, sociální a environmentální oblast, známou jako „triple bottom line“. Podle Tetřevové a kol. (2017) lze společenskou odpovědnost shrnout jako dobrovolné jednání manažerů a dalších zaměstnanců, které se realizuje nad rámec zákona a smluvních ujednání, a zohledňuje ekonomické a technické zájmy dané firmy i zájmy všech zainteresovaných stran (stakeholderů).

Je důležité vysvětlit si některé zmíněné pojmy, jako je například pojem stakeholder. Stakeholderem je zájmová, zainteresovaná strana či skupina, rovněž také skupina vlivu či participující skupina, která může ovlivňovat dosahování záměrů organizace nebo je jím ovlivňována (Freeman, 1984, s. 52). Jedná se tedy o osoby, které mají určitý zájem, něco mohou v důsledku firemních aktivit získat nebo ztratit (Clarkson a kol., 1998, s. 2).

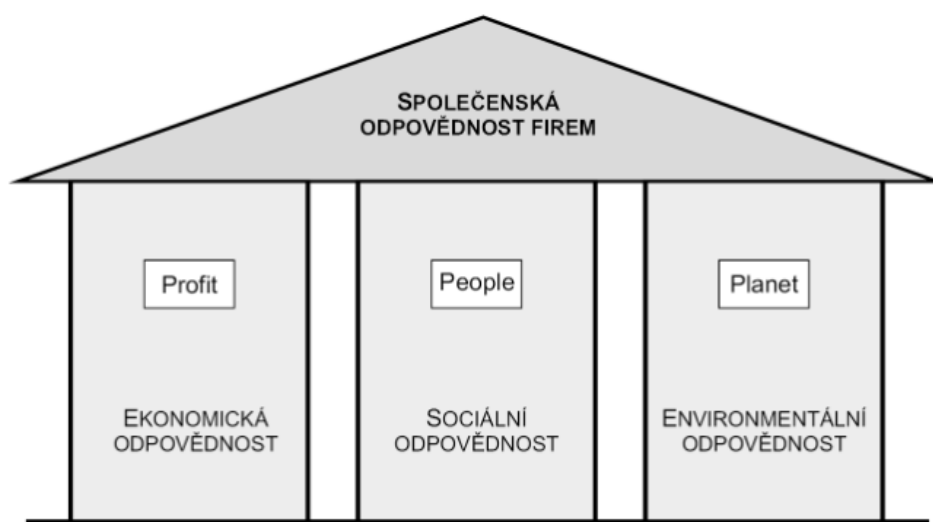
Podle Freemana (1984) se stakeholderem myslí zájmová nebo zainteresovaná strana, skupina vlivu nebo participující skupina, která může ovlivňovat plnění cílů organizace nebo je jimi ovlivňována. Clarkson a kol. (1998) doplnili, že se tedy jedná o ty osoby nebo skupiny mající určitý zájem a v souvislosti s činností podniku mohou buď něco získat, nebo ztratit.

Většinou firmu hlavně zajímají stakeholderi, kteří jsou nějakým způsobem relevantní. Tetřevová a kol. (2017) uvádějí, že relevantní stakeholdery firmy tvoří subjekty, které mohou přinést firmě určité příležitosti nebo naopak představovat určité riziko.

Pojem „stakeholder“ se dále dělí na dvě základní kategorie. Jsou to primární stakeholderi a sekundární stakeholderi. Podle Altaxo (2019) v článku Analýza zainteresovaných stran jsou primárními stakeholdery ti, kteří jsou pro fungování podniku nepostradatelní, a to jsou vlastníci, věřitelé, zaměstnanci, zákazníci, dodavatelé a vláda. Sekundární stakeholderi sice podnik ovlivňují, ale nejsou nezbytní pro jeho přežití. Jsou to konkurence, místní správa a samospráva, místní komunita, nevládní organizace, finanční instituce a průmyslové asociace.

Tetřevová a kol. (2017) uvádějí, že koncept CSR vychází ze základního pojetí tzv. triple bottom line, které se opírá o tři hlavní pilíře CSR, jež jsou také někdy nazývané „3P“. Jsou jimi zisk (profit), lidé (people) a planeta (planet), jak je naznačeno na Obrázku 10: 3 pilíře CSR. První ze tří pilířů CSR, označovaný jako „profit“, zahrnuje ekonomickou odpovědnost firmy, která se projevuje v transparentním podnikání, dodržování principů dobrého řízení a budování pozitivních vztahů se stakeholdery. Druhý pilíř, zvaný "people", se zaměřuje na sociální odpovědnost, ve které je klíčové odpovědné chování vůči zaměstnancům a veřejnosti. Poslední pilíř, „planet“, představuje environmentální odpovědnost a snahu minimalizovat negativní dopady na životní prostředí.

Obrázek 5: 3 pilíře CSR



Zdroj: Tetřevová, L. & kol. (2017)

Se společenskou odpovědností firem souvisí pojem fair trade. Tento pojem lze podle Doležalové (2021) definovat jako obchodní dohodu, která se zakládá na dialogu, transparentnosti a respektu snažící se o dosažení větší spravedlnosti v mezinárodním obchodu. Cílem fair trade je podpořit udržitelný rozvoj tím, že nabízí výhodnější obchodní podmínky a zaručuje práva marginalizovaných výrobců a pracovníků z globálního Jihu. Fair trade se od tradičního obchodu odlišuje 10 hlavními principy:

1. příležitost pro znevýhodněné pěstitele a řemeslníky
2. transparentnost, zodpovědnost
3. principy férového obchodu
4. férové finanční ohodnocení
5. zákaz dětské práce a otroctví

6. zákaz diskriminace
7. dobré pracovní podmínky
8. výstavba zařízení
9. podpora férového obchodu
10. ohled na životní prostředí

Fair trade má tři hlavní přínosy: ekonomický, environmentální a sociální. Ekonomický přínos spočívá v tom, že umožňuje zemědělcům a farmářům vyjednat si vyšší ceny za své produkty, než by obdrželi na tradičních trzích. Environmentální udržitelnost se zajišťuje tím, že fair trade poskytuje podporu v oblasti výroby, financí a znalostí pro adaptaci na klimatické změny. Sociální přínos se projevuje v podpoře zaměstnanců a dělníků, kteří mají možnost dohodnout si lepší pracovní podmínky a uplatňování svých práv prostřednictvím kolektivního vyjednávání a odborů.

Organizace, které vydávají certifikaci produktům, že jsou tzv. fair trade jsou například:

- Fairtrade International (mezinárodní)
- Naturland (Německo) – certifikace bio produktů
- Fair Wear Foundation – férový oděvní průmysl
- Rainforest Alliance – cílem je zachování biodiverzity (UTZ certifikace je součástí)
- Forest Stewardship Council (FSC) – certifikát zajišťující, že produkty pocházejí ze zodpovědně obhospodařovaných lesů, které poskytují ekologické, sociální a ekonomické výhody

Produkty, aby dostaly některou z těchto certifikací, musí splňovat jasně stanovené podmínky. Poté mají na obalech uvedené specifické označení.

1.3.2 Zavedení konceptu udržitelnosti do strategie firmy

Hlavními důvody nahlížení na problematiku udržitelnosti jako na strategickou záležitost jsou podle Hitchcocka a Willarda (2009):

- Významné celosvětové trendy – existuje několik celosvětových trendů mající významný vliv na podnikání. Těmito trendy jsou například energetické zdroje, klimatické změny, využívání přírodních zdrojů a další environmentální problémy, jako jsou pustošením deštných pralesů, vypouštění škodlivých látek do životního prostředí nebo úbytek kvalitní orné půdy.

- Další výzvou pro udržitelnost je v poslední době zvyšující se počet obyvatel.
- Podniky bývají někdy tlačeny svými odběrateli k tomu, aby se věnovaly otázkám udržitelnosti.
- V dnešní době je udržitelnost vnímána jako přirozený krok vývoje a je považována za důležitý faktor pro úspěšné podnikání.

Přínosy strategie udržitelnosti rozlišují Porter a van de Linde (1995) na procesní a produktové. Mezi procesní přínosy patří:

- úspory materiálu získané lepším využitím materiálu, nahrazením, opětovným využitím nebo recyklací,
- zlepšení procesních výstupů,
- zlepšení v oblasti postojů díky lepší údržbě,
- lepší využití vedlejších produktů,
- nižší spotřeba energie v rámci výrobního procesu,
- snížení nákladů na skladování materiálu,
- úspory vyplývající ze zlepšení bezpečnostních podmínek na pracovišti,
- snížení nákladů spojených s likvidací a nakládáním s odpady,
- zlepšení samotného produktu, které vyplývá z lepšího řízení procesu.

Mezi produktové přínosy se řadí dle Porter & van de Linde (1995):

- vyšší kvalita a vyrovnanější produkty,
- nižší výrobní náklady vyplývající například z náhrady materiálů,
- menší náklady na balení,
- lepší využívání zdrojů,
- vyšší bezpečnosti produktů,
- vyšší hodnota produktů při jejich opakovaném prodeji a vyšší hodnota odpadu.

Krause (2019) ve své publikaci uvádí, že firmy usilují o nalezení způsobů, jak se odlišit od svých konkurentů, a udržitelnost poskytuje jednu z možností, jak toho dosáhnout. Dále také upozorňuje na to, že regulace podnikání se neustále mění a firmy, které se snaží pouze splnit minimální zákonné požadavky, budou mít problémy s adaptací na nová, přísnější pravidla. Podle něj je důraz na udržitelnost také účinným způsobem, jak přinést inovace do výrobků a procesů a vytvořit nový trh, nabízející produkty, které nebyly dosud k dispozici. Další výhodou zaměření se na udržitelnost je zlepšení pověsti firmy, protože

sociální odpovědnost je v současné době velmi důležitým trendem. Pokud se firmy soustředí na udržitelnost, mohou snížit rizika a náklady, které s ní souvisejí. Kromě toho pomáhá udržitelnost zlepšovat kvalitu života pomocí principů trvale udržitelného rozvoje. Pokud podniky nezohlední otázku udržitelnosti, mohou se střetnout podle Hitchcock & Willard (2009) s celou řadou hrozeb jako například:

- odpovědnost za znečišťující látky – emise těchto látek byly, jsou a budou předmětem různých regulací,
- problém dodávek surovin a energie,
- útoky na image podniků,
- zákonná rizika – podniky mohou mít problémy v případě, že realizují nějakou činnost, která je v dané době v souladu se zákonnými požadavky, ale v budoucnu může být škodlivá,
- pomlouvačné kampaně proti výrobkům podniků – například některé používané materiály mohou být považovány za škodlivé,
- vyřazení z určitých trhů.

Hyršlová (2009) formulovala šest základních důvodů, proč může být prosazení koncepce udržitelného rozvoje do činnosti podniku vhodné:

1. Může dojít ke zlepšení ekonomicko-environmentální účinnosti technologických procesů.
2. Sníží se negativní dopady na životní prostředí.
3. Podnik může svoje aktivity v rámci udržitelného rozvoje využít i marketingově, a to může mít i pozitivní ekonomické dopady.
4. Aktivity podniků v rámci konceptu udržitelného rozvoje mají preventivní účinky při jednání s různými zájmovými skupinami (státní orgány, samospráva).
5. U zaměstnanců se posílí pozitivní vztah k podniku, který se opět může promítnout do lepší ekonomické výkonnosti.
6. Podnik je celkově atraktivnější pro poskytovatele kapitálu a partnery.

2 Praktická část

V této části práce je představen vybraný podnik, následně je provedena analýza přístupu k udržitelnosti v tomto podniku a na závěr této části je tato analýza zhodnocena. K tomu je také navrženo doporučení vedoucí ke zlepšení. Firma, která je pro toto téma práce vybrána, je IKEA group. K získání potřebných informací a provedení následné analýzy se uskutečnil rozhovor se sustainability manažerkou podniku IKEA Barborou Kotoun.

2.1 Představení firmy

IKEA group je švédská firma zaměřená na prodej a výrobu levného „ready – to – assemble“ (připraveno k sestavení) nábytku a bytových doplňků. Společnost byla založena v roce 1943 Ingvarem Kampradem. Název IKEA je zkratka čtyř slov. První dvě tvoří iniciály zakladatele, poslední dvě jsou počáteční písmena slov Elmtaryd a Agunnaryd, jež jsou názvy farmy a vesnice, kde zakladatel podniku vyrůstal. Původně se jednalo o zásilkový obchod se sídlem ve městě Älmhult ve Švédsku. Na počátku IKEA prodávala tužky, pera, peněženky, hodinky, nylonové punčochy apod., tedy zboží, které se dalo snadno a levně prodat. Dnes je IKEA světově známou značkou cenově dostupného bytového zařízení poskytující lidem design a pohodlí.

Obrázek 6: Vývoj loga IKEA



Zdroj: IKEA (2023)

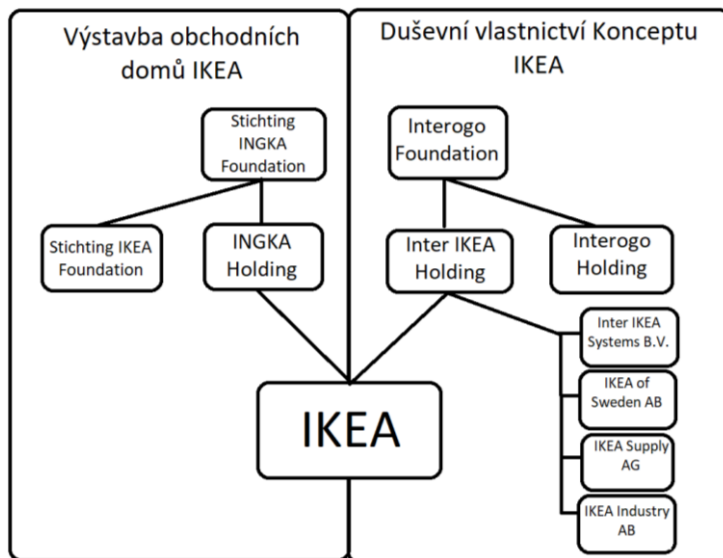
Inter IKEA Group (holding) je skupinou společností propojující franšizanty IKEA s vývojem sortimentu, a dodavatel, soustředící se na celkový strategický směr IKEA. Tato skupina také zahrnuje společnost Inter IKEA Systems B.V., která je celosvětovým

franšízorem IKEA (IKEA, 2023). Vlastníkem Inter IKEA Group je Interogo Foundation. Je podnikatelskou nadací a právníckou osobou podle lichtenštejnského práva. Hlavním účelem této nadace je zajistit nezávislost a dlouhodobou existenci Konceptu IKEA, stejně tak jako vlastnit a řídit skupinu Inter IKEA Group. Také udržuje finanční rezervu pro případ, že by se Koncept IKEA v budoucnu potýkal s velkými výzvami. Tato nadace také vlastní investiční firmu Interogo Holding, která poskytuje potřebné finanční rezervy. Interogo Foundation je entita vlastněná sama sebou a neexistuje žádný jednotlivec, kterému by její činnost přinášela nějaké příjmy. Finanční prostředky, které nadace drží, lze použít pouze v souladu s jejím účelem (IKEA, 2023).

Dále je třeba zmínit se o entitě se jménem Stichting (nizozemsky „nadace“) Ingka Foundation, jejímž cílem je propagovat a podporovat inovace v oblasti architektury a interiérového designu. Stejně jako u Interogo Foundation, nikdo Ingka Foundation nevlastní, takže její činnost nikomu jinému příjmy nepřináší a pouze drží aktiva pro sebe. Tyto dvě nadace byly založeny Ingvarem Kampradem. Ingka Foundation vlastní Ingka Group, která má vlastnickou strukturu zajišťující nezávislost a dlouhodobý přístup. Pod vlastnictvím Ingka Foundation také spadá Stichting IKEA Foundation, jejíž misí je „zlepšit životy ohrožených dětí tím, že umožní jejich rodinám vytvořit si udržitelné bydlení a bojovat proti změně klimatu“ (Wikipedia, 2008 a Ingka, 2023).

V celosvětové síti obchodních domů IKEA je 12 franšízantů, kteří mají smlouvy právě s Inter IKEA Group, jež je vlastníkem Konceptu IKEA, a jak již bylo řečeno v předchozím odstavci, také poskytovatelem franšizy IKEA. IKEA Česká republika, s.r.o. je maloobchodní organizací v rámci Ingka Group. Sice má stejného zakladatele jako Inter IKEA Group, společnou historii a dědictví, ovšem Ingka Group je nezávislou společností s jiným vedením a vlastníky. Všichni franšízanti IKEA platí 3% franšízový poplatek, který umožňuje maloobchodním prodejcům IKEA provozovat obchodní domy, zaručuje přístup k systémům, ke školení zaměstnanců a aktualizacím Konceptu IKEA, jako jsou layouty obchodů, jejich vybavení a koncept vystavování zboží. (IKEA, n.d.)

Obrázek 7: Struktura IKEA



Zdroj: Vlastní zpracování dle IKEA (2023) a WIKIPEDIA (2023)

Autorka práce snažila zjistit, jaké jsou další příčiny přívětivých cen produktů vedle toho, že si zákazníci skládají nábytek sami. Manažerka Barbora Kotoun (osobní komunikace, 17.4.2023) uvedla, že nízké ceny výrobků jsou primárně zapříčiněny velikostí firmy, ta jim dává úspory z rozsahu. Uvedla příklad úspornou LED žárovku, která v roce 2013 byla poprvé jimi uvedena na trh, tudíž stála 399,- Kč. Díky větší komunikaci se zákazníky o její delší životnosti a úspoře, vznikl větší zájem o tento produkt a dnes ve dvoj balení stojí pouhých 39,- Kč.

Firemní VIZE

Na webových stránkách IKEA (2023) zveřejnili znění jejich firemní vize takto: „Vytvářet lepší každodenní život pro mnoho lidí.“ Touto vizí nemyslí firma pouze vybavení domácnosti, ale chtěla by mít pozitivní dopad na svět. A to od komunit, kde získávají suroviny, až po způsob pomáhající zákazníkům žít doma udržitelněji.

Obchodní myšlenka

„Nabízet široký sortiment dobře navržených a funkčních výrobků bytového zařízení za ceny tak nízké, že si je bude moci dovolit co nejvíce lidí.“ *Ingvar Kamprad, zakladatel IKEA* (IKEA, 2023)

Hodnoty IKEA

Pro firmu jsou tyto hodnoty tak důležité, že je nazývají „neoddělitelnou součástí“. Jedná se o následující hodnoty:

- pospolitost – tzv. táhnout za jeden provaz je zakořeněná v samém srdci firemní kultury,
- péče o lidi a planetu – mají za cíl nabízet výrobky z udržitelnějších zdrojů a pomáhat lidem žít doma udržitelněji, pro dobro nynějších i budoucích generací,
- hospodárnost – stále se snaží nacházet způsoby, jak z menšího množství surovin vyrobit více, aniž by přitom ohrozili kvalitu výrobku, a také jak eliminovat zbytečné náklady,
- jednoduchost – jednoduchost znamená ve světě efektivitu,
- obnovovat a vylepšovat – nacházení a řešení neřešitelných problémů je součástí jejich úspěchu a zdrojem inspirace,
- odlišnost, která má smysl – podporují pozitivní změny v jejich odvětví, používají nekonvenční způsoby myšlení a pyšní se tím, že nejsou jako ostatní společnosti,
- předávání a přebírání zodpovědnosti – věří v podporu rozvoje lidí a v sílu jednotlivce, který chce růst,
- jít příkladem – hodnotám lidí dávají stejnou váhu jako jejich schopnostem a zkušenostem (IKEA, 2023).

2.2 Cíle udržitelného rozvoje, na které firma zaměřuje svou pozornost

Firma zveřejnila ve zprávě o trvalé udržitelnosti 2021, že se zaměřuje na celkem 10 cílů udržitelného rozvoje. Těmi jsou:

Obrázek 8: SDGs, na které se firma IKEA zaměřuje



Zdroj: IKEA (n.d.)

Jak již bylo zmíněno v teoretické části této práce, každý z jednotlivých cílů má několik dílčích cílů, které je třeba splnit, aby byl konkrétní cíl splněn. Tím, že firma nemůže naplňovat všech 17 cílů, není ani možné, aby firma naplňovala všechny jimi vybrané ze

100 %. Mohou se o to snažit, ale kvůli jejich konkrétnosti je to velmi obtížné. Autorka provedla analýzu, která ukazuje, jak moc se firma o konkrétní cíl zajímá a naplňuje jej. Pokud se firma nějakým způsobem zmínila o podkategorii na svých stránkách nebo ji podporuje v rámci IKEA Foundation, byla v tabulce označena 100 %. Jestliže se o podkategorii nikde nezmiňuje, byla označena 0 %. Následně byl proveden průměr pro zjištění celkového zaměření na cíl. Autorka se v této sekci odkazuje na Přílohu B, kde lze nalézt tabulky zaměření jednotlivých cílů udržitelného rozvoje.

Tabulka 2: Celkové zaměření na konkrétní cíl SDG

Konec chudoby	100 %
Konec hladu	80 %
Zdraví a kvalitní život	50 %
Kvalitní vzdělání	71 %
Rovnost mužů a žen	83 %
Pitná voda, kanalizace	60 %
Důstojná práce a ekonomický růst	89 %
Odpovědná spotřeba a výroba	100 %
Klimatická opatření	100 %
Život na souši	75 %

Zdroj: Vlastní zpracování (2023)

Ve většině případů je z Tabulky 2 zřejmé, že se firma zaměřuje na konkrétní cíle nadpoloviční většinou. V jednom cíli jsou ale na hranici. Jedná se o „Zdraví a kvalitní život“. Jistě, na svých stránkách i v rámci IKEA Foundation jsou lidé podporováni. Společnost přispívá na to, aby měli důstojný a kvalitní život, kvalitní zdravotnictví. Jsou také podporovány osoby v rozvojových zemích se zdravotními problémy. Ale tento cíl má celkem konkrétně zaměřené podkategorie. A jak již bylo dříve zmíněno, některé dílčí cíle se neslučují s hlavní činností podniku kvůli své konkrétnosti. Jedná se o dosažení celosvětového snížení počtu úmrtí matek na méně než 70 úmrtí na 100 tisíc porodů, předcházení úmrtí novorozenců a dětí do pěti let věku, posílení prevence a léčby užívání návykových látek a snížení na polovinu počet úmrtí a zranění při dopravních nehodách. Dále má nejnižší hodnocení „Pitná voda, kanalizace“. Na svých stránkách se zmiňují o tom, jaké produkty pro šetření vody do domácnosti poskytují nebo o investici do zachycování dešťových vod a jejich využití, nebo jak vodou šetří v rámci podniku. Podkategorie, na které se lokálně nezaměřují jsou „Zabezpečit pro všechny lidi bezpečnou a cenově dostupnou pitnou vodu a univerzálním a rovným přístupem“ a „Zavést integrovanou správu vodních zdrojů na všech úrovních“. Naopak nejvyšší

procento zaměření se na konkrétní cíl mají cíle „Konec chudoby“, „Odpovědná spotřeba a výroba“ a „Klimatická opatření“.

V rozhovoru respondentka, sustainability manažerka Barbora Kotoun (osobní komunikace, 17.4.2023), uvedla, že tyto cíle jsou globálními cíli IKEA, které je třeba oddělovat od lokálních. Na jejich plnění se zaměřuje IKEA foundation, která financuje expertní organizace, jež přímo vykonávají potřebnou pomoc. Některé cíle udržitelného rozvoje mohou být nerelevantní pro určité regiony. Jako například stav pitné vody v České republice. Proto se spíše zaměřují na motivaci zákazníků, jak šetřit s vodou.

Ve Zprávě o udržitelnosti 2021 se odkazují také na standard GRI (General Reporting Initiative). Z Oficiálního portálu rady kvality ČR (2023) vyplynulo, že tato organizace sídlící v Amsterdamu vytvořila systém ukazatelů pro implementaci a porovnatelné měření a hodnocení společenské odpovědnosti organizací. Tento systém je založen na metodikách pro zveřejňování udržitelnosti, nazývaných Sustainability Reporting Guidelines. Zprávy o udržitelném rozvoji založené na této metodice lze použít pro srovnání chování organizací s příslušnými zákony, normami, standardy a dobrovolnými iniciativami, stejně jako pro srovnání chování organizací v čase. Tyto zprávy ukazují angažovanost organizací v oblasti udržitelného rozvoje ve třech sloupcích – ekonomickém, environmentálním a sociálním. Pro užití této metodiky v praxi je třeba, aby CSR byla součástí systému řízení organizace. (Oficiální portál rady kvality ČR, 2023)

2.3 Strategie udržitelnosti IKEA

Na lokální i globální úrovni se řídí strategií People and Planet positive (PPP), která stanovuje rámec pro jejich aktivity. Zaměřují se na tři hlavní oblasti, které přispívají k řešení změny klimatu, neudržitelné spotřeby a nerovnosti. Těmito oblastmi jsou zdravý a udržitelný životní styl, cirkulární ekonomika a dopad na klima, spravedlnost a rovnoprávnost. Každá z těchto tří oblastí se zaměřuje na některou z klíčových výzev, kterým čelí buď lidé nebo planeta. (IKEA, 2022)

Obrázek 9: Strategické pilíře PPP

Materialita	Klíčová výzva	Strategický pilíř	Závazek
Zdraví a celková pohoda			
Život v domácnosti	Neudržitelná spotřeba	Zdravý a trvale udržitelný životní styl	Inspirovat miliardu lidí na celém světě k zdravějšímu a udržitelnějšímu životnímu stylu
Životní cyklus výrobků			
Využití výrobků v domácnosti			
Maloobchodní provoz	Klimatické změny	Klimatická pozitivita a cirkularita	Stát se do roku 2030 společností, která funguje v souladu s principy cirkulární ekonomiky s pozitivním dopadem na klima.
Doprava			
Sociální dopad			
Zaměstnanci a poskytovatelé služeb	Nerovnost	Spravedlnost a rovnoprávnost	Mít pozitivní vliv na všechny v našem hodnotovém řetězci

Zdroj: IKEA (2022)

2.3.1 Zdravý a udržitelný životní styl

Ikea má za cíl inspirovat do roku 2030 více než miliardu lidí a pomoci jim žít lepší každodenní život v rámci mezí naší planety. Proto nabízí výrobky a řešení přispívající ke zdravějšímu a udržitelnějšímu životu. Pro klasifikaci výrobků pracují s těmito kategoriemi (IKEA, 2022):

- Řešení pro úsporu vody a energií – snaží se pomáhat zákazníkům být energeticky úspornější díky novým možnostem osvětlení, vytápění a domácích spotřebičů. Od roku 2015 nabízí pouze LED žárovky, které spotřebují až o 85 % méně energie a vydrží 20krát déle než běžné žárovky. Co se týče úspory vody, zaměřují se na vývoj výrobků šetřící vodu. Například se jedná o sprchové hlavice a vodovodní baterie snižující spotřebu vody a zároveň udržující správný tlak.
- Výrobky pro zdravější bydlení – například v roce 2020 uvedli na trh čističku vzduchu, která zajistí lepší kvalitu ovzduší v domácnosti.
- Řešení pro snížení množství odpadu – jelikož IKEA neprodává jen nábytek, ale také potraviny, rozhodli se pomocí umělé inteligence vyzkoumat hlavní příčiny plýtvání ve všech obchodních domech a ve fiskálním roce 2021 se jim podařilo snížit plýtvání o 28 %.

K této kategorii sustainability manažerka Barbora Kotoun (osobní komunikace, 17.4.2023) uvedla, že díky implementaci umělé inteligence Winnow se jim podařilo

za fiskální rok 2022 snížit potravinový odpad o 50 %. Aby dále přispívali k redukcí tohoto odpadu, uvedli dvě varianty množství masových koulí, 8 a 12.

- Výrobky a služby, které prodlužují životnost nábytku – ve zprávě o trvalé udržitelnosti 2021 si firma dala za cíl zabudovat postupně do každého výrobku IKEA potenciál pro nové využití, renovaci, opravu, opětovné použití, další prodej a recyklaci. Nabízí proto cirkulární služby, jako jsou:
 - Druhý život nábytku – zákazníci mohou nabídnout jejich použitý nábytek zpět společnosti IKEA. Za to dostanou kartu IKEA na vrácení peněz v hodnotě až 50 % původní ceny vráceného nábytku.
 - Náhradní díly online – od roku 2020 si mohou zákazníci objednat malé náhradní díly a spojovací materiál IKEA zdarma na webových stránkách IKEA.
 - Garantovaný odkup dětského nábytku – členům IKEA family nabízí službu umožňující prodat vybrané výrobky zpět do IKEA za předem stanovenou cenu. (IKEA, 2022)

Z rozhovoru se sustainability manažerkou Barborou Kotoun (osobní komunikace, 17.4.2023) vyplynulo, že tyto služby jsou v České republice čím dál oblíbenější. Respondentka pro tuto práci poskytla tabulku vykazující právě počet využití těchto služeb v České republice, a také na Slovensku a v Maďarsku. Tato tabulka je rozebrána v kapitole 2.4 Analýza progresu v oblastech udržitelnosti ve firmě IKEA.

- Výrobky z udržitelnějších materiálů – nabízí výrobky z obnovitelných materiálů, jedná se například o certifikovanou bavlnu a dřevo, mořské řasy, bambus nebo také o nábytek z recyklovaných plastových lahví. V současné době je 60 % používaných materiálů je obnovitelných a 10 % recyklovaných. Do roku 2030 má společnost za cíl, aby její výrobky byly vyráběné pouze z obnovitelných nebo recyklovaných materiálů. Co se týče dřeva, které je nejvíce používaným materiálem pro bytové zařízení, tak 99,5 % použitého na výrobu výrobků IKEA mělo buď certifikát FSC nebo bylo recyklované. (IKEA, 2022)
- Udržitelnější jídlo – v IKEA jsou si vědomi, že uvědomělejší výběr potravin může snížit dopad na klima a přispět k udržitelnějšímu životu. Proto například firma uvedla na trh rostlinné mleté maso vyrobené z hrachových bílkovin.

Sustainability manažerka Barbora Kotoun (osobní komunikace, 17.4.2023) dále v rozhovoru uvedla, že pro podporu zákazníků v koupi potravin rostlinného původu, jako jsou například bezmasé kuličky, udávají právě na tyto produkty nižší cenovou marži. Co se týče certifikovaných produktů, mají na prodejnách komunikaci oznamující, jakou certifikaci produkt má a na co je zaměřená.

2.3.2 Cirkulární ekonomika a dopad na klima

Ve Zprávě o udržitelnosti 2021 se IKEA (2022) zmiňuje, že Ingka Group pracuje na přechodu na obnovitelné zdroje energie v místech setkávání se zákazníky a v jejich provozech. Také si kladou ve firmě za cíl nepodmiňovat svůj rozvoj nárůstem spotřeby materiálu. Zároveň usilují o doručování zboží s nulovými emisemi a umožnění dalších způsobů udržitelné dopravy, jak se dostat do IKEA. Dali si za cíl nejpozději do roku 2050 dosáhnout tzv. čisté nuly, čímž myslí operativu s nulovými emisemi oxidu uhličitého.

Toto jsou jejich hlavní cíle týkající se úspory energií a emisí:

- Do roku 2030 zvýšit energetickou účinnost všech budov o 40 % ve srovnání s rokem 2010.
- Do roku 2030 pohánět všechny systémy vytápění a chlazení ze 100 % obnovitelnou energií.
- Do roku 2030 snížit emise skleníkových plynů z maloobchodního provozu o 80 % oproti roku 2016.

Dále se také pokoušejí o efektivní využívání energie, protože efektivní využívání energie snižuje klimatickou stopu, závislost na fosilních palivech, a také pomáhá šetřit náklady. Dalším nástrojem pro dosažení nulových emisí, je do roku 2025 realizovat 100 % dopravy zboží zákazníkům pomocí elektromobilů. A do roku 2030 by chtěli snížit emise dojíždějících zaměstnanců a zákazníků o 50 %. (IKEA, 2022)

V rozhovoru respondentka, sustainability manažerka Barbora Kotoun (osobní komunikace, 17.4.2023), tvrdí, že pro fiskální rok 2022 měli v IKEA cíl realizovat 21-25 % dopravy elektromobily, a to je jim podařilo. Nicméně již teď si jsou jisti, že několik jednotek procent jim k dosažení cíle do roku 2025 bude chybět kvůli chybějící infrastruktuře v některých regionech ČR. Z rozhovoru dále vyplynulo, že právě probíhají dva projekty cílící na oblast snižování emisí dojíždějících zaměstnanců. Prvním je výstavba elektronabíječek, jež by mohla motivovat zaměstnance ke koupi elektromobilu.

Druhým je aplikace pro sdílení jízd. Dále zaměstnanci mají možnost si vybrat plně hrazenou kartu na MHD v rámci benefičního programu.

Jejich dalším cílem je stát se do roku 2030 společností souznící s principy oběhového hospodářství (IKEA, 2022).

Respondentka, Barbora Kotoun (osobní komunikace, 17.4.2023), v rozhovoru uvedla, že pomocí studie na téma nábytek jako odpad sledují, co se děje s nábytkem, když o něj jeho držitelé přestanou mít zájem. A protože často končí na skládkách a ve spalovnách, rozhodli se rozproudit kampaň zaměřující se na to, že není třeba starý nábytek vyhodit, ale že někdy postačí nějaká inovace.

Jsou si ale vědomí, že by se neměli zaměřovat jen na to, jakým způsobem prodloužit život jejich výrobkům, ale také jak se chovat k jejich vlastnímu odpadu. (IKEA, n.d.)

K tématu odpadu byly od respondentky, Barbory Kotoun (osobní komunikace, 17.4.2023), poskytnuty tabulky znázorňující typy a objem odpadu a jak se s tímto odpadem nakládá. Jsou blíže rozebrány v následující kapitole 2.4 Analýza progresu v oblastech udržitelnosti ve firmě IKEA.

2.3.3 Spravedlnost a rovnoprávnost

Firma IKEA (2022) ve Zprávě o udržitelnosti 2021 tvrdí, že si je vědoma toho, že se svět potýká s mnoha problémy, proto se snaží podpořit a ovlivnit změnu k lepšímu. Podle nich by se změna měla uchopit tak, aby lidem pomohli zlepšit každodenní život. Kladou si za cíl rozvinout podnikání IKEA tak aby mohli lidem poskytovat slušnou a uspokojivou práci. Tímto by byli schopni sehrát významnou roli ve vytvoření spravedlivé a rovné společnosti. Rovnost je pro tuto firmu jakýmsi základem pro budování lepšího života. Kladou proto důraz na podporu rovnosti žen a mužů, stejně jako práv a příležitostí pro starší spoluobčany, etnické skupiny, LGBTQ+ a osoby se zdravotním postižením. Mohou nabízet svou činností pracovní pozice lidem stěhujícím se za prací a uprchlíkům nebo mohou pomáhat lidem v nouzi. Tvrdí, že jim záleží na jejich zaměstnancích, zákaznících a dodavatelích stejně jako na rozvoji podnikání. Ingka Group nabízí svým zaměstnancům kombinaci benefitů zajišťující to, aby o práci v IKEA mělo zájem co nejvíce talentovaných a motivovaných lidí, a aby si právě tyto osoby udrželi. Tento program benefitů je určený jak pro zaměstnance na plný úvazek, tak i částečný:

- Program One IKEA Bonus – navržen proto aby zlepšoval podnikání a ocenil dobrý výkon a dobře odvedenou práci. Bonus je vyplácen každoročně při splnění nebo překročení stanovených cílů.
- Tack! Věrnostní program – („tack“ je Švédsky „díky“) – po odpracování pěti po sobě jdoucích finančních let v IKEA získají zaměstnanci nárok na účast v programu Tack!, kdy jim IKEA přispívá na penzijní připojištění.
- Program HELP – zaměřuje se na poskytování odborného poradenství soustředící se na zdravotní, právní a osobní podporu (online nebo telefon dostupné 24/7), kterou zajišťuje externí společnost. Tento benefit je poskytován všem zaměstnancům zdarma.
- Pomoc obětem domácího násilí – jelikož má domácí násilí významný dopad na osobní i pracovní život oběti, snaží se jejich zaměstnancům pomoci vyrovnat se s takovými situacemi těmito způsoby:
 - deset dní dovolené pro oběti domácího násilí,
 - bezpečnost na pracovišti,
 - pracovní volno až tři dny ročně pro zaměstnance, poskytující podporu jinému zaměstnanci, který je obětí domácího násilí,
 - finanční či jiní hmotná podpora,
 - psychologická a právní podpora.

Manažerka udržitelnosti Barbora Kotoun (osobní komunikace, 17.4.2023) také v poskytnutém rozhovoru uvedla, že podpoře obětí domácího násilí se věnují už třetím rokem. Právě teď se zaměřují na systematickou změnu v této oblasti a podpoře změny zákona.

- Dny pro dobrou věc – nabízí svým zaměstnancům strávit jeden den (8 pracovních hodin) dobrovolnickou prací v neziskové nebo jiné charitativní organizaci a přitom pobírat mzdu v IKEA, jako kdyby byli v práci.
- Lékařská péče – díky spolupráci s platformou uLékaře.cz mají zaměstnanci IKEA možnost přístupu k lékařské péči. Tato služba je zdarma a lze ji využívat kdekoliv a jak často je třeba.
- Další zaručené benefity pro všechny – sleva pro zaměstnance, zajištěné stravování, program doporučování zaměstnanců, dovolená, příplatky za víkendy, svátky a noční směny, placené volno o svátcích, když jsou obchodní domy zavřené, uniformy a příspěvek na jejich údržbu, multisport karta, jazykové kurzy,

dárky k pracovnímu výročí, dárky k životním událostem, dárek k Vánocům a vánoční večírek, večere pro oddělení / teambuildingové aktivity.

- Další flexibilní benefity – příspěvek na volnočasové aktivity, příspěvek na udržitelnou dopravu, příspěvek na péči o dítě.

Jedním z nejaktuálnějších projektů realizovaných v rámci společenské odpovědnosti firem je ze sociální oblasti „Pomoc Ukrajině“. V prvních dnech války se zaměřoval na vybavování uprchlických kempů a dnes se zaměřují hlavně na to, jak začleňovat ukrajinské uprchlíky do české společnosti. (B. Kotoun, osobní komunikace, 17.4.2023)

Školení a vzdělání

Tím, jak se mění podnikání, mění se i dovednosti potřebné k poskytování skvělých služeb jejich zákazníkům. Ve firmě věří, že celoživotní vzdělání je dobré pro jednotlivce a nezbytné pro budoucnost této maloobchodní firmy s rychle se rozvíjejícími technologiemi. Uplatňují inkluzivní přístup k vedení podporující obchodního ducha a posilující odpovědnost jednotlivců. (IKEA, 2022)

Diverzita a rovné příležitosti

V IKEA si přejí pracoviště odrážející rozmanitost komunit s inkluzivním pracovním prostředím, které umožňuje každému být sám sebou, a to bez ohledu na pohlaví, etnický původ, rasu, národnost, schopnosti, sexuální orientaci a genderovou identitu. Jsou členem Mezinárodní koalice pro rovné odměňování (EPIC) a zavázali se zajistit rovné odměňování žen a mužů v celé skupině Ingka. (IKEA, 2022)

Respondentka, Barbora Kotoun (osobní komunikace, 17.4.2023), tvrdí, že závazek splnili a získali za jeho splnění ocenění. Zároveň ale dodala, že rovné příjmy mají na těch pozicích, kde to bylo možné.

Ingka Group vítá všechny druhy rozmanitosti a snaží se vytvářet inkluzivní pracovní prostředí, ve kterém se zaměstnanci cítí ceněni pro svou jedinečnost. Pro podporu místních organizací usilujících o rovnost LGBT+ darují procento ze zisku z prodeje každé duhové tašky STORSTOMMA těmto organizacím. Zejména projektu Sbarvouven.cz, který je mentoringovou službou pro osoby LGBT+ v krizi, a také projektu Dům světla, který je organizací pro HIV pozitivní klienty v České republice.

Ve spolupráci s Konsorciem organizací pomáhající uprchlíkům realizuje IKEA tříletý projekt na podporu držitelů mezinárodní ochrany v České republice. Cílem je pomoci

uprchlíkům získat nové dovednosti a nabrat pracovní zkušenosti pro to, aby měli větší šanci najít si zaměstnání, ať už v obchodních domech IKEA nebo v jiných firmách v České republice. Projekt začal v lednu roku 2021 a bude končit rokem 2023. Navazuje na globální závazek společnosti IKEA podpořit do konce roku 2022 více než 2500 uprchlíků ve 300 jednotkách IKEA ve 30 zemích. (IKEA, 2022)

Rozhovor s Barborou Kotoun (osobní komunikace, 17.4.2023) poskytl informace týkající se právě tohoto projektu. Respondentka byla dotázána, zdali tento projekt ovlivnila válka na Ukrajině. Tvrdí, že ovlivnila hlavně spektrum uprchlíků. Zatím se jim i s projektem „Pomoc Ukrajině“ podařilo podpořit více než 54 000 uprchlíků. Konečné číslo ale konkrétně k tomuto programu není dostupné. Jak již bylo zmíněno, projekt bude končit rokem 2023. Respondentka ale uvedla, že pro velký zájem se bude prodlužovat.

Dále také IKEA Ostrava spolu s Armádou spásy pravidelně pomáhá lidem bez domova. Jak již bylo zmíněno v benefitech pro zaměstnance, IKEA leží na srdci téma domácí násilí, proto se rozhodli darovat organizacím, které pomáhají obětem tohoto násilí, v příštích dvou letech 3 800 000 Kč. IKEA také tradičně vyzývá děti celého světa, aby navrhly plyšové hračky svých snů. Do výroby putovaly návrhy pěti výherců a 100 % z prodeje těchto plyšových hraček jde na podporu místních iniciativ, které podporují právo dětí si hrát (IKEA, 2022).

IWAY

Dle Zprávy o udržitelnosti 2021 jsou v IKEA (2022) přesvědčeni, že dosáhnout toho, aby firma měla dobré obchodní výsledky a zároveň podnikala férově, lze jen tehdy, když budou jejich dodavatelé sdílet jejich vizi a ambice. Aby toto zajistili, vytvořili kodex chování dodavatelů nazvaný IWAY, který platí pro pracovní podmínky, zásobování a výrobu. Tento kodex podrobně popisuje minimální požadavky týkající se životního prostředí, sociálních a pracovních podmínek. Nejedná se o nový program, je to ale klíč k plnění strategie PPP. Dodavatel bude z dodavatelského řetězce vyřazen, jestliže není schopen rozvíjet jeho podnikání tak, aby splňoval požadavky IWAY. Kodex obsahuje obecnou část, která je seznamem požadavků, které musí kandidáti na dodavatele splňovat před tím, než se s nimi IKEA rozhodne pracovat. Vztahují se na několik oblastí, těmi jsou například: etika podnikání, životní prostředí, odpady, požární ochrana a bezpečnosti práce, pracovní doba, dětská práce, diskriminace, disciplinární opatření atd. Také obsahuje rozšířený soubor požadavků „IWAY Basic“, které musí být splněny do dvanácti

měsíců od dodání prvního výrobku či služby. Protože se jejich očekávání stále vyvíjejí, poskytují svým dodavatelům školení a podporu, proto, aby jim umožnili splňovat nové požadavky a dodržovat předpisy.

IWAY stanovuje deset hlavních principů odrážející postoje IKEA (2022):

- „Principy IWAY jsou podporovány efektivními postupy a otevřeným dialogem.
- Podnikání je vedeno v souladu se zákonem, poctivě a bezúhonně.
- Děti jsou chráněny a příležitosti k práci, vzdělávání a pro rodinný život jsou podporovány.
- Základní pracovní práva jsou respektována.
- Pracovníci mají možnost doby odpočinku, jsou placeni odpovědně a mají příležitost rozvíjet své kompetence.
- Je chráněno zdraví a bezpečnost pracovníků.
- Pracovní a životní podmínky jsou vyhovující.
- Planeta je chráněna.
- Zdroje, včetně vody a odpadu, jsou spravovány udržitelnou a cirkulární cestou.
- Zvířata mají důstojný život“

2.4 Analýza progresu v oblastech udržitelnosti ve firmě IKEA

Tato analýza je provedena na základě získaných informací z poskytnutého rozhovoru od Barbory Kotoun (osobní komunikace, 17.4.2023) a zveřejněných Zpráv o udržitelnosti firmy IKEA.

Zdravý a udržitelný životní styl

V následující tabulce je možné si povšimnout, že služba Druhý život nábytku nabrala na velké popularitě. Ve fiskálním roce 2022 tuto službu využil skoro šesti násobek zákazníků v porovnání s fiskálním rokem 2021.

Tabulka 3: Meziroční změna počtu poskytnutí služby

Druhý život nábytku (CZ)	FY21	FY22	Změna
	1021	6057	+493 %

Zdroj: Vlastní zpracování dle B. Kotoun (osobní komunikace, 17.4.2023)

U této služby je také možné znázornit podíl, kolik procent z vykoupených produktů od zákazníků je zpět prodané. Díky tomu, že pobočka v Praze má pod sebou i pobočky z Maďarska a Slovenska, je možné v následující tabulce vidět, jak si vedou v poskytování této služby i oni. Hodnoty uvedené v následující tabulce jsou z fiskálního roku 2022.

Tabulka 4: Podíl zpět prodaných produktů

Druhý život nábytku	CZ	HU	SK
Vykoupené produkty	6057	2177	750
Zpět prodáno zákazníkům	6022	2177	1049
Podíl	99 %	100 %	139 %

Zdroj: Vlastní zpracování dle B. Kotoun (osobní komunikace, 17.4.2023)

Další službou, kterou firma poskytuje, je Náhradní díly online. Díky znalosti dat ze zemí jako je Maďarsko a Slovensko, lze vytvořit porovnání s Českou republikou. Množstevně je na tom Česká republika nejlépe. Když k tomu ale připočteme i počet prodejen v jednotlivých zemích, které nám ukazují jakousi dostupnost a popularitu v zemi, je možné si povšimnout, že pak je na tom nejlépe Maďarsko.

Tabulka 5: Popularita služby v porovnání s Českou republikou I.

Náhradní díly online	CZ	HU	SK
Poskytnutí služby (počet)	8820	7844	2087
Porovnání s CZ (+/-)		-12 %	-322 %
Porovnání s CZ v rámci počtu prodejen (+/-)		+15 %	-5 %
Počet prodejen	4	3	1

Zdroj: Vlastní zpracování dle B. Kotoun (osobní komunikace, 17.4.2023)

Garantovaný odkup dětského nábytku v České republice využilo celkem 61 zákazníků a na Slovensku jich bylo 13. Z Maďarska k této službě nejsou data. Na porovnání se Slovenskem se lze dívat opět dvěma pohledy. Jedním je porovnání počtů poskytnutí této služby v jednotlivých zemích. Tím druhým je porovnání počtů poskytnutí služby se započtením počtu prodejen v zemi. Při prvním ze dvou pohledů na věc je možné si všimnout, že Česká republika si v poskytování této služby vede mnohem lépe než Slovensko. Ale při započtení počtu prodejen se tento rozdíl výrazně snižuje.

Tabulka 6: Popularita služby v porovnání s Českou republikou II.

Garantovaný odkup dětského nábytku	CZ	SK
Poskytnutí služby (Počet)	61	13
Počet prodejen	4	1
Porovnání s CZ		-369 %
Porovnání s CZ v rámci počtu prodejen (+/-)		-17 %

Zdroj: Vlastní zpracování dle B. Kotoun (osobní komunikace, 17.4.2023)

Cirkulární ekonomika a dopad na klima

Dalším tématem je vývoj celkového dopadu na klima. V následující tabulce je možné pozorovat vývoj procentuálního podílu jednotlivých částí hodnotového řetězce na klimatické stope za fiskální rok 2021 a fiskální rok 2022. Lze si povšimnout, že podíl zakoupeného zboží a služeb vzrostl o 11 %, ale podíl užívání prodaných výrobků klesl o téměř 19 %. Dále meziročně vzrostl podíl Dopravy a distribuce od dodavatelů o 1,3 % a také podíl Dopravy a distribuce zákazníkům vzrostl o 4,65 %. Další růst podílu je možné vidět u Odpadu v provozech, Služebních cestách, Dojíždění zaměstnanců do práce a Ukončení životního cyklu prodaných výrobků. Ten vzrostl o 0,65 % a stále se pohybuje na 4. místě v přispívání v maloobchodní klimatické stopě. Podíl Kapitálových statků, Činností souvisejících s palivy meziročně klesl.

Tabulka 7: Procentuální podíl hodnotového řetězce na celkové klimatické stopě

	FY21	FY22
1. Zakoupené zboží a služby	51,30 %	62,65 %
2. Kapitálové statky	0,10 %	0,00 %
3. Činnosti související s palivy	0,21 %	0,19 %
4. Doprava a distribuce (dodavatelé)	3,51 %	4,89 %
5. Odpad vyprodukovaný v našich provozech	0,04 %	0,07 %
6. Služební cesty	0,00 %	0,05 %
7. Dojíždění zaměstnanců do práce	0,50 %	0,78 %
8. Doprava a distribuce (zákazníci)	5,91 %	10,18 %
9. Užívání prodaných výrobků	32 %	13,10 %
10. Ukončení životního cyklu prodaných výrobků	5,53 %	6,18 %
11. Pronajatá aktiva	0 %	0 %

Zdroj: IKEA (2022) a B. Kotoun (osobní komunikace, 17.4.2023)

Práce pokračuje meziročním vývojem v množství odpadu a přehledem, jakými způsoby se s tímto odpadem firma vypořádá.

V následující tabulce s názvem Typ a objem odpadu a meziroční změna je vytvořena statistika nárůstu a poklesu jednotlivých typů odpadu, a nakonec vývoj celkového množství odpadu. Nejvýraznější změny jsou v typech odpadu kov, textil a smíšený nebezpečný odpad. Množství kovového odpadu narostl meziročně o 244 %, textilní odpad klesl meziročně o 100 % a objem smíšeného nebezpečného odpadu vzrostl o 627 %. V závěru tabulky je možné si všimnout, že objem celkového množství odpadu se nijak výrazně meziročně nezměnil.

Tabulka 8: Typ a objem odpadu a meziroční změna (t)

	FY21	FY22	Nárůst/pokles
Lepenka/papír	3119	3276	+5,03 %
Dřevo	367	279	-23,97 %
Kov	68,9	237	+243,97 %
Plast	213	200	-6,10 %
Sklo	17,7	15	-15,25 %
Textil	29,3	0	-100 %
Smíšený nábytek	235	223	-5,10 %
Potravinový odpad	143	147	+2,79 %
Bioodpad (nepotravinový)	105	121	+15,23 %
Elektrický odpad	9,83	9	-8,44 %
Smíšený odpad, který není nebezpečný	761	571	-24,96 %
Smíšený nebezpečný odpad	3,3	24	+627,27 %
Odpad celkem	5072	5102	+0,59 %

Zdroj: Vlastní zpracování dle B. Kotoun (osobní komunikace, 17.4.2023) a IKEA (2022)

V Tabulce 9: Způsob nakládání s odpadem (t) ve fiskálních letech 2021 a 2022 je možné si všimnout, jak firma nakládá se vzniklým odpadem a v jakém množství. Ve fiskálním roce 2022 se objevují dvě možnosti spalování odpadu. První je s rekuperací energie, což znamená zpětné získávání využitelné energie. Druhé je běžné spalování. Ve fiskálním roce 2021 toto spalování rozlišené nebylo, ale díky podobnosti hodnot budeme předpokládat, že je jednalo o spalování s rekuperací energie. V závěru této tabulky byla vytvořena statistika Podílu ekologické likvidace k celkovému množství odpadu v jednotlivých letech.

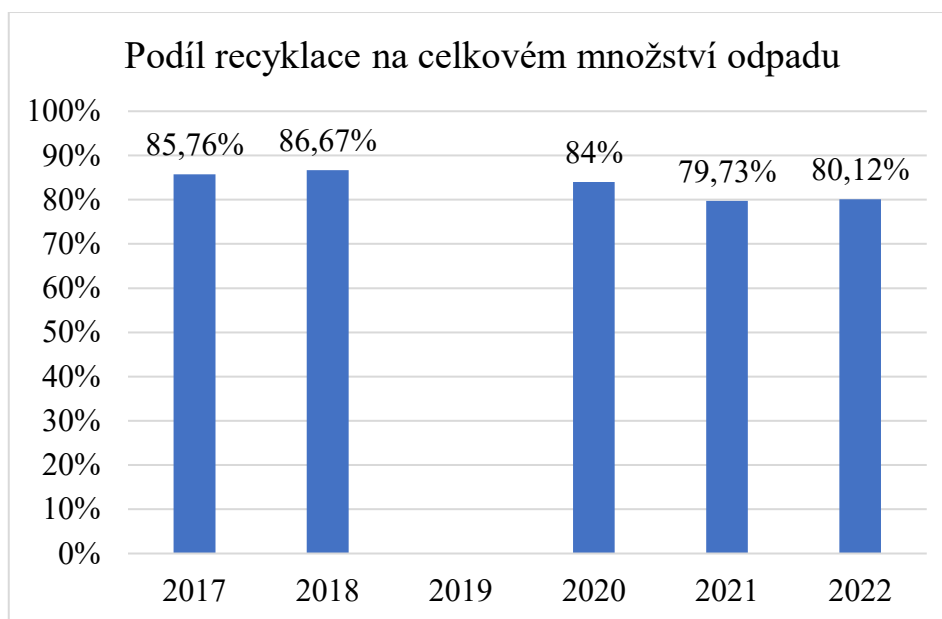
Tabulka 9: Způsob nakládání s odpadem (t) ve fiskálních letech 2021 a 2022

	FY21	FY22
Recyklace	3932	3908
Spálení s rekuperací energie	513	654
Spálení bez rekuperace energie		1,31
Odpad -> bioplyn nebo kompost	157,5	151,17
Uložení na skládku	27	209
Recyklace externí firmou	112	180
Podíl ekologické likvidace k celkovému množství odpadu	92,95 %	95,90 %

Zdroj: Vlastní zpracování dle B. Kotoun (osobní komunikace, 17.4.2023) a IKEA (2022)

Firma se ekologické likvidaci věnuje již mnoho let. Ve svých zprávách o trvalé udržitelnosti sleduje hlavně podíl recyklace na celkovém množství odpadu. Za poslední 2 roky se v tomto ukazateli drží na 80% hranici. Pro hospodářský rok 2019 nejsou uvedena žádná data.

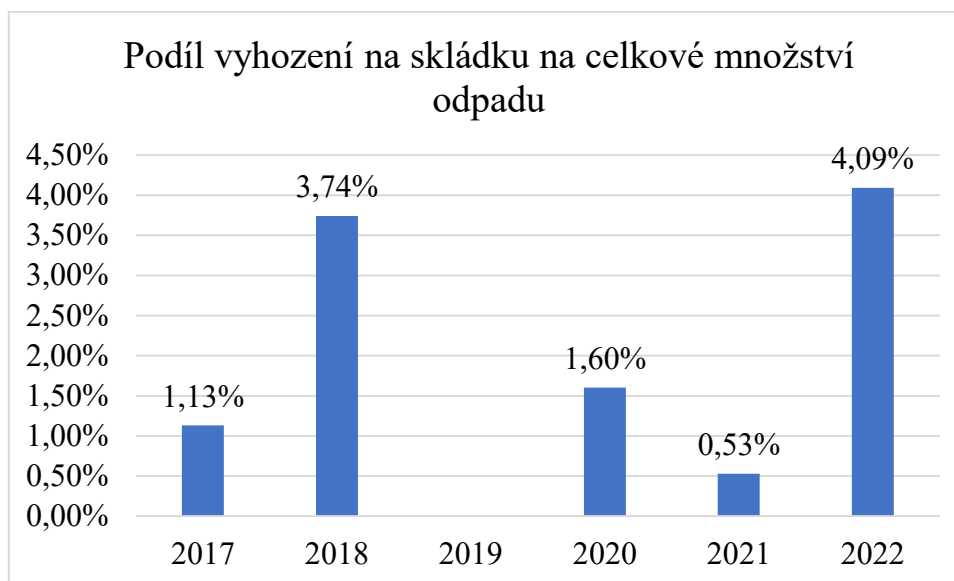
Tabulka 10: Podíl recyklace na celkovém množství odpadu ročně



Zdroj: Vlastní zpracování dle IKEA (2022), IKEA (2021), IKEA (2018) a IKEA (2019)

Další statistikou týkající se způsobu nakládání s odpadem je podíl množství odpadu vyhozeného na skládky na celkové množství odpadu. V roce 2021 se jim tento podíl podařil snížit pod 1 %. Bohužel v roce 2022 vykazují vzrůst nad 4 %. Pro hospodářský rok 2019 nejsou uvedena žádná data.

Tabulka 11: Podíl vyhození na skládku na celkové množství odpadu



Zdroj: Vlastní zpracování dle IKEA (2022), IKEA (2021), IKEA (2018) a IKEA (2019)

Spravedlnost a rovnoprávnost

Zde lze sledovat změny například v průměrném počtu hodin investovaných do vzdělávání zaměstnanců. Za fiskální rok 2021 těchto průměrných hodin bylo 12, jenže meziročně tento počet klesl na 2,7 hodin. Dá se ale uvažovat nad tím, že tak tomu může být například z toho důvodu, že fiskální rok 2021 zasahoval do roku 2020, kdy probíhala pandemie Covidu-19, takže probíhala různá školení ohledně hygienických opatření.

Dále se lze dívat na poměrné zastoupení mužů a žen ve firmě. Ve fiskálním roce 2021 tomu bylo tak, že žen bylo celkem ve firmě 54 % a mužů 46 %. Meziročně celkový podíl žen ve firmě vzrostl na 58,3 %, tím tedy celkový poklesl podíl mužů na 41,7 %. Nastává ale jistá nerovnost mezi zastoupením na vyšších pozicích. Z tabulky poskytnuté od manažerky udržitelnosti vyplývá, že většinové zastoupení mužů působí na vyšších pozicích firmy z fiskálního roku 2022. Fiskální rok 2021 byl mnohem vyváženější. Managementem se zde myslí všechny manažerské pozice tedy nižší, střední a vyšší management celkem.

Tabulka 12: Poměrné zastoupení mužů a žen FY22

	Muž	Žena
Management	60,34 %	39,66 %
Celkem	41,70 %	58,30 %

Zdroj: Vlastní zpracování dle B. Kotoun (osobní komunikace, 17.4.2023)

Tabulka 13: Poměrné zastoupení mužů a žen FY21

	Muž	Žena
Management	50,00 %	50,00 %
Celkem	46,00 %	54,00 %

Zdroj: Vlastní zpracování dle IKEA (2022)

Co se týče rovných příležitostí pro osoby s nějakým druhem postižení, ty stále rostou. I přes meziroční pokles celkového počtu zaměstnanců z 2425 na 2404 vzrostl podíl handicapovaných zaměstnanců z 1,5 % na 1,91 %.

2.4.1 Návrhy a doporučení ke zlepšení

Tato kapitola obsahuje návrhy a doporučení, kterými by se firma mohla vydat v rámci zlepšování udržitelného chování. Jedná se zejména o vznik odpadu a následné nakládání s tímto odpadem, snižování emisí dopravou zboží elektromobily, poměrné zastoupení mužů a žen.

Odpad

Doporučením autorky práce je zaměřit větší pozornost na snižování množství odpadu uloženého na skládkách a snažit se minimalizovat odpad papírů, dřeva, kovů a nebezpečného odpadu jako jsou například oleje, barvy a laky. K tomu by firma mohla využít celková opatření týkající se redukce odpadu a zefektivnit plánování výroby.

Dalším krokem by mohlo být využití obnovitelných zdrojů energie při výrobě produktů a snižování množství energie potřebné pro výrobu. Využívání obnovitelných zdrojů energie by mohlo také přispět k dalšímu snižování množství odpadu, protože by se minimalizovalo používání fosilních paliv, které jsou zdrojem mnoha druhů odpadu.

Kromě toho by firma mohla zavést programy na snižování spotřeby vody a energie v rámci výrobního procesu. Například by mohla využívat úsporné technologie a efektivní systémy řízení výroby a osvětlení. To by vedlo k menšímu množství odpadu vytvořeného v rámci výroby a také k úsporám nákladů na energii a vodu.

Snížení emisí

Kromě komunikace s různými poskytovateli dobíjecích stanic pro elektromobily by mohlo být užitečné přijmout další opatření, aby se infrastruktura pro elektromobilitu rozšířila na další místa. Některé z těchto opatření mohou zahrnovat:

- Zvyšování podpory pro výstavbu dobíjecích stanic pro elektromobily v menších městech a venkovských oblastech. Toto by mohlo být dosaženo prostřednictvím státních pobídek, grantů a daňových úlev pro poskytovatele dobíjecích stanic, kteří se rozhodnou rozšířit své působení do těchto oblastí.
- Propojení dobíjecích stanic pro elektromobily s obnovitelnými zdroji energie, jako jsou solární a větrné elektrárny. Tím by se elektromobilita stala ještě ekologičtější a snížilo by se závislost na fosilních palivech.
- Podpora rozvoje technologií, které zlepšují výkon a dosah elektromobilů, jako jsou baterie s větší kapacitou a rychlejším dobíjením. Tím by se zlepšila přijatelnost elektromobility pro spotřebitele a zvýšil se zájem o elektromobily.
- Vytvoření centrálního registru dobíjecích stanic pro elektromobily, který by umožnil snadnou identifikaci a lokalizaci stanic pro elektromobily pro řidiče. Tím by se usnadnila navigace a zvýšila by se důvěra veřejnosti v elektromobilitu.
- Vytvoření partnerství s místními samosprávami a s organizacemi, které podporují udržitelnost, aby se získala podpora pro rozvoj infrastruktury pro elektromobily. Tím by se vytvořilo silné spojení mezi veřejností a organizacemi, což by mohlo vést ke zvýšení povědomí a podpoře pro elektromobilitu.

Toto doporučení by mohlo přispět k vytvoření dostatečné infrastruktury pro elektromobilitu a umožnit realizaci 100 % dodávek zboží elektromobily.

Poměrné zastoupení mužů a žen

Doporučením autorky práce pro toto téma je zaměření se na zpětné vyvážení poměrného zastoupení mužů a žen, jak celkového, tak i na pozicích managementu. Například zavedením pružných pracovních podmínek, jako je například home office. Tím by se usnadnila kombinace práce s rodinným a osobním životem. Zajistí, aby lidé mohli plnit své pracovní povinnosti bez ohrožení svého osobního života, a aby se také podpořila rovnováha mezi muži a ženami v pracovním prostředí. Dosažení rovnováhy v zastoupení mužů a žen je také možné docílit podpořením rozvoje manažerských schopností a znalostí v oblasti rovnosti pohlaví, aby byli manažeři schopni lépe řídit a podporovat rovnost

pohlaví v pracovním prostředí. Důležité je také pravidelně monitorovat a vyhodnocovat úspěšnost implementovaných opatření a podle potřeby upravovat strategii pro dosažení rovnosti pohlaví v organizaci.

Závěr

Hlavním cílem práce bylo uskutečnit analýzu aktivit vybraného podniku v rámci udržitelného rozvoje. V teoretické části práce byl naplněn cíl teoreticky vymezit udržitelnost a s tím související pojmy. Byly zde poskytnuty definice a uveden vývoj udržitelnosti a udržitelného rozvoje. V další části byly podrobně objasněny důležité pojmy související s hlavním tématem práce, jakými jsou například společenská odpovědnost firem a koncept udržitelnosti ve strategii firmy. Zde bylo vysvětleno, co je příčinou udržitelnosti jako trendu v podnikání a jaké konkrétní výhody plynou ze zavedení udržitelnosti do strategie podniku.

Právě praktická část nejvíce přispěla k naplnění hlavního cíle práce. Nejprve byl vybrán a představen podnik, který pravidelně zveřejňuje zprávy o udržitelnosti. Byla uvedena jeho hlavní činnost, jaká je jeho struktura, jaké jsou jeho vize a hodnoty. Dále byla provedena analýza strategie udržitelnosti vybraného podniku. Samotná analýza byla zaměřena na pilíře společenské odpovědnosti, a také na cíle udržitelného rozvoje, na které se podnik měl zaměřovat.

Pro podnik je důležité uvědomit si, v jakém prostředí působí, a tomu také přizpůsobit své činnosti týkající se společenské odpovědnosti firmy. Následně byla provedena analýza progresu jednotlivých oblastí udržitelnosti. Jejím cílem bylo zjištění, jaké změny proběhly a jestli se blíží ke svým stanoveným cílům. Na základě celkové analýzy byla poskytnuta doporučení, kam by mohl podnik mohl dále zaměřovat svou pozornost při posilování principu udržitelnosti v podniku.

Seznam použitých zdrojů

- Ministerstvo životního prostředí (2022). *Udržitelný rozvoj*. Dostupné 15.1.2023 z https://www.mzp.cz/cz/udrzitelny_rozvoj.
- Ministerstvo životního prostředí (2022). *Česká republika 2030*. Dostupné 7.2.2023 z https://www.mzp.cz/cz/ceska_republika_2030
- Flagship. Creating sustainable impact (2015). *Historie Udržitelného Rozvoje*. Dostupné 15.1.2023 z <https://flagshipimpact.com/tpost/fzhoje4je1-historie-udritelneho-rozvoje>.
- Světová komise OSN pro životní prostředí a rozvoj. (1987). *Naše společná budoucnost*. Oxford University Press.
- Zákon č. 17/1992 Sb., o životním prostředí.
- United Nations Development Programme (2022). *THE SDGS IN ACTION*. Dostupné 15.1.2023 z <https://www.undp.org/sustainable-development-goals>.
- United Nations: Department of Economic and Social Affairs – Sustainable Development (2023). *The 17 Goals*. Dostupné 20.2.2023 z <https://sdgs.un.org/goals>.
- Cíle udržitelného rozvoje (2022). *Cíle udržitelného rozvoje*. Dostupné 15.1.2023 z <https://www.sdg-data.cz/>.
- ČR 2030 (2023). *Strategický rámec Česká republika 2030*. Dostupné 15.1.2023 z <https://www.cr2030.cz/strategie/>.
- Seknička, P., & Puntová, A. (2016). *Etika v podnikání a hodnoty trhu*. Grada.
- Bohatá, M. (2020). *Česká cesta k podnikatelské etice*. Barrister & Principal.
- Krause, J. (2019). *Podniková environmentální strategie*. Wolters Kluwer.
- Těřevová, L., Vávra, J., Bednaříková, M., Munzarová, S. & Košťálová, J. (2017). *Společenská odpovědnost firem společensky citlivých odvětví*. Grada Publishing.
- Doležalová, H. (2021). *Fair trade: výzva pro všechny*. Grada Publishing.
- Vrabcová, P. (2021). *Udržitelné podnikání v praxi*. Grada Publishing.
- Bowen, H. R. (1953). *Social responsibilities of the businessman*. University of Iowa Press.
- Davis, K. & Blomstrom, L. R. (1966). *Business and Its Environment*. McGraw-Hill.
- Carroll, A. B. (1999). *Corporate Social Responsibility – Evolution of a Definitional Construct*. University of Georgia
- Johnson, H. L. (1971). *Business in contemporary society: Framework and issues*. Wadsworth Pub.Co.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Cambridge.
- Clarkson, B. E. M. & kol. (1998). *The Corporation and Its Stakeholders: Classic and Contemporary Readings*. University of Toronto Press.

- Hyršlová, J. (2009). *Účetnictví udržitelného rozvoje podniku*. Praha – Vysoká škola ekonomie a managementu.
- Myslikovjanová, S. (2019). *Jak správně nastavit firemní kulturu*. Ekonom. <https://ekonom.cz/c1-66557400-jak-spravne-nastavit-firemni-kulturu>
- Podnikavost.cz (2018). *O podnikavosti*. Dostupné 28.3.2023 z <http://podnikavost.cz/podnikavost/co-je-podnikavost/>
- Altaxo (2019). *Analýza zainteresovaných stran*. Dostupné 28.3.2023 z <https://www.altaxo.cz/provoz-firmy/management/rizeni-podniku/analiza-zainteresovanych-stran>
- Hitchcock, D., & Willard, M. (2009). *The business guide to sustainability: practical strategies and tools for organizations*. London: Earthscan.
- Nedomová, S. (2023). *Etika v podnikání: Rady a tipy*. Thomasint.cz. <https://www.thomasint.cz/etika-v-podnikani/>
- WFTO Europe (2016). *The 10 principles of Fair Trade*. Dostupné 29.3.2023 z <https://wfto-europe.org/the-10-principles-of-fair-trade-2/>
- IKEA. (2023). *Our business in brief*. Dostupné 5.4.2023 z <https://www.inter.ikea.com/en/this-is-inter-ikea-group/our-business-in-brief>
- Wikipedia. (2023). *Stichting IKEA Foundation*. Dostupné 5.4. 2023 z https://en.wikipedia.org/wiki/Stichting_IKEA_Foundation
- IKEA. (2023). *Interogo Foundation, owner of Inter IKEA group*. Dostupné 10.4.2023 z <https://www.inter.ikea.com/en/this-is-inter-ikea-group/our-owner--interogo-foundation>
- IKEA foundation. (n.d.). *Our themes*. Dostupné 10.4.2023 z <https://ikeafoundation.org/themes/>
- Wikipedia. (2008). *Stichting Ingka Foundation*. Dostupné 10.4.2023 z https://en.wikipedia.org/wiki/Stichting_INGKA_Foundation?oldid=213216222
- Ingka. (2023). *Ingka Group governance*. Dostupné 10.4.2023 z <https://www.ingka.com/this-is-ingka-group/how-we-are-organised/>
- IKEA. (2022). *Zpráva o trvalé udržitelnosti 2021*. Dostupné 10.4.2023 z <https://www.ikea.com/cz/cs/files/pdf/98/d3/98d36e1c/ikea-susta-report-cz-fy21.pdf>
- IKEA. (2018). *People & Planet Positive*. Dostupné 10.4.2023 z https://www.ikea.com/cz/cs/files/pdf/f9/05/f905c486/ppp_cz_a-4-_v-2-_2_cz.pdf
- IKEA. (2023). *Vize a hodnoty IKEA*. Dostupné 10.4.2023 z <https://www.ikea.com/cz/cs/this-is-ikea/about-us/vize-a-hodnoty-ikea-pub9aa779d0>
- Oficiální portál rady kvality ČR. (2023). *Mezinárodní nástroje a standardy CSR*. Dostupné 19.4.2023 z <https://www.narodniportal.cz/mezinarodni-nastroje-a-standardy-csr/>
- IKEA. (2021). *Zpráva o udržitelnosti – IKEA Česká republika*. Dostupné 22.4.2023 z https://www.ikea.com/cz/cs/files/pdf/ac/4d/ac4d2094/ikea_sustainability-report-2020_cz_05.pdf

- IKEA. (2018). *Lokální zpráva o trvalé udržitelnosti za finanční rok 2017 IKEA Česká republika*. Dostupné 22.4.2023 z https://www.ikea.com/cz/cs/files/pdf/d6/95/d695f4da/ikea_sustainabilityreport_-2017-_210x-210-_cz_ver6.pdf
- IKEA. (2019). *Udržitelný růst společnosti IKEA: Lokální zpráva o trvalé udržitelnosti za hospodářský rok 2018*. Dostupné 22.4.2023 z https://www.ikea.com/cz/cs/files/pdf/47/06/4706ccb5/susta_report_local_cz.pdf
- IKEA. (2023). *The IKEA logo – history and design*. Dostupné 5.4. 2023 z <https://www.ikea.com/ph/en/this-is-ikea/about-us/the-ikea-logo-history-and-design-pub55d85f50>
- IKEA. (2023). *Strategie udržitelnosti IKEA*. Dostupné 22.4.2023 z <https://www.ikea.com/cz/cs/this-is-ikea/climate-environment/strategie-udrzitelnosti-ikea-pubfea4c210>

Seznam tabulek

Tabulka 1: Důležité události vedoucí k přijetí SDGs	9
Tabulka 2: Celkové zaměření na konkrétní cíl SDG	29
Tabulka 3: Meziroční změna počtu poskytnutí služby	38
Tabulka 4: Podíl zpět prodaných produktů	39
Tabulka 5: Popularita služby v porovnání s Českou republikou I.	39
Tabulka 6: Popularita služby v porovnání s Českou republikou II.	40
Tabulka 7: Procentuální podíl hodnotového řetězce na celkové klimatické stopě	40
Tabulka 8: Typ a objem odpadu a meziroční změna (t)	41
Tabulka 9: Způsob nakládání s odpadem (t) ve fiskálních letech 2021 a 2022	42
Tabulka 10: Podíl recyklace na celkovém množství odpadu ročně	42
Tabulka 11: Podíl vyhození na skládku na celkové množství odpadu	43
Tabulka 12: Poměrné zastoupení mužů a žen FY22	44
Tabulka 13: Poměrné zastoupení mužů a žen FY21	44

Seznam obrázků

Obrázek 1: Pilíře udržitelnosti	8
Obrázek 2: Cíle udržitelného rozvoje (SDGs)	10
Obrázek 3: 6 cílů ČR 2030	16
Obrázek 4: Faktory ovlivňující etické chování vedení organizace	18
Obrázek 5: 3 pilíře CSR	21
Obrázek 6: Vývoj loga IKEA	25
Obrázek 7: Struktura IKEA	27
Obrázek 8: SDGs, na které se firma IKEA zaměřuje	28
Obrázek 9: Strategické pilíře PPP	31

Seznam příloh

Příloha A: Přepis rozhovoru

Příloha B: Tabulky sledující celkové zaměření se na jednotlivé cíle udržitelného rozvoje

Příloha A: Přepis rozhovoru

Firma IKEA je známá tím, že nabízí nábytek a další zboží do domácnosti za velmi nízké ceny. Je jasné, že to s tím má, co dočinění to, že si zákazníci skládají nábytek sami. Co dalšího je příčinou těchto velmi přívětivých cen?

„V 1 řadě je to o naší velikosti, protože samozřejmě jsme globální firma a která operuje ve více jak 60 zemích světa. To nám dává úspory z rozsahu a takže to jako to bych řekla, že to je primární důvod. Hezkým příkladem třeba může být i žárovka SOLHETTA, což je LED žárovka, kterou jsme na český trh vypustili na trh v roce 2013, která v té době stála nějakých 399 korun, což bylo za žárovku hodně peněz. Byť to má samozřejmě nějaké úspory, delší životnost a ta návratnost, ale bylo těžké zákazníky přemluvit ke koupi. Ale tím, jak jsme vlastně začali to víc komunikovat její benefity a její přidanou hodnotu, tak si víc zákazníků začalo tuto žárovku kupovat a ta žárovka dnes ve dvoj balení stojí 39 korun. Takže se ty naše přívětivé ceny odvíjí od toho, kolik zákazníků má o ten výrobek zájem. Když jsme žárovku uváděli na trh jako revoluční novinku nemohli jsme si dovolit cenu dát takto nízko, abychom zajistili udržitelné parametry výrobního řetězce.“

Uskutečnili jste nějaké projekty týkající se společenské odpovědnosti firem v rámci sociálního pilíře?

„Ze sociálního pilíře zmíním 2 projekty, ve kterých jsme hodně aktivní. Ten nejaktuálnější je Pomoc Ukrajině, kde jsme už minulý rok od 1.Dne, kdy započala válka, tak jsme začali posílat hodně zboží na hranice a kde jsme začali vybavovat uprchlické kempy a registrační místa. Pak se ta pomoc přesunula do střednědobé reality, kdy jsme začali vybavovat krátkodobé ubytování, vybavovali jsme registrační centra pro uprchlíky v krajských městech. Například registrační centrum v Brně, které bylo úplně 1. v České republice, tak jsme vybavili my. Vybudovali jsme dětské koutky pro děti z Ukrajiny, protože právě ony jsou hodně znevýhodněny, procházejí traumatem, takže je pro ně důležité být v příjemném prostředí. Pak jsme se ještě přesunuli do nějaké strategické pomoci, ve které jsme aktuálně a řešíme zaměstnavatelnost uprchlíků a jazykové kurzy, a také vylepšování digitálních skills. Aktuálně vybavujeme kapacity pro dlouhodobé ubytování a organizujeme kulaté stoly na téma, jak zaměstnávat uprchlíky z Ukrajiny, v českém, slovenském anebo maďarském systému. Zároveň sponzorujeme vývoj online jazykových kurzů pro ukrajinské občany, tak aby se kurzy soustředili na to, jak si napsat CV, jak projít pohovorem, a jak vést byznys debatu. Na základě konverzace s neziskovým

sektorem jsme zjistili, že právě jazyk je největší bariéra. Vybavujeme i dětské školky tím, že jsme podpořili projekt 100 skupin, který má za cíl vytvořit 100 dětských skupin, kde se budou starat jak o ukrajinské, tak české děti, aby došlo k dobré integraci.

Poslední 3 roky je pro nás velkým tématem, kterému se věnujeme, je domácí násilí. V kontextu domácího násilí jsme v prvním roce dělali 2 velké osvětové kampaně, které měly za cíl zvýšit povědomí o této problematice, a ve druhém roce jsme se soustředili na to, jak poradit okolí, jak se má chovat k oběti domácího násilí. Teď ve třetím roce se zajímáme o systematickou změnu a aktuálně lobujeme o změnu zákona tak, aby domácí násilí bylo definováno a ukotveno v Českém zákoně, protože zatím není a vytváří to spoustu dalších problémů.“

A co nějaké projekty v rámci environmentálního pilíře?

„Nejaktuálnějším tématem v environmentálním pilíři je pro nás studie o odpadovém hospodářství na téma nábytek, a tedy téma nábytku jako odpadu. Jako nábytková firma přejímáme za nábytek odpovědnost, a byť my zvládáme recyklovat nábytek uvnitř firmy, tak i naši zákazníci nábytek vyhazují a my jsme chtěli zmapovat, co se s tím nábytkem děje. A zjistili jsme, kolik nábytku se ročně v české republice, v Maďarsku a na Slovensku zhruba prodá, kolik procent se ho vyhodí a jak je s tím nábytkem zacházeno. Často končí na skládkách a ve spalovně. Pouze část nábytku končí v recyklačních centrech nebo v Re – use centrech. Na tohle téma budou navazovat další aktivity, v nichž budeme promovat naše cirkulární služby. Aktuálně nám běží kampaň, která říká, že není nutné si vždy kupovat nový nábytek, ale jenom předělat ten starý. S výsledky této studie budeme dále pracovat, abychom mohli podpořit změnu zákona.“

Plánujete nějaké nové do dalšího fiskálního roku?

„Ano, ale nesmím o nich mluvit, protože ještě nejsou veřejné.“

Jaké jsou hlavní příčiny plýtvání v restauracích, a jak se vám dále daří snižovat?

„Hlavní příčinou plýtvání je to, že se počítá s určitým počtem zákazníků a ten počet zákazníků se může změnit, nebo jsou preference na daný den jiné, než se očekávalo. S plýtváním potravinami bojujeme dlouhodobě. Existují globální statistiky, že na světě je dostatek jídla pro všechny, ale přes to několik stovek milionů lidí trpí, trpí hladem. Proto jsme za IKEA proinvestovali startup, který se věnuje používání umělé inteligence na hledání příčin plýtvání jídlem. Program se jmenuje Winnow a je to váha nahoře má

kameru a tablet a vy tam dáte koš s tím potravinovým odpadem. Ona to naskenuje, a následně vytvoří mapu nákladů a také mind mapu, z jakého důvodu byla právě tato potravina vyplýtvána. Díky implementaci tohoto řešení, se nám podařilo snížit potravinový odpad o víc jak 50%.“

„Představili jsme novou variantu masových i nemasových koulí, buďto ve variantě 8 nebo 12. Původně jsme dávali 12, ale když má někdo menší hlad tak tím pádem se nevyhodí ty zbylé 4 nebo 3, které můžou zbyť. Zároveň motivujeme naše vlastní zaměstnance, aby neplýtvali potravinami. Když zaměstnanec vrátí jídlo zpátky do kuchyně, tak si může zvážít, kolik potravinového odpadu vyprodukoval.“

Kolik zákazníků již využilo služeb jako jsou Druhý život nábytku, Náhradní díly online a Garantovaný odkup dětského nábytku za rok FY22?

„Službu Druhý život nábytku v České republice využilo ve fiskálním roce 2022 celkem 6057 zákazníků. Náhradní díly online využilo 8820 zákazníků a Garantovaný odkup dětského nábytku využilo 61 zákazníků.“

Druhý život nábytku	CZ	HU	SK
Vykoupené produkty	6057	2177	750
Zpět prodáno zákazníkům	6022	2177	1049
Náhradní díly online	CZ	HU	SK
	8820	7844	2087
Gar. Odkup děts. nábytku	CZ		SK
	61		13

Kolik procent používaných materiálů je v současné době obnovitelných nebo recyklovaných?

„Právě pracujeme na implementaci automatizovaného sběratele dat, který by zvýšil efektivitu a přesnost zveřejněných zpráv, proto nelze momentálně na tuto otázku odpovědět. Hodnoty plánujeme zveřejnit až za FY23.“

Jakými způsoby podporujete zákazníky v koupi udržitelnějších potravin?

„Na udržitelné potraviny se můžeme dívat z dvojího úhlu pohledu. Máme potraviny, které jsou buď certifikované a třeba certifikací fairtrade, UTZ, ACS a MCS nebo máme potraviny, které jsou náhražkou masové výroby, takže rostlinného původu, jako například naše bezmasé kuličky obsahující spoustu bílkovin a rýžovou mouku. V porovnání s masovými kuličkami jsou daleko víc efektivní, co se týče uhlíkové stopy, ale i spotřeby

vody nebo i potřebné půdy, která je zapotřebí k výrobě kuliček. Co se týče certifikací, máme instoreovou komunikaci online i off-line, kdy oznamujeme, jakou certifikaci výrobek má a na co je tato certifikace zaměřená. Snažíme se lidi motivovat ke koupi rostlinných alternativ tím, že na tyto produkty dáváme nižší cenovou marži. Nebo když jsme uváděli bezmasé kuličky na trh, měli jsme velkou kampaň, kdy jsme v Masné ulici chodili s food truckem a nabízeli jsme kuličky na ochutnání.“

Blíží se rok 2025, jak si vedete s realizací dopravy zboží zákazníkům pomocí elektromobilů?

„Pro tento rok jsme měli stanovené cíle 21-25%, což se nám podařilo splnit. Nicméně je to stále trnitá cesta, protože jsme si stanovili cíl realizovat 100% dopravu zboží elektromobily. Zároveň potřebujeme zaručit, že bude dostatečná infrastruktura po celé České republice. Samozřejmě spolupracujeme i s jinými firmami, abychom u obchodních domů měli nabíjecí infrastrukturu. Je tam ale určité riziko, že jednotky procent nebudou splněné, kvůli chybějící infrastruktuře v některých regionech ČR.“

Jakým způsobem chcete docílit snížení emisí o 50% dojíždějících zaměstnanců a zákazníků?

„Aktuálně máme rozjeté 2 projekty. 1. je výstavba elektro nabíječek. Takže je to motivace pro zaměstnance si zakoupit elektromobil, když ví, že má u svého zaměstnavatele nabíjecí stanici. 2. projektem je spuštění aplikace na sdílení jízd, když dojíždím autem do práce. Do většiny obchodních center jezdí MHD, takže v zaměstnaneckých i zákaznických prostorách jsou vyvěšené aktuální jízdní řády a v rámci benefičního programu si můžou zaměstnanci vybrat, zda – li by chtěli plně hrazenou kartu na MHD. Dále máme iniciativu Do práce na kole, která je součástí movementu, který se děje v České republice, kdy našim zaměstnancům umožníme si za zvýhodněnou cenu půjčit sdílená.“

Kolik procent představuje v současné době zpracování prodaných výrobků na konci jejich životnosti ke klimatické stopě v ČR?

„V současné době představuje zpracování výrobků na konci jejich životnosti na celkové klimatické stopě 6,18%.“

% podíl částí hodnotového řetězce na celkové klimatické stopě v rámci Scope 3		FY21	FY22
1.	Zakoupené zboží a služby	51,30%	62,65%

2.	Kapitálové statky	0,10%	0,00%
3.	Činnosti související s palivy	0,21%	0,19%
4.	Doprava a distribuce (dodavatelé)	3,51%	4,89%
5.	Odpad vypr. V naš. Provozech	0,04%	0,07%
6.	Služební cesty	0,00%	0,05%
7.	Dojíždění zaměstnanců do práce	0,50%	0,78%
8.	Doprava a distribuce (zákazníci)	5,91%	10,18%
9.	Užívání prodaných výrobků	32%	13,10%
10.	Ukončení životního cyklu prod. Výrobků	5,53%	6,18%
11.	Pronajatá aktiva	0%	0%

Jaký byl objem jednotlivých typů odpadu vyprodukovaného v ČR z roku FY22?

	FY22
Lepenka/papír	3276
Dřevo	279
Kov	237
Plast	200
Sklo	15
Textil	0
Smíšený nábytek	223
Potravinový odpad	147
Bioodpad (nepotravinový)	121
Elektrický odpad	9
Smíšený odpad, který není nebezpečný	571
Smíšený nebezpečný odpad	24
Odpad celkem	5102

Jakým způsobem se s odpadem nakládá?

	FY22
Recyklace	3908
Spálení s rekuperací energie	654
Spálení bez rekuperace energie	1,31

Odpad -> bioplyn nebo kompost	151,17
Uložení na skládku	209
Recyklace externí firmou	180

Jaký byl průměrný počet hodin na zaměstnance investovaných do školení, seminářů a vzdělání za rok FY22?

„Za FY22 byl v České republice průměrný počet hodin investovaných do školení, seminářů a vzdělávání na zaměstnance 2,7 hodin.“

continued employability. Our co-workers have undertaken an average of 2,7 hours in Czech Republic, 3 hours in Hungary and 3,3 hours of training in Slovakia in FY22.

Jaké bylo celkové poměrné zastoupení mužů a žen ve FY22?

„Ženy/ muži 58,30% / 41,70%.“

Gender: Female | Male

Management: 39,66% | 60,34%

All: 58,30% | 41,70%

Kolik měla firma za rok FY22 celkem zaměstnanců?

Total (Female / Male)	CZ	HU	SK
Total:	2404 (1399 / 1005)	1767 (1025 / 742)	602 (322 / 280)
Permanent:	2365 (1373 / 992)	1763 (1023 / 740)	556 (301 / 255)
Temporary:	38 (25 / 13)	3 (2 / 2)	45 (21 / 24)
Full-time:	1477 (719 / 757)	1262 (644 / 618)	138 (79 / 59)
Part-time:	927 (679 / 247)	505 (381 / 124)	464 (243 / 221)

Jaké bylo poměrné zastoupení zaměstnanců s handicapem a bez?

People w/ disabilities: without | with

Management: 100% | 0%

All: 98,09% | 1,91%

Byl nějakým způsobem ovlivněn projekt pomáhající uprchlíkům válkou na Ukrajině? Jestli ano, jakým způsobem?

„Ten program stále probíhá a válka na Ukrajině ho ovlivnila tím, že se změnilo spektrum těch uprchlíků v České republice. Protože předtím jsme měli například 3000 uprchlíků ročně z různých zemí a teď najednou půl milionu uprchlíků z Ukrajiny. Tak samozřejmě máme víc účastníků, kteří se tohoto programu účastní, ale není to, že by jich bylo 100% z Ukrajiny, téma uprchlíků z Ukrajiny má trochu jiné parametry, protože uprchlíci z Ukrajiny měli snazší přístup k vízu a v rámci EU dostali dočasnou ochranu, takže je pro

ně jednodušší získat residenční povolení a povolení k práci. Ale výrazná většina lidí v tomto programu jsou z jiných zemí.“

Máte v plánu ho prodlužovat?

„Program je vázán na specifický budget, který končí tímto finančním rokem, ale ano máme v plánu tento program prodloužit.“

Byli jste schopni dostát svému závazku podpořit více než 2500 uprchlíků do konce roku 2022?

„Kvůli pomoci Ukrajině, se nám podařilo podpořit daleko více lidí, než jsme původně měli v plánu. Jednalo se o 54 000+ uprchlíků.“

Jsou nějaké cíle udržitelného rozvoje, u kterých jste při jejich plnění slabší?

„Ve zprávě pro loňský rok tedy 2021 jsme se odkazovali jak na SDGs, tak i na GRI standard. Pro tento rok jsme se rozhodli, že se budeme odkazovat pouze na GRI. Ten standard GRI je pro nás mnohem konkrétnější a lépe uchopitelnější, protože SDGs jsou na hodně vysoké úrovni. Pro firmy je snazší napasovat různé aktivity na ten daný cíl u GRI. Protože dejme tomu k cíli SDG „Ukončit chudobu“, můžeme říct, že máme ukončenou chudobu tím, že máme Equal Pay. Takže jsme se rozhodli držet striktně toho GRI, protože to jsou konkrétní otázky, které se týkají konkrétních problematik.

Nicméně ohodnocení těch SDG máme vypracované na globální úrovni naší mateřskou společností Ingka group, což může být nalezeno v jejich reportu. Samozřejmě každá země má jiný kontext těch cílů, takže když si řekneme, opět například „Ukončit chudobu“, tak u nás tady v ČR kvůli energetické krizi víc lidí skončilo ve statusu chudoby. Ale když se třeba podíváme na IKEA v Indii, tak tam to má úplně jiný kontext. Protože lidé žijí ve slamech a úplně v jiných podmínkách. Potom na globální perspektivu hrají cíle udržitelného rozvoje vždycky jinou roli v jiné zemi.“

Co se týče cíle „Zdraví a kvalitní život“ si jsem jistá, že v rámci IKEA foundation přispíváte lidem na důstojný a kvalitní život, podporujete zdravotnictví a osoby v rozvojových zemích v krizi. Jenže dílčí cíle tohoto SDG jsou velmi konkrétně zaměřené. Podnikáte nějaké akce například k dosažení snížení počtu úmrtí matek při porodu, předejetí úmrtí novorozenců a dětí do 5 let věku a k posílení prevence a léčby užívání návykových látek?

„Tyto cíle, o kterých se zmiňujete, jsou globální cíle IKEA, takže my vždycky musíme rozlišovat mezi těmi globálními a těmi lokálními cíli. Právě hlavním hráčem v dosahování těch globálních cílů je IKEA foundation, která je svébytný orgán, který patří do IKEA a je financována z profitu ve všech IKEA na světě, takže tam putuje i část našeho profitu. Nicméně je v její kompetenci těmto cílům přispívat. Řešíme to tak, že sponzorujeme expertní organizace, jako například lékaři bez hranic, kteří mají tyto konkrétní cíle na starost.“

Dále k cíli „Pitná voda, kanalizace“. Na svých stránkách máte mnoho typů a triků jak šetřit s vodou nebo jak vy sami investujete do zachycování dešťových vod, nebo jak v rámci podniku šetříte s vodou. Ale také tento cíl je celkem konkrétně zaměřený. Podnikáte nějaké akce k zabezpečení bezpečné a levné vody pro všechny a k zavedení integrované správy vodních zdrojů?

„Toto téma není relevantní pro náš region. Je to téma, které je relevantní pro celou globální organizaci. Každý market si dělá analýzu, jak je to se stavem vodních toků a se stavem pitné vody. Jelikož je stav pitné vody v Česku, Slovensku a Maďarsku velmi dobrý, jediné, co tu můžeme řešit, je nějaká motivace zákazníků, jak šetřit s vodou skrze naše řešení. Právě teď máme vypracovanou komunikační strategii, kolik peněz mohou lidé ušetřit ročně pokud si koupí a implementují baterie s perlátorem nebo nástavnou hlavici, která mixuje vodu se vzduchem. Zároveň řešíme technické řešení našich budov. Takže jak a kde bychom mohli zachycovat dešťovou vodu. Toto je relevantní pro náš region.

Ale potom to téma z globální perspektivy je zásadní pro region Indie. Tam vím, že se celý tým věnuje tomu, jak zvýšit přístup k čisté a pitné vodě.“

Příloha B: Tabulky sledující celkové zaměření se na jednotlivé cíle udržitelného rozvoje

Konec chudoby

1.1 Do roku 2030 odstranit extrémní chudobu	100%
1.2 Do roku 2030 snížit alespoň o polovinu podíl mužů, žen a dětí, kteří žijí v chudobě	100%
1.3 Zavést na úrovni států vhodné systémy sociální ochrany pro všechny	100%
1.4 Do roku 2030 zajistit, aby všichni muži a ženy, měli stejná práva k přístupu k ekonomickým zdrojům i základním službám	100%
1.5 Do roku 2030 posílit odolnost chudých a zranitelných vůči ekonomickým, sociálním a environmentálním otřesům a pohromám	100%
Průměr	100%

Zdroj: Vlastní zpracování dle Cíle udržitelného rozvoje (2022), IKEA foundation (n.d.) a IKEA (2023)

Konec hladu

2.1 Do roku 2030 vymýtit hlad a zajistit přístup všem lidem k bezpečné, výživné a dostačující stravě	100%
2.2 Do roku 2030 odstranit všechny formy podvýživy a vyřešit výživové potřeby dospívajících dívek, těhotných nebo kojících žen a starších osob	0%
2.3 Do roku 2030 zdvojnásobit zemědělskou produktivitu a příjmy malých zemědělců pomocí bezpečného a rovného přístupu k půdě	100%
2.4 Do roku 2030 zavést systémy udržitelné výroby potravin a zavést odolné zemědělské postupy, které pomohou zachovat ekosystémy a posílí schopnosti půdy přizpůsobit se klimatické změně, jež postupně zlepší kvalitu půdy	100%
2.5 Zajistit přístup ke spravedlivému sdílení přínosů z využívání genetických zdrojů a tradičních poznatků	100%
Průměr	80%

Zdroj: Vlastní zpracování dle Cíle udržitelného rozvoje (2022), IKEA foundation (n.d.) a IKEA (2023)

Zdraví a kvalitní život

3.1 Do roku 2030 celosvětově snížit míru mateřské úmrtnosti na méně než 70 na 100 tisíc porodů	0%
3.2 Do roku 2030 zabránit úmrtím novorozenců a dětí mladších pěti let	0%
3.3 Do roku 2030 ukončit epidemii AIDS, tuberkulózy, malárie a zanedbávaných tropických nemocí a bojovat proti hepatitidě, vodou přenášeným nemocem a ostatním přenosným nemocem	100%
3.4 Do roku 2030 snížit pomocí prevence a léčby o třetinu předčasnou úmrtnost na nepřenositelné choroby; podporovat duševní zdraví a duševní pohodu	100%
3.5 Posílit prevenci a léčbu užívání návykových látek	0%
3.6 Do roku 2030 zajistit všeobecný přístup ke službám pro sexuální a reprodukční zdraví	0%

3.7 Docílit všeobecného zabezpečení zdraví	100%
3.8 Do roku 2030 podstatně snížit počet úmrtí a onemocnění vlivem nebezpečných chemických látek a znečištěného vzduchu, vody a půdy	100%
Průměr	50%

Zdroj: Vlastní zpracování dle Cíle udržitelného rozvoje (2022), IKEA foundation (n.d.) a IKEA (2023)

Kvalitní vzdělání

4.1 Do roku 2030 zajistit, aby všechny dívky a chlapci ukončili bezplatné, rovnoprávné a kvalitní primární a sekundární základní vzdělání, které bude mít odpovídající a efektivní studijní výsledky	100%
4.2 Do roku 2030 zajistit, aby všechny dívky a chlapci měli možnost kvalitního rozvoje v raném dětství, aby měli přístup k předškolní péči a vzdělání tak, že budou připraveni pro základní vzdělávání	100%
4.3 Do roku 2030 zajistit rovný přístup všech žen a mužů k cenově dostupnému a kvalitnímu odbornému, učňovskému a vyššímu vzdělání, včetně univerzitního	0%
4.4 Do roku 2030 výrazně zvýšit počet mladých a dospělých, kteří mají příslušné dovednosti včetně technických a odborných	100%
4.5 Do roku 2030 eliminovat genderové nerovnosti ve vzdělávání a zajistit rovný přístup ke všem úrovním vzdělání a odborné přípravy pro znevýhodněné	100%
4.6 Do roku 2030 zajistit, aby všichni mladí a značná část dospělých mužů i žen dosáhli čtenářské a matematické gramotnosti	0%
4.7 Do roku 2030 zajistit, aby všichni studenti získali znalosti a dovednosti potřebné k podpoře udržitelného rozvoje	100%
Průměr	71%

Zdroj: Vlastní zpracování dle Cíle udržitelného rozvoje (2022), IKEA foundation (n.d.) a IKEA (2023)

Rovnost mužů a žen

5.1 Celosvětově skoncovat se všemi formami diskriminace žen a dívek	100%
5.2 Eliminovat všechny formy násilí vůči ženám a dívkám ve veřejné i soukromé sféře, včetně obchodu s lidmi a sexuálního či jiného vykořisťování	100%
5.3 Odstranit všechny škodlivé praktiky jako jsou dětské, předčasné a nucené sňatky či ženská obřízka	100%
5.4 Uznávat a oceňovat neplacenou péči a domácí práce pomocí zajištění veřejných služeb, infrastruktury a politik sociální ochrany a prosazování sdílené odpovědnosti v rámci domácnosti a rodiny podle zvyklostí dané země	100%
5.5 Zajistit ženám rovné příležitosti a plnou a efektivní účast na rozhodování na všech úrovních v politickém, ekonomickém i veřejném životě	100%
5.6 Zajistit všeobecnou dostupnost služeb sexuálního a reprodukčního zdraví a reprodukčního práva	0%
Průměr	83%

Zdroj: Vlastní zpracování dle Cíle udržitelného rozvoje (2022), IKEA foundation (n.d.) a IKEA (2023)

Pitná voda, kanalizace

6.1 Do roku 2030 zajistit univerzální a rovný přístup k bezpečné a cenově dostupné pitné vodě pro všechny	0%
6.2 Do roku 2030 zajistit spravedlivě všem odpovídající sanitační a hygienická zařízení a skoncovat s vylučováním na volných prostranstvích, se zvláštním ohledem na potřeby žen, dívek a lidí v těžké situaci	100%
6.3 Do roku 2030 zlepšit kvalitu vody snížením jejího znečišťování, podstatně zvýšit recyklaci a bezpečné opětovné využívání vody v celosvětovém měřítku	100%
6.4 Do roku 2030 podstatně zvýšit efektivitu využívání vody ve všech sektorech a zajistit udržitelný odběr a dodávky pitné vody tak, aby byl vyřešen nedostatek vody a podstatně se snížil počet lidí trpících jejím nedostatkem	100%
6.5 Do roku 2030 zavést integrovanou správu vodních zdrojů na všech úrovních, a to i pomocí přeshraniční spolupráce tam, kde je to vhodné	0%
Průměr	60%

Zdroj: Vlastní zpracování dle Cíle udržitelného rozvoje (2022), IKEA foundation (n.d.) a IKEA (2023)

Důstojná práce a ekonomický růst

8.1 Udržovat ekonomický růst na hlavu v závislosti na podmínkách jednotlivých zemí	100%
8.2 Dosáhnout vyšší úrovně ekonomické produktivity pomocí diverzifikace, technologického rozvoje a inovací	100%
8.3 Podporovat politiky orientované na rozvoj, které podporují produktivní činnosti, vytváření důstojných pracovních míst, podnikání, kreativitu a inovace	100%
8.4 Postupně až do roku 2030 zlepšovat efektivní využívání globálních zdrojů ve spotřebě i výrobě a učinit vše potřebné pro to, aby ekonomický růst nebyl spojen s poškozováním životního prostředí	100%
8.5 Do roku 2030 dosáhnout plné a produktivní zaměstnanosti a zajistit důstojnou práci pro všechny ženy a muže, včetně mladých lidí a osob se zdravotním postižením, a zajistit stejnou odměnu za rovnocennou práci	100%
8.6 Přijmout okamžitá a účinná opatření k vymýcení nucené práce, skoncovat s moderními formami otroctví a s obchodováním s lidmi, dosáhnout zákazu a odstranění nejhorších forem dětské práce, včetně nábory a využívání dětských vojáků, a do roku 2025 odstranit dětskou práci ve všech jejích formách	100%
8.7 Chránit práva a podporovat bezpečné a stabilní pracovní podmínky pro všechny pracující, včetně pracujících migrantů – zejména žen, a lidí s nebezpečným povoláním	100%
8.8 Do roku 2030 navrhnout a realizovat politiky podpory udržitelného cestovního ruchu, který vytváří pracovní místa a podporuje místní kulturu a produkty	0%
8.9 Posílit kapacitu domácích finančních institucí na podporu a rozšíření přístupu k bankovníctví, pojišťovnictví a finančním službám pro všechny	100%
Průměr	89%

Zdroj: Vlastní zpracování dle Cíle udržitelného rozvoje (2022), IKEA foundation (n.d.) a IKEA (2023)

Odpovědná výroba a spotřeba

12.1 Uplatňovat desetiletý rámec programů pro udržitelnou spotřebu a výrobu	100%
12.2 Do roku 2030 dosáhnout udržitelného hospodaření s přírodními zdroji a jejich efektivního využívání	100%
12.3 Do roku 2030 snížit v přepočtu na hlavu na polovinu globální plýtvání potravinami na maloobchodní a spotřebitelské úrovni	100%
12.4 Do roku 2030 výrazně snížit produkci odpadů s pomocí prevence, redukce, recyklace a opětovného používání	100%
12.5 Podporovat podniky, zejména velké a nadnárodní společnosti, aby přijaly udržitelné postupy a začlenily informace o udržitelnosti do svých pravidelných zpráv	100%
12.6 Prosazovat udržitelné postupy v zadávání veřejných zakázek v souladu s národními politikami a prioritami	100%
12.7 Do roku 2030 zajistit, aby lidé v celém světě měli relevantní informace a povědomí o udržitelném rozvoji a životním stylu v souladu s přírodou	100%
Průměr	100%

Zdroj: Vlastní zpracování dle Cíle udržitelného rozvoje (2022), IKEA foundation (n.d.) a IKEA (2023)

Klimatická opatření

13.1 Ve všech zemích zvýšit odolnost a schopnost adaptace na nebezpečí související s klimatem a přírodními pohromami	100%
13.2 Začlenit opatření v oblasti změny klimatu do národních politik, strategií a plánování	100%
13.3 Zlepšit vzdělávání a zvyšování povědomí o klimatické změně	100%
Průměr	100%

Zdroj: Vlastní zpracování dle Cíle udržitelného rozvoje (2022), IKEA foundation (n.d.) a IKEA (2023)

Život na souši

15.1 Do roku 2030 bojovat proti rozšiřování pouští, obnovovat znehodnocenou půdu, včetně pozemků postižených rozšiřováním pouští, suchem či záplavami, usilovat o dosažení světa, ve kterém již nedochází k degradaci půdy	100%
15.2 Do roku 2030 zajistit zachování horských ekosystémů, včetně jejich biodiverzity, aby se zvýšila jejich schopnost poskytovat výhody, které jsou nezbytné pro udržitelný rozvoj	100%
15.3 Zajistit spravedlivé rozdělování přínosů plynoucích z využívání genetických zdrojů a podporovat odpovídající přístup k těmto zdrojům	100%
15.4 Přijmout neodkladná opatření ke skoncování s pytláčením a pašováním chráněných druhů rostlin a živočichů a řešit nabídku i poptávku po nelegálních přírodních produktech	0%
Průměr	75%

Zdroj: Vlastní zpracování dle Cíle udržitelného rozvoje (2022), IKEA foundation (n.d.) a IKEA (2023)

Abstrakt

Petermannová, J. (2022). *Udržitelnost v podnikání* [Bakalářská práce, Západočeská univerzita v Plzni].

Klíčová slova: udržitelnost, udržitelný rozvoj, etika v podnikání, společenská odpovědnost firem, strategie udržitelnosti

Tato bakalářská práce se zabývá tím, jak firma IKEA zavádí koncept udržitelnosti do jejich strategie. Zaměřuje se na to, jak firma uchopuje společenskou odpovědnost k dosažení udržitelnosti. Ke zjištění potřebných informací pro provedení analýzy byl uskutečněn rozhovor s manažerkou udržitelnosti vybraného podniku. Z výzkumu vyplývají poznatky o meziročních změnách v pilířích společenské odpovědnosti firmy. Součástí práce jsou také návrhy, jak by mohla firma postupovat v posilování jejich udržitelnosti.

Abstract

Petermannová, J. (2022). *Sustainability in Business* [Bachelor Thesis, University of West Bohemia].

Key words: sustainability, sustainable development, ethics in business, corporate social responsibility, sustainability strategy

This bachelor's thesis deals with how the company IKEA is implementing the concept of sustainability into their strategy. It focuses on how the company approaches social responsibility to achieve sustainability. To gather the necessary information for the analysis, an interview was conducted with the sustainability manager of the selected company. The research reveals insights into year-to-year changes in the pillars of corporate social responsibility. The thesis also includes suggestions on how the company could proceed to strengthen their sustainability.