

Mendelova univerzita v Brně
Fakulta regionálního rozvoje a mezinárodních studií
Ústav regionální a podnikové ekonomiky (FRRMS)

Environmentální aspekty společenské odpovědnosti

IKEA Group

Bakalářská práce

Vedoucí práce:

Ing. Simona Miškolci, Ph.D.

Vypracovala:

Anna Toufarová

Brno 2017

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem práci: Environmentální aspekty společenské odpovědnosti ve vybraném podniku vypracovala samostatně a veškeré použité prameny a informace uvádím v seznamu použité literatury. Souhlasím, aby moje práce byla zveřejněna v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách ve znění pozdějších předpisů a v souladu s platnou *Směrnicí o zveřejňování vysokoškolských závěrečných prací*.

Jsem si vědoma, že se na moji práci vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon, a že Mendelova univerzita v Brně má právo na uzavření licenční smlouvy a užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona.

Dále se zavazuji, že před sepsáním licenční smlouvy o využití díla jinou osobou (subjektem) si vyžádám písemné stanovisko univerzity, že předmětná licenční smlouva není v rozporu s oprávněnými zájmy univerzity, a zavazuji se uhradit případný příspěvek na úhradu nákladů spojených se vznikem díla, a to až do jejich skutečné výše.

V Brně dne:.....

.....
podpis

Poděkování

Mnohokrát děkuji vedoucí bakalářské práce, paní Ing. Simoně Miškolci, Ph.D., za odborné vedení, cenné rady a především trpělivost, se kterou ke mně přistupovala při zpracování této bakalářské práce.

Poděkování také patří společnosti IKEA za poskytnutí potřebných dat, které přispěly ke zpracování bakalářské práce.

Abstrakt

Cílem bakalářské práce je charakterizovat současný stav implementace konceptu společenské odpovědnosti IKEA s důrazem na environmentální oblast a navrhnout doporučení pro další rozvoj CSR aktivit v této oblasti. V teoretické části byl zpracován přehled poznatků o významu konceptu CSR v udržitelném rozvoji a ochraně životního prostředí a možnostech hodnocení úrovně implementace tohoto konceptu s důrazem na environmentální oblast. V praktické části práce je s využitím analýzy interních dokumentů charakterizován současný stav implementace konceptu CSR společnosti Ikea Group a s využitím informací o realizovaných projektech v environmentální oblasti a jejich výsledcích vyhodnocena realizace CSR aktivit. Na základě poznatků z obou částí řešení práce byla formulována doporučení pro další rozvoj CSR aktivit.

Klíčová slova:

Společenská odpovědnost firem, IKEA Group, environmentální pilíř

Abstract

Goal of this bachelor thesis is to characterize actual implementation state of IKEA's public responsibility concept, with emphasis on environmental side. And to propose solution for further development of CSR activities in this area. Findings overview about the importance of CSR concept in sustainable development, environmental protection and level of implementation ratings possibilities from environmental stand point can be found in theoretical part. Practical part consist of characterization of actual state of CSR concept implementation in Ikea group a. s., based on the analysis of internal documentation. And the evaluation of CSR activity realizations based on actual projects in environmental area and their results. Final recommendations for further CSR activities development was formulated based on both part of this thesis.

Keywords:

Corporate social responsibility, IKEA Group, environmental pillar

OBSAH

1 ÚVOD	7
2 CÍL	8
3 LITERÁRNÍ REŠERŠE	9
3.1 Společenská odpovědnost firem a její význam v současném hospodářském prostředí	9
3.2 Definice společenské odpovědnosti firem (CSR).....	9
3.3 Základní pilíře CSR	10
3.3.1 Environmentální pilíř	11
3.3.2 Ekonomický pilíř	13
3.3.3 Sociální pilíř.....	13
3.4 Globální iniciativa CSR.....	13
3.5 Zavádění CSR v České republice	15
3.6 Implementace CSR v podniku	16
3.7 Hodnocení společenské odpovědnosti	19
3.8 Komunikace CSR	20
4 METODIKA PRÁCE	21
5 VLASTNÍ PRÁCE	22
5.1 Charakteristika současného stavu implementace CSR	22
5.1.1 Základní informace o IKEA Group	22
5.1.2 Uplatňování CSR v rámci strategie IKEA Group.....	25
5.1.3 Komunikace CSR strategie IKEA	30
5.1.4 Implementace CSR v environmentální oblasti	32
5.1.5 Provozní aktivity podporující strategii CSR.....	32
5.2 Projektové aktivity	38
5.2.1 Globální projektové aktivity	38
5.3 Lokální projektové aktivity.....	46

6	DISKUZE	50
7	ZÁVĚR	51
8	LITERATURA.....	53
9	Seznam zkratk.....	57
10	Seznam Obrázků.....	58
11	Seznam Tabulek.....	58
12	Seznam grafů.....	58

1 ÚVOD

Koncept společenské odpovědnosti firem se poprvé objevuje v 70. letech 20. století. Jeden z důvodů, proč se toto téma dostalo do popředí je velký tlak ze strany veřejnosti, která se zabývala negativními efekty globálně fungující světové ekonomiky, kdy velkou roli hrála média a občanské iniciativy (ZADRAŽILOVÁ, 2010). CSR přináší podnikům výhody, zejména nefinanční, které jsou přínosem v dlouhodobém udržitelném chování firmy.

Firmy za svůj cíl kladou nejen ekonomickou stránku, ale berou ohled na společenskou odpovědnost, kde se mimo jiné řadí sociální cíle pro zlepšování komunikace se zaměstnanci. Do popředí zájmu se dostává také zlepšování životního prostředí pro jednání s dodavateli.

Pro úspěch implementace CSR¹ v projektech mají firmy alokovány nemalé finanční prostředky, které využívá na provoz projektů podporující obchodní cíle a vize, které firma řídí sama nebo je zadává externím pracovníkům. Společenská odpovědnost může firmě vybudovat konkurenceschopnější postavení na trhu, jestliže působí v zájmu samotné firmy.

Pro zlepšení regionálního rozvoje může být společenská odpovědnost firem jedním z nástrojů ke zkvalitnění života nebo ke zlepšení ekologických podmínek pro samotné zaměstnance firmy v daném regionu. Důležitou součástí implementace společenské odpovědnosti je vzájemná spolupráce mezi všemi zainteresovanými stranami (veřejného i soukromého sektoru) a samotnými představiteli regionu.

¹ CSR – Corporate Social Responsibility – Společenská odpovědnost firem

2 CÍL

Cílem této bakalářské práce je charakterizovat současný stav implementace konceptu společenské odpovědnosti IKEA s důrazem na environmentální oblast a na základě analýzy realizovaných projektů navrhnout doporučení pro další rozvoj CSR aktivit v této oblasti.

Pro řešení práce byly vymezeny následující dílčí cíle:

1. vymezit význam konceptu CSR v udržitelném rozvoji globalizovaného hospodářství a ochraně životního prostředí a možnosti hodnocení úrovně implementace tohoto konceptu s důrazem na environmentální oblast;
2. charakterizovat současný stav implementace konceptu CSR ve vybrané firmě;
3. vyhodnotit implementaci CSR aktivit s využitím informací o realizovaných projektech v environmentální oblasti a jejich výsledcích;
4. formulovat doporučení pro další rozvoj CSR aktivit v této oblasti.

3 LITERÁRNÍ REŠERŠE

3.1 Společenská odpovědnost firem a její význam v současném hospodářském prostředí

V 70. letech 20. století se poprvé objevuje koncept společenské odpovědnosti firem. V 80. a 90. letech 20. století se popularita a dynamika akcelerovala, kdy se řada firem snažila zahrnout do svého konceptu podnikání etický kodex a přistoupila na jeho vytváření. Jeden z důvodů, proč se toto téma dostalo do popředí je velký tlak ze strany veřejnosti, která se zabývala negativními efekty globálně fungující světové ekonomiky, kdy velkou roli hrála média a občanské iniciativy. Veřejnost si všímala firem, které svým podnikáním poškozovaly životní prostředí (ZADRAŽILOVÁ, 2010). Chování CSR přináší podnikům výhody, zejména nefinanční, které jsou přínosem v dlouhodobém udržitelném chování firmy (GURSKÁ, 2011). Nedílnou součástí vrcholového managementu je zapotřebí stanovit a definovat jednotlivé funkce odpovědnosti a pravomoci osob, které jsou zodpovědné za systém CSR v IKEA. Vrcholový management má za úkol stanovit představitele, kteří mají dostatečné kompetence proto zajišťovat a realizovat aktivity CSR na všech vhodných úrovních. Tito představitelé vrcholového managementu mohou mít v podniku i více funkcí. V malých podnicích se může klidně stát, že tato funkce je prováděna například ředitelem (PLÁŠKOVÁ, 2009).

3.2 Definice společenské odpovědnosti firem (CSR)

Společenská odpovědnost firem se začala vyvíjet od 70. let a neexistuje pro ni žádná jednotná definice. Je to díky skutečnosti, že koncept je založen na dobrovolnosti a nemá žádná vymezující pravidla. Jeho hlavním přínosem by měla být změna orientace firem z krátkodobých cílů na dlouhodobé, z maximálního zisku na optimální zisk. Společensky odpovědné firmy se tedy chovají tak, že zohledňují nejen vnitřní prostředí, ale také vnější, přispívaly tak pro udržitelný rozvoj a byly ve všech směrech transparentní (KAŠPAROVÁ, KUNZ, 2013).

Podle Evropské unie představuje koncept CSR „dobrovolné integrování sociálních a ekologických hledisek do běžných firemních operací a interakcí se zainteresovanými subjekty (stakeholdery)²“ (Společenská odpovědnost v Evropské unii, 2012, [online]).

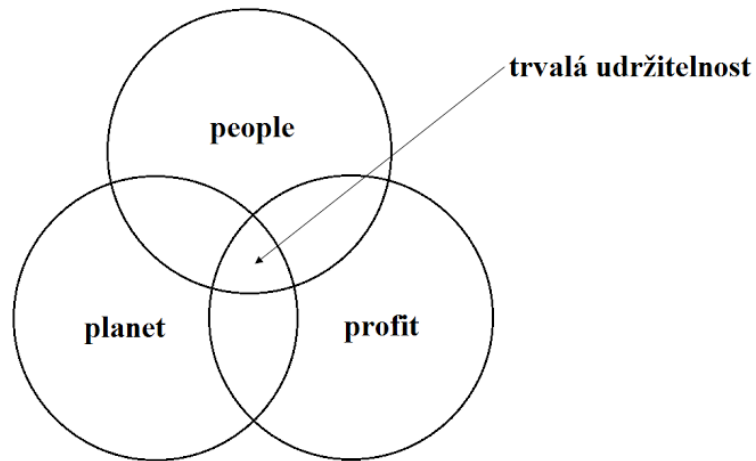
Věrohodnost společenské odpovědnosti je nedílnou součástí, a proto musí splňovat několik předpokladů, kterými jsou zejména:

- osobitost – firma zaujme veřejnost především svým osobitým přístupem k věci a svou odlišností od ostatních firem.
- autentičnost – firma působí důvěryhodně, klienti věří v kompetentnost vedoucích pracovníků oddělení CSR firmy, kteří jsou přesvědčeni o správnosti uplatňování CSR. Je možno firmě věřit, že lidé odpovědní CSR jsou kompetentní a jsou přesvědčeni o správnosti CSR.
- transparentnost – firma dobrovolně a ochotně poskytuje informace o svých činnostech a dovoluje posuzovat nezávislé. Firma je ochotná a souhlasí o sobě poskytovat informace.
- důslednost – v dodržování principů CSR (Neziskovky, 2017).

3.3 Základní pilíře CSR

Společenská odpovědnost není jen firemní filantropií, ale je postavena na třech základních pilířích, které jsou na sebe vzájemně propojeny. Ekonomické, environmentální a společenské (sociální). K vysvětlení systému slouží tzv. trojí minimální linie, která pilíře navzájem propojuje a označuje je názvem „3P“ neboli „People, Planet. Profit“ (ZADRAŽILOVÁ a kol., 2010).

²Stakeholder – osoby a instituce, které mají s organizací cokoli dočinění (např. management, akcionář, dodavatel, investor, stát, sdružení)



Obrázek 1: Triple-bottom-line

Zdroj: zpracováno podle KUNZ, (2012)

3.3.1 Environmentální pilíř

V rámci environmentálního pilíře jde především o snížení negativního vlivu podnikání na životní prostředí a zdraví populace. Jedním z toho může být snižování emisí, energeticky úsporné provozy, výrobky a služby, využívání obnovitelných přírodních zdrojů, vývoj výrobků, které šetrně působí nejen na přírodu, ale také na výrobce a má férový přístup k oběma stranám (bioprodukty).

Prostřednictvím minimalizace negativního dopadu na životní prostředí, získává firma příležitosti k podnikání s novými obchodními partnery, kteří mají stejné hodnoty v rámci podnikání. Jestliže firma bude provozovat ekologicky šetrné podnikání může počítat s finanční úsporou, v některých případech i se ziskem (Koncept CSR v praxi, 2008).

Mezi environmentální oblast se řadí několik principů které dodržuje, například šetrná produkce (včetně certifikace podle ISO 14000), ekologická politika na všech úrovních a ochrana využívaných zdrojů(AQE, 2017).

Mezi prioritní oblasti environmentálního pilíře Kunz (2012) řadí například:

- eliminace negativních dopadů na životní prostředí,
- ekologicky šetrná výroba a produkty,
- environmentální management v souladu s národními a mezinárodními standardy,
- zavádění ekologických technologií,
- monitoring vlivu na životní prostředí,
- snižování spotřeby energie a zdrojů,
- využití alternativních obnovitelných zdrojů energie,
- recyklace a třídění odpadu,
- minimalizace dopravní zátěže,
- zohledňování ekologických hledisek v dodavatelském řetězci.

Environmentální politika jako rámec environmentálního managementu

Jestliže se firma rozhodne pro environmentální politiku ve svém podnikání, zavazuje se tak vůči svým stakeholderům. Je to vyjádření organizace vůči životnímu prostředí, firma na sebe bere zodpovědnost za dopady své produkce a snaží se neustále zlepšovat své environmentální parametry. Jak uvádí Kulhavý (2012), jednou z nejzásadnějších komunikací environmentální politiky jsou samotní zaměstnanci firmy. Jestliže zaměstnanci mají jednoznačně deklarovanou environmentální politiku, může se to pro ně stát jako “vodítko”, s jehož pomocí si dokáží vytvořit představu, co je ve firmě žádoucí a dokáží se pak lépe přizpůsobit a naplňovat environmentální cíle. Jak uvádí

Kulhavý (2012) názor, že environmentální politika může být jen formalitou pro rostoucí tlak ze strany veřejnosti a k žádným inovacím a zásahům ani dojít nemusí.

3.3.2 Ekonomický pilíř

V ekonomické oblasti se především zaměřuje na to, aby prostředky a vztahy byly transparentní a korektní s obchodními partnery – zákazníky, dodavateli, investory, kteří dodržují kodexy korektního podnikání, respektování vysokých standardů v oblasti podnikové správy, například duševního vlastnictví.

U firmy je důležitý také dopad na ekonomiku lokální, národní i globální ~~úrovni~~, například díky inovacím a rozvoji zaměstnanosti.

Ekonomická oblast se váže s odmítnutí korupce, transparentnost, dobré vztahy se zákazníky, akcionáři, obchodními partnery, ochrana duševního vlastnictví (Společenská odpovědnost, 2017).

3.3.3 Sociální pilíř

V sociálním neboli společenském pilíři se firma převážně zaměřuje na vazby a přístup k zaměstnancům a podporu okolní komunity. Nejen v komunitě, ale i na pracovišti firma ovlivňuje životní úroveň, kterou je schopna ovlivňovat ve všech perspektivách (Tři pilíře – oblasti CSR, 2008).

Sociální oblast se váže s filantropií, respektování vysokých pracovních standardů, vyhodnocování a realizace rovných příležitostí, různorodosti pracovního kolektivu, mezigenerační spolupráce, realizace projektu celoživotního vzdělání, kulturní a společenský rozvoj zaměstnanců (Tři pilíře – oblasti CSR, 2008).

3.4 Globální iniciativa CSR

Jak již bylo zmíněno, koncept společenské odpovědnosti je založen na dobrovolné bázi, a současně jsou rozvíjeny globální iniciativy, proto aby koncept měl význam. Největší platforma pro společenskou odpovědnost UN GLOBAL COMPACT (globální dohoda

OSN), kdy všechny zainteresované strany rozhodují o implementaci společenské odpovědnosti zúčastněných firem. V roce 2014 se setkání evropských národních sítí UN Global Compact uskutečnila ve městě Skopje (Makedonie) a v tentýž rok se poprvé účastnila i Česká republika. Česká republika byla jednou z posledních rozvinutých zemí, která se do programu zapojila.

Un Global Compact je seskupení firem a organizací, které mají společný zájem v oblasti společenské odpovědnosti (lidských práv, pracovních podmínek, životního prostředí a korupce). Un Global Compact je organizátorem mnoha aktivit, které koordinuje prostřednictvím národních sítí. Aktuálně je do této platformy zapojeno 85 zemí (GlobalCompact, 2015).

Je formulováno deset principů, které se vztahují ve čtyřech základních odvětvích, kterých se UN GC zabývá: lidská práva, pracovní podmínky, životní prostředí a protikorupční opatření (Základní principy, 2015).

Tabulka 1: Deset principů globální dohody OSN

Oblast	Princip č.	Deset principů Globální dohody OSN
Lidská práva	1	Podniky budou podporovat a respektovat ochranu mezinárodně vyhlášených lidských práv.
	2	Podniky se ujistí, že nejsou spolupachateli porušování lidských práv.
Pracovní standardy	3	Podniky budou podporovat a prosazovat svobodu sdružování a uznávat právo na kolektivní vyjednávání.
	4	Odstraňování všech forem nucené a nedobrovolné práce.
	5	Faktické odstranění dětské práce.
	6	Odstranění diskriminace z hlediska zaměstnání

		a povolání.
Životní prostředí	7	Podniky budou podporovat preventivní (opatrnostní) přístup k environmentálním výzvám.
	8	Zavázat se k prosazování vyšší environmentální odpovědnosti.
	9	Podpora rozvoje o rozšiřování technologií šetrných k životnímu prostředí.
Boj proti korupci	10	Podniky budou bojovat proti všem formám korupce, včetně vydírání a upáčení a podplácení.

Zdroj: Zpracováno podle ZADRAŽILOVÁ a kol. (2009, s. 5-6).

3.5 Zavádění CSR v České republice

Česká republika je iniciativní v oblasti společenské odpovědnosti. Tento koncept je v České republice známý již řadu let a s přibývajícimi roky se dostává do povědomí a dochází k propojení vztahů mezi podnikatelskou sférou, státními orgány a například organizacemi veřejné správy nebo nevládními organizacemi. „V České republice není koncipována samostatná strategie společenské odpovědnosti, je však její nedílnou součástí Národní politiky kvality v ČR“ (aqe.cz, 2017, s.1)

Česká republika je od roku 2015 členem světové organizace Un Global Compact a šíří její zásady. Podporuje firmy a iniciativy, které sdílí stejné hodnoty podnikání spojené s principy CSR ze strany UN GC.

Příkladem firmy s českou tradicí, která byla jednou z majoritních firem s implementací CSR na českém trhu jako příklad firma Baťa, která s implementací začala již před rokem 1989. Ohledně environmentálních aktivit se jednalo konkrétně o zřízení biologické laboratoře, šetrné hospodaření s materiálem, zpracování odpadu materiálu a nezávadnost použitých materiálů. Velký skok pro Českou republiku nastal v době, kdy vstoupila do Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (vstup do OECD 1995) a

následně, když se stala součástí Evropské unie (rok 2004). Přičemž Evropská unie je aktivním podporovatelem CSR aktivit.

Organizace podporující rozšiřování CSR

Mezi nejvýznamnější organizace podporující CSR v českých podmínkách:

Business LeadersForum – od roku 1992 je firma podporovatel CSR a propojuje jej se známými osobnostmi českého byznysu (Business LeadersForum, 2017).

Fórum dárců a Byznys pro společnost – již 19 let se aktivně a systematicky společnost zapojuje pro zapojení rozvoje filantropie v České republice. Díky fórum dárců vznikla řada iniciativ k podpoře individuálního dárcovství v ČR. Fórum dárců patří k prvním a zároveň zakládajícím členům platformy pro odpovědné dárcovství Byznys pro společnost (Fórum dárců, 2017).

World Business Council on Sustainable Development (WBCSD) – mezinárodní asociace firem. Cíl: prosadit užší spolupráci mezi firmami, vládou a dalšími relevantními organizacemi na poli udržitelného rozvoje.

International Business LeadersForum – mezinárodní nevládní organizace založena v roce 1990. Cíl: propagovat odpovědné chování firem a napomáhat dosažení udržitelného rozvoje v sociální, environmentální a ekonomické oblasti, a to zejména u nových či rozvíjejících se tržních ekonomikách. V České republice je jejím partnerem Business LeadersForum.

TheCopenhagenCetre – mezinárodní autonomní instituce založena dánskou vládou v roce 1998. Cíl: podporovat dobrovolná partnerství vlád a firem a větší sociální soudržnost (Neziskovky, 2004).

3.6 Implementace CSR v podniku

Je řada organizací, které již mají společenskou odpovědnost ve své firmě zavedenou. Standardy napomáhají při zavádění CSR v podniku. Každý subjekt implementaci může pojmout po svém. Většina firem se snaží pečovat o své zákazníky a zaměstnance a zároveň být šetrní k životnímu prostředí. Díky těmto prvním krokům implementace přispívá ke strategickému pojetí CSR (spolecenskaodpovednostfirem, 2008).

Jedním z nejčastěji zmiňovaných argumentů, proč by podnik neměl aplikovat CSR, je finanční hledisko. Pro podnik, který je zaměřen jen na krátkodobé cíle je implementace CSR nákladná a přínos pro firmu v tak krátkém období je nepostřehnutelný (PETŘÍKOVÁ, 2008).

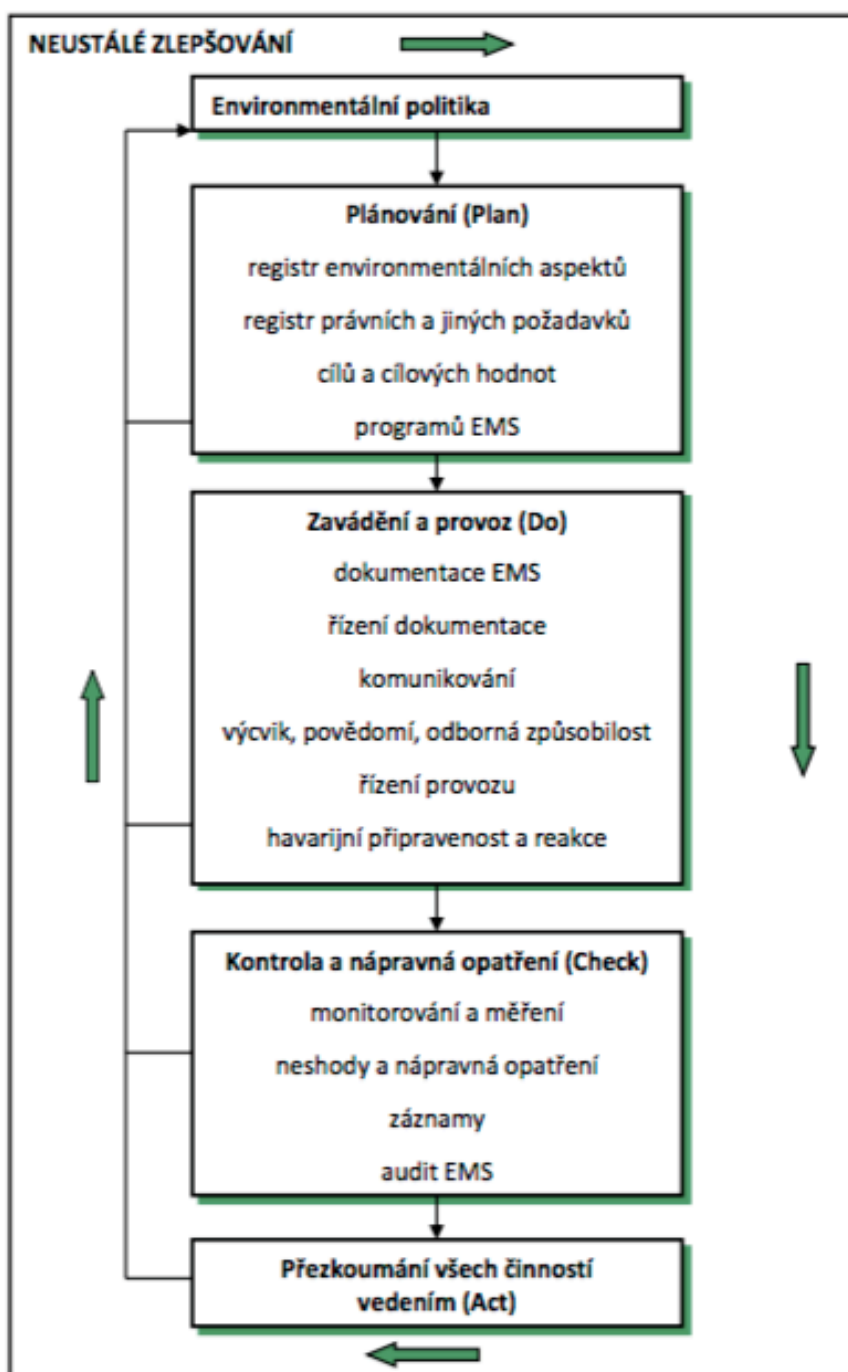
Při zavádění CSR je potřeba brát ohled na systematicčnost a sledovat při tom i své zájmy:

- poslání podniků;
- firemní kulturu;
- předmět a obor podnikání;
- obchodní strategii;
- environmentální profil;
- profil rizika;
- provozní podmínky (spolecenskaodpovednostfirem, 2008, s 18).

International Institute for Sustainability Development představilo detailní návod na implementaci CSR do řízení podniků. Jde převážně o podniky, které ještě nemají zavedené standardy CSR ve svém podnikání. Iniciátorem na základě diskusí se stakeholdery. Tato strategie je založena na bázi PDCA cyklu (plan-do-check-act, nebo Demingův cyklus pro postupné zlepšování kvality formou opakovaného provádění čtyř základních činností), (KAŠPAROVÁ, KUNZ, 2013).

Významným krokem implementace je vytvoření implementačního rámce, který je prvním krokem pro zavedení CSR v podniku, rozhoduje o hospodářském, sociálním a ekonomickém záměru firmy.

Je uplatňován již zmíněný „Demingův cyklus“, který se rozděluje do čtyř fází – plánuj, realizuj, prověř a porovnej.



Obrázek 2: Demingův model systému environmentálního managementu

Zdroj: zpracováno podle Mišák (2002, s.32)

3.7 Hodnocení společenské odpovědnosti

Jestliže se firma rozhodne pro aplikaci společenské odpovědnosti ve svém podnikání, je důležité nastavit kritéria, které budou tuto strategii vyhodnocovat. Lze porovnávat a měřit implementaci s jinými subjekty, k čemuž je možno využít interního nebo externího hodnocení. Pro důvěryhodnost ověření se doporučuje externí hodnotitel. V případě absence externí kontroly firmy často mají tendenci k tomu výsledky upravovat a vylepšovat (NPK, 2015).

Česká republika podporuje systém hodnocení třetí nezávislou stranou, proto vytvořila ve spolupráci se Sdružením Korektní podnikání originální národní metodiku. Metodika KORP je součástí, při hodnocení organizací v programu Národní ceny ČR za společenskou odpovědnost (businessinfo, 2015).

Kunz uvádí další hodnocení společenské odpovědnosti vedle zmíněné metodiky KORP například normu SA 8000, Account Ability 1000, Global Reporting Initiative (GRI), směrnice OECD pro multinárodní společnosti, London Benchmarking Group (LBG), ISO 2600. Norma SA 8000 je mezinárodní norma, jejímž předmětem je vylepšování pracovních podmínek. Tato norma se zabývá několika tématy například diskriminace, systém řízení, pracovní doba, odměňování nebo zdraví a bezpečnost zaměstnanců. SA 8000 je řazena mezi certifikované normy (KUNZ, 2012).

Jedna z nejvýznamnějších norem, které přispívají k hodnocení je směrnice OECD Guidelines for Multinational Enterprises a GRI Sustainable Reporting Guidelines. GRI iniciativa obohacuje přístup CSR o návody a doporučení pro zlepšení kvality, přesnosti a užitečnosti reportování o udržitelnosti (nejobjektivněji sestavit CSR reporty). Zatímco OECD nabízí spíše soubor pravidel a doporučení zaměřující se na nadnárodní společnosti. Obsahují například témata jako je transparentnost v podnikání, konkurenční boj nebo vztah průmyslu k životnímu prostředí (KUNZ, 2012).

3.8 Komunikace CSR

Zpráva vydávána o společenské odpovědnosti neslouží jen samotnému podniku, ale představuje ucelený souhrn pro stakeholdery. Výstup podniku dále může sloužit pro rozšiřování dalších aktivit.

Předmětem komunikace by mělo být informování o průběhu implementace CSR nejen na zákazníky, ale také obchodní partnery či investory. Organizace mají legitimní právo na to veřejně publikovat aktivity zabývající se CSR, prostřednictvím této formy dochází k navyšování image firmy. Může se jednat o: firemní webové stránky, firemní časopisy, intranety, obaly, etikety nebo prospekty. Jednou z nejpoužívanějších metod, která se pro komunikaci používá jsou pravidelné výroční zprávy o CSR (KUNZ, 2012).

Nejjednodušší reportování, které firmy využívají, protože je i nejviditelnější a nejsnáze měřitelné je měření aktivit na životní prostředí. S nárůstem finančních a společenských skandálů a snahy odlišit se od konkurence vznikla další témata pro reportování (KAŠPAROVÁ, KUNZ, 2013).

4 METODIKA PRÁCE

Cílem řešení bakalářské práce bylo charakterizovat současný stav implementace konceptu společenské odpovědnosti IKEA Group s důrazem na environmentální oblast a na základě analýzy realizovaných projektů navrhnout doporučení pro další rozvoj CSR aktivit v této oblasti.

Postup řešení byl rozložen do několika fází, v návaznosti na vymezené dílčí cíle.

V první fázi řešení byla zpracována teoretická část práce. Cílem bylo vymezit význam konceptu CSR v udržitelném rozvoji globalizovaného hospodářství a ochraně životního prostředí a možnosti hodnocení úrovně implementace tohoto konceptu s důrazem na environmentální oblast. Formou literární rešerše byl zpracován přehled dosavadních poznatků o trendech a možnostech implementace CSR, včetně komparace názorů na přínosy zavádění tohoto konceptu pro firmu a společnost. Zároveň byly vymezeny možnosti jeho hodnocení. Vzhledem k potřebě analýzy aktuálních informací a názorů byly pro zpracování této části práce využívány nejen domácí a zahraniční odborné publikace, ale také internetové zdroje, zejména webové stránky organizací, zabývajících se prosazováním a standardizací CSR. Veškeré použité zdroje jsou zařazeny do seznamu literatury, uvedeném na konci práce.

Hlavním důvodem výběru společnosti IKEA Group pro realizaci praktické části práce zaměřené na analýzu environmentálních aspektů implementace CSR byla její vysoká angažovanost v implementaci CSR ve své podnikatelské činnosti.

Pro řešení praktické části práce byly vymezeny následující dílčí cíle:

- charakterizovat současný stav implementace konceptu CSR
- vyhodnotit implementaci CSR aktivit s využitím informací o realizovaných projektech v environmentální oblasti a jejich výsledcích.

5 VLASTNÍ PRÁCE

5.1 Charakteristika současného stavu implementace CSR

5.1.1 Základní informace o IKEA Group

IKEA Group aktuálně provozuje celkem 340 obchodních domů ve 28 zemích světa, dle údajů dostupných k 31. 8. 2016. IKEA Group, která má na starost oblast udržitelného rozvoje, provádí a stanovuje, kam hodnoty IKEA ohledně udržitelnosti směřují. Za rok 2016 do obchodních domů IKEA zavítalo 783 milionů návštěvníků. Za finanční rok 2016 IKEA Group dosáhla tržeb v hodnotě 34,2 miliardy eur, přičemž roční obrat restaurace IKEA tvoří 1,7 miliard eur. Celkový prodej se zvýšil o 7,1 % oproti finančnímu roku 2015. V roce 2016 IKEA zaměstnávala 163 600 zaměstnanců. Známkou toho, že roste zájem o produkty IKEA, kterých je momentálně 9 700 v nabídce, je rostoucí návštěvnost webových stránek, v roce 2016 bylo těchto návštěvníků 2,1 miliard, oproti předešlému finančnímu roku jde o nárůst 9 %. (IKEA, 2016, s.5).

IKEA Group chce být majoritní firmou na trhu, která bude udávat trendy ohledně udržitelného rozvoje a bude v souladu s přírodou. Cílem týmu IKEA Group je iniciovat rozvoj při realizaci udržitelného rozvoje.

Společnost IKEA Group je tvořena tak, aby zajišťovala nezávislost a dlouhodobost. IKEA Group čerpá finanční prostředky dvěma způsoby, finance mohou být reinvestovány do IKEA Group nebo mohou být finance použity na charitativní účely. Finanční prostředky mohou být znovu investovány do IKEA Group nebo finance mohou být použity na charitativní účely. INGKA Holding B.V. je mateřskou společností IKEA Group a sídlí v nizozemském Leidenu. V čele rady IKEA Group stojí Peter Agnefjäll, prezident a generální ředitel, spolu s dalšími členy vrcholového vedení. „*IKEA Group působí v rámci celého hodnotového řetězce od strategie sortimentu přes vývoj a výrobu výrobků až podistribuci a maloobchodní prodej. Její součástí jsou jak vlastní výrobní jednotky tak nákupní organizace, distribuční centra a centra pro distribuci výrobků zákazníkům.*” (IKEA, 2016, s.1).

V České republice IKEA provozuje celkem čtyři obchodní domy. V Brně, Ostravě a dva jsou v hlavním městě v Praze.

Organizační struktura IKEA Group

Vzhledem k tomu, že IKEA je korporátní firma, má ve svých obchodních domech vymezené oddělení, které se zabývá životním prostředím. Na starosti toto oddělení má analyzování globálních projektů, pořádání lokálních projektů (spolu s marketingem), vysvětlování společenské odpovědnosti, třídění odpadu aj. zaměstnancům (skrze školení).

Zakladatelem je Ingvar Kamprad – vytvořil firmu tak, aby měla takovou vlastnickou strukturu, která IKEA zajistí nezávislost a dlouhodobou perspektivu.

IKEA GROUP je od roku 1982 ve vlastnictví nadace a sídlí v Nizozemí.

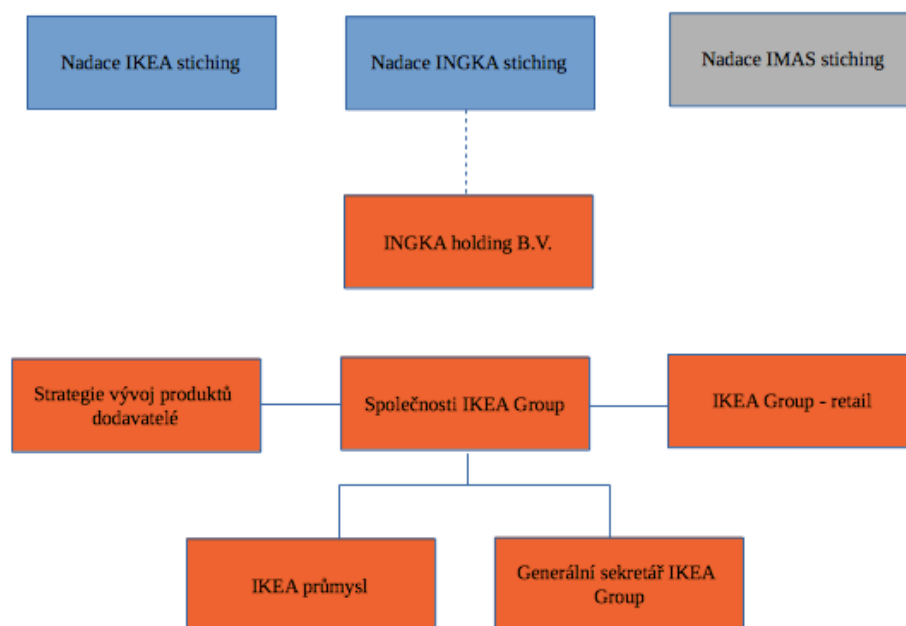
Stichting INGKA Foundation – Je vlastníkem INGKA Holding B.V. a za úkol má reinvestování finančních zdrojů do IKEA Group.

Stichting IMAS Foundation – Spravuje veškeré finanční aktiva a nadace Stichting INGKA Foundation.

Stichting IKEA Foundation – je spjatá s Stichting INGKA Foundation a za úkol má finančně podporovat projekty, které se zaměřují např. na podporu práv dítěte v rozvojových zemích.

INGKA Holding B.V. – je mateřskou společností IKEA Group. Jejím hlavním úkolem je podporovat IKEA Group a řídit.

IKEA Industry – „je skupina společností realizující výrobu nábytku a desek či panelů z materiálů na bázi dřeva. Součástí jejich činnosti je vývoj výrobních kapacit a nových strategických obchodních oblastí na podporu růstu IKEA. Celkově pro IKEA Industry pracuje 18 000 zaměstnanců v 11 zemích světa“. (IKEA Group, 2017, [online]).



Obrázek 3: Organizační struktura

Zdroj: vlastní zpracování, data čerpané z: www.ikea.com

Mise a vize IKEA

Misí společnosti je aktivně se podílet na rozvoji nábytkářské firmy a být jedničkou na trhu v této oblasti podnikání. V rámci toho si je firma vědoma svého dopadu na životní prostředí a maximálně se snaží prostřednictvím aktivit a dodržováním ekologických postupů ve své obchodní činnosti o blaho přírody.

„Naší vizí v IKEA je přispívat k lepšímu každodennímu životu mnoha lidí. Naše obchodní myšlenka tuto vizi podporuje tím, že nabízíme široký sortiment výrobků pro zařízení domácnosti s dobrou funkcí a designem za ceny tak nízké, aby si je mohlo dovolit co nejvíce lidí“ (ikea.com, 2017).

Cíle IKEA podle interních zpráv jsou:

- investiční ambice,
- obnovitelné zdroje,
- lesní hospodářství,

- recyklace. (Interní zpráva, IKEA Group 2017).

Hodnoty IKEA:

- pospolitost,
- péče o lidi a planet,
- hospodárnost,
- jednoduchost,
- obnovovat a vylepšovat,
- odlišnost, která má smysl,
- Předávání a přebírání zodpovědnosti,
- Jít příkladem (news.ikea, 2017).

5.1.2 Uplatňování CSR v rámci strategie IKEA Group

Strategie IKEA vychází z principů hodnot, mise a vize. Společensky zodpovědný přístup se promítá do všech obchodních i neobchodních aktivit. Jedním z nejzákladnějších cílů je vybudovat pozitivní vliv na lidi a planetu v rámci své podnikatelské činnosti. Cílem je nastavit lepší fungování firmy s environmentální odpovědností. Jedním z bodů strategie je i přístup k zaměstnancům: IKEA Group si přeje být důvěryhodným, jedinečným a smysluplným zaměstnavatelem. Pro funkčnost této strategie je potřeba kvalitní a silné vedení přesvědčené o smysluplnosti udržitelného rozvoje. Kvalitní komunikace napříč celou firmou (od vedení po „brigádníky“). Každý zaměstnanec by se měl angažovat do plánů, které plní environmentální byznys cíle firmy (IKEA, 2017).

Společnost IKEA Group vypracovala detailní plán strategie udržitelnosti v rámci své podnikatelské činnosti, která je shrnuta v publikaci s názvem Dobré pro lidi a planetu. Tato publikace je dostupná na jejich webových stránkách.

IKEA svoji pozornost zaměřuje především do třech oblastí – **udržitelný život v domácnostech, zdroje a energetická nezávislost a lepší život pro lidi a komunity.**

První publikací, která se zaměřuje na tyto pilíře je z roku 2012 a představuje strategii s výhledem do roku 2020.

Nejprobíranějšími tématy jsou – vývoj světové populace, udržitelný rozvoj, plýtvání zdroji, klimatické změny, znečištění ovzduší a vzduchu, chudoba a další.

Skrze vnější vlivy si IKEA uvědomuje své postavení ve světě, kdy svět chápe jako udržitelný svět, který pomáhá lidem žít lepší život. Silná ekonomická stránka a vliv na život v domácnostech může ovlivnit prospěch udržitelnosti světa (IKEA, 2016).

5.1.2.1 Udržitelný život v domácnostech

Jako první oblast strategie implementace CSR je udržitelný život v domácnostech. IKEA Group si je vědoma, jaký vliv může mít při ovlivňování svých zákazníků ve vztahu k životnímu prostředí, proto se snaží své zákazníky inspirovat a motivovat k tomu být šetrnější v každodenních činnostech, které provádí. Tato oblast je podporována vizí společnosti a to přispívá k lepšímu každodennímu životu mnoha lidí a to skrze nabízený sortiment. Těmito sortimenty jsou například osvětlení LED, každá prodaná žárovka ušetří 7 eur na účtech za elektřinu, chytré řešení pro třídění odpadu nebo úsporné vodovodní baterie.

IKEA si je dobře vědoma možnosti, jak lze své zákazníky motivovat, proto ve svých obchodních domech poskytuje rady a návody, jak vést domácnost udržitelnějším způsobem.

Důležitým faktorem je design výrobků, který je tvořen tak, aby ho bylo možné efektivně přepravovat, aby se využívalo co nejméně materiálů, a aby použité materiály byly recyklovatelné. Díky velmi efektivnímu řešení balení produktů je kapacita dopravního prostředku maximálně využita, čímž se snižuje transfer zboží na nejnižší možnou míru a vzniká pozitivní efekt na životní prostředí.

5.1.2.2 Zdroje a energetická nezávislost

Další oblastí cílů strategie CSR jsou zdroje a energetická nezávislost, která spočívá v podpoře alternativní obnovitelných zdrojů. Jedním z bodů cílů je vyrábět z méně surovin více potřebných výrobků. Velkou výzvou pro IKEA Group je přechod na „oběhové hospodářství“, které má zamezit plýtvání zboží. IKEA Group se zaměřuje na tři oblasti:

- Produkty a služby – vyrábět produkty z recyklovatelných a obnovitelných zdrojů co v nejlepší kvalitě za nejnižší cenu.
- Budovy a doprava – navázat spolupráci s dodavateli a co nejúčinněji vyrábět a distribuovat výrobky, především minimalizovat nebo úplně odstranit odpad.
- Setkání se zákazníky – být ve spojení se zákazníky a pomoci jim v inspiraci, jak využít staré výrobky a učinit z nich zase použitelné zboží. A umožnit zákazníkům vrátit do obchodních domů staré a použité výrobky, které budou dále využity.

K výrobě produktů z obnovitelných materiálů používá IKEA Group suroviny jako je bavlna, dřevo, recyklovatelný PET plast, bambus, lem, vodní hyacitn. Také se snaží o minimalizaci spotřeby zdrojů v provozních činnostech. Od roku 2010 klesla spotřeba tun papíru ze 102 tun na 96 tun, což je pozitivní ukázka minimalizace spotřeby, vzhledem k více rostoucí administrativě a poptávce po katalogu.

Dalším z cílů, jak podpořit výrobu obnovitelných zdrojů je vybudování větrných elektráren a zavedení solárních panelů na obchodní domy. Do roku 2020 chce IKEA Group vyrábět 100 % energii z těchto zdrojů. IKEA doposud nainstalovala 700 000 solárních panelů na své obchodní domy (IKEA, 2017).

5.1.2.3 *Lepší život pro lidi a komunity*

Třetí oblastí z cílů CSR je zaměřena na lepší život pro lidi a komunity, která je převážně zaměřena na zaměstnance IKEA. IKEA Group si přeje být dobrým zaměstnavatelem a uvědomuje si, že každý člověk je unikátní a může přispět ke společným cílům. Podporuje důstojné pracovní podmínky nejen ve svých obchodních domech, ale v celé perspektivě, tedy i u dodavatelů a externích pracovníků.

Jedním z cílů je dosáhnout rozmanitosti na pracovišti a to prostřednictvím rovnováhy mezi pohlavím. V roce 2016 pracovala v IKEA Group 56 % žen a 44 % mužů. 48 % žen pracuje na vysokých manažerských pozicích. Nové programy IKEA Group podporují školení a workshopy, které mají navýšit povědomí o rozmanitosti a především o negativních a pozitivních stereotypech a předsudcích, které mohou ovlivňovat výběr zaměstnanců. Další oblasti podporující tuto strategii jsou komunikace se zákazníky a zdraví a bezpečnost na pracovišti. Pro zjištění potřeb svých zaměstnanců IKEA Group využívá různých metod, jednou z nich je VOICE, která probíhá jednou ročně. Každý zaměstnanec má možnost anonymně vyplnit dotazník týkající se pracovních podmínek, ten pak slouží k tvorbě vylepšování.

5.1.2.4 *IWAY kodex pro dodavatele*

Iway kodex podporuje naplňování strategie CSR v oblasti Lepší život pro lidi a komunity.

Je to tedy zavedený kodex IKEA Group pro dodavatele výrobků, materiálů a služeb. Zkratka IWAY je z původního názvu The IKEA Way on PurchasingProduct. Definuje požadavky na dodavatele a poskytovatele služeb pro životní prostředí a sociální a pracovní podmínky. (Sustainability IWAY, 2016, [online]). Směrnice IWAY vychází z Deklarace ILO o základních principech a právech v práci z června 1998 a z deseti zásad projektu OSN GlobalCompact z roku 2000(IWAY standard, 2015).

Směrnice IWAY – environmentální oblast

- Znečištění ovzduší – jsou dodržovány veškeré příslušné zákony a nařízení týkající se ochrany ovzduší a , pokud je to vyžadováno, jsou vydána požadovaná povolení a protokoly měření.
- Venkovní hluk – jsou dodržovány veškeré příslušné zákony a nařízení týkající se ochrany zdraví před nepříznivými účinky hluku a, pokud je to vyžadováno, jsou vydána požadovaná povolení a protokoly z měření.
- Vypouštění odpadních vod – dodavatel řádně upravuje odpadní vody v závodě nebo je vypouští do schválené externí čistírny odpadních vod. Čistírny odpadních vod (ČOV) jsou řádně provozovány a udržovány a odpovídají typu a objemu odpadních vod vypouštěných z provozu. Zaměstnanci zajišťují provoz ČOV mají příslušnou způsobilost.
- Kontaminace půdy – na kontaminaci půdy je okamžitě reagováno. Možná rizika vyplývající z kontaminované půdy způsobené současnou a historickou činností jsou prozkoumána a zhodnocena. Jakákoli identifikovaná kontaminace je hlášena příslušným orgánům a řešena podle pokynů příslušného orgánu. Dodavatel informuje společnost IKEA o vývoji a výsledcích případu.
- Podávání zpráv o odpovědnosti za životní prostředí – společnosti IKEA je předkládána roční zpráva o životním prostředí. Obsah, struktura a termín podání zprávy jsou definovány příslušnou organizací IKEA a zpráva obsahuje minimálně údaje o spotřebě vody a energie.
- Neustálé zlepšování – dodavatel hodnotí aktuální dopady výroby a provozu na životní prostředí. Praktické plány na snížení dopadů na životní prostředí jsou zdokumentovány a periodicky vyhodnocovány. Plány zahrnují měřitelné cíle, zodpovědnosti, konkrétní činnosti a časový plán. Příslušné výsledky plánovaných činností jsou zdokumentovány.
- Dodržování zákonů – jsou dodržovány veškeré další platné zákony a nařízení týkající se dopadů na životní prostředí a jeho ochrany, které nejsou uvedeny výše v této kapitole. To mimo jiné zahrnuje klasifikaci znečištění

životního prostředí, podávání zpráv a kontroly příslušnými orgány. Požadovaná nápravná opatření z takových kontrol jsou zdokumentována a v určeném časovém termínu provedena (Směrnice IWAY, 2016).

5.1.2.5 Lidé a planeta – strategie do roku 2020

People and Planet Positive agenda 2020 je směrnice, která se zajímá o lidi a planetu. Je stanoveno několik cílů, které chce IKEA do roku 2020 naplnit. Především chce být IKEA vnímána jako číslo jedna bytového prodejce s provozem, který je šetrný a lepší pro společnost a prostředí na trhu. IKEA se snaží dosáhnout 4 násobného nárůstu prodeje s myšlenkou více udržitelného života v domácnostech. Další vizí je posun k energii z obnovitelných zdrojů a to nejlépe ve 100 procentech. Materiál, který se používá k výrobě a celkové spotřebě je z recyklovatelných materiálů skrze to můžeme vidět, že čím dál více materiálů je možno recyklovat. Důsledkem je fakt, že se zaznamenalo snížení produkce odpadů.

5.1.3 Komunikace CSR strategie IKEA

Ke komunikaci s okolním světem IKEA využívá převážně internetových zdrojů. Komunikaci má na starost marketingové oddělení, které se stará o inovaci a o aktualizování dat. Marketing umísťuje na webové stránky dostupné informace pro širokou veřejnost. Díky tomu může být strategie CSR více transparentní a co nejvíce lidem dostupná. Marketing využívá mnoha zdrojů vedle již zmíněného internetu je to také například katalog IKEA, časopis LIVE, sociální sítě (Facebook, Instagram), brožury, letáky, interní komunikace a PR.

Další možnou komunikací, kterou IKEA využívá jsou samotní zaměstnanci, kteří jsou speciálně školení na společenskou odpovědnost a udržitelný rozvoj. Toto školení je každý rok a každý zaměstnanec jej musí absolvovat (ikea.com, 2017).

Společnost IKEA věří, že každá domácnost se může chovat šetrně k životnímu prostředí a tak tomuto životnímu stylu (bydlení) přizpůsobuje i své výrobky tak, aby splňovaly veškerá potřebná kritéria. Například „neplytvat vodou, snížit spotřebu

energie, minimalizovat množství potravin, které vyhazujeme a redukovat odpad obecně“. IKEA se snaží motivovat své zákazníky k šetrnému chování a ukazuje jim, že tento směr má smysl. Pomáhá svým zákazníkům přehodnotit některé zažitě návyky, které doma spousta lidí stále praktikuje(ikea.com, 2017).

5.1.3.1 Zprávy o udržitelnosti

Každý rok IKEA Group vydává zprávu o udržitelném rozvoji, kde uvádí a hodnotí naplňování svých cílů prostřednictvím projektů. První zpráva, která byla publikována o odpovědnosti za sociální otázky ohledně životního prostředí, oficiální název publikace je Social & Environmental Responsibility Report byla zveřejněna v roce 2004. Od roku 2009 se publikace přejmenovala na Group Sustainability Report (v českém jazyce zpráva o udržitelnosti), kdy poslední vydaná publikace je z roku 2016(IKEA, 2016).

Ve zprávě jsou převážně graficky a číselně zpracovány informace o udržitelném rozvoji. Report je rozdělen do šesti kapitol, kdy celá struktura reportu se drží konceptu společenské odpovědnosti na tři pilíře. V první fázi report seznamuje s obecnými informacemi. IKEA Group ve zprávě uvádí, že počet návštěvníků se zvětšuje a tím se zvyšuje motivace inspirovat zákazníky v oblasti udržitelného rozvoje.

V první části jsou základní informace o společnosti od výkonného ředitele a člověka zodpovědného za udržitelný rozvoj. Dále je roční shrnutí, kde jsou graficky zpracovány zrealizované projekty ve finančním roce. V první kapitole je také shrnutí strategických cílů IKEA v rámci CSR.

Druhá kapitola se zaměřuje na aktivity spojené s udržitelností a zdravějším životním stylem v domácnostech. Cílem pro finanční rok 2016 bylo inspirovat aktivity o změně klimatu. Třetí kapitola se věnuje nezávislé energii a obnovitelným zdrojům. Jako příklad uvádí oběhové hospodářství, které má pomoci naplnění strategických cílů CSR. Nově vzniklé projekty pro rok 2017 jsou zaměřeny právě na toto oběhové hospodářství.

V kapitole jsou představeny konkrétní zdroje, které jsou podpořeny investicemi IKEA Group k naplnění cílů o 100% využití obnovitelných zdrojů na provoz společnosti.

Jako příkladem je uvedena bavlna ze 100 % udržitelných zdrojů z Indie, Pákistánu, Turecka, Číny, USA nebo Brazílie).

Předposlední kapitola se věnuje oblasti lidé a komunity, kde jsou uvedeny hlavní aktivity, které pomáhají k lepšímu životu zaměstnanců na pracovišti IKEA Group.

Poslední kapitola shrnuje celou zprávu a uvádí priority za finanční rok 2016. (IKEA, 2016).

5.1.4 Implementace CSR v environmentální oblasti

Společnost IKEA si dala za cíl implementaci CSR konceptu ve třech pilířích, jak již bylo zmíněno v předchozí kapitole. IKEA Group se angažuje do aktivit, které podporují naplňování cílů a zároveň jsou vnímány pro společnost, jako ekologicky šetrné k životnímu prostředí.

Environmentální pilíř se v IKEA Group dělí na dvě oblasti (třetí pilíř „Lepší pro lidi a komunitu“ spadá do oblasti sociální). První oblast je zaměřena na udržitelnou domácnost s cílem podporovat environmentálně šetrné chování v domácnostech a to prostřednictvím inspirace a pomoci realizování. Druhá oblast se zaměřuje na nakládání se zdroji, zacházení s odpadem nebo využitím alternativních zdrojů, které vedou k energetické nezávislosti.

5.1.5 Provozní aktivity podporující strategii CSR

Provozní aktivity jsou naplňovány v souladu se strategií CSR a prolínají se do všech každodenních činností.

Oběhové hospodářství – recyklace

Recyklace nábytku je silnou stránkou společnosti IKEA Group. Maximálně se snaží starý nábytek využít zhruba 20-30 % nábytku se dál zpracovává. Nábytek, který firma

není schopna prodat míří na charitativní účely (například vybava pro dětské domovy, školy). Motivací pro zákazníky, aby třídili odpad je umístění třídící stanice v obchodním domě u oddělení služeb zákazníků.

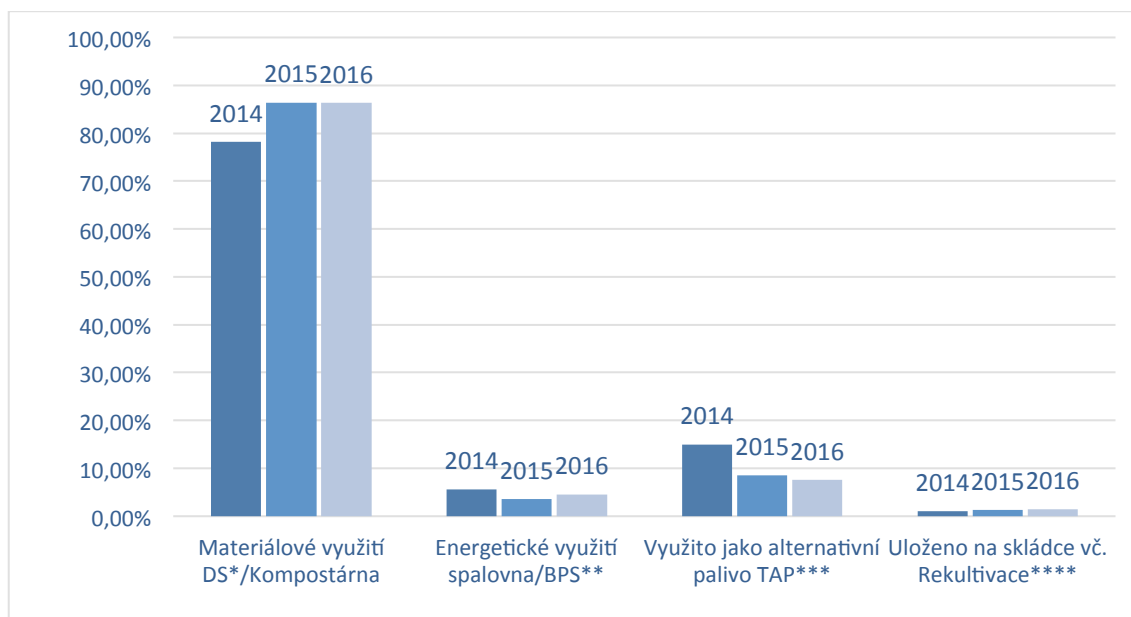
Odpadové hospodářství

Odpadové hospodářství je v IKEA každodenní rutinou všech zaměstnanců. V IKEA se tříděný odpad dělí na dvě hlavní části – položky, které se mohou dále zpracovávat a jsou ziskové pro podnik (například dřevo nebo papír). Dále jsou to položky plasty z běžného provozu (například se jedná o fólie nebo balíky) a elektronika. IKEA se ekologicky zbavuje opotřebované elektroniky prostřednictvím externí firmy, která produkty dále zpracovává a recykluje.

Největší položkou (90 %) v odpadovém hospodářství tvoří papír (kartony). Tuto položku má na starost firma FCC Environment (nový název bývalé firmy A.S.A.). hlavní náplní jsou komplexní služby v oblasti ekologického poradenství, projektování, zřizování výstavby a provozování solidifikačních linek a biodegradačních ploch, zajišťování sanací starých ekologických zátěží, projektování a provozování komplexního odpadového hospodářství, čištění a zimní údržba komunikací, výroba alternativních paliv a recyklace odpadů s cílem vrátit odpady zpět do výrobního procesu (fcc-group.eu, 2016).

V příloženém grafu je možné vidět srovnání recyklace odpadu za poslední tři roky v obchodních domech Česká republika. Toto srovnání je poskytnuto z lokální zprávy o udržitelnosti.

Graf 1: přehled zpracování odpadu za poslední tři roky



Zdroj: vlastní zpracování, data čerpané z lokální zprávy o udržitelnosti

*Druhotná surovina

**Bioplynová stanice

***Palivo do cementáren na pálení vápna

****Moderní skládky FCC mají speciální odplynění, které se používá k jímání vznikajícího bioplynu a výrobě elektrické energie

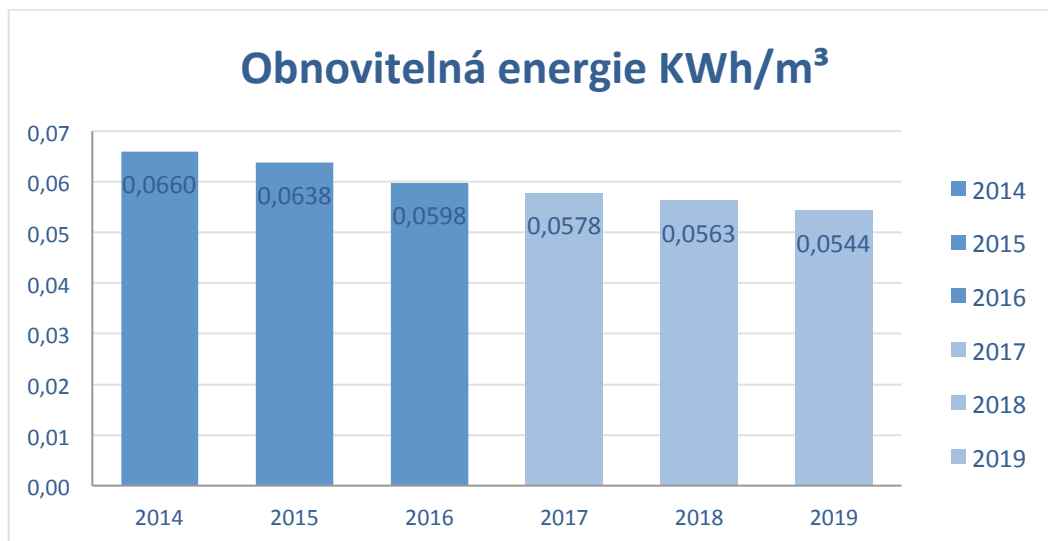
V grafu jsou znázorněny poslední tři roky, protože jde vidět pozitivní trend ve zpracování: Od roku 2014 do roku 2016 se navýšila hodnota pro zpracování materiálového využití. Energetické využití od roku 2014 má mírně klesající trend.

Spotřeba elektrické energie

Za rok 2016 se snížila spotřeba energie v obchodních domech IKEA Group v České republice o 6,3 % oproti roku 2015. Skrze investice v částce 9 milionů korun, které podpořily šetrnější osvětlení LED. Na rok 2017 je v plánu další investice na výměnu osvětlení a to v částce 18 milionů korun.

Aktuálně je 100 % elektrické energie vyráběno z obnovitelných zdrojů v obchodních domech IKEA po celé České republice. IKEA odebírá žárovky LED o firmy PRE a ve spolupráci má v plánu pokračovat (animates, 2017).

Graf 2: Spotřeba energie na m prodaného zboží v obchodních domech IKEA Česká republika a cíle na další roky



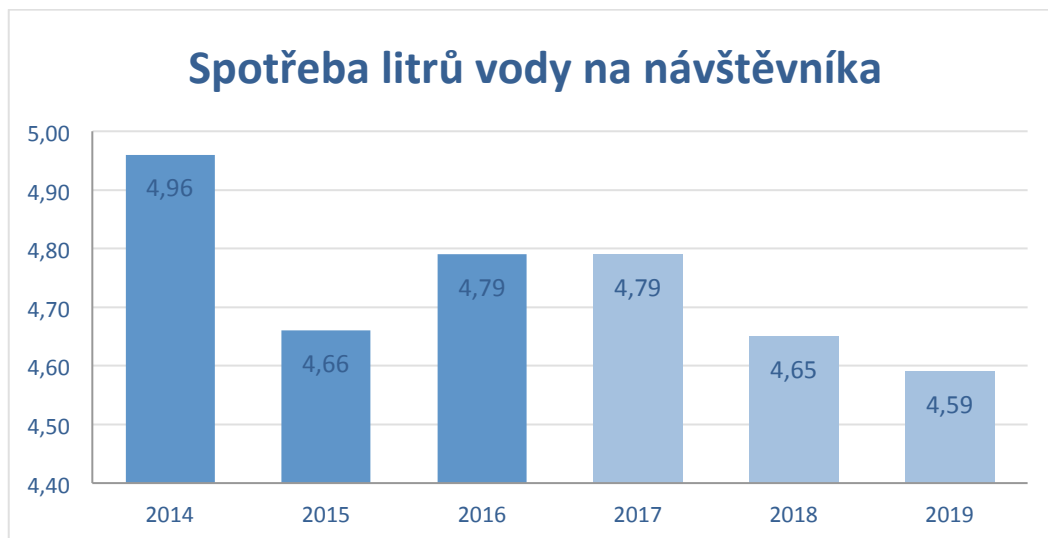
Zdroj: vlastní zpracování, data čerpané z: animates, 2017

Podle grafu získaného z dokumentů IKEA můžeme prokazatelně vidět, že po zavedení opatření se spotřeba elektrické energie snížila i s výhledem do budoucích let je klesající charakter.

Spotřeba vody

V roce 2016 IKEA investovala do speciálních měřičů vody, které byly aplikovány v obchodních domech a to převážně v odděleních IKEA FOOD. Tyto měřiče lépe dokáží sledovat spotřebu vody. Z analýzy spotřeby vody v obchodních domech IKEA Group v České republice se projevil pozitivní efekt investic do šetrnějších systémů sanitárního zařízení, protože došlo k poklesu spotřeby vody. Z výše uvedeného grafu je vidět kontinuální pokles spotřeby vody i pro budoucí roky.

Graf 3: Spotřeba vody v obchodních domech IKEA Česká republika a cíle na další roky



Zdroj: vlastní zpracování, data čerpané z: animates, 2017

Doprava – dobíjecí stanice pro elektromobily

Automobily IKEA, které se používají při práci jsou elektromobily. IKEA Group tuto filosofii elektromobilů podporuje a proto v roce 2016 ve všech čtyřech obchodních domech, které jsou v České republice instalovala dobíjecí stanice. Tato dobíjecí stanice slouží zákazníkům zdarma (animates, 2017).

Hodnocení

Provozní činnosti IKEA se promítají v každodenních činnostech a je důležité udržet si tento trend nadále, jestliže chce IKEA Group působit jako lídr v udržitelném rozvoji. Je potřeba, aby sama IKEA Group byla dobrým příkladem pro ostatní. Dle dostupných zdrojů byly jednotlivě charakterizovány provozní činnosti IKEA Group. Implementace CSR aktivit do běžného provozu pozitivně přispívají k naplňování dlouhodobých cílů IKEA Group, jak můžeme vidět například u obnovitelné energie, kdy spotřeba

elektrické energie klesá díky nahrazení energie z obnovitelných zdrojů, konkrétně výstavbou větrných elektráren a solárních panelů na střechách obchodních domů IKEA Group.

Tabulka 2: Charakteristika provozních aktivit prioritních oblastí

CSR témata	CSR aktivity	Způsob realizace aktivit
Environmentální politika	Řízení	Environmentální strategie
		Využití norem
	Dodavatelský řetězec	Environmentální kritéria výběru dodavatelů
	Zapojení stakeholders	Spolupráce na environmentálních aktivitách
		Návrhy na zlepšení environmentálních praktik
	komunikace	Environmentální školení
		Informace o environmentální politice firmy
Změny klimatu	Opatření pro snižování uhlíkové stopy	
Energie a voda	Úspora energie	Opatření a zařízení na úsporu energie
	Obnovitelné zdroje	Využití energie slunečního záření, biomasy
	Úspora vody	Opatření a zařízení na úsporu vody
Odpad a recyklace	Třídění a recyklace	Třídění a recyklace plastů, papírů, tonerů
	Minimalizace odpadu	Tisk z obou stran
		Vratné barely na pitnou vodu
Doprava	Přesun zaměstnanců	Podpora ekologicky šetrné cesty do zaměstnání
		Omezování služebních cest (videokonference)
Produkty a balení	Přeprava zboží	Optimalizace logistiky
	Ekologické výrobky	Výrobky či služby s ekoznačkou

	Obalové materiály	Ekologicky šetrné obalové materiály
Nakupování	Ekologicky šetrný nákup	Recyklovaný papír, ekologické čisticí prostředky, energeticky nenáročné produkty
	Místní dodavatelé	Nákup od místních dodavatelů

Zdroj: zpracování vlastní, data čerpané z www.csr-online.cz

5.2 Projektové aktivity

Umožňují realizaci naplňování cílů CSR, které mají za cíl podílet se na eliminaci globálních problémů.

5.2.1 Globální projektové aktivity

Zdroje a energie:

Projekt „Bavlna z udržitelnějších zdrojů“

Bavlna patří k nejdůležitější surovině, kterou IKEA Group využívá ve svých produktech. Od 1. září 2015 pochází veškerá bavlna z udržitelnějších zdrojů. Během zpracování bavlny je spotřebováno méně vody, chemických hnojiv a pesticidů. Zároveň jsou stanoveny lepší podmínky pro farmáře a mají vyšší zisky.

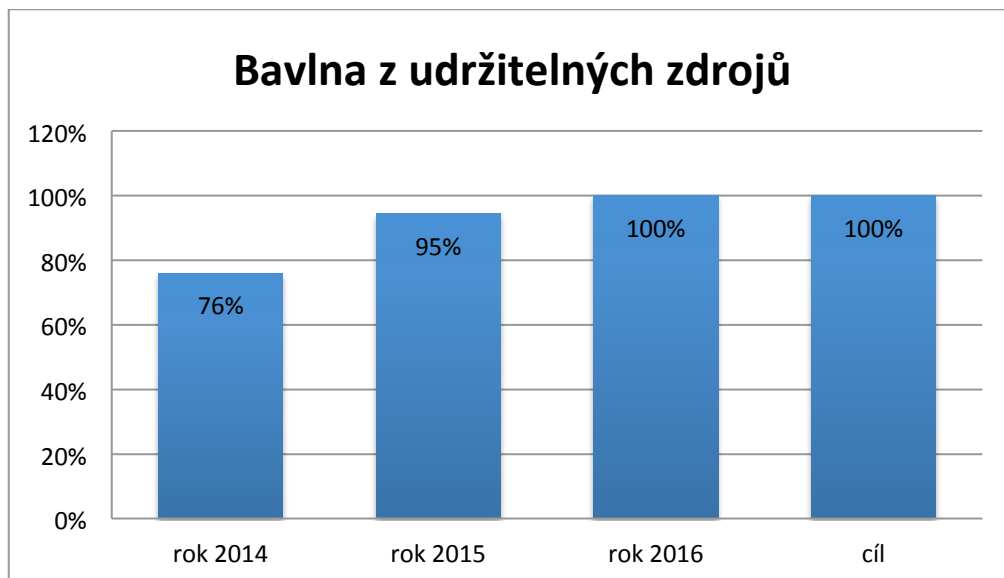
Od roku 2005 IKEA Group začala spolupracovat s WWF a dalšími organizacemi. Spolu vytvořili projekt na podporu udržitelné bavlny (Better Cotton Initiative), jehož vizí a cílem je přeměna globální produkce bavlny. Snížení negativního dopadu na lidi, kteří bavlnu pěstují a také na životní prostředí.

Jako první implementace udržitelnějšího pěstování bavlny začala s farmáři v Pákistánu, díky pozitivním výsledkům se připojuje stále více farmářů nejen z Pákistánu.

Pomocí praktického školení jsou farmáři seznamováni s metodou udržitelného rozvoje. Důsledkem jsou vyšší zisky a zlepšení pracovních podmínek.

Země, kde se pěstuje udržitelná bavlna: Indie (25 %), Čína (23 %), Pákistán(18 %), Turecko (11 %), USA (5 %), Brazílie (1 %) a další (17 %).

Graf 4: Vývoj produkce bavlny z udržitelných zdrojů



Zdroj: zpracováno podle Sustainability Report, (2016, s.30).

Od roku 2016 je veškerá bavlna z udržitelných zdrojů.

Projekt „Pozitivní les“

2/3 výrobků IKEA Group jsou vyrobeny ze dřeva, IKEA pro svou výrobu využívá 1 % dřeva vytěženého na komerční účely, IKEA získává dřevo z 50 různých států.

Projekt pozitivní les stejně jako bavlna z udržitelnějších zdrojů vznikl ve spolupráci s WWF a dalšími organizacemi. Snaha je potírat nelegální těžbu dřeva a podpořit odpovědné obchodování se dřevem. Spolupráce s WWF začala v roce 2002 a cílem je certifikace lesů. Díky vysoké biologické a sociální hodnotě je na lesy kladena velká pozornost její součástí je mapování a chránění lesů s vysokou ochrannou hodnotou.

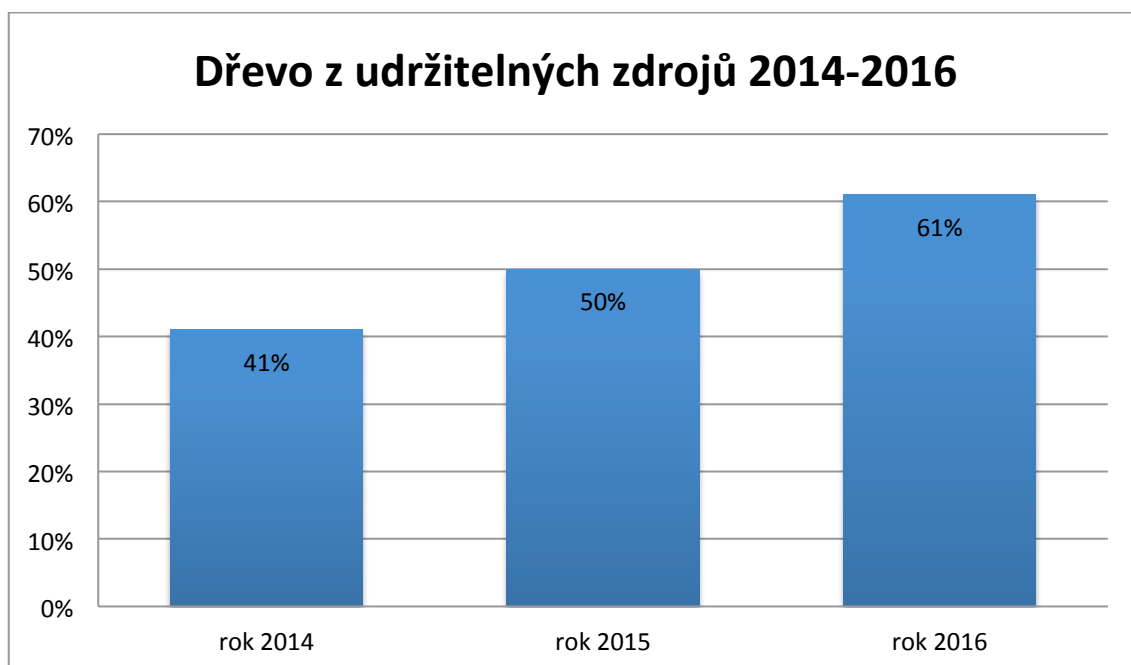
Mezi úspěchy certifikace lesa se řadí lesy z Asie a Evropy. IKEA Group spolupracuje se certifikační organizací Forest Stewardship Council (FSC) zaměřená na podporu odpovědného řízení lesů. FSC zajišťuje, aby se lesy řídily sociálními, ekonomickými a environmentálními standardy. Od roku 2002 bylo certifikováno 35 milionů hektarů lesa a do roku 2020 je cíl certifikovat dalších 10 milionů hektarů.

IKEA Group díky standardům IWAY pro hospodaření s lesy stanovuje přísné požadavky pro obchodování se dřevem. Všichni dodavatelé, kteří chtějí spolupracovat s IKEA Group musí tyto standardy dodržovat. U dodavatelů se provádí certifikační audity, kterými se prokáže splnění podmínek pro spolupráci.

Země odkud se dřevo pro IKEA Group těží: Polsko (27,7 %), Rusko (7 %), Švédsko (6,9 %), Litva (6,9 %), Německo (5,4 %), Rumunsko (5,2 %), Čína (4,3 %), ostatní země (36,5 %) (Sustainability Report,IKEA,2016).

V roce 2015 IKEA Group ve spolupráci s FSC při auditu ukončila spolupráci s čínskou firmou Sunway, která nebyla schopna prokázat legální původ dřeva. Tamní komplexnější zákony způsobily obtížnost sledování dodržovaných právních norem. IKEA Group se rozhodla podpořit menší farmáře na severu Číny. Do projektu se zapojilo více než 4000 drobných pěstitelů, kteří splňují podmínky IWAY a mají certifikaci FSC.

Graf 5: Vývoj spotřeby dřeva z udržitelného hospodářství



Zdroj: zpracováno podle Sustainability Report, (2016, s.25).

Těžba a produkce dřeva z obnovitelných lesů stoupá. Od roku 2014 se kapacita certifikovaných lesů zvýšila od 20 % a to díky spolupráci IKEA Group s WWF a FSC, organizace podporují stále nová místa pro certifikaci legální těžby dřeva.

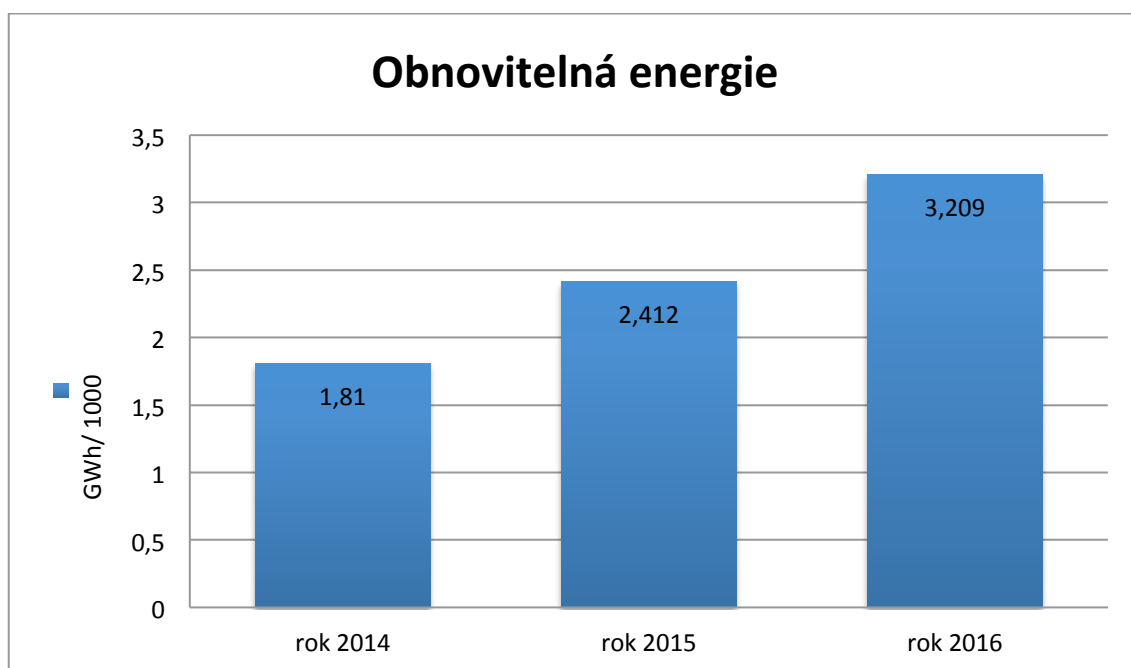
Projekt „A to všechno pro obnovitelnou energii“

IKEA Group si dala za cíl stát se lídrem v oblasti obnovitelné energie, která produkuje tolik energie, kolik IKEA Group spotřebuje do roku 2020. Od roku 2009 do současnosti IKEA Group investovala 2,1 miliard eur na nákup vlastního vybavení pro výstavbu větrných elektráren a solárních panelů. V roce 2016 se vyrobilo 3 209 GWh obnovitelné energie z větrných elektráren, slunečního záření a biomasy. Oproti roku 2015 se tato hodnota navýšila o 33 % a to převážně díky výstavbám nových elektráren v Polsku a USA. V roce 2016 se vytvořilo tolik obnovitelné energie, které odpovídá 71 %

energetické spotřeby obchodních domů IKEA po celém světě. Oproti roku 2015 se kapacita větrných elektráren zvýšila o 50 %. Největší elektrárna se nachází v Texasu a další dvě v Polsku. V roce 2016 IKEA Group koupila 13 nových větrných turbín ve Finsku, čímž došlo k navýšení počtu turbín na 327.

Doposud bylo nainstalováno 730 000 solárních panelů na obchodní domy IKEA Group.

Graf 6: Vývoj produkce obnovitelné energie GWh



Zdroj: zpracováno podle Sustainability Report, (2016, s.43).

Energie vyprodukovaná z obnovitelných zdrojů (větrné elektrárny, solární panely, biomasa) od roku 2014 stoupla skoro dvojnásobně, jak můžeme vidět v grafu, který je sestaven podle celkové použité energie. Důvodem je angažovanost IKEA Group do výstavby nových alternativních zdrojů.

Projekt- recyklovatelný polyester

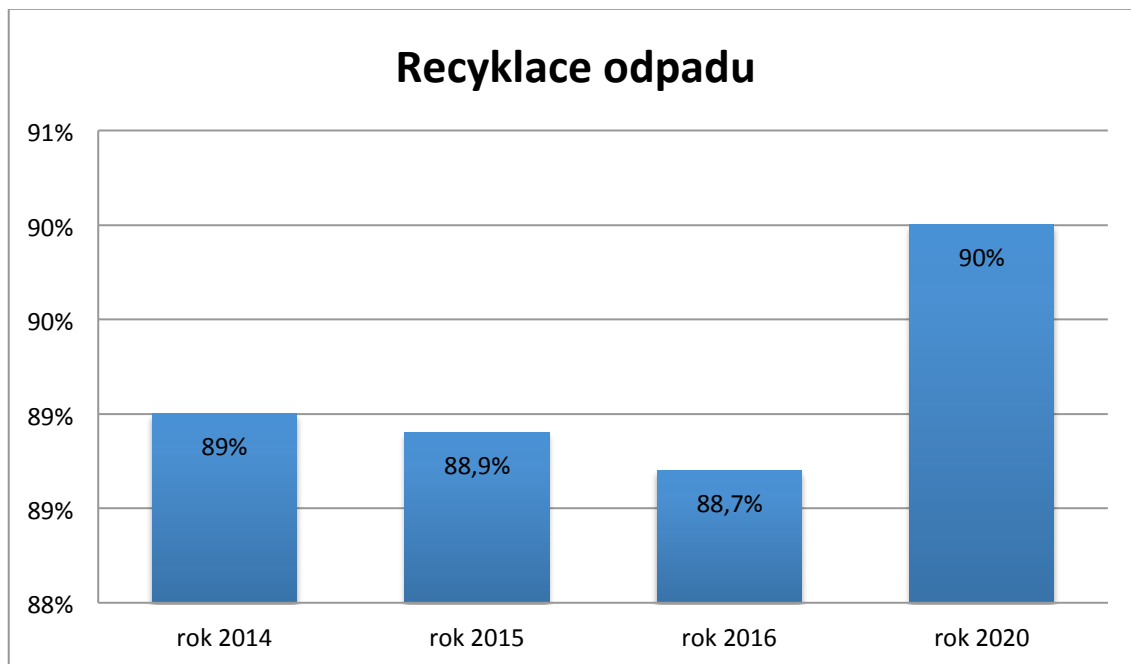
Polyester je jednou z hlavních surovin používaných v textiliích IKEA a jako výplň v produktech IKEA. Dnes se polyester vyrábí na bázi fosilních paliv a jako takový je součástí strategie postupného vyřazování ve prospěch recyklovaných nebo obnovitelných alternativ. Jedná se o výrobky, které jsou z textilie nebo měkké výrobky (například plyšové hračky).

Vizi do roku 2020 je, aby veškerý plastový materiál používaný ve výrobcích IKEA byl ze 100% obnovitelný nebo recyklovatelný. Tento projekt probíhá od roku 2016a jeho průběh je dostupný na internetových stránkách. Cílem je navázat nová obchodní spojení s novými dodavateli, kteří budou splňovat podmínky rPET. (IKEA,2017).

Projekt „Recovery“

V roce 2016 IKEA Group spotřebovala 560,650 tun odpadu, z toho 88,7 % (viz graf 5) bylo recyklováno nebo spáleno pro využití energie. Jedním z neúspěšnějších programů je zavedení lisovacích strojů na zpracování odpadu. Stroje dokáží efektivně zpracovat odpad tak, že sníží dopravní dopady až o 80 %. Do roku 2019 bude zavedeno celkem 150 těchto lisů v 16 zemích. Projekt „Recovery“ je od roku 2014 ve všech obchodních domech IKEA Group po celém světě. Projekt „Recovery“ vrací poškozený nábytek zpět do prodeje. Produkty, které se poškodí jsou opraveny, přebaleny nebo za zvýhodněnou cenu znovu k prodeji. Od roku 2014 jsou v 250 obchodních domech po celém světě v provozu stroje na úpravu balení. V roce 2016 se přebalilo 29 % produktů, které byly v obchodě poškozeny nebo vráceny zákazníky. Přibližně 60 % zbývajících produktů, které nemohly být znovu zabaleny dostaly druhou šanci prodejem za snížené ceny (Sustainability Report,IKEA,2016).

Graf 7: Vývoj recyklace odpadu



Zdroj: zpracováno podle Sustainability Report, (2016, s.43).

V grafu je možné vidět klesající charakter recyklace odpadu, důvodem mezi lety 2015 a 2016 byla zaujatost IKEA Group spíše na podporu obnovitelných zdrojů, než na procesy recyklace odpadu. Ale i přesto cíl do roku 2020 je recyklovat 90 % odpadu z globálního hlediska.

Zhodnocení globálních projektových aktivit podle ukazatelů GRI v environmentální oblasti:

Tabulka 3: Zhodnocení globálních aktivit podle ukazatelů GRI

Ukazatele GRI	Bavlna z udržitelných zdrojů	Lesnictví	Obnovitelná energie	Recyklace
transparentnost	ANO – veřejně dostupné na internetových stránkách	ANO – veřejně dostupné na internetových stránkách	ANO – veřejně dostupné na internetových stránkách	ANO – veřejně dostupné na internetových stránkách
Podávání zpráv	Roční zpráva o udržitelnosti	Roční zpráva o udržitelnosti	Roční zpráva o udržitelnosti	Internetové stránky
udržitelný rozvoj	ANO – certifikovaná výroba (BCI)	ANO – certifikace CFF	ANO – větrné elektrárny, solární panely, biomasa	ANO – oběhové hospodářství

Zdroj: vlastní zpracování

Hodnocení

Globální projektové aktivity jsou v souladu s naplňováním cílů strategie CSR v environmentální oblasti IKEA Group. Prostřednictvím globálních projektů IKEA Group pomáhá eliminovat globální problémy a hledá pro ně alternativní řešení.

Filosofie IKEA Group je podporovat šetrné chování k životnímu prostředí a chovat se k němu tak, aby bylo i pro další generace.

V rámci globálního rozvoje má firma značný dopad. Jako korporátní firma si je toho díky své velikosti vědoma a díky implementaci CSR do aktivit podporuje udržitelný rozvoj a šetrné zacházení k životnímu prostředí. Zhodnocení dle ukazatelů GRI v environmentální oblasti naznačuje, že aktivity jsou v souladu s implementací CSR aktivit ve své obchodní činnosti.

Doporučení

Celosvětově se IKEA Group angažuje v mnoha environmentálních oblastech od odpadového hospodářství, vývojem obnovitelné energie až po ochranu lesů, to vše je možné uvést prostřednictvím analýzy projektů (viz. výše), ale oblast, na kterou IKEA Group neupozorňuje, je výstavba nových obchodních domů IKEA Group.

Netýká se to je nových obchodních budov, ale také rozšíření stávajících a externích skladů.

Doporučení pro vybudování obchodních domů IKEA Group je využívání brownfield ploch, čímž bude podpořena ochrana celosvětového půdního fondu, který je neobnovitelný.

5.3 Lokální projektové aktivity

V této kapitole jsou představeny realizované projekty, které jsou zaměřené na environmentální oblast a podporují implementaci CSR prostřednictvím aktivit ve svém podnikání. Tyto projekty jsou analyzovány na obchodním domě IKEA Brno.

Udržitelný život doma:

Projekt „Home visit“

IKEA nabízí široký sortiment výrobků, které umožňují žít lidem doma udržitelnějším způsobem. Šetří čas i peníze. Díky IKEA Group šetrným spotřebičům zákazníci spotřebují méně energie, vody a sníží množství odpadu. V rámci tohoto cíle „šetrnější a úspornější domácnost“ vznikl projekt „HOME VISIT“.

Cílem projektu „home visit“ bylo zjistit, jak žijí zákazníci IKEA Group. Jaké mají nedostatky v bydlení, s čím jsou nespokojeni a naopak co je těší. V návaznosti na to se díky těmto informacím získaných přímo od zákazníků inspirují dekoratéři, kteří dekorují pokoje na obchodním domě. Projekt má za cíl vyzdvihnout kvalitu bydlení v českých domácnostech a inspirovat IKEA Group k rozvoji potřebných výrobků, ale především inspirovat a doporučit zákazníkům IKEA Group, jak šetrně žít doma s pomocí produktů IKEA Group (osvětlení LED, přenosná indukční deska TILLREDA, dobíjecí baterie LADDA).

Energie a zdroje:

Projekt „3R“ Renovuj, redukuj, recykluj

Projekt „3xR“ vznikl jako důsledek, upozornit veřejnost na zkracující se cyklus věcí od výroby po pohřbení na skládkách, či ve spalovnách“ (3xR, 2017).

Cílem projektu je ukázat, že staré věci, které se zdají být nepoužitelné a k vyhození je možné znovu použít jako materiál pro vytvoření novým použitelným věcem. Do projektu se zapojují designeři, kteří tvoří z odpadu poskytnutým obchodním domem IKEA, který nemůže být dále použit pro obchodní činnost podniku (k prodeji). Za zmínku stojí, že aktuálně se v obchodních domech v České republice vytřídí 95 % odpadu, které putují dále na recyklaci (dlouhodobý cíl je vytřídít 100 % odpadu – tedy neposílat žádný odpad na skládku) (3xR, 2017).

Projekt „Druhý život pro váš nábytek“

Nově vzniklý projekt „Druhý život pro váš nábytek“, má za cíl implementaci „oběhového hospodářství“, kdy staré věci neskončí v odpadu, ale znovu se využijí. Od května 2017 bude moci obchodní dům IKEA Brno nabídnout svůj vlastní bazar. Lidé, kteří se budou chtít zbavit použitého zboží koupeného v IKEA budou mít tu možnost vrátit zboží na obchodní dům a nabídnout ho k výkupu. Nábytek, který IKEA dostane nazpět opraví a dále jej využije ve své obchodní činnosti (byznys.ihned, 2017).

Projekt „EnergyEfficiencyAward“

Projekt EnergyEfficiencyAward byl zrealizovaný v roce 2016 byla soutěž pro obchodní domy IKEA Group. Do soutěže se mohli přihlásit samotní zaměstnanci IKEA Group s možným řešením, jak vyrábět na obchodním domě obnovitelnou energii. Obchodní dům IKEA Česká republika se umístila na 3.místě a vyhrála cenu 300 000 Kč.

Lidé a komunity:

Projekt „Ekoškola“

Ekoškola je projekt, jehož cílem je zvýšit povědomí o životním prostředí hlavně u dětí. IKEA spolupracuje s neziskovou organizací Sdružení Tereza v mezinárodním vzdělávacím programu s názvem Ekoškola. Od roku 2005 se do projektu zapojilo 300 základních a středních škol z České republiky. Podstatou projektu spočívá ve výuce, jak snižovat ekologický dopad školy a zlepšovat tak životní prostředí ve svém okolí (terezanet, 2017).

IKEA Tento projekt v roce 2016 finančně podpořila částkou 1 650 000 Kč. A do tohoto projektu se zapojilo 7 500 dětí. (animates, 2017).

Hodnocení

V obchodním domě IKEA Brno probíhá kontinuální aktivita CSR aktivit a realizace projektů v environmentální oblasti.

V rámci rozvoje regionu (jihomoravský kraj) má firma pozitivní dopad na určité oblasti. Zapojení do společenství v jihomoravském kraji je hlavně díky filantropii v oblasti školství. Podporuje osvětu environmentální oblasti u dětí základních škol, kdy jsou děti seznámeny se základními činnostmi, proto, jak být šetrný k životnímu prostředí. Silnou stránkou obchodního domu IKEA Brno je odpadové hospodářství, dále recyklace a spolu s ní i nově vzniklý projekt „druhý život pro váš nábytek.“

Doporučení

Firma IKEA se nebrání novým příležitostem navrhované řešení pro budoucí lokální aktivity v rámci CSR by bylo navázání spojení s univerzitami v jihomoravském kraji s Univerzitou Mendelu například dřevařskou fakultou. Firma IKEA pořádá semináře, workshopy nebo soutěže pro studenty, ale komunikace v této je nedostačující. Studenti by mohli mít praxi přímo z oboru a firma IKEA by byla obohacena o nové potenciální zaměstnance. Protože v posledních měsících (letech) je úpadek zaměstnanců v obchodním domě IKEA Brno.

Dalším doporučením je pro IKEA Group větší angažovanost v transparentnosti komunikací projektů. Oddělení marketingu v obchodním domě Brno uvádí, že důvodem, proč všechny projekty a akce nejsou zveřejněny je velký počet, ale IKEA Group tak přichází o své výhody v tržním hospodářství.

6 DISKUZE

Ve srovnání s firmami, které figurují v žebříčku společensky odpovědných firem, IKEA Group nemá tak vyvinutý vrcholový management v environmentální oblasti na lokální úrovni. IKEA Group má jediného zástupce za vrcholový management v České republice v oblasti udržitelného rozvoje a sídlí v Praze, proto komunikace mezi ním a ostatními obchodními domy, které se zaměřují na environmentální projekty může být složitější. Doporučením je tedy nadále zařazovat koncept společenské odpovědnosti do své strategie, ale protože firma se stále více angažuje do realizací projektů je důležité rozšířit manažerské pozice s kompetentními lidmi a ambasadory environmentální politiky firmy.

Omezením je nedostatečný vrcholový management v environmentální oblasti, a doporučením je rozšířit na každé pobočce ať už na lokální či globální oblasti tým, který bude mít na starosti tuto iniciativu

V roce 2017 se začaly formulovat lokální manažerské skupiny zaměřené na lokální oblast, které budou mít na starost právě implementaci CSR.

Práce byla napsána na základě charakteristiky domácí a zahraniční literatury, ale zejména analýzy interních dokumentů zabývajících se prosazováním a standardizací CSR.

7 ZÁVĚR

V dnešním globalizovaném hospodářském prostředí roste význam společenské odpovědnosti firem, prostřednictvím které jsou implementovány požadavky udržitelnosti do strategických cílů a procesů řízení firem. I přes nejednoznačnou definici společenské odpovědnosti firem je koncept zaměřen na tři základní pilíře – ekonomický, společenský a environmentální.

IKEA Group je významnou nadnárodní společností, jejíž filosofie a poslání dlouhodobě kladou důraz na společenskou odpovědnost. Proto má IKEA ve své firemní strategii zahrnutou implementaci CSR do svých jednotlivých aktivit, které se dělí na globální a lokální úroveň.

V environmentální oblasti je implementace CSR aktivit rozdělena na dvě části. První část je orientována na udržitelnou domácnost s hlavním cílem podporovat environmentálně šetrné chování a druhá část podporuje projekty, které se zaměřují na produkci obnovitelné energie. Firma IKEA si vyčlenila závazky v oblasti ochrany přírody a krajiny, ovzduší, odpadovém hospodářství a osvětě veřejnosti o udržitelném rozvoji, kterých se snaží docílit prostřednictvím cílených aktivit.

Jednotlivé deklarované aktivity CSR v environmentální oblasti firmy IKEA jsou realizovány v souladu s normami CSR, což bylo potvrzeno analýzou vývoje vybraných projektových aktivit. Společnost IKEA se zapojuje do implementace konceptu společenské odpovědnosti do svých aktivit na globální úrovni. Současně s tím podporuje i ty projekty na lokální úrovni, které jsou zaměřeny na stejnou oblast ochrany. Jedním z globálních projektů je tzv. „Recyklovatelný polyester,“ kdy snahou firmy je používat 100% obnovitelný nebo recyklovatelný plastový materiál při výrobě zboží již do roku 2020. Lokální projekt v regionu Česká republika, který se přidružuje k výše zmíněnému globálnímu projektu, je tzv. „3R – renovuj, redukuj, recykluj.“ V současné době se v obchodních domech firmy IKEA v ČR daří recyklovat 95 % veškerého vyprodukovaného odpadu.

Dílním cílem firmy IKEA je vytváření a následné dodržování strategických vizí v oblasti rozvoje regionu, ve kterém působí. Nábytkářská firma IKEA se nepřetržitě

snaží zlepšovat a zefektivňovat začlenění konceptu společenské odpovědnosti do svých strategií, posílit management v environmentální oblasti a současně s tím rozšířit tým kompetentních osob, kteří se stanou i ambasadory konceptu. Snahou je vytvoření uceleného a fungujícího konceptu na ochranu životního prostředí. Komunikace se všemi zainteresovanými stranami, jednotný přístup při naplňování cílů regionálního rozvoje a vnímání samotné firmy jako ekologicky šetrné k životnímu prostředí jsou stěžejními body podnikatelského záměru v environmentální oblasti společenské odpovědnosti firmy IKEA.

8 LITERATURA

Knižní zdroje:

GURSKÁ, S.: *Corporatesocialresponsibility as a challengefor Czech companies. Acta univ. agric. et silvic.* Mendel. Brun., 2017, str. 76

KAŠPARKOVÁ, KLÁRA A VILÉM KUNZ. *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování.* 1 vyd. Praha: Grada, 2013. 159 s. ISBN 978-80-247-4480-3.

KULHAVÝ, VIKTOR. *Zlepšování a environmentální inovace v podniku.* 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2012. 173 s. ISBN 978-80-210-6158-3.

KUNZ, VILÉM. *Společenská odpovědnost firem.* 1 vyd. Praha: Grada, 2012. 201 s. Expert. ISBN 978-80-247-3983-0.

MISAK Z.: *Systémyenvironmentálníhoho managementu.* 2002. Praha: Česká zemědělská univerzita, 32 s. ISBN 80-213-0878-8.

PETŘÍKOVÁ, RŮŽENA. *Společenská odpovědnost organizací.* 1. vyd. Ostrava: DTO CZ, 2008. 184 s. ISBN 978-80-02-02099-8.

PLÁŠKOVÁ, ALENA. *Společenská odpovědnost firem(CSR): aplikace a hodnocení : podnikatelský sektor.* Vyd. 2., aktualiz. Praha: Národní informační středisko podpory kvality, 2009. 114 s. Publikační řada národní politiky podpory kvality. ISBN 978-80-02-02205-3.

ZDRAZILOVA, DANA. *Přístupy k implementaci programů společenské odpovědnosti v podnicích.* 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2009. 18s. Facultyof International Relations Workingpapers. ISBN 978-80-245-1618-9.

Elektronické zdroje:

A-CSR. *Koncept CSR v Praxi* [online]. 2017 [cit. 2017-05-07]. Dostupné z: <http://www.spolecenskaodpovednostfirem.cz/wp-content/uploads/2013/09/Koncept%20CSR%20v%20praxi.pdf>

AQE. *Společenská odpovědnost organizací*. [online]. 2017. [cit. 2017-05-17] Dostupné z: <http://www.aqe.cz/gallery/1/477-csr.pdf>

ASOCIACE SPOLEČENSKÉ ODPOVĚDNOSTI. *Aktuality*. [online]. 2014. [cit. 2017-05-27] Dostupné z: <http://www.spolecenskaodpovednostfirem.cz/obsah/322/probehlo-setkani-evropskych-siti-un-global-compact/>

BUSINESS LEADERS FORUM. *Odpovědné chování je tržně výhodné*. [online]. 2017. [cit. 2015-05-11]. Dostupné z: <http://www.csr-online.cz/proc-byt-odpovednou-firmou/>

BYZNYS IHNEDE IKEA *Začala vykupovat své použité zboží* [online]. 2017 [cit. 2017-05-11]. Dostupné z: <http://byznys.ihned.cz/c1-65602000-ikea-zacala-vykupovat-sve-pouzite-zbozi-chce-take-svuj-nabytek-pronajimat>

CIR. *Společensky odpovědné podnikání jako trend a příležitost*. [online]. 2017. [cit. 2015-05-07] Dostupné z: <http://www.cir.cz/prirucka-csr/482649/1985622>

CSRPORTAL. *Společenská odpovědnost v Evropské unii*. [online]. 2017. [cit. 2017-05-01] Dostupné z: <http://www.csrportal.cz/cz/spolecenska-odpovednost-firem/spolecenska-odpovednost-v-evropske-unii/spolecenska-odpovednost-v-evropske-unii>

DONORSFORUM. *Kdo jsme*. [online]. 2017. [cit. 2017-05-06]. Dostupné z: <http://www.donorsforum.cz/kdo-jsme.html>

GLOBAL COMPACT. *10 základních principů*. [online]. 2017. [cit. 2017-05-27] Dostupné z: <http://www.globalcompact.cz/zakladni-principy/>

IISD. *Corporate Social Responsibility*. [online]. 2017. [cit. 2017-05-13] Dostupné z: <https://www.iisd.org/business/issues/sr.aspx>

NEZISKOVKY. *Výzkum CSR*. [online]. 2017. [cit. 2017-05-06]. Dostupné z: http://www.neziskovky.cz/data/vyzkum_CSR_BLF_2004txt8529.pdf

SPOLEČENSKÁ ODPOVEDNOST. *Funsite*. [online]. 2017. [cit. 2017-05-11] Dostupné z: http://www.spolecenska-odpovednost.funsite.cz/?page_id=46

Internetové stránky společnosti IKEA a související zdroje:

IKEA FOUNDATION. *Soft ToysforEducation* [online]. 2017. [cit. 2017-04-29] Dostupné z: <<http://www.ikeafoundation.org/programmes/soft-toys-for-education/>>.

IKEA. *Demokratický design* [online]. 2017. [cit. 2017-05-07] Dostupné z: <http://www.ikea.com/ms/cs_CZ/this-is-ikea/democratic-design/index.html#life-at-home>.

IKEA. *Ekoškola – Spolu s Vámi* [online]. 2014. [cit. 2017-09-08] Dostupné z: <<http://www.spolusvami.cz/priroda>>.

IKEA. *Energie a zdroje*. [online]. 2017. [cit. 2017-04-29] Dostupné z: <http://www.ikea.com/ms/cs_CZ/this-is-ikea/people-and-planet/energy-and-resources/index.html>.

IKEA. *Executivesummary*. [online]. 2016. [cit. 2017-04-29]. Dostupné z:

IKEA. *Finanční rok 2016: IKEA Group dále roste a umožňuje více zákazníkům bydlet úsporněji a šetrněji* [online]. 2015. [cit. 2015-07-01] Dostupné z: <http://www.ikea.com/cz/cs/about_ikea/newsitem/yearly_summary_2014>.

IKEA. *IKEA Group – Corporate finance* [online]. 2017. [cit. 2017-05-11] Dostupné z:

IKEA. *IKEA Group zpráva o udržitelném rozvoji FY16*. [online]. 2016. [cit. 2017-04-28]. Dostupné z: http://www.ikea.com/ms/cs_CZ/pdf/yearly_summary/YS_SR_161201_CZ_SR_small.pdf

IKEA. *Lidé a komunity*. [online]. 2017. [cit. 2017-05-11] Dostupné z: <http://www.ikea.com/ms/cs_CZ/this-is-ikea/people-and-planet/index.html>.

IKEA. *Naše vize a obchodní myšlenka* [online]. 2014. [cit. 2017-09-08] Dostupné z: http://www.ikea.com/ms/cs_CZ/about_ikea/our_business_idea/index.html

IKEA. *New design competitionwithhelpvulnerablefamilies cope withclimatechange*.

[online]. 2017. [cit. 2017-05-22] Dostupné z: <https://news.ikea.com/IKEA%20News/Pages/New-design-competition-will-help-vulnerable-families-cope-with-climate-change.aspx>

IKEA. *People& Planet positive: IKEA Group Sustainability Strategy for 2020* [online]. 2014. [cit. 2017-04-28]. Dostupné z: http://www.ikea.com/ms/cs_CZ/pdf/reports-downloads/sustainability-strategy-people-and-planet-positive.pdf

IKEA. *Zpráva o udržitelném rozvoji 2016: Zpráva o udržitelném rozvoji* [online]. 2017. [cit. 2017-04-28]. Dostupné z: http://www.ikea.com/ms/cs_CZ/pdf/yearly_summary/YS_SR_161201_CZ_SR_small.pdf

IKEA. 2017. [cit. 2017-04-20] Dostupné z: http://www.ikea.com/ms/cs_CZ/this-is-ikea/people-and-planet/people-and-communities/index.html.

9 SEZNAM ZKRATEK

CSR	Corporate Social Responsibility – Společenská odpovědnost firem
FSC	Forest Stewardship Council – Lesní certifikace FSC
FY	Finanční rok
GRI	Global Reporting Initiative – Globální iniciativa v reportování
ISO	International Organization for Standardization – Mezinárodní organizace zabývající se tvorbou norem
IWAY	The IKEA Way on Purchasing Products, Materials and Services – Etický kodex IKEA
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development – Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj
PDCA	Cyklus PDCA (Plan – Do – Check – Act / Plánuj – Realizuj – Prověř – Jednej)
UN / OSN	United Nations – Organizace spojených národů
WWF	World Wildlife Fund – Světový fond na ochranu přírody

10 SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1: Triple-bottom-line	11
Obrázek 2: Demingův model systému environmentálního managementu	18
Obrázek 3: Organizační struktura	24

11 SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Deset principů globální dohody OSN.....	14
Tabulka 2: Charakteristika provozních aktivit prioritních oblastí	37
Tabulka 3: Zhodnocení globálních aktivit podle ukazatelů GRI.....	45

12 SEZNAM GRAFŮ

Graf 1: přehled zpracování odpadu za poslední tři roky.....	34
Graf 2: Spotřeba energie na m prodaného zboží v obchodních domech IKEA Česká republika a cíle na další roky	35
Graf 3: Spotřeba vody v obchodních domech IKEA Česká republika a cíle na další roky	36
Graf 4: Vývoj produkce bavlny z udržitelných zdrojů	39
<i>Graf 5: Vývoj spotřeby dřeva z udržitelného hospodářství</i>	<i>41</i>
Graf 6: Vývoj produkce obnovitelné energie GWh.....	42
Graf 7: Vývoj recyklace odpadu.....	44

