

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra humanitních věd



Diplomová práce

**Udržitelné podnikání na příkladu venkovské
cukrárny-kavárny v obci Kravaře**

Vedoucí práce: prof. PhDr. Michal Lošťák, Ph.D.

Autor: Bc. Kristýna Neubergová

© 2022 ČZU v Praze

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Bc. Kristýna Neubergová

Hospodářská politika a správa
Podnikání a administrativa

Název práce

Udržitelné podnikání na příkladu venkovské cukrárny/kavárny v obci Kravaře

Název anglicky

Sustainable entrepreneurship – the case of rural coffee/sweet shop in the municipality of Kravaře

Cíle práce

Cílem práce je zjistit, jak konkrétní podnik reaguje na výzvy současnosti – konkrétně na udržitelnost, tj. zda a jak vykazuje znaky udržitelného podnikání. Dalším cílem bude zjištění preference spotřebitelů, kteří do tohoto podniku směřují z hlediska udržitelnosti. K dosažení zmíněných cílů bude v práci nejprve představen pojem udržitelnost a udržitelný podnik. Následně budou tyto koncepty aplikovány na konkrétní podnik, a to prostřednictvím výzkumných aktivit.

Metodika

Literární rešerše bude metodicky prováděna zavedenou technikou studia dokumentů. Praktická část bude analyzovat konkrétní podnik – cukrárnu v obci Kravaře. Ve vztahu k tomuto podniku bude rovněž využita technika studia dokumentů týkající se daného podniku a rozhovory s těmi, kteří se na chodu cukrárny podílejí. Názory spotřebitelů budou zjišťovány dotazovací technikou – dotazníkem. Triangulace výzkumných technik tedy znamená, že jádrem metodiky bude případová studie jednoho podniku.

Doporučený rozsah práce

60-80 stran

Klíčová slova

udržitelnost, podnikání, cukrárna, spotřebitelé

Doporučené zdroje informací

Glavič, P., Lukman R. (2007). Review of sustainability terms and their definitions. *Journal of Cleaner Production* 15 (18): 1875-1885.

Hájek, M., Kaderka, P., Nekvapil, J. (2019). Kdo šetří, má za tři?: Diskurz šetrnosti v proměnách české společnosti. Praha: SLON,

James, P. W. (2015). *Urban sustainability in theory and practice: circles of sustainability* [online]. New York, NY: Earthscan, from Routledge

Verain, M.C.D., Dagevos, H., Antonides, G. (2015) Sustainable food consumption. Product choice or curtailment? *Appetite* 91: 375-384

Předběžný termín obhajoby

2021/22 LS – PEF

Vedoucí práce

prof. PhDr. Michal Lošťák, Ph.D.

Garantující pracoviště

Katedra humanitních věd

Elektronicky schváleno dne 2. 3. 2022

prof. PhDr. Michal Lošťák, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 4. 3. 2022

doc. Ing. Tomáš Šubrt, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 20. 03. 2022

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci „Udržitelné podnikání na příkladu venkovské cukrárny-kavárny v obci Kravaře“ jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 31.3.2022

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala především vedoucímu mé práce prof. PhDr. Michalu Lošťákovi, Ph.D. za jeho cenné rady a ochotu při vedení této diplomové práce. Mé díky patří také všem účastníkům výzkumu, především Ing. Radce Nebergové a Pavlíně Bajerové, které mi umožnily provést výzkum ve svém podniku, a které mi v rámci rozhovorů poskytly velké množství informací. V neposlední řadě chci poděkovat své rodině a nejbližším přátelům za jejich podporu a trpělivost v průběhu mého studia.

Udržitelné podnikání na příkladu venkovské cukrárny-kavárny v obci Kravaře

Abstrakt

Diplomová práce se věnuje tématice udržitelného podnikání a problematice potravinového odpadu. V teoretické části práce jsou představeny pojmy udržitelného rozvoje, udržitelného podnikání, problematika plýtvání potravinami a potravinového odpadu. V praktické části práce jsou teoretické koncepty aplikovány na konkrétní podnik, kterým je cukrárna-kavárna v obci Kravaře. Cílem práce je hodnocení udržitelnosti v podniku na základě předem stanovených kritérií. Celkový počet kritérií, podle kterých se hodnotí udržitelné fungování podniku, je 89 a jsou následně rozdělena do 4 klíčových oblastí a 69 podkategorií. Nejlépe hodnocenou oblastí vyšla kategorie odpad, ve které se hodnotí jak podnik nakládá se svými přebytky a zbytky, obaly, recyklací, bioodpadem, věcmi na jedno použití a kancelářskými potřebami. Analýza cukrárny-kavárny je prováděna formou osobních rozhovorů s provozovateli, kteří se podílejí na chodu podniku. Během rozhovorů se podařilo definovat nejčastější příležitosti, které v podniku z udržitelného hlediska již fungují a nejčastější překážky, kterým musí podnik naopak vzdorovat.

V podnik byl dále analyzován potravinový odpad, jehož největší část tvoří zbytky neprodaných zákusků. Dalším cílem práce je analýza spotřebitelských postojů ve vztahu k udržitelnému podnikání a problematice potravinového odpadu. Analýza spotřebitelských názorů a postojů, která je prováděna dotazníkovou formou prokazuje příznivý vztah a snahu spotřebitelů zapojit se do udržitelného fungování. Jako hlavní motiv k takovému chování se jeví právě zájem chránit životní prostředí.

Klíčová slova: Udržitelnost, udržitelný rozvoj, udržitelné podnikání, hodnocení udržitelnosti, problematika plýtvání, potravinový odpad, spotřebitelské názory a postoje

Sustainable business on the case study of a rural confectionery-café in the village of Kravaře

Abstract

The diploma thesis deals with the topic of sustainable business and the issue of food waste. The theoretical part of the thesis introduced the concepts of sustainable development, sustainable business and food waste. In the practical part of the survey, the theoretical concepts were applied to a specific enterprise, which was a confectionery-café in the village of Kravaře. Accordingly, it aimed to evaluate the sustainability of the enterprise based on predetermined criteria. The total number of criteria by which the sustainability of the enterprise was evaluated was 89 and they were subsequently divided into 4 key areas and 69 sub-categories. The highest rated area came out to be the waste category, which assessed how the business managed its surplus and leftovers, packaging, recycling, bio-waste, disposables and office supplies. The analysis of the confectionery-café was carried out through personal interviews with the operators involved in the administration of the business. During the interviews it was possible to define the most frequent opportunities that were already working in the enterprise from a sustainable point of view and the most frequent obstacles that the enterprise has had to endure. The food waste in the café was also analyzed and as a result it can be determined that the largest part of this waste consisted of leftovers from unsold cakes. Another goal of the investigation was to examine consumer attitudes in relation to sustainable business and the issue of food waste. The study of consumer views and attitudes, which was conducted through a questionnaire, demonstrates the favorable attitude and willingness of consumers to engage in sustainable operations. The main motive for such behavior appears to be the concern to protect the environment.

Keywords: Sustainability, sustainable development, sustainable business, sustainability assessment, waste, food waste, consumer views and attitudes

Obsah

1 Úvod	7
2 Cíl práce a metodika	9
2.1 Cíl práce	9
2.2 Metodika	9
3 Teoretická východiska	11
3.1 Udržitelnost	11
3.1.1 Pojem udržitelný rozvoj	11
3.1.2 Historický vývoj pojetí udržitelnosti	13
3.1.2.1 Vývoj ve světě	13
3.1.2.2 Vývoj konceptu udržitelnosti v EU	17
3.1.2.3 Vývoj konceptu udržitelnosti v ČR	18
3.1.3 Principy udržitelného rozvoje	21
3.1.4 Pilíře udržitelného rozvoje	22
3.1.4.1 Ekonomický pilíř udržitelného rozvoje	23
3.1.4.2 Sociální pilíř udržitelného rozvoje	24
3.1.4.3 Environmentální pilíře udržitelného rozvoje	25
3.2 Udržitelné podnikání	26
3.2.1 Společenská odpovědnost firem	26
3.3 Udržitelná spotřeba	28
3.3.1 Farm to Fork Strategy	31
3.4 Plýtvání potravinami a potravinový odpad	32
3.4.1 Uhlíková stopa	33
3.4.2 Vymezení pojmu potravinová ztráta a potravinový odpad	33
3.4.3 Doporučení pro předcházení vzniku potravinových odpadů a ztrát	35
3.5 Spotřebitelské chování	36
3.5.1 Spotřebitelé typu LOHAS	38
4 Vlastní práce	40
4.1 Představení podniku	40
4.1.1 Základní údaje o podniku	40
4.1.2 Místo působení	41
4.1.3 Popis podniku	42
4.1.4 Klíčové osobnosti	42
4.2 Analýza současného stavu podniku v kontextu udržitelnosti	43

4.2.1	Rozhovor s podnikateli	43
4.2.2	Kritéria udržitelné cukrárny-kavárny	43
4.2.2.1	Suroviny.....	44
4.2.2.2	Odpad.....	46
4.2.2.3	Provoz.....	48
4.2.2.4	Lidé.....	50
4.2.2.5	Překážky a příležitosti.....	52
4.3	Analýza zákusků.....	55
4.4	Analýza potravinového odpadu.....	57
4.5	Analýza výsledků spotřebitelského chování	58
4.5.1	Charakteristika výsledného vzorku spotřebitelů	58
4.5.2	Spotřební chování respondentů (při návštěvě cukrárny-kavárny)	61
5	Shrnutí výsledků.....	78
5.1	Analýza současného stavu podniku v kontextu udržitelnosti.....	78
5.2	Překážky a příležitosti	79
5.3	Analýza potravinového odpadu v podniku.....	80
5.4	Analýza výsledků spotřebitelského chování	81
6	Závěr.....	83
7	Seznam použitých zdrojů	85
8	Přílohy	I

Seznam obrázků

Obrázek 1	Cíle udržitelného rozvoje (SDGs).....	15
Obrázek 2	Strategický rámec ČR 2030	20
Obrázek 3	Propojení jednotlivých pilířů udržitelného rozvoje	23
Obrázek 4	Carollova pyramida CSR.....	27
Obrázek 5	Dvanáctý cíl udržitelného rozvoje.....	29
Obrázek 6	Strategie Farm to Fork	32
Obrázek 7	Rozložení potravinového odpadu v jednotlivých fázích.....	35
Obrázek 8	Logo podniku	41

Seznam tabulek

Tabulka 1	Zaznamenané odpovědi – Suroviny.....	46
Tabulka 2	Zaznamenané odpovědi – Odpad.....	48
Tabulka 3	Zaznamenané odpovědi – Provoz	50
Tabulka 4	Zaznamenané odpovědi – Lidé	52
Tabulka 5	Překážky a příležitosti v kategorii Suroviny.....	53
Tabulka 6	Překážky a příležitosti v kategorii Odpad.....	54
Tabulka 7	Překážky a příležitosti v kategorii Provoz	54
Tabulka 8	Překážky a příležitosti v kategorii Lidé	55
Tabulka 9	Analýza zákusků	56
Tabulka 10	Výsledky sběru potravinového odpadu.....	57

Seznam schémat

Schéma 1	Etapy vzniku potravinových odpadů a ztrát	34
----------	---	----

Seznam použitých zkratk

COP 21 – 21st Conference of the Parties

CO₂ – Oxid uhličitý

ČR – Česká republika

EGD – European Green Deal

EU – Evropská Unie

FAO – Food and Agriculture Organization of the United Nations

FLI – Food Loss Index

FWI – Food Waste Index

IISD – International Institute for Sustainable Development

IUCN – International Union for Conservation of Nature

LCA – Life cycle assessment

MŽP ČR – Ministerstvo životního prostředí České republiky

OSN – Organizace spojených národů

UNEP – United Nations Environment Programme

UNESCO – United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

UNCSD – United Nations Conference on Sustainable Development

WSC – World Conservation Strategy

WWF – World Wide Fund For Nature

1 Úvod

Obavy související s udržitelným rozvojem jsou přítomny již mnoho let. Avšak teprve během posledních let se udržitelný rozvoj stal důležitým konceptem, který řídí ekonomický a environmentální management. Ač se to může na první pohled zdát, problematika udržitelného rozvoje nesouvisí pouze s ochranou životního prostředí. Udržitelný rozvoj se snaží nalézt určitou symbiózu mezi různými přírodními zdroji, obyvatelstvem a dalšími aspekty životního prostředí. Dalo by se říct, že jeho posláním je zajištění ochrany životního prostředí tak, aby zároveň došlo k naplnění sociálních a ekonomických potřeb. Můžeme tedy říci, že hlavním cílem udržitelného rozvoje je nalezení určité rovnováhy mezi třemi jeho základními pilíři – ekologickým, ekonomickým a sociálním. Vláda, komunity, organizace i jednotlivci po celém světě by se měli snažit sladit se základními principy udržitelného rozvoje. Prioritou všech by měla být touha vytvořit společnost, která bude stabilní, bezpečná, prosperující a v neposlední řadě i ekonomicky smýšlející.

Gastroodpad neboli potravinový odpad, který vzniká v různých gastro provozovnách, představuje velkou zátěž pro životní prostředí. Průměrně se z takových zařízení vyhodí denně až 45 kg potravin, což představuje nemalé množství odpadu (RedPot, 2018). Nejčastěji se jedná o zbytky z přípravy pokrmů a z toho, co se nestačilo během dne spotřebovat. Problematice odpadu z podnikatelské činnosti by se měl věnovat každý podnik působící v gastronomii, jelikož se může ušetřit nejen životní prostředí, ale i celkové náklady podniku.

Velký vliv na tvorbu potravinového odpadu představuje nezodpovědné spotřebitelské chování. Samotní spotřebitelé se svým individuálním přístupem podílí i na udržitelném rozvoji. Tudíž zapojení spotřebitelů do problematiky potravinového odpadu představuje rozhodující faktor, který vede k celkovému udržitelnějšímu chování, které je zároveň šetrné k životnímu prostředí.

Podle Caradonna (2014) existují dvě cesty, kterými se může naše společnost vydat. Buď pokračovat v podnikání jako tomu bylo doposud, ignorovat vědu o změně klimatu a předstírat, že náš ekonomický systém není na hranici životnosti. Nebo můžeme předělat a předefinovat naši společnost v souladu s principy udržitelnosti. (Caradonna, 2014)

Diplomová práce si na příkladu případové studie cukrárny-kavárny v obci Kravaře klade za cíl zhodnotit udržitelné fungování podniku a analyzovat spotřebitelské chování při

návštěvě cukrárny-kavárny. Dílčím cílem práce je vytvořit sérii návrhů a opatření, pomocí nichž by se mohlo přispět k celkovému udržitelnému rozvoji, a to jak ze strany podniku, tak ze strany spotřebitelů. Jelikož právě podnik a spotřebitelé jsou dva subjekty, které se navzájem významně ovlivňují.

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíl práce

V teoretické části práce bude představen pojem udržitelnost a udržitelný rozvoj, v praktické části práce se budou teoretické poznatky aplikovat na konkrétní podnik v obci Kravaře. Tato diplomová práce stanovuje, na základě případové studie cukrárny-kavárny v obci Kravaře, dva hlavní cíle. Jedním z nich je hodnocení udržitelnosti v daném podniku na základě předem určených kritérií. Dílčím cílem práce bude zjištění překážek a příležitostí k naplnění těchto kritérií v podniku.

Druhým hlavním cílem bude analýza přístupu spotřebitelů v kontextu udržitelé spotřeby a problematiky potravinového odpadu. Cílem práce bude zjistit, zda se spotřebitelé chovají udržitelně a šetrně k životnímu prostředí při návštěvě podniku. Dílčím cílem práce je identifikovat faktory, které je k takovému chování motivují a které je případně odrazují. Výsledkem práce bude nalezení společného řešení a vytvoření návrhu opatření, která by napomohla k větší udržitelnosti podniku, jak ze strany podnikatelů, tak ze strany spotřebitelů. Návrhy budou vycházet z informací zjištěných během osobního rozhovoru s podnikateli konkrétního podniku v obci Kravaře a z výzkumu postojů spotřebitelů a jejich ochoty zapojit se do řešení tohoto problému.

2.2 Metodika

V první části se bude diplomová práce zabývat nejdříve obecnými informacemi o udržitelném rozvoji, udržitelném podnikání a udržitelné spotřebě, které jsou zpracovány v teoretické části formou literární rešerše. Teoretický rámec práce se bude mimo jiné zabývat spotřebitelským chováním a problematikou potravinového odpadu. Ve druhé části práce bude analyzován konkrétní podnik, kterým je cukrárna-kavárna v obci Kravaře.

Dále bude proveden výzkum mezi spotřebiteli s cílem zjistit, jaký je jejich přístup k problematice udržitelné spotřeby a potravinového odpadu a do jaké míry jsou ochotni se podílet na řešení problému. Na závěr práce budou navržena opatření, která napomohou k větší udržitelnosti celého podniku a která mohou posílit snahu spotřebitelů chovat se

odpovědně k životnímu prostředí. Informace pro praktickou část práce budou získávány pomocí osobního rozhovoru s podnikateli cukrárny-kavárny v obci Kravaře, a také z dokumentace provozu konkrétního podniku. Informace o spotřebitelích budou získávány pomocí dotazníkového šetření. Dotazník bude realizován elektronickou formou přes český program Survio. Výhodou této online metody dotazování je nízká časová i finanční náročnost a zároveň schopnost zachování vysoké míry anonymity respondentů, která může vést k čestnějším odpovědím, čímž roste i vypovídající hodnota celého výzkumu. Metodika sběru a zpracování dat je detailněji popsána v empirické části vlastní práce.

3 Teoretická východiska

3.1 Udržitelnost

Co vůbec znamená slovo udržitelnost? Slovo udržitelný (sustainable) a udržitelnost (sustainability) pochází z latinského slova *sustinēre*, které je složeno z kombinace slova *sub* (zespoda nahoru) a *tenēre* (držet), což znamená udržovat, podporovat, vydržet (Caradonna, 2014).

Udržitelnost je poslední dobou velmi často užívané slovo, které se mnohokrát vyskytuje s přívlastkem trvalá. Ovšem zaručit do budoucna, že něco bude navždy trvale udržitelné, není možné. Proto je možná lepší používat samotný pojem udržitelnost (Závodná, 2014).

Podstatou udržitelnosti je koncept, který se zaměřuje na stav biofyzikálního prostředí země, zejména s ohledem na využívání a vyčerpání přírodních zdrojů. Není to však totéž jako ochrana životního prostředí, jde spíše o nalezení stabilního stavu, aby země nebo její část mohla podporovat lidskou populaci a hospodářský růst, aniž by v konečném důsledku ohrožovala zdraví lidí, zvířat a rostlin. Základním předpokladem udržitelnosti je, že přírodní zdroje země nelze využívat a vyčerpávat donekonečna. Nejenže tyto zdroje jednou dojdou, ale jejich využívání ve skutečnosti podkopává schopnost života přetrvat a prosperovat. Nejdůležitější rozdíl mezi tradičními představami o ochraně životního prostředí a udržitelností je ten, že první z nich se zaměřuje na nápravu životního prostředí a na prevenci specifických environmentálních hrozeb, zatímco udržitelnost je mnohem aktivnější a holističtější, zároveň se zaměřuje na dynamické procesy v dlouhodobém horizontu a to hlavně ve smyslu zodpovědnosti vůči budoucím generacím (Portney, 2015).

3.1.1 Pojem udržitelný rozvoj

Udržitelný rozvoj lze definovat různými způsoby, v zásadě se však jedná o koncept, který se snaží chránit přírodu a životní prostředí. Jedná se o rozvoj, který se snaží zabránit negativním projevům současného způsobu vývoje lidské společnosti. Udržitelný rozvoj

nebere v úvahu pouze růst ekonomický, nýbrž i přírodní bohatství a společenské hodnoty (MŽP ČR, 2020).

Základní pohled na udržitelný rozvoj nejlépe vystihuje definice z roku 1987 ze Zprávy pro Světovou komisi OSN pro životní prostředí a rozvoj (WCED) nazvané „Naše společná budoucnost“, kterou definovala tehdejší předsedkyně Gro Harlem Brundthlandová: *„(Trvale) udržitelný rozvoj je takový způsob rozvoje, který uspokojuje potřeby přítomnosti, aniž by oslabil možnosti budoucích generací naplnit jejich vlastní potřeby.“* (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2017).

Mezi cíle udržitelného rozvoje patří snaha řídit přírodní, kulturní, hmotné a duchovní bohatství tak, aby se ho dostávalo i příštím generacím a byla tak zachována kvalita života (Evropský týden udržitelného rozvoje, 2020).

V České republice se dle legislativy udržitelný rozvoj definuje v Zákoně o životním prostředí jako: *„Trvale udržitelný rozvoj společnosti je takový rozvoj, který současným i budoucím generacím zachovává možnost uspokojovat jejich základní životní potřeby a přitom nesnižuje rozmanitost přírody a zachovává přirozené funkce ekosystémů.“* (Zákon o životním prostředí, 1992).

V českém prostředí se stále častěji cituje podle Ivana Ryndy, který slučuje předchozí definice a snaží se šířit i hloubku konceptu trvalé udržitelnosti co nejstručněji shrnout: *„Trvale udržitelný rozvoj je komplexní soubor strategií, které umožňují pomocí ekonomických prostředků a technologií uspokojovat lidské potřeby, materiální, kulturní i duchovní, při plném respektování environmentálních limitů. Aby to bylo v globálním měřítku současného světa možné, je nutné nově redefinovat na lokální, regionální i globální úrovni jejich socio-politické instituce a procesy.“* (Rynda, 2013, s.3).

3.1.2 Historický vývoj pojetí udržitelnosti

Další kapitola se zabývá historickým vývojem udržitelnosti. Kapitola je rozdělena do tří oblastí, kterými jsou vývoj ve světě, v Evropě a v České republice.

3.1.2.1 Vývoj ve světě

Je těžké najít knihu před rokem 1970, která by měla v názvu slovo udržitelnost nebo udržitelný rozvoj. Udržitelnost se poprvé objevila jako environmentální, ekonomický a sociální ideál na konci 70. a 80. let 20. století. Za základní mezník na ochranu životního prostředí je považována **Konference Spojených národů**, která se sešla ve Stockholmu v roce 1972. Zároveň byl mezinárodní organizací OSN (Organizace spojených národů) založen **Program UNEP** (United Nations Environment Programme) pro ochranu životního prostředí, který funguje dodnes. Od té doby se v mnoha zemích uzákonila ministerstva a jiné orgány na ochranu životního prostředí, rovněž byly přijaty i samotné zákony na ochranu životního prostředí (Závodná, 2014).

Posláním programu UNEP je agenda v oblasti životního prostředí. Program poskytuje podporu, péči a důsledné uplatňování udržitelného rozvoje v rámci systému OSN (UNEP, 1972).

Celosvětová organizace s názvem Světový svaz ochrany přírody – IUCN (International Union for Conservation of Nature) vypracovala v roce 1980 dokument **Světová strategie ochrany přírody – WSC** (World Conservation Strategy), což je dokument, který apeluje na státy, aby si vytvořily národní strategii na ochranu prostředí. Je to zároveň první dokument, ve kterém se akceptuje pojem trvale udržitelný rozvoj. Pomoc při tvorbě dokumentu poskytly Program UNEP, Světový fond na ochranu přírody – WWF (World Wide Fund For Nature), Organizace OSN pro výživu a zemědělství – FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations) a Organizace OSN pro výchovu, vědu a kulturu – UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) (Larson, 2019).

Později byla WSC doplněna a přeformulována v dokumentu nazvaném „**Péče o zemi**“ (**Caring for The Earth**): *A Strategy for Sustainable Living*, vydaném v roce 1991. Tento dokument znovu uvádí současné úvahy o ochraně přírody a rozvoji a navrhuje praktická opatření. Stanovuje cíle pro změnu a vyzývá ke společnému úsilí v osobních, národních a mezinárodních vztazích. Světová strategie ochrany přírody z roku 1980 a její aktualizace z roku 1991 významně přispěly k tomu, aby se upozornilo na potřebu udržitelného hospodaření se světovými přírodními zdroji. Nastiňuje problémy, navrhuje potřebné změny a zdůrazňuje potřebu kvantifikovat pokrok při naplňování potřeb udržitelného světa. (Larson, 2019)

V roce 1987 Světová komise OSN pro životní prostředí a rozvoj v čele s Gro Harlem Brundlandtovou vydala velice vlivný dokument s názvem „**Naše společná budoucnost**“ (**Our common future**), který nabídl vůbec první dobře propracované definice udržitelného rozvoje. (Caradonna, 2014)

Další důležitý přelom nastal v roce 1992 na tzv. „Summitu Země“ v Rio de Janeiru, kde došlo ke schválení **Deklarace o životním prostředí a rozvoji**. Deklarace obsahovala 27 principů trvale udržitelného rozvoje. Zároveň došlo k ustanovení globálního strategického a akčního plánu v oblasti ochrany životního prostředí s názvem **Agenda 21**. Cílem tohoto podrobného plánu je pochopení vzájemné harmonie mezi hospodářským a sociálním rozvojem a efektivní ochranou životního prostředí. Agenda 21 určuje přesné konkrétní kroky udržitelného rozvoje (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2017).

V roce 2002 se konal světový Summit v Johannesburgu, který navazoval na texty z Ria de Janeira. Vznikla zde **Johannesburská deklarace a Implementační plán**, který se věnoval udržitelnému rozvoji a zdůrazňoval rovnováhu jeho třech základních pilířů – ekonomický, sociální a environmentální (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2017).

Další Konference OSN o udržitelném rozvoji – UNCSO (United Nations Conference on Sustainable Development) se konala opět v brazilském Riu de Janeiru v červnu 2012, nesla název **Rio+20**. Konference se pořádala ku příležitosti dvacátého výročí Konference

OSN UNCSO (United Nations Conference on Sustainable Development), konané v roce 1992 v Riu. Došlo zde ke zhodnocení světové situace, jejímu směřování k udržitelnému rozvoji během uplynulých dvaceti let. Hlavním cílem bylo nalezení cesty k čistšímu, bezpečnějším, spravedlivějším a zelenějším světu (BEZK, 2012).

V září roku 2015 se v New Yorku konal další summit OSN, během kterého došlo ke schválení **Agendy 2030 pro udržitelný rozvoj**. Agenda vyzývá všechny členské státy, aby se jim do roku 2030 podařilo odstranit chudobu, chránit planetu, prosadit udržitelný rozvoj a aby se těšily míru a prosperitě (UNDP, 2015).

Důležitou součástí Agendy 2030 je „**17 Cílů udržitelného rozvoje a 169 specifických podcílů**“ (Sustainable Development Goals, SDGs), jedná se o dlouhodobý program rozvoje a na jeho formulaci se podílely všechny členské státy OSN.

Obrázek 1 Cíle udržitelného rozvoje (SDGs)



Zdroj: (OSN 2015)

V roce 2015 se konalo ještě jedno zásadní historické setkání. V prosinci hostila Paříž mezinárodní klimatickou konferenci OSN o Změně klimatu – COP21 (21st Conference of

the Parties). Tato konference se stala klíčovou, neboť se podařilo dosáhnout **Pařížské dohody**, která má omezit emise skleníkových plynů. V platnost vstoupila 4. listopadu 2016 (United Nations, 2018).

Environmentální shromáždění OSN – UNEA (United Nations Environment Assembly) se poprvé uskutečnilo v roce 2014. Od té doby se koná každé 2 roky v keňském Nairobi a řeší problémy globálních ekosystémů. Třetí environmentální shromáždění OSN proběhlo v prosinci 2017. Jedním z témat, které mělo velkou odezvu, byla oblast plastů. Zejména jednorázové obaly, těžko rozložitelné plasty a jejich přebytečné používání byly označeny jako největší problém (MŽP, 2017).

V roce 2018 proběhla v polských Katovicích další Konference OSN o změně klimatu (COP24), zde se jednalo o praktických podrobnostech Pařížské smlouvy (United Nations, 2018).

První Summit OSN o cílech udržitelného rozvoje (SDG) od přijetí Agendy 2030 se konal v září 2019 v New Yorku. Cílem bylo navázání na Agendu 2030 a zhodnocení pokroků v plnění 17 cílů udržitelného rozvoje. Členské státy OSN se zavázaly mobilizovat finanční prostředky, zlepšit provádění na vnitrostátní úrovni a posílit instituce, aby bylo cílů udržitelného rozvoje dosaženo do stanoveného termínu a nikdo nezůstal pozadu (United Nations, 2019).

V listopadu 2021 se ve skotském městě Glasgow uskutečnila konference OSN o změně klimatu – COP26. Setkání navázalo na Pařížskou dohodu a jednalo o důležitých pravidlech, která nebyla doposud schválena. Diskutovaly se převážně oblasti na téma emisí, jejich obchodování a snižování (MŽP, 2021).

V únoru 2021 proběhlo již páté environmentální shromáždění OSN (UNEA-5) a bylo kvůli pandemii COVID-19 rozděleno do dvou částí. První část proběhla v online podobě, druhá část se bude konat osobně ve dnech 28. 2. – 2. 3. 2022. Tématem bude: „*Posílení akcí pro přírodu k dosažení cílů udržitelného rozvoje*“ (MŽP).

3.1.2.2 Vývoj konceptu udržitelnosti v EU

Amsterodamskou smlouvou, která vstoupila v platnost v květnu 1999, byl udržitelný rozvoj stanoven jako základní cíl Evropské unie (EU). Významnou událostí pro vnímání dnešního udržitelného rozvoje bylo přijetí **Strategie EU udržitelného rozvoje (EU-SDS)** Evropskou radou v Göteborgu v roce 2001, která doplnila „Lisabonskou smlouvu“ o environmentální rozměr. Strategie EU představuje průlomový přístup, v němž jdou ekonomické, sociální a environmentální politiky ruku v ruce (BMK, 2021).

Základním cílem Strategie bylo včasné upozornění na potencionální nebo již existující problémy, které by mohly ohrozit udržitelný rozvoj. Evropská rada se shodla, že se bude jednat o dokument, který se bude neustále rozvíjet, měnit a doplňovat. Zároveň bude docházet k pravidelnému vyhodnocování v rámci jejího plnění. Z důvodu konání Světového summitu byla již v roce 2002 v Johannesburgu Strategie udržitelného rozvoje EU rozšířena o vnější poměr (Rada Evropské unie, 2006).

Po rozsáhlém procesu byla o čtyři roky později, tedy v roce 2006, přijata **Obnovená Strategie EU pro udržitelný rozvoj**. Dokument specifikuje dlouhodobé závazky, jimiž se bude EU řídit za účelem splnění cílů udržitelného rozvoje. Hlavní cíle obnovené Strategie EU pro udržitelný rozvoj jsou:

- sociální spravedlnost a soudržnost,
- hospodářská prosperita,
- ochrana životního prostředí,
- plnění našich mezinárodních povinností (Rada Evropské unie, 2006).

Od roku 2007 vydává statistický úřad EU – Eurostat každé dva roky zprávu o pokroku v oblasti udržitelného rozvoje v EU. Zpráva je založena na komplexním souboru ukazatelů, které sledují pokrok při plnění cílů Strategie EU. V současné době se evropský soubor ukazatelů dále rozvíjí v souladu s globálním rámcem ukazatelů „Agendy 2030 pro udržitelný rozvoj (BMK, 2021).

V roce 2010 nahradila Lisabonskou strategii nová Evropská strategie pro inteligentní a udržitelný růst podporující začlenění – **Strategie Evropa 2020**. Nová Strategie Evropa 2020 navrhovala tři vzájemně se doplňující priority:

- Inteligentní růst: rozvoj ekonomiky založené na znalostech a inovacích.
- Udržitelný růst: podpora konkurenceschopnější a ekologičtější ekonomiky, která je méně náročná na zdroje.
- Růst podporující začlenění: podpora ekonomiky s vysokou zaměstnaností, která bude přinášet sociální a územní soudržnost (European Commission, 2010).

Evropská rada se v červnu 2019 sešla na zasedání v Bruselu a dohodla se na dalším programu EU na příštích pět let. **Nová strategická agenda 2019-2024** se zaměřuje na čtyři hlavní priority, kterými jsou:

- ochrana občanů a svobod,
- rozvoj silné a dynamické ekonomické základny,
- budování zelené, spravedlivé a sociální Evropy,
- prosazování evropských zájmů a hodnot na světové scéně (European Council, 2019).

Téhož roku v prosinci zveřejnila Komise EU tzv. **Zelenou dohodu pro Evropu**. Jedná se o novou strategii, jejímž cílem je dosáhnout do roku 2050 klimatické neutrality, spravedlivé společnosti s konkurenceschopnou ekonomikou, která bude efektivně využívat zdroje. Konkrétní podoba této dohody však může být, vzhledem k současným okolnostem spojeným s ruskou agresí na Ukrajině změněna (Evropská rada, 2019).

3.1.2.3 Vývoj konceptu udržitelnosti v ČR

V úrovni znečištění bylo Československo před listopadem 1989 mezi evropskými státy na prvních místech, což se naštěstí v průběhu dalších 10 let změnilo. Byly přijaty zákony na ochranu životního prostředí a zavedeny nové instituce, jako je Česká inspekce životního prostředí a Ministerstvo životního prostředí. Česká republika začala dávat až 3 % HDP na účel ochrany životního prostředí (Závodná, 2014).

V roce 1992 byl v ČR formulován zákon č. 17/1992 Sb. o životním prostředí, který vycházel z principu trvale udržitelného rozvoje (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2017).

Základní dokumenty, které se zabývají novými návrhy na zlepšení životního prostředí v rámci udržitelného rozvoje v České republice, vycházejí z rozhodnutí, která byla uzavřena v důsledku mezinárodních setkání. V prosinci 2004 byla vládou České republiky schválena **Strategie udržitelného rozvoje České republiky**. Jednalo se o dokument, který měl upozorňovat na problémy, které by mohly nastat při přechodu ČR k udržitelnému rozvoji (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2004).

V roce 2010 byl usnesením vlády České republiky přijat **Strategický rámec udržitelného rozvoje ČR**. Dokument definuje základní principy udržitelného rozvoje, jeho měřicí indikátory, priority a cíle (MPO, 2010).

Jako reakce ČR na shromáždění OSN v New Yorku v září 2015 bylo přijetí dokumentu **Strategický rámec Česká republika 2030 (ČR 2030)**, který vláda schválila v roce 2017. Tento dokument nahrazuje Strategický rámec udržitelného rozvoje z roku 2010 a pojednává o směru rozvoje země na příštích deset let. Strategický rámec ČR říká: *„Naplnění ČR 2030 zvýší kvalitu života ve všech regionech a nasměruje Česko k rozvoji, který je udržitelný po sociální, ekonomické i environmentální stránce.“* ČR 2030 převádí „17 Cílů udržitelného rozvoje“ do národního prostředí a shrnuje je do šesti oblastí (2030, s. 391, 2017;).

Obrázek 2 Strategický rámec ČR 2030



Zdroj: (2030, s. 391, 2017;)

Nejvýznamnějším orgánem v oblasti udržitelného rozvoje v České republice je **Rada vlády pro udržitelný rozvoj**, ta se stará o strategické řízení a dlouhodobé priority státu, vyhodnocuje také ústřední trendy udržitelného rozvoje. (MŽP ČR, 2003)

Na Summitu OSN o cílech udržitelného rozvoje, který se konal v září 2019 v New Yorku, představil český premiér závazky České republiky k přispění udržitelnosti v rámci programu Agenda 2030. Česká republika se bude rovněž dále snažit snížit uhlíkovou stopu vysázením deseti milionu stromů do roku 2025. V indexu hodnocení (SDG Index) pokroku v naplňování konkrétních cílů SDG dosáhla ČR sedmého místa v žebříku udržitelnosti. (Český rozhlas, 2019)

Visegrad for Sustainability – V4SDG je nezisková organizace, která byla založena v roce 2018. Organizace vznikla za účelem vzájemné podpory a spolupráce k dosažení cílů

udržitelného rozvoje ve středovýchodní Evropě. Organizace je určena pro země „Visegrádské skupiny nebo V4“, která je složena ze čtyř států střední Evropy – Maďarska, Polska, Slovenska a České republiky. V říjnu 2021 proběhla v Maďarsku konference o udržitelném rozvoji v zemích V4. Cílem akce bylo zvýšit povědomí veřejnosti o možnostech, jak se vyhnout nepříznivým environmentálním, sociálním a ekonomickým vlivům a jak dosáhnout udržitelnosti a ochrany naší planety. Zástupci zemí dospěli k závěru, že země V4 mají před mnoha zeměmi náskok, ale že je před nimi ještě mnoho práce (IISD, 2021).

3.1.3 Principy udržitelného rozvoje

V 90. letech minulého století stanovil Herman Daly tři jednoduchá pravidla, která se dají považovat za hlavní úkoly udržitelného rozvoje, jež by měla omezit dopad lidské populace na životní prostředí:

- Pro obnovitelné zdroje – jako je např. půda a lesy platí, že míra jejich udržitelného využívání by neměla být vyšší než míra jejich samotné obnovy.
- Pro neobnovitelné přírodní zdroje – jako jsou fosilní paliva, nerostné suroviny, ropa, zemní plyn, podzemní vody platí, že míra jejich užívání by neměla být vyšší než míra využívaných obnovitelných zdrojů.
- Pro znečišťující látky platí, že míra udržitelnosti jejich emisí by neměla být vyšší než míra, s jakou mohou být tyto látky recyklovány, absorbovány nebo zneškodněny (Daly, 1991).

Jak již bylo řečeno v kapitole 3.1, hlavním cílem udržitelnosti je udržet rovnováhu mezi různými aspekty společnosti a životního prostředí. S udržitelným rozvojem souvisí několik zásad neboli principů. Tyto principy udržitelnosti lze shrnout následovně:

Ochrana našeho ekosystému: nejvyšším motivem udržitelného rozvoje je ochrana ekosystémů. Ochrana planety Země a jejich zdrojů je pro udržitelný rozvoj zásadní.

Rozvoj společnosti: jádrem udržitelného rozvoje je rozvoj společnosti prostřednictvím vytváření rovnocenných a spravedlivých příležitostí pro všechny. Pod tuto zásadu spadá vše od vytváření pracovních míst, až po spolehlivý systém zdravotní péče.

Zachování biologické rozmanitosti: ochrana přírodních zdrojů a všech živočichů před dalším poškozováním je zásadní pro udržitelný rozvoj.

Ochrana lidských zdrojů: lidé hrají důležitou roli při ochraně a udržování společnosti. Zároveň lze lidské zdroje využít k ochraně životního prostředí, proto je potřeba rozvíjet jejich dovednosti a znalosti v péči o zemi (4iMEDIA, 2021).

Kontrola populace: kvůli růstu populace se zvyšují lidské potřeby jako je jídlo, oblečení, bydlení atd. Zdroje na Zemi jsou však omezené a nelze je využít k uspokojení neomezené poptávky. Kontrola populace podporuje ekologickou rovnováhu (Kullabs, 2020).

Zachování kulturního dědictví: udržitelný rozvoj se zaměřuje na zachování kulturního dědictví. Různé kultury mají pro společnost neocenitelný přínos. Jejich zachováním lze podpořit udržitelnou společnost (Kullabs, 2020).

Vytváření společenství v rámci únosnosti země: naše planeta má svou vlastní kapacitu a pokud ji překročíme, může to mít vážné důsledky na životní prostředí. Země má omezené zdroje a jejich nadměrné využívání má negativní dopady na životní prostředí. Udržitelnost tedy znamená zajistit, aby naše potřeby odpovídaly produkční kapacitě naší planety (4iMEDIA, 2021).

3.1.4 Pilíře udržitelného rozvoje

Udržitelný rozvoj je rozdělen do tří oblastí tzv. pilířů, které jsou spolu vzájemně úzce propojeny. Jedná se o sociální, ekologický a ekonomický pilíř, přičemž každému z nich by měla být věnována stejná pozornost, jelikož spolu úzce souvisejí a mají stejnou váhu. Abychom dosáhli ideálu neboli požadavku udržitelnosti (sustainable), je nutné najít mezi

těmito pilíři určitou dynamickou rovnováhu. (viz. Obrázek č.3) Často se vedle těchto pilířů objevuje ještě tzv. institucionální kapacita, což je základna tvořená především finančními nástroji a předpisy, která je vytvořena jednotlivými státy, sloužící k ochraně přírodních složek životního prostředí jako celku (Ústav územního rozvoje, 2010).

Obrázek 3 Propojení jednotlivých pilířů udržitelného rozvoje



Zdroj: (CENIA, 2017)

3.1.4.1 Ekonomický pilíř udržitelného rozvoje

Ekonomický pilíř bývá ze všech tří pilířů velice často chápán nesprávně. Přitom právě pozitivní sjednocení ekonomiky s ochranou životního prostředí je pro vyspělý svět více než důležité. Jak definuje heslo Komise OECD: „*Silná ekonomika vyžaduje zdravé životní prostředí a zdravé životní prostředí vyžaduje silnou ekonomiku.*“ (OECD, 2018).

Často se podniky soustředí pouze na svoje potřeby, chtějí se udržet na trhu a podnikat se zisky, bohužel pak ale nevěnují žádnou pozornost svému okolí. Nespojují tak ekonomickou, sociální a environmentální roviny dohromady, tím pádem nedochází k udržitelnému chování. Ekonomický pilíř udržitelného rozvoje přitom vykazuje pozitivní účinky pro snížení nákladů, zvýšení výnosů a růstu produktivity (Závodná, 2014).

Potencionální kladné účinky na náklady mohou nastat při snížení či úplném odstranění odpadu, při možnosti recyklovat materiálový odpad nebo při využívání odpadů k další výrobě. Další úspory v nákladech mohou být při cíleném snižování používaných energetických a surovinových zdrojů, které jsou zatěžující pro životní prostředí. Na straně výnosů může vést správné užití strategie udržitelného rozvoje k možnosti předvedení nových výrobků či služeb nebo k rozšíření tržních možností, pro již existující produkty a služby (Freiberg, 2007).

Můžeme tedy říci, že udržitelnost v ekonomice očekává snížení odpadů a snížení spotřeby, což se týká hlavně spotřeby neobnovitelných přírodních zdrojů. Přírodní bohatství by nemělo být přehlíženo, ba naopak zbývající přírodní kapitál by měl být považován za nejvzácnější. Přírodním kapitálem rozumíme například vodu, půdu, vzduch, oceány, nerosty, korálové útesy a živé systémy. Zachováním základního kapitálu, jehož součástí musí být také kapitál přírodní, je hlavní předpoklad pro dosažení udržitelného rozvoje (Závodná, 2014).

3.1.4.2 Sociální pilíř udržitelného rozvoje

Sociální pilíř se zabývá kvalitou lidského života, a to jak z pohledu na jednotlivce, tak z pohledu na společnost jako celku. Aby mohlo dojít k udržitelnosti v sociálním pilíři, musí prvotně dojít k naplnění sociálních potřeb, pocitu jistoty a pocitu bezpečí každého jedince. Následně může dojít k sociální soudržnosti celého společenství lidí. Udržitelná sociální soudržnost by měla být spravedlivá a stabilní. Nikdo by neměl být eliminován na základě různých odlišností, jako je pohlaví, národnost, kultura či etnická příslušnost (Maier, 2012).

Jedná se o čerpání přírodních zdrojů, aniž by došlo k narušení sociální harmonie a zároveň se udrželo zachovat hodnotu přírodního a kulturního dědictví. Sociální pilíř podporuje tzv. uvědomělou skromnost, která je založena na aktivním a tvořivém přístupu ke světu, který zajišťuje vyšší kvalitu života (Librová, 1994).

Hlediska sociálního pilíře kontroluje například rozvojový program OSN United Nations Development Program, který zaznamenává index lidského rozvoje ve všech členských státech OSN. Index se skládá ze tří stejně významných indikátorů: index délky života, index vzdělávání a ekonomický index založený na hrubém domácím produktu přepočteným průměrně na jednoho obyvatele. Dalším hlediskem pro porovnávání sociálního pilíře je například index mapování stavu korupce mezinárodních organizací (Transparency International) nebo sledování úrovně občanských svobod a politických práv, kterými se zabývá organizace Freedom House. Při vzájemném porovnání všech hodnot vychází najevo úzký vztah mezi indexem lidského rozvoje a mírou stability a ekonomickým rozvojem demokratických států. Výsledné rozdíly mezi jednotlivými státy vycházejí zejména z odlišných úrovní příjmů, právních jistot, míry vyspělosti demokratických organizací a zčásti i z rozdílů v délce života (Ústav územního rozvoje, 2010).

3.1.4.3 Environmentální pilíře udržitelného rozvoje

Ochrana a zachování přírodního bohatství a omezení všech dopadů na životní prostředí je hlavním posláním environmentálního pilíře. Pokud se nenaruší přirozená rovnováha a lidská činnost bude ve vzájemném souladu neboli rovnováze s přírodním prostředím, dá se hovořit o udržitelné závislosti na přírodním prostředí. Environmentální prostředí se zabývá celkovou životaschopností živých systémů, ale zároveň i zemědělských či řízených systémů, které mohou být součástí venkova či města (Závodná, 2014).

Se spojením životního prostředí a ekonomického rozvoje se v odborné literatuře setkáváme až poslední dobou. Přitom zodpovědný a ohleduplný přístup k vzácným přírodním zdrojům je více než potřeba. Zvláště dlouhodobý rozvoj může být v budoucnu ohrožen opakovaným nerespektováním ekologických a přírodních krajních mezí.

Významným faktorem, který ohrožuje život člověka na Zemi, je podle komise OSN pro životní prostředí a rozvoj (Brundtland Commission) označeno právě ničení životního prostředí, které může mít ve finále vliv i v sociální sféře. Tato zpráva také upozorňuje na klimatické změny, které mohou být způsobeny emisemi skleníkových plynů, což by pak mohlo mít negativní vliv na produkci potravin (Závodná, 2014).

3.2 Udržitelné podnikání

Téma udržitelného podnikání vychází ze zásad dlouhodobého udržitelného rozvoje. Jde o udržitelně smýšlející způsob řízení firem, které se snaží být šetrné k životnímu prostředí a zároveň přínosné pro společnost. Jsou to firmy, které ve své obchodní strategii dbají na ekologická, ekonomická, etická a sociální hlediska. Koncept udržitelného podnikání souvisí s tzv. modelem společenské odpovědnosti firem, který je představen v následující kapitole.

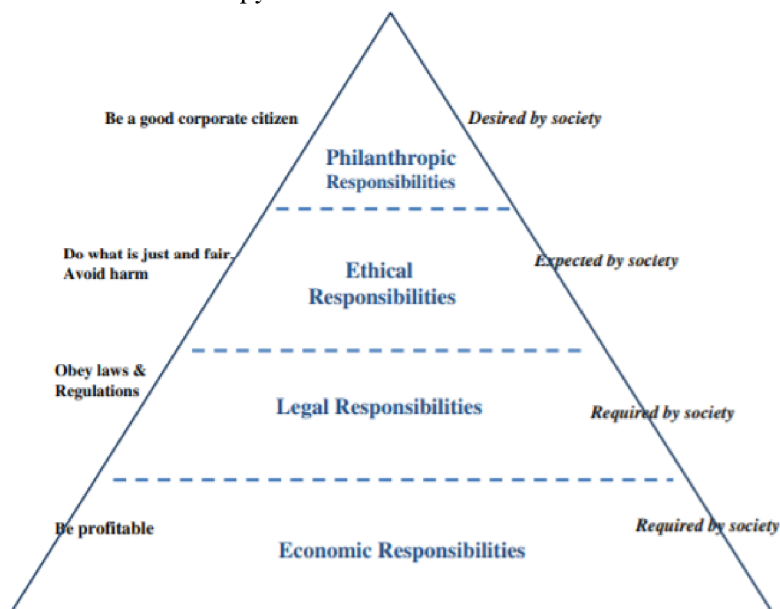
3.2.1 Společenská odpovědnost firem

Společenská odpovědnost firem neboli CSR podle anglického názvu Corporate Social Responsibility je dobrovolný příslib firem chovat se odpovědně k prostředí i společnosti ve které podnikají. Odpovědné podnikání znamená podnikat úspěšně a zároveň myslet na ekologické a sociální zájmy. Odpovědný podnik uspokojuje potřeby a přání nejen svých zákazníků, ale i dalších osob, se kterými spolupracuje – například zaměstnanců, dodavatelů a osob místních komunit (BusinessInfo, 2008).

Evropská komise definuje CSR takto: „*Společenská odpovědnost firem dobrovolně integruje sociální a ekologické ohledy do podnikatelských činností firmy, a to ve spolupráci se zainteresovanými stranami podniku neboli stakeholdery.*“ Definice CSR popisuje odpovědnost firem ve třech aspektech udržitelnosti: Ekonomický aspekt – zisk (*profit*), sociální aspekt – lidé (*people*) a environmentální aspekt – planeta (*planet*), tzv. *triple bottom line*, kterou lze také rozdělit na „tři P“. Firmy by se měly vedle finanční výkonnosti zaměřit také na sociální a environmentální dopad (InnoTrain CSR, 2010).

Profesor Archie B. Carroll na základě čtyřdílného rámce neboli definice společenské odpovědnosti podniků vytvořil grafické znázornění CSR v podobě pyramidy. Model pyramidy vychází z definičního rámce, který je složený ze čtyř kategorií – ekonomické, právní, etické a filantropické odpovědnosti. Pyramida byla vybrána jako geometrický vzor, protože je jednoduchá a intuitivní. Ekonomická odpovědnost byla umístěna jako základna pyramidy, protože se jedná o základní požadavek v podnikání. Stejně jako základy budovy musí být pevné, aby udržely celou stavbu, musí být silná trvalá ziskovost, aby podpořila další očekávání společnosti od podniků. Společnost dává podnikům dále najevo, že se od nich očekává dodržování zákonů a právních předpisů, na jejichž základě má podnikání v občanské společnosti fungovat. Kromě toho se od podniků očekává, že budou fungovat eticky. To znamená, že podnik má povinnost dělat to, co je správné, čestné a spravedlivé, a že se vyhne nebo alespoň pokusí minimalizovat případným škodám vůči všem zúčastněným stranám, s nimiž vstoupí do interakce. V neposlední řadě se od podniků očekává, že budou dobrými občany, tj. že bude přispívat finančními, materiálními a lidskými zdroji komunitám, jejichž jsou součástí. Stručně řečeno, pyramida je sestavena tak, aby reflektovala základní role, které podniky ve společnosti hrají a které se od nich očekávají (Carroll, 2016).

Obrázek 4 Carrollova pyramida CSR



Zdroj: (Carroll, 2016)

Pyramida společenské odpovědnosti firem je určena k tomu, aby byla vnímána z pohledu všech zainteresovaných stran, přičemž se zaměřuje na celek, nikoliv na jednotlivé části. Zároveň se od podniků neočekává, že budou plnit své společenské odpovědnosti nějakým postupným hierarchickým způsobem, počínaje základnou. Očekává se, že podniky budou plnit všechny odpovědnosti současně. Předpokládá se, že celková společenská odpovědnost podniků zahrnuje současné plnění ekonomických, právních, etických a filantropických odpovědností. Pokud bychom chtěli tyto kroky vyjádřit formou rovnice, zněla by takto: ekonomická odpovědnost + právní odpovědnost + etická odpovědnost + filantropická odpovědnost = CSR celková společenská odpovědnost firem (Carroll, 2016).

3.3 Udržitelná spotřeba

Na konferenci OSN v Riu de Janeiru v roce 1992, známém též jako Summit Země se udržitelná spotřeba dostala mezi hlavní apely udržitelnosti. V dokumentu Agenda 21 se čtvrtá kapitola s názvem „Měnící se vzorce spotřeby“ zaměřuje mimo jiné na rozvoj národních strategií na podporu změn v neudržitelných vzorcích spotřeby. Pojednává o tom, že by měla být věnována zvláštní pozornost poptávce po přírodních zdrojích a jejich účinném využívání v souladu s cílem minimalizovat jejich vyčerpání a snížit jejich znečištění. Přestože jsou vzorce spotřeby v některých částech světa velmi vysoké, základní potřeby spotřebitelů nejsou zcela uspokojeny. To má za následek nadměrné nároky a neudržitelný životní styl bohatších vrstev, které kladou nesmírné nároky na životní prostředí. Chudší segmenty přitom nejsou schopny uspokojit potřeby v oblasti potravin, bydlení, zdravotní péče a vzdělávání. Změna vzorců spotřeby vyžaduje mnohostrannou strategii zaměřenou na poptávku, uspokojení základních potřeb chudých a omezení plýtvání a využívání omezených zdrojů ve výrobním procesu. Podle Agendy 21 je potřeba podporovat takové vzorce spotřeby a výroby, které snižují zátěž životního prostředí a uspokojují základní potřeby lidstva (OSN, 1992).

Udržitelná spotřeba je provázaná s udržitelnou výrobou, navzájem se spolu ovlivňují a jsou společně jedním ze „17 Cílů udržitelného rozvoje“, které jsou součástí Agendy 2030, jež byla schválena na Summitu OSN v roce 2015. Konkrétně se jedná o dvanáctý cíl, který

má za úkol zajistit odpovědnou spotřebu a výrobu. Prostřednictvím dvanáctého cíle udržitelného rozvoje se plánuje do roku 2030 dosáhnout:

- udržitelnějšího a efektivnějšího využívání přírodních zdrojů,
- předcházet vysoké produkci odpadu nebo jej recyklovat, nebezpečný odpad je zapotřebí bezpečně zlikvidovat,
- omezení plýtvání potravinami,
- aby podniky dobrovolně přijaly udržitelné postupy ve své strategii a byly podpořeny v udržení svých sociálních a environmentálních rizik na nízké úrovni,
- zajistit lepší informovanost spotřebitelů v rámci udržitelné výroby a spotřeby,
- aby veřejné orgány při zadávání veřejných zakázek upřednostňovaly udržitelné postupy,
- šetrnějšího nakládání s chemickými látkami s ohledem na životní prostředí (UNIC Praha, 2016).

Obrázek 5 Dvanáctý cíl udržitelného rozvoje



Zdroj: (UNIC Praha, 2016)

Odpovědná spotřeba a výroba spočívá v naplnění třech hlavních cílů:

- 1) **Oddělit degradaci životního prostředí od ekonomického růstu.** Jde o to, aby se s menšími náklady dělalo více a lépe. Aby se zvýšil čistý zisk

z ekonomických činností tím, že se sníží využívání zdrojů, jejich degradací a znečištěním v průběhu celého životního cyklu a zároveň se zvýší kvalita života.

- 2) **Myslet na lepší uplatnění produktu během jeho celého životního cyklu.** Jde o udržitelnější nakládání se zdroji a jejich účinného využívání ve všech fázích životního cyklu – tj. ve fázi těžby zdrojů, ve fázi výroby i spotřeby produktů, výroby meziproduktů, distribuce, uvádění produktů na trh, používání výrobku, likvidace odpadů a ve fázi opětovného používání výrobků.
- 3) **Zajistit dominantnější postavení pro rozvojové země.** Odpovědná spotřeba a výroba nabízí rozvojovým zemím příležitosti k tvorbě nových trhů, k vytváření ekologičtějších, důstojnějších a efektivnějších pracovních míst a přispívá k lepšímu hospodaření s přírodními zdroji vytvářející prosperitu. Jedná se o možnost „přeskočit“ k technologiím, které účinněji využívají přírodní zdroje a jsou šetrnější k životnímu prostředí. Zároveň se tak předejde neefektivní, znečišťující a v konečném důsledku nákladné fázi rozvoje, již prochází většina rozvojových zemí (UNEP, 2017).

Ekonomický a sociální pokrok v posledním století doprovází zhoršování životního prostředí, které ohrožuje samotné systémy, na nichž závisí náš budoucí rozvoj. V současné době spotřebováváme více zdrojů než kdykoli předtím a překračujeme výrobní kapacitu planety. Mezitím roste množství odpadu a znečištění, prohlubuje se propast mezi bohatými a chudými. To vše má negativní dopad na zdraví, vzdělání, rovnost a posílení postavení. Zásadní však zůstává, že udržitelná spotřeba a výroba může významně přispět ke zmírnění chudoby a k přechodu na nízkouhlíkové a ekologické hospodářství (Sustainable Development Goals, 2012).

Udržitelná spotřeba je součástí udržitelného životního stylu a spotřebitelského chování, které mimo jiné zohledňuje environmentální a sociální aspekty při nákupu a využívání produktů či služeb. Udržitelná spotřeba se týká také užívání a likvidace zdrojů v každodenním životě. Podle hlavní zásady udržitelného rozvoje je spotřeba udržitelná, pokud: *„uspokojuje potřeby současné generace, aniž by ohrožovala schopnost budoucích generací uspokojovat své vlastní potřeby a volit si vlastní životní styl“* (BMUV, 2021).

3.3.1 Farm to Fork Strategy

Cíle udržitelné spotřeby se promítly především do tzv. **Zelené dohody pro Evropu – EGD** (European Green Deal), jejímž hlavním cílem je, aby se EU stala do roku 2050 klimaticky neutrální. Jedním z prvků Zelené dohody je „Farm to Fork strategy“, což v doslovném překladu znamená strategie „od farmy až po vidličku“ neboli strategie „od zemědělce ke spotřebiteli“. Úkolem této strategie je vytvořit zdravý a spravedlivý potravinový systém, který bude šetrný k životnímu prostředí. Cílem strategie „Farm to Fork“ je urychlit přechod k udržitelnému potravinovému systému, který by měl:

- neutrální nebo pozitivní dopad na životní prostředí,
- zmírnit změnu klimatu a pomoci přizpůsobit se jeho dopadům,
- zabránit úbytku biologické rozmanitosti,
- zajistit, aby měl každý přístup k dostatečnému množství bezpečných, výživných a udržitelných potravin,
- zachovat cenovou dostupnost potravin,
- podporovat konkurenceschopnost dodavatelskému odvětví EU,
- prosazovat spravedlivý obchod. (EC Food Safety, 2020).

Obrázek 6 Strategie Farm to Fork



Zdroj: (EC Food Safety, 2020)

3.4 Plýtvání potravinami a potravinový odpad

Následující kapitola souvisí s udržitelnou spotřebou v oblasti potravin a věnuje se problematice plýtvání potravinami a potravinového odpadu.

Dvanáctý cíl, z celkových 17 Cílů udržitelného rozvoje, který se věnuje odpovědné spotřebě a výrobě, se v jednom ze svých podcílů věnuje právě problematice týkající se omezení ztráty a plýtvání potravin a potravinového odpadu. Dá se tedy říci, že dalším způsobem, jak přispět k udržitelnosti životního prostředí, je právě snížením potravinového odpadu a zbytečných ztrát v oblasti potravin, a to v celém procesu od jejich výroby až po konečnou spotřebu.

Problematika plýtvání potravinami vzbudila v posledních letech větší politický i veřejný zájem. Ve zprávě z roku 2019, kterou uvedla Organizace OSN pro výživu a zemědělství, stojí, že až 30 % celosvětové zemědělské půdy, která se využívá k produkci potravin, je následně znehodnocena nebo vyplýtvána. Bylo zjištěno, že celková produkce potravin

počínaje zemědělstvím, využíváním půdy, přes dopravu, zpracování, skladování, balení, až po samotný prodej a spotřebu a poté následnou ztrátu se ze 37 % podílí na zvyšování emisí skleníkových plynů (SČS, 2021).

3.4.1 Uhlíková stopa

Pro lepší pochopení toho, jak produkce jednotlivých druhů potravin přispívá ke klimatické krizi, slouží uhlíková stopa. Uhlíková stopa se měří pomocí konceptu LCA (Life cycle assessment) tato metoda posuzuje celkový životní cyklus produktu z hlediska působení na životní prostředí. Spotřebitelé si pak na základě jejího vyhodnocení mohou vybírat produkty, které jsou šetrnější k životnímu prostředí. Z hlediska potravin vyjadřuje uhlíková stopa množství emisí skleníkových plynů vyplývající z produkce potravin, celého potravinově-dodavatelského řetězce včetně následných emisí z likvidace obalů. V porovnání některých produktů v množství vyprodukovaného CO₂ na 1 kg potravin, vychází nejhůře hovězí maso s 20 - 60 kg CO₂ a vejci, které vyprodukují 5 -15 kg CO₂. Naproti tomu luštěniny a zelenina mají hodnotu kolem 1- 5 kg CO₂.

Pro omezení skleníkových plynů je tedy nejjednodušší omezit červené maso a mléčné produkty, které k nám putují z velkých vzdáleností. Dalším nástrojem, jak omezit skleníkové plyny z produkce potravin, je přestat zbytečně plýtvat. Podle Organizace OSN pro výživu a zemědělství (FAO) skončí každý rok v popelnicích nebo je jinak znehodnoceno až 1,3 mld. tun potravin. V Evropě a Severní Americe se plýtvá jídlem nejvíce, v přepočtu na jednoho spotřebitele to vychází zhruba na 105 kg potravin ročně, které se vyhodí. V přepočtu na jednotlivé země vychází nejhůře USA, kde se ročně vyplývá 760 kg potravin na osobu (Greenpeace, 2019).

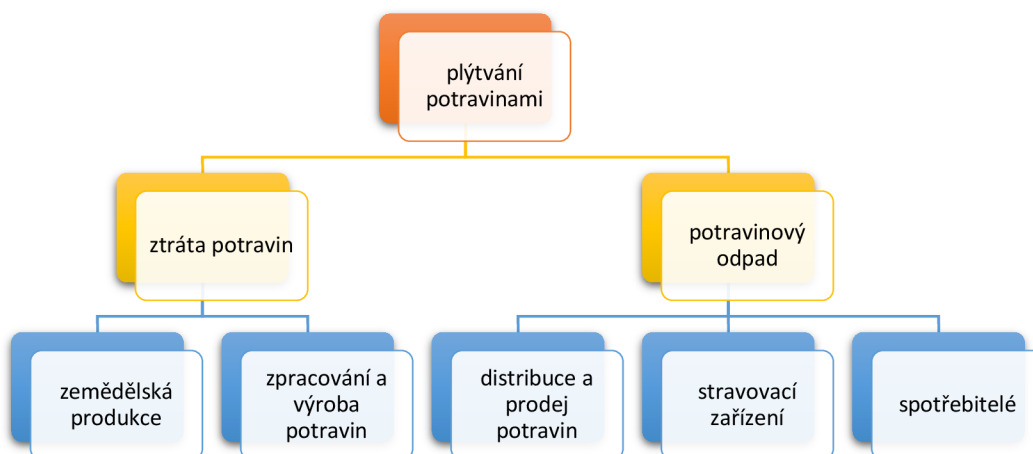
3.4.2 Vymezení pojmu potravinová ztráta a potravinový odpad

Pro pochopení problematiky plýtvání potravinami je důležité uvědomit si rozdíl mezi potravinovými ztrátami (*food loss*) a potravinovým odpadem (*food waste*):

Potravinovou ztrátou se rozumí pokles množství nebo kvality potravin, k nimž dochází ve fázi produkce a výroby potravin. Týká se to tedy potravin, které jsou jedním dodavatelů potravin vyřazeny nebo jinak vyhozeny z dodavatelského řetězce.

Potravinový odpad jsou potraviny, jež jsou vyřazeny z potravinového řetězce z důvodu různého zacházení ze strany maloobchodů, poskytovatelů stravovacích služeb a chováním spotřebitelů. Tvoří ho požitelné části potravin, což je odpad, jehož produkci můžeme ovlivnit a nepožitelné části potravin, což jsou části, u kterých se nemůžeme vyhnout vzniku potravinového odpadu – např. kosti, slupky, skořápky (SČS, 2021).

Schéma 1 Etapy vzniku potravinových odpadů a ztrát



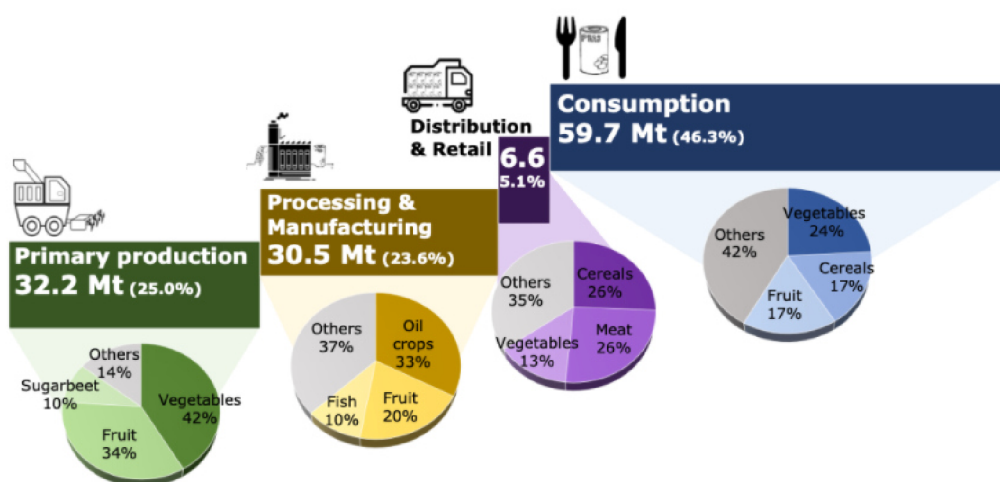
Zdroj: Vlastní zpracování

Evropská komise zjistila, že 1/3 produkce potravin v EU je ztracena plýtváním nebo znehodnocena přímo při výrobě či distribuci potravin. Avšak ve fázi samotné spotřeby vzniká největší podíl potravinového odpadu, proto by se této oblasti v rámci prevence měla věnovat největší pozornost (SČS, 2021).

Podle statistik, které uvádí EU, se v ČR znehodnotí ročně 829 851 tun potravin, což je v přepočtu na jednoho člověka 81 kg vyplývaných potravin za rok. K plýtvání ovšem nedochází jenom v domácnostech, ale také ve velkoobchodě a maloobchodě, v provozech veřejného stravování a ve výrobě. Co se týče konkrétně znehodnocení potravin v českých domácnostech, jeden člověk vyplývá zhruba 25 kg potravin za rok (Kubíčková, 2021).

Jak již bylo zmíněno, důvody, v nichž dochází k plýtvání potravinami, se vyskytují ve všech fázích potravinového řetězce – v produkci, ve zpracování, ve výrobě, při distribuce a během spotřeby. Následující obrázek znázorňuje množství potravinového odpadu vzniklého v různých fázích dodavatelského řetězce včetně údajů za jednotlivé druhy potravin.

Obrázek 7 Rozložení potravinového odpadu v jednotlivých fázích



Zdroj: (SČS, 2021)

Podle rozložení potravinového odpadu v určitých fázích potravinového řetězce opět vychází, že ve fázi spotřeby se tvoří nejvíce potravinového odpadu, přesně 46,3 %, poté následuje fáze primární výroby, kde se tvoří 25 % potravinového odpadu. Ve fázi výroby a zpracování se tvoří 23,6 % a jako fáze, ve které se potravinového odpadu tvoří nejméně, konkrétně 5,1 %, vyšla fáze distribuce a obchodu (SČS, 2021).

3.4.3 Doporučení pro předcházení vzniku potravinových odpadů a ztrát

Potravinový odpad vytváří velkou zátěž na omezené přírodní zdroje, jako je například půda a vodní zdroje. Dokonce je tento odpad odpovědný za 8 – 10 % globálních emisí skleníkových plynů. Můžeme tedy tvrdit, že potravinový odpad má nejen ekonomický, ale i klimatický a environmentální dopad. Proto se EU zavázala, že do roku 2030 sníží objem

plýtvání potravinami na maloobchodní i spotřebitelské úrovni. Zároveň se pokusí snížit ztráty potravin při jejich produkci i v dodavatelských řetězcích. Komise EU vydala 12. prosince 2019 novou platformu EU, jejíž součástí jsou různá doporučení o tom, jak předcházet vzniku potravinového odpadu a potravinovým ztrátám. Klíčová doporučení v oblasti předcházení vzniku potravinového odpadu se dají rozdělit do šesti oblastí. Tato diplomová práce se zabývá detailněji oblastí čtvrtou, která je určena pro různá stravovací zařízení.

V EU se oblast stravovacích zařízení podílí zhruba z 12 % na celkové tvorbě potravinového odpadu. Do této kategorie spadají různé restaurace, hotely, kavárny, jídelny, catering apod., účastníci se tak liší velikostí i svým zaměřením. Je zajímavé, že většinu oblasti tvoří malé a střední podniky, z toho 90 % z nich jsou dokonce mikropodniky. Převážná část z nich tvoří pokrmy v malých kuchyních a pravidelně mění svoji nabídku. Jedná se tedy o podniky, které jsou úzce zaměřené na spotřebitele a mohou tak, díky změnám svého vzorce chování, působit na spotřebitele a to např. tímto způsobem:

- spotřebitelům umožní objednávat menší množství jídla,
- poskytnutím dostatečných informací pro zákazníky o tom, že daný podnik je zapojen do programu proti plýtvání potravinami,
- zavedením různých platebních postupů – např. platby podle hmotnosti potravin nebo účtování poplatků za případné zbytky na talíři,
- možnost odnesení jídla, které se nesnědlo (SČS, 2021).

3.5 Spotřebitelské chování

Spotřebitelské chování se definuje jako chování, které spotřebitelé projevují při vyhledávání, nákupu, používání, hodnocení a likvidaci výrobků či služeb, od nichž očekávají, že uspokojí jejich potřeby a přání. Spotřebitelské chování se zaměřuje na to, jak jednotlivci, rodiny nebo domácnosti rozhodují utrácet své dostupné zdroje (peníze, čas, úsilí) za různé produkty a služby. Studium spotřebitelského chování zahrnuje zkoumání toho, co spotřebitelé kupují, proč to kupují, kdy, kde, jak to kupují, jak často, jak to hodnotí po nákupu a během používání. Jedná se tedy o dynamický proces, který se dále zaměřuje na to, jak

spotřebitelé myslí (jaké jsou jejich rozhodovací procesy), jak se cítí (jaké jsou jejich emoce) a jak se chovají (jaké jsou jejich fyzické činy). Jde tedy o poměrně komplikovaný proces, na který se dá nahlížet z ekonomického, sociálního i psychologického hlediska (Schiffman, 2013).

Definice spotřebitelského chování podle Michaela Solomona zní: *"Spotřebitelské chování je studium procesů, které probíhají, když si jednotlivci nebo skupiny vybírají, nakupují, používají nebo se zbavují výrobků, služeb, myšlenek nebo zkušeností, aby uspokojili své potřeby a přání."* (Solomon, 2006, s.572).

Nehledě na různé typologie spotřebitelského chování, kterých existuje celá řada, by se mělo o spotřebitelích uvažovat především v širším kontextu udržitelného vývoje naší země, a to hlavně z důvodu, aby byl zajištěn život i pro budoucí generace (Vysekalová, 2011).

Je vhodné ještě upozornit na rozdíl mezi spotřebitelským chováním a spotřebitelským postojem. Spotřebitelským postojem rozumíme, když spotřebitelé mluví o tom, jak je pro ně ochrana životního prostředí důležitá a jak budou dávat přednost dražším produktům, pokud budou šetrné k životnímu prostředí atd. Naopak spotřebitelským chováním je pak samotné nákupní chování, kdy ve fázi nákupního rozhodování, dají spotřebitelé přece jen přednost produktu levnějšímu či dostupnějšímu. Pravda je taková, že spotřebitelé jsou ochotni chovat se odpovědně k životnímu prostředí, ale pouze pokud pro ně bude nákup pohodlný a účelný z pohledu nákladů.

Co se týče produktů na trhu označených jako šetrné k životnímu prostředí, těch se v dnešní době vyskytuje opravdu mnoho. Jejich označení však není vždy dostatečné a spotřebitelé se v nich špatně orientují. Z marketingového pohledu je velice náročné přesvědčit spotřebitele ke koupi nového produktu, který je sice dražší, ale za to ekologický a šetrný k životnímu prostředí. Podle Závodné dají zákazníci spíše na doporučení od svých známých a blízkých než na ostatní zdroje informací, jako jsou např. reklamy v TV, noviny, online zveřejněné nabídky nebo bannerové reklamy. Jako další velice účinný propagační nástroj, který velká řada spotřebitelů označuje jako důvěřivé, jsou tzv. *consumer-generated*

media, což jsou různé formy aktivního přispívání a informací o produktech či službách na internetu, konkrétně se jedná například o blogovací servery, diskusní fóra, sociální sítě (Facebook, Instagram) nebo podcasty, které se staly fenoménem dnešní doby (Závodná, 2014).

3.5.1 Spotřebitelé typu LOHAS

Jedním z nejnovějších životních stylů na spotřebitelských trzích je tzv. Životní styl zdraví a udržitelnosti, známý jako LOHAS anglicky *Lifestyle of Health and Sustainability*. Jedná se o skupinu spotřebitelů, která dbá na životní prostředí, na svoje zdraví, osobní rozvoj, etiku a sociální spravedlnost. Jde vlastně o způsob života, během kterého se dodržuje trvale udržitelné chování (Vysekalová, 2011).

Spotřebitelský trend LOHAS se původně rozšířil z Japonska a USA koncem 90. let 20. století, dříve se rozšířil v západních zemích Evropy, než ve středoevropských a východoevropských zemích. V současnosti se tento tržní segment definuje jako trh skládající se z pěti klíčových faktorů:

- trvale udržitelná ekonomika,
- zdravý životní styl,
- osobní rozvoj,
- alternativní zdravotní péče,
- ekologický životní styl.

Spotřebitelé typu LOHAS jsou vnímáni jako ekologicky uvědomělí, kteří prostřednictvím spotřeby chtějí změnit život k lepšímu. Jedná se o styl spotřeby, který je více promyšlený a je založený více na kvalitě než kvantitě. Spotřebitelé jsou častěji ochotni zaplatit vyšší cenu za nemateriální hodnoty produktů, jako je kvalita životního prostředí.

Podle Píchy a Navrátila (2019) mají ženy ve skupině LOHAS mnohem větší zastoupení než muži a jsou častěji ochotny připlatit si za výrobky, které jsou v souladu s životním přístupem LOHAS. Studie dále ukázala, že starší věková skupina má obecně větší zájem o LOHAS, ale pouze z důvodů třech faktorů: udržitelné ekonomiky, zdravého životního stylu a

ekologického životního stylu. Skupiny spotřebitelů LOHAS deklarují, že hledají stejné hodnoty u výrobců, dávají přednost místním výrobcům a vyžadují vysokou kvalitu produktů ideálně na přírodní bázi. Místní výrobce to tak staví do výhodného postavení, jelikož mohou navázat přímý a dlouhodobý vztah se spotřebiteli tím, že prodávají své vysoce kvalitních produkty na místním trhu, a díky tomu mohou pracovat způsobem, který je efektivní a optimální z hlediska nákladů. Tento spotřebitelský přístup může vycházet z představy, že místní potravinový systém je přirozenější a šetrnější k životnímu prostředí, a to například z důvodu snížení emisí skleníkových plynů díky „necestování produktů po celém světě“. Využívání produktů od místních výrobců může také zlepšovat sociální vztahy. Spotřebitelé LOHAS by se dali také považovat za „časné osvojitele“, kteří vyhledávají nejnovější receptury a nové technologie. Tyto aspekty úzce souvisejí s pozitivním postojem a tendencí ke zdravému životnímu a ekologickému stylu. (Pícha, 2019)

4 Vlastní práce

Empirická část práce se zabývá hodnocením udržitelnosti v konkrétním podniku, kterým je cukrárna-kavárna v obci Kravaře. Nejdříve se práce zabývá představením podniku a klíčových osobností, které v něm působí. Analýza současného stavu podniku probíhala formou osobních rozhovorů s provozovateli cukrárny-kavárny. Hodnocení udržitelného fungování podniku bylo posuzováno podle předem daných kritérií. Dílčím cílem výzkumu bylo nalezení určitých překážek a příležitostí v kontextu udržitelného fungování podniku. Výzkumná část práce vychází ze čtyř zahraničních metod, které se věnují analýze kritérií hodnocení udržitelných restaurací. Jedná se o metody FOODSCALE, britskou organizaci Sustainable Restaurant Association, americkou organizaci Green Restaurant Association a neziskovou organizaci GS-55 Green Seal Standard pro restaurace a stravovací služby. Podobné metodě hodnocení se věnuje Kebová (2017), která se ve své práci zabývá analýzou a stanovením vhodných kritérií pro udržitelný chod restaurací v českém prostředí. (Kebová, 2017)

V další části se empirická práce zabývá analýzou spotřebitelů v kontextu udržitelného chování a problematiky potravinového odpadu. K analýze spotřebitelského chování bylo využito metody online dotazování. Dotazník byl šířen primárně přes sociální sítě a pomocí e-mailu v období od 10. 2. 2022 – 05. 03. 2022. Výsledky jsou interpretovány pomocí grafů, tabulek a slovního spojení. Cílem empirické části práce bude nalezení společného řešení a vytvoření návrhu opatření, která by napomohla k větší udržitelnosti podniku, jak ze strany podnikatelů, tak ze strany spotřebitelů.

4.1 Představení podniku

Tato kapitola zahrnuje základní údaje o podniku, jeho popis a umístění.

4.1.1 Základní údaje o podniku

Název: Kavárna Cukrárna Pod Ronovem

Sídlo a provozovna: Víška 21, Kravaře

Adresa: Nádražní 175, 471 03, Kravaře

Předmět podnikání: Podnikání bylo založeno na základě živnostenského listu, který byl vydán dne 4. května 2021 pro činnosti pekařství a cukrářství

Provozovatel: Pavlína Bajerová

Odpovědný vedoucí: Ing. Radka Neubergová

IČ: 66014077

DIČ: CZ7654152341

E-mail: kcpodronovem@gmail.com

Logo podniku:

Obrázek 8 Logo podniku



Zdroj: Vlastní zpracování

4.1.2 Místo působení

Kavárna Cukrárna Pod Ronovem se nachází v obci Křavaře, v okrese Česká Lípa, v Libereckém kraji. Křavaře jsou velké zhruba 15,75 km², žije zde 790 obyvatel a od roku 1995 je obec chráněna jako vesnická památková zóna. Nad Křavařemi se vypíná kopec Ronov, na jehož vrcholku je zřícenina hradu Ronov, který je chráněn jako kulturní památka České republiky. Na vrchol kopce vedou dvě cesty, jedna od Blíževedel a druhá od Křavař. Z toho důvodu nese podnik název „Kavárna Cukrárna Pod Ronovem“, název byl vymyšlen podle kopce Ronov, který je společně s cestou zobrazen v logu podniku.

4.1.3 Popis podniku

Podle definice Komise EU se podnikem rozumí každý subjekt, který vykonává pravidelnou hospodářskou činnost, bez ohledu na právní normu. Podle EU se podniky rozdělují do kategorií podle své velikosti, které se stanovují podle finančních prahů a počtu zaměstnanců.

Jedná se o následující kategorie:

Mikropodniky – podniky, které zaměstnávají méně než 10 osob a jejich roční obrat nepřesahuje 2 miliony eur.

Malé podniky – jsou podniky, které zaměstnávají méně než 50 osob s ročním obratem, který nepřesahuje 10 milionů eur.

Střední podniky – podniky, které zaměstnávají méně než 250 osob a jejich roční obrat nepřesahuje 50 milionů eur.

Velké podniky – podle parametrů nespádají do ani jedné z výše uvedené skupiny mikropodniků, malých podniků a středních podniků. Jinými slovy jsou to podniky, které zaměstnávají více než 250 osob a jejich roční obrat přesahuje 50 milionů eur (OPPA, 2009).

Kavárnu Cukrárnu Pod Ronovem provozují pouze dvě fyzické osoby, tudíž se podle definice EU jedná o mikropodnik. Cukrárna-kavárna se provozuje v pronajatém prostoru od května 2021, podnikání je tedy v začátcích.

4.1.4 Klíčové osobnosti

Provozovatelkami podniku jsou sestry Pavlína Bajerová a Ing. Radka Neubergová, které se na vesnici v Kravařích narodily i vyrůstaly a momentálně si zde plní svůj sen v podobě rodinného podnikání. Majitelem objektu je fyzická osoba, která zde má truhlárnu a dále zde nabízí také ubytování v podobě stylových apartmánů, čímž se zvyšuje návštěvnost cukrárny-kavárny, kde se ubytovaným nabízejí i snídaně.

4.2 Analýza současného stavu podniku v kontextu udržitelnosti

Analýza současného stavu podniku je založena na osobních rozhovorech s podnikateli cukrárny-kavárny a také z dokumentace provozu. K hodnocení udržitelnosti v podniku byly předem stanoveny čtyři oblasti neboli kategorie (Suroviny, Provoz, Odpad a Lidé) a k tomu další podkategorie, které jsou uzpůsobené pro hodnocení udržitelnosti v konkrétním podniku, kterým je cukrárna-kavárna v Kravařích. Dále se práce snaží odhalit hlavní příležitosti a překážky v udržitelném fungování podniku.

4.2.1 Rozhovor s podnikateli

V úvodu byly zjišťovány obecné informace ohledně pojetí udržitelnosti v cukrárně-kavárně v obci Kravaře dle subjektivních názorů provozovatelek, co je k udržitelnému chování motivuje a jaké jsou dle jejich názoru největší překážky a příležitosti v udržitelném fungování. (Viz příloha č.1)

Z úvodních otázek během osobních rozhovorů s podnikateli cukrárny-kavárny jsem zjistila:

- Udržitelný podnik je takový, který se chová ekologicky, nezatěžuje životní prostředí a neprodukuje příliš mnoho potravinového odpadu.
- Hlavním důvodem udržitelného fungování je ochrana naší planety, a to hlavně pro naše potomky.
- Velkou motivací k udržitelnému chování je pocit většího „pořádku“ v okolí a zadostiučinění vůči přírodě.
- Největší překážkou udržitelného fungování je celková finanční náročnost.
- Naopak jako největší udržitelnou příležitostí je jednoznačně umístění podniku. Ve smyslu vlastní produkce a blízkého kontaktu s pěstiteli, výrobcí a zároveň dodavateli produktů.

4.2.2 Kritéria udržitelné cukrárny-kavárny

Po vyjasnění úvodních otázek, jsme se s oběma podnikatelkami následně zaměřily na předem stanovená kritéria udržitelného podniku. Celkem se jedná o 89 kritérií, rozčleněných

do čtyř kategorií (Suroviny, Odpad, Provoz, Lidé) a 69 podkategorií, které tvoří udržitelný podnik. Jednotlivá kritéria, která hodnotí udržitelnost v podniku, jsou podrobněji rozebrána v následujících čtyřech kapitolách. U každé kapitoly je rovněž uvedena tabulka, ve které jsou zaznamenané odpovědi.

4.2.2.1 Suroviny

První zkoumanou oblastí jsou suroviny, se kterými cukrárna-kavárna pracuje. Suroviny jsou rozděleny na podkategorie, které tvoří jednotlivé druhy nejčastěji používaných surovin, přesně se jedná o 5 skupin. Jednotlivé podkategorie zahrnují několik konkrétních kritérií, kterým se práce dále podrobněji věnuje.

Ovoce a zelenina

Bio kvalita – v podniku se s ovocem a zeleninou značenými bio certifikátem nepracuje. Provozovatelky dávají přednost vlastní produkci a přímému vztahu s dodavatelem z blízkého okolí. Jejich ovoce a zelenina sice nemají certifikované označení, přesto jsou výborné kvality.

Lokálnost a sezónnost – suroviny se preferují lokální, které se podnik snaží získávat v okolí v rozmezí maximálně do 50 km, zároveň se podnik snaží využívat sezónní produkty.

Vlastní produkce – dalším způsobem získávání surovin jsou plodiny vyprodukované na vlastní zahradě, kterou cukrárna-kavárna má. V ČR není možné celoročně pěstovat všechny druhy ovoce, v cukrárně-kavárně se některé ovoce konzervuje a využívá pro další výrobu. Ovšem konzervovaná chuť ovoce není stejná jako chuť ovoce čerstvého. Z toho důvodu se podnik musí obracet na další dodavatele.

Sběr plodin – další cestou, jak je možné získat suroviny, kterou cukrárna-kavárna využívá, je samosběr volně rostoucích plodin, kterých se v okolí nachází poměrně hodně.

Suroviny z rozvojových zemí

U surovin z rozvojových zemí se hledí především na férovost v jejich produkci. Jednou z možností je označení surovin certifikátem fair trade. Nejčastěji se jedná o kávy, kakaa a čaje. V cukrárně-kavárně v Kravařích provozovatelky podniku příliš nehledí na původ surovin z rozvojových zemí.

Vejsce

Bio produkce – Vejce by měly pocházet ideálně z ekologického zemědělství, ve kterém se hledí na šetrný způsob chovu zvířat, zajišťují se tedy environmentální a etické normy. Cukrárna-kavárna využívá možnosti odebírat vejce od malých chovatelů, kteří se nacházejí v blízkém okolí.

Mléčné produkty

Bio produkce – Co se týče mléčných výrobků, ty podnik nakupuje ve velkoobchodě. Jelikož jich spotřebuje velké množství, bylo by pořízení přímo od místních farmářů finančně velmi náročné.

Trvanlivé potraviny

Nákup trvanlivých potravin by měl být preferován také z ekologické a zároveň lokální produkce. V cukrárně-kavárně v Kravařích se trvanlivé potraviny nakupují převážně z velkoobchodů. Podnik se však snaží nakupovat trvanlivé potraviny s českým původem.

Nápoje

Cukrárna-kavárna poskytuje svým zákazníkům kohoutkovou vodu. V podniku se také vyrábí domácí limonády a nabízí se například čepovaný Aperol nebo čepované mošty. Zároveň je však v nabídce široké množství alkoholických i nealkoholických nápojů v láhvích, u kterých se tolik nedbá na bio certifikaci.

Tabulka 1 Zaznamenané odpovědi – Suroviny

SUROVINY	odpovědi
OVOCE A ZELENINA	
Bio kvalita	N
Lokální (v rozmezí 50 km)	A
Sezónní (lokálně vypěstované v přírodních podmínkách)	A
Vlastní produkce	O
Sběr plodin (bezinka, máta)	A
SUROVINY Z ROZVOJOVÝCH ZEMÍ	
Suroviny s fair trade certifikátem	N
VEJCE	
Ekologická produkce	A
MLÉČNÉ PRODUKTY	
Bio produkce	N
TRVANLIVÉ POTRAVINY	
Bio kvalita	N
Lokální produkty	A
NÁPOJE	
Kohoutková voda	A
Vlastní zdroje a výroba (limonád, sodovky)	A
Eliminace obalů (čepované, rozlévané)	O
Bio producenti	N

Zdroj: Vlastní zpracování

A – splněné kritérium, N – nesplněné kritérium, O – kritérium je splněno částečně

4.2.2.2 Odpad

Odpad v gastronomii tvoří zejména potravinový odpad a obalový materiál. Vzniklý odpad se pak stává velkou zátěží pro životní prostředí. Díky různým opatřením může být množství odpadu značně eliminováno. Kritérium odpadu se skládá z 6 hlavních skupin odpadu.

Biodpad – velkou výhodou je, že podnik sídlí na vesnici a má k dispozici zahradu, kde je biodpad zpracováván domácím kompostováním.

Zbytky a přebytky – cukrárna-kavárna se snaží plýtvání potravinami co nejvíce předcházet, pokud ale přeci jen něco zbyde, daruje se většinou rodinným příslušníkům. Co se týče zbytků, které již nejsou vhodné pro lidi, jsou poskytnuty zvířatům, například jako krmení pro vlastní slepice.

Obaly – tvoří velkou část odpadu snad v každém podniku, proto jsou také velkou zátěží pro životní prostředí. Z toho důvodu se i cukrárna-kavárna snaží o jejich eliminaci. Existuje několik cest, jak nadměrným obalům předcházet. V podniku v Kravařích se provozovatelky snaží nakupovat zejména trvanlivé potraviny ve velkém množství. Dále využívají tzv. znovupoužitelné obaly nebo nakupují potraviny rovnou „do košíku“, čímž podporují bezobalové nakupování.

Recyklace – podle Zákona č. 185/2001 Sb. o odpadech je recyklace odpadů „*jakýkoliv způsob využití odpadů, kterým je odpad znovu zpracován na výrobky, materiály nebo látky pro původní nebo jiné účely jejich použití, včetně přepracování organických materiálů*“ (AION CS, 2002). Podle platného zákona je každá právnická nebo fyzická osoba, která je odpovědná za vznik odpadu, povinna mu předcházet. Proto je shromažďování a třídění odpadu podle jednotlivých kategorií a druhů v cukrárně-kavárně na denním pořádku.

Věci na jedno použití – papírové krabičky a pytlíky na jedno použití jsou v cukrárně-kavárně využívány hojně. Velká část hostů si chodí pro nápoje či zákusky, které si nechá zabalit s sebou. Ještě se nestalo, že by někdo přišel s vlastní krabičkou, nicméně s takovou situací by provozovatelky podniku neměly žádný problém. To samé v případě papírových kelímků na nápoje či zmrzlinu, pokud by si někdo donesl svou vlastní nádobu, bylo by mu ze strany podniku vyhověno. Co se týče kelímků na nápoje a krabiček na zabalení zákusků s sebou, které podnik nabízí, ty jsou z recyklovatelných materiálů a jsou účtované za příplatek. Podnik se dále vyhýbá tištěným formám denních nabídek, místo toho se využívají vývěsné tabule, na které se píše křídou, nebo se využívají laminované cedulky s názvem a cenou zákusku, čímž se podnik snaží minimalizovat papír.

Kancelářské věci – součástí každého podniku je kancelářská práce, jinak tomu není ani v cukrárně-kavárně v Kravařích. Podnik se snaží zefektivňovat svůj provoz a neplýtvat materiálem, snaží se například eliminovat objem papíru tím, že v mnoha případech vyřizuje potřebnou korespondenci elektronicky, např. zasíláním elektronické faktury přes e-mail s dodavateli.

Tabulka 2 Zaznamenané odpovědi – Odpad

ODPAD	odpovědi
BIOODPAD	
Kompostování	A
PŘEBYTKY A ZBYTKY	
Darovány dál (zaměstnancům, charitě)	A
Využití jako krmivo pro zvířata (ty, co už nejsou vhodné pro lidi)	A
Zbytky nabízet hostům do krabičky	A
OBALY	
Nákup bez obalů	O
Vratné, znovupoužitelné obaly	A
Nákup ve velkém množství	A
Kompostovatelné obaly	N
RECYKLACE	
Všechny druhy materiálů, u kterých je recyklace lokálně dostupná	A
Pravidlo refuse - reduce - reuse - recycle	O
VĚCI NA JEDNO POUŽITÍ	
Látkové ubrousky, ručníky	O
Pytlíky na zabalení zákusků	A
Papírové tácky	A
Papírové kelímky na kávu či zmrzlinu	A
Podpora vlastních hrníčků, nádob od zákazníků	N
Příplatek za jednorázové nádoby	A
Recyklované, kompostovatelné	A
Laminované checklisty	A
Minimalizace papíru – nabídka psaná na tabuli (ne tištěné)	A
Šetření papíru – pečicí papír, fólie, vakuované pytlíky jen na to nejnútnejší	A
Preference omyvatelných a znovupoužitelných obalů	A
Nepoužívají žádné	N
KANCELÁŘSKÉ VĚCI	
Faktury e-mailem	A
Minimalizace tisku a papíru (oboustranný, eko inkoust, nebělený papír, recyklovatelný)	N
Online / elektronická komunikace mezi zaměstnanci (WhatsApp...)	A

Zdroj: Vlastní zpracování

A – splněné kritérium, N – nesplněné kritérium, O – kritérium je splněno částečně

4.2.2.3 Provoz

Doprava – kritérium zaměřené na dopravu se vztahuje na snižování vzdáleností a objemu transportu potravin a na celkové zvyšování efektivity dopravy. Cukrárna-kavárna je zákazníkem u dodavatelské organizace, která strategicky plánuje dodávky surovin a zavází

je do více podniků najednou. Provozovatelky se tak musejí přizpůsobovat časům dodávky, které jsou velice často v brzkých ranních hodinách.

Hygiena – co se týče čistících a hygienických přípravků, ty by měly být ekologicky šetrné a měly by být používány co nejudržetelněji. Pojem „Ekologicky šetrný výrobek“ představuje ekoznačku, která se v ČR používá pro označení produktů, které zohledňují požadavky na ochranu životního prostředí a trvale udržitelného rozvoje, u čistících prostředků se toto označení také využívá (CENIA, 2007). Dalším způsobem, jak přispět k udržitelnému působení je používání čistících prostředků „vlastní výroby“ – většinou se jedná o ocet a jedlou sodu. V cukrárně-kavárně se dává přednost oproti papírovým utěrkám znovupoužitelným prátelným mopům a hadříkům, které mají dlouhou životnost.

Energie a šetrnější zdroje – investice do efektivního využívání energií a šetrnějších zdrojů mohou vysoce ovlivnit celkovou spotřebu energií, která je snad v každém podniku poměrně vysoká. Například používání energeticky efektivnějších spotřebičů či využívání indukčního vaření může přispět ke snížení spotřeby energie. Dalším způsobem může být například LED osvětlení, které se v cukrárně-kavárně využívá. Ideálním způsobem je zajištění energie z vlastních obnovitelných zdrojů, a i tím se může cukrárna-kavárna v Kravařích pochlubit, využívá totiž tepelné čerpadlo.

Vybavení – také v případě vybavení prostorů podniku existují různé alternativy. Cukrárna-kavárna se snaží využívat starší vybavení, které získává z různých bazarů anebo burz. Týká se to hlavně staršího nábytku nebo nádobí, kterému se v podniku dává další šance na využití.

Tabulka 3 Zaznamenané odpovědi – Provoz

PROVOZ	odpovědi
DOPRAVA	
Snižování objemu transportu, snižování vzdáleností transportovaných potravin	A
Ekologičtější způsoby přepravy (kolo, elektromobil)	N
HYGIENA	
Čistící prostředky – vlastní výroby (ocet a jedlá soda) či ekologické výroby	N
Znovupoužitelné, prateľné mopy a hadříky (ne papírové utěrky)	A
Ekologicky šetrné papírové hygienické potřeby	N
ENERGIE A ŠETRNĚJŠÍ ZDROJE	
Indukce na vaření	N
Otevřený oheň na vaření	N
Osvětlení LED	A
Maximální využití denního světla	A
Energie z vlastních či obnovitelných zdrojů (tepelné čerpadlo...)	A
VYBAVENÍ	
Bazarové vybavení	A
Jiné využití nepotřebných produktů (staré hrnečky, zavařovačky, staré láhve)	A
Vybavení od lokálních výrobců	A

Zdroj: Vlastní zpracování

A – splněné kritérium, N – nesplněné kritérium, O – kritérium je splněno částečně

4.2.2.4 Lidé

Dodavatelé – další součástí udržitelného přístupu je snaha podniku, aby na sebe bral v rámci dodavatelského řetězce určitou zodpovědnost za environmentální a sociální dopady v jiných částech řetězce. Například prostřednictvím zkracování dodavatelských řetězců, přes které potraviny putují, nebo budováním blízkých a přátelských vztahů s dodavateli. Cukrárna-kavárna v Kravařích se snaží podporovat místní dodavatele, kteří praktikují podobnou filosofii z hlediska udržitelného podnikání.

Zákazníci – spokojení zákazníci, kteří se budou do podniku rádi vracet, jsou cílem snad každého podniku. V Cukrárně-kavárně v Kravařích tomu není jinak. Provozovatelky se v podniku snaží vytvořit uvolněnou a přátelskou atmosféru pro každého. Součástí cukrárny-kavárny je venkovní prostor pro děti, které si zde mohou hrát na pískovišti nebo skákat na trampolíně. Cukrárna-kavárna je zároveň také *dog-friendly* čili jsou zde vítáni i zákazníci,

kteří přijdou se svým čtyřnohým přítelem. Co se týče podávání informací o udržitelném chodu podniku, ty jsou zatím zákazníkům poskytovány pouze ústně, pokud se zeptají.

Komunita – udržitelný podnik by se měl také angažovat v místní komunitě, podporovat místní ekonomiku a společnost. Cukrárna-kavárna například pořádá zábavné programy pro děti z místní základní a mateřské školy, čímž přispívá k rozvoji venkova. Nebo pořádá různé besedy či společenské události pro dospělé.

Zaměstnanci – spokojenost a dobrá pohoda na pracovišti jsou hlavním základem dobře fungujícího podniku. V cukrárně-kavárně jsou zatím pouze dvě provozovatelky, které v budoucnu plánují fungování podniku rozšířit o další zaměstnance. S tím ovšem souvisí celá řada povinností – např. zaměstnance důsledně proškolit, motivovat a obecně jim nabídnout atraktivní pracovní prostředí. Provozovatelky dokonce přemýšlí nad možností nabídnout letní brigády pro studenty.

Tabulka 4 Zaznamenané odpovědi – Lidé

LIDÉ	odpovědi
DODAVATELÉ	
Preference malých, místních, řemeslných dodavatelů	A
Budování vzájemného vztahu	A
Preference těch, kteří smýšlejí stejně (udržitelně, bio, férově, odpovědně)	A
ZÁKAZNÍCI	
Transparentní informace (nutriční informace, původ surovin)	N
Férový přístup, kvalita, maximální úroveň servisu	A
Odpovědný marketing	N
Prezentace udržitelnosti navenek (web, nabídka)	N
KOMUNITA	
Zapojení do místní komunity, angažovanost, podpora změn ve společnosti	A
Podpora rozvoje venkova, místní ekonomiky	A
Charitativní činnost	N
Pořádání společenských událostí	A
ZAMĚSTNANCI	
Vzdělávání v oboru – školení (bezpečnost, hygiena, jazyky, kavářenské kurzy)	N
Personální strava	A
Školení o udržitelných praktikách	N
Placení stážisté, studenti	N
Podpora sportovních aktivit	A
Zaměstnávání lidí se specifickými potřebami / znevýhodněných na trhu práce	N

Zdroj: Vlastní zpracování

A – splněné kritérium, N – nesplněné kritérium, O – kritérium je splněno částečně

4.2.2.5 Překážky a příležitosti

Následující kapitola práce odhaluje hlavní překážky a příležitosti v udržitelném provozování cukrárny-kavárny v Kravařích, které byly získány v rámci analýzy z předchozích kritérií. Udržitelnými příležitostmi se rozumí praktiky, které se osvědčily a v podniku již fungují. Překážkami se naopak rozumí situace, které podniku brání v jeho udržitelnějším fungování. V následujících tabulkách jsou shrnuty všechny překážky a příležitosti, které byly provozovateli identifikovány a jsou rozděleny podle jednotlivých kritérií a jejich podkategorií. (Tabulka č.5 – č.8)

Tabulka 5 Překážky a příležitosti v kategorii Suroviny

PŘEKÁŽKY	PŘÍLEŽITOSTI
SUROVINY	
OVOCE A ZELENINA	
Vysoká cena bioproduktů	Využívání lokálních surovin
Nedostatečný celoroční přístup ke všem druhům ovoce	Vlastní konzervace potravin a maximální využití
	Přímé vztahy s dodavateli
	Samosběr plodin v blízkém okolí
	Vlastní pěstování plodin
SUROVINY Z ROZVOJOVÝCH ZEMÍ	
Nízký zájem ze strany provozovatelů	Preference místních, českých výrobků
VEJCE	
Malá dostupnost producentů vajec od slepic z volného chovu	Přímé vztahy s chovateli a dodavateli
MLÉČNÉ PRODUKTY	
Cenová náročnost nákupu přímo od farmářů	Dostupnost bio, mandlového, sójového mléka ve velkoobchodech
Nízká dostupnost mléka od farmářů	
TRVANLIVÉ POTRAVINY	
Častá dostupnost pouze z velkoobchodů	Dostupnost potravin s českým původem
NÁPOJE	
	Poskytování kohoutkové vody
	Nabídka čepovaných nápojů
	Vlastní výroba domácích limonád

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 6 Překážky a příležitosti v kategorii Odpad

PŘEKÁŽKY	PŘÍLEŽITOSTI
ODPAD	
BIOODPAD	
Povinnost platit za vlastní popelnice	Vlastní kompost
PŘEBYTKY A ZBYTKY	
	Krmení zvířat
OBALY	
Určité potraviny lze nakoupit pouze v obalech	Využívání znovupoužitelných obalů
	Nákup „do košíku“
	Nákupy ve velkém množství
RECYKLACE	
Povinnost platit za vlastní popelnice	Recyklace je povinná podle zákona o odpadech
VĚCI NA JEDNO POUŽITÍ	
Časté používání krabiček a kelímků na zabalení zákusků či zmrzliny s sebou	Využívání kompostovatelných a recyklovatelných materiálů (kelímky, krabičky)
	Denní nabídky na tabuli, laminované cedulky
	Užívání látkových utěrek, ručníků
	Zpoplatnění za krabičky či kelímky
KANCELÁŘSKÉ VĚCI	
	Elektronická komunikace

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 7 Překážky a příležitosti v kategorii Provoz

PŘEKÁŽKY	PŘÍLEŽITOSTI
PROVOZ	
DOPRAVA	
Poloha podniku – nejsnazší způsob dopravy je autem	Využívání lokálních produktů
	Přizpůsobování se časům dodávky surovin
HYGIENA	
Nedůvěra vůči některým čistícím prostředkům označeným jako ekologicky šetrné	Znovupoužitelné, pratelné hadry a mopy
	Využívání dávkovačů, které snižují množství používaného čistícího prostředku
ENERGIE A ŠETRNĚJŠÍ ZDROJE	
Cena pro pořízení nových energeticky efektivnějších spotřebičů	Využívání tepelného čerpadla
	Spotřeba méně energie pomocí LED osvětlení
VYBAVENÍ	
	Vybavení interiéru „z druhé ruky“
	Vybavení od lokálních výrobců

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 8 Překážky a příležitosti v kategorii Lidé

PŘEKÁŽKY	PŘÍLEŽITOSTI
LIDÉ	
DODAVATELÉ	
Budování vztahů s menšími dodavateli je náročnější než nákup jednoduše ve velkoobchodech	Budování přátelských vztahů s místními a menšími dodavateli
ZÁKAZNÍČÍ	
Přiměřená informovanost o udržitelnosti v podniku – snaha zákazníky zbytečně nezahlcovat	Přizpůsobení prostředí pro děti, dog-friendly prostředí
	Komunikace se zákazníky přes sociální síť (Facebook)
	Budování přátelské a uvolněné atmosféry
KOMUNITA	
Náročnost pořádání společenských akcí	Rozvoj venkova – pořádání událostí pro děti o dospělé
	Podpora lokální ekonomiky
ZAMĚSTNANCI	
Nedostatek kvalifikovaných lidí	Zajištění personální stravy
Gastronomický sektor je náročné a stresující prostředí	Obě provozovatelky mají stejné představy a plány o udržitelném fungování

Zdroj: Vlastní zpracování

4.3 Analýza zákusků

Po dobu jednoho týdne došlo v podniku k měření množství a hmotnosti nespotřebovaných druhů zákusků, které tvoří významnou část potravinového odpadu. Na začátku týdne byly zaznamenány jednotlivé druhy nabízených zákusků, do tabulky bylo dále poznamenáno množství jednotlivých zákusků v kusech a také jejich hmotnost v gramech. Na konci týdne bylo zaznamenáno množství zákusků, které zbyly (v kusech i hmotnosti). Následně bylo ještě rozčleněno, jak se s jednotlivými zákusky dále nakládá – jestli se odpisují, hluboce chladí (H CH) anebo zamrazují (Z).

Tabulka 9 Analýza zákusků

Zákusky										
Druhy	Množství (ks)	Hmotnost kusů (g)	Zbytky (ks)	Hmotnost zbytků (g)	Odpis (ks)	H CH (ks)	Z (ks)	Odpis (g)	H CH (g)	Z (g)
Čokoládový dort	12	138	0	0						
Harlekýn	30	91	9	819			9			819
Laskonky	18	50	11	550		11			550	
Lodičky	20	95	3	285			3			285
Lízátka	20	28	0	0						
Roláda	30	66	18	1 188		18			1 188	
Mrkvový dort	24	117	6	702		6			702	
Tartaletky	5	70	2	140			2			140
Větrník	26	153	0	0						
Panna cotta	10	142	1	142	1			142		
Ovocný košíček	10	90	3	270	3			270		
Pavlova	12	60	5	300	5			300		
Vanilkové překvapení	12	119	10	1 190			10			1190
Čokoládový cheesecake	24	146	10	1 460			10			1460
Nepečený cheesecake	12	105	6	630	6			630		
Ovocný cheesecake	12	159	4	636			4			636
Věnečky	16	61	3	183	3			183		
Tradiční koláče	120	100	9	900	9			900		
Linecký koláč	8	97	4	388	4			388		
Celkem	421	1 887	104	9 783	31	35	38	2 813	2 440	4 530

Zdroj: Vlastní zpracování

Z tabulky č.9 je patrné, že z celkových 421 zákusků jich zbylo 104, což je čtvrtina. Jinými slovy tři čtvrtiny zákusků se zvládly za týden prodat. Z tabulky se může vyčíst, že mezi oblíbené zákusky patří Čokoládový dort, Harlekýn, Lodičky, Dortová lízátka, Mrkvový dort, Větrník, Panna cotta, Pavlova, Čokoládový a ovocný cheesecake, Věnečky a Tradiční české koláče, kterých se prodala více než polovina z celkového množství nabízeného k prodeji. Pokud se množství zbylých zákusků přepočte na hmotnost, celkově se cukrárna-kavárna musí vypořádat s 9 783 g zbytků, a to jenom ve formě zákusků. Při dalším rozčlenění vychází, že podnik odepíše 2 813 g zbytků, což je 31 zákusků. Cukrárna-kavárna se zbavuje odepsaných zákusků tak, že je většinou rozdělí mezi rodinné příslušníky. Hmotnost hluboce

chlazených zbytků je 2 440 g, což je 35 zákusků. Hmotnost zamrazených zbytků představuje 4 530 g, což vychází na 38 zákusků.

4.4 Analýza potravinového odpadu

V cukrárně-kavárně se dále po dobu jednoho týdne analyzoval potravinový odpad, který se skládal z neprodaných zákusků, kávového lógru, ovoce a zeleniny, skořápek od vajec a biologického odpadu, který nejčastěji tvoří zbytky z výroby zákusků.

Tabulka 10 Výsledky sběru potravinového odpadu

Druh potravinového odpadu	Hmotnost [g]	Podíl celk. hmotnosti [%]
Neprodané zákusky	9 783	61,5
Kávový lógr	3 328	20,9
Biologický odpad	2 321	14,6
Ovoce a zelenina	328	2,1
Skořápky od vajec	146	1
Celkem	15 906	100

Zdroj: vlastní zpracování

Vytvořená tabulka obsahuje hodnoty a informace o nejčastějším potravinovém odpadu, který vzniká v cukrárně-kavárně v obci Kravaře. Největší položku tvoří jednoznačně neprodané zákusky, kterým byla věnována podrobněji předchozí kapitola, které tvoří až 61,5 % hmotnosti potravinového odpadu. Další velkou část hmotnosti potravinového odpadu 20,9 % tvoří kávový lógr a následně biologický odpad 14,6 % hmotnosti. Nejmenší naměřenou položku potravinového odpadu tvoří zbylé ovoce a zelenina 2,1 % hmotnosti, společně se skořápkami od vajec, které tvoří pouhé 1 % hmotnosti potravinového odpadu.

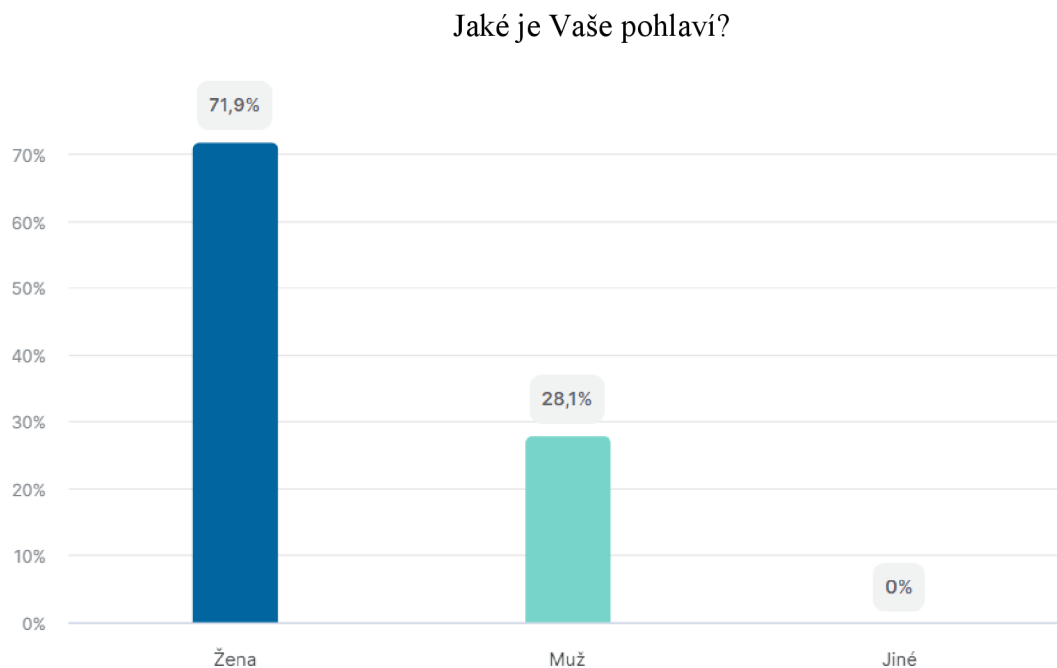
4.5 Analýza výsledků spotřebitelského chování

V předešlých kapitolách byla objasněna problematika potravinového odpadu v kontextu udržitelné spotřeby potravin v cukrárenském prostředí. Následující kapitoly se věnují analýze spotřebitelského chování v souvislosti s udržitelnou spotřebou a problematikou potravinového odpadu. Práce se snaží identifikovat faktory, které spotřebitele motivují a které je naopak odrazují od udržitelného chování při návštěvě podniku. Cílem kapitoly je nalézt vhodná opatření k udržitelnému fungování podniku, které by mohly provozovatelky aplikovat s cílem podnítit ochotu spotřebitelů zapojit se do již zmíněné problematiky při návštěvě podniku.

4.5.1 Charakteristika výsledného vzorku spotřebitelů

Následující kapitola se věnuje demografické charakteristice výsledného souboru respondentů. Do dotazníkového šetření se zapojilo celkem 64 respondentů, z toho bylo 46 žen a 18 mužů, což lze procentuálně vidět v grafu č.1.

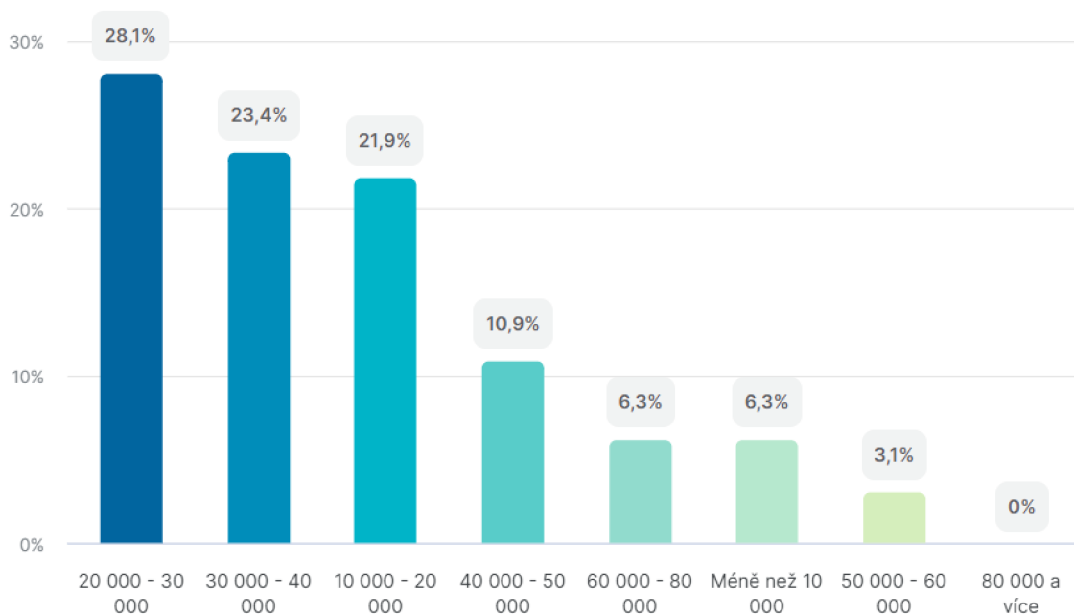
Graf 1 Pohlaví respondentů



Zdroj: vlastní zpracování

Graf 2 Velikost příjmu respondentů

Do které příjmové skupiny patříte?
(odpovědi jsou uvedeny v čisté mzdě)

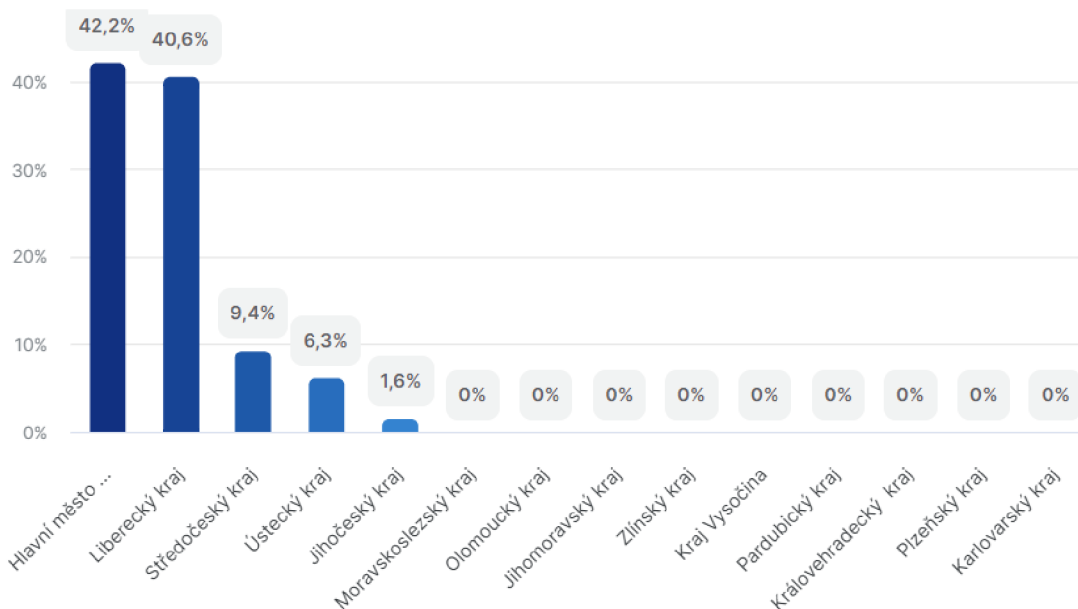


Zdroj: vlastní zpracování

Skupina respondentů s příjmem 20 000 – 30 000 Kč tvořila největší část (28,1 %, 18 účastníků), poté následovala skupina respondentů s čistým příjmem 30 000 – 40 000 Kč (23,4 %, 15 účastníků) a skupina respondentů s příjmem 10 000 – 20 000 Kč (21,9 %, 14 účastníků), což odpovídá výsledkům o ekonomickém statusu účastníků, jelikož nejpočetnější skupinou tvořili zaměstnaní respondenti (62,5 %, 40 respondentů), poté osoby samostatně výdělečné (15,6 %, 10 respondentů) a studenti (14,1 % 9 respondentů). Celkem 32 dotazovaných respondentů, což tvoří výslednou polovinu souboru, se pohybuje pod úrovní průměrné čisté měsíční mzdy v ČR.

Graf 3 Bydliště respondentů

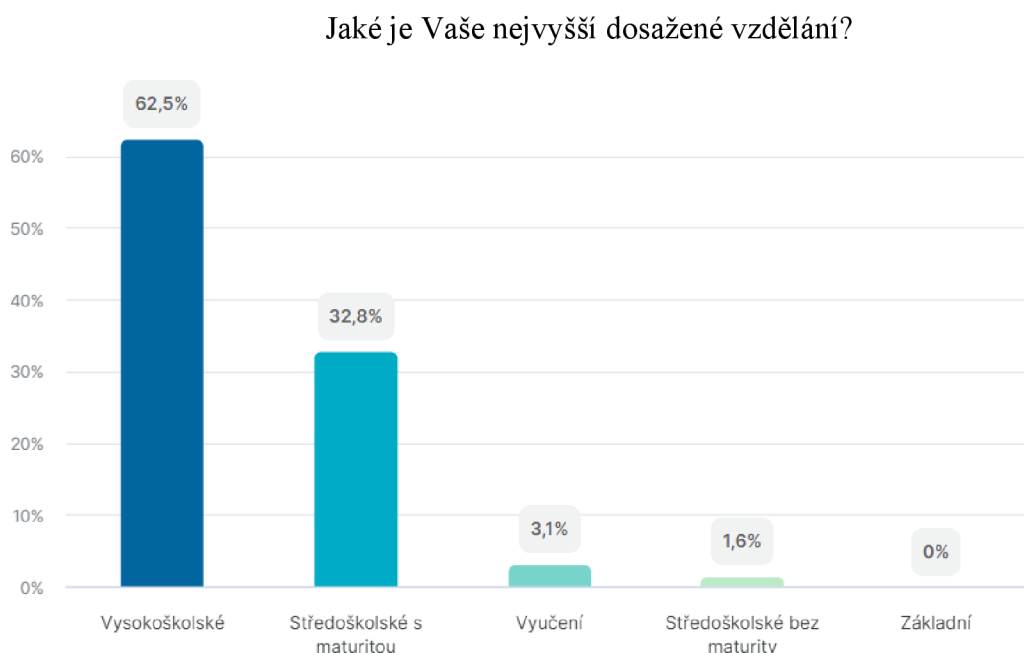
V jakém kraji žijete?



Zdroj: vlastní zpracování

Překvapivým výsledkem dotazníku bylo, že nejpočetnější skupinu tvořili respondenti z Hlavního města Prahy (42,2 %), přestože kavárna-cukrárna působí v Libereckém kraji. Z Libereckého kraje se do výzkumu zapojilo 40,6 % účastníků. Důvodem může být to, že značnou část zákazníků v cukrárně-kavárně tvoří turisté, kteří navštěvují zajímavosti zdejšího okolí.

Graf 4 Vzdělání respondentů



Zdroj: vlastní zpracování

Jednoznačně nejpočetnější skupinu respondentů (62,5 %, celkově 40 respondentů) tvořili spotřebitelé s vysokoškolským vzděláním. Druhou nejpočetnější skupinou byli respondenti se středoškolským vzděláním s maturitou (32,8 %, 21 respondentů).

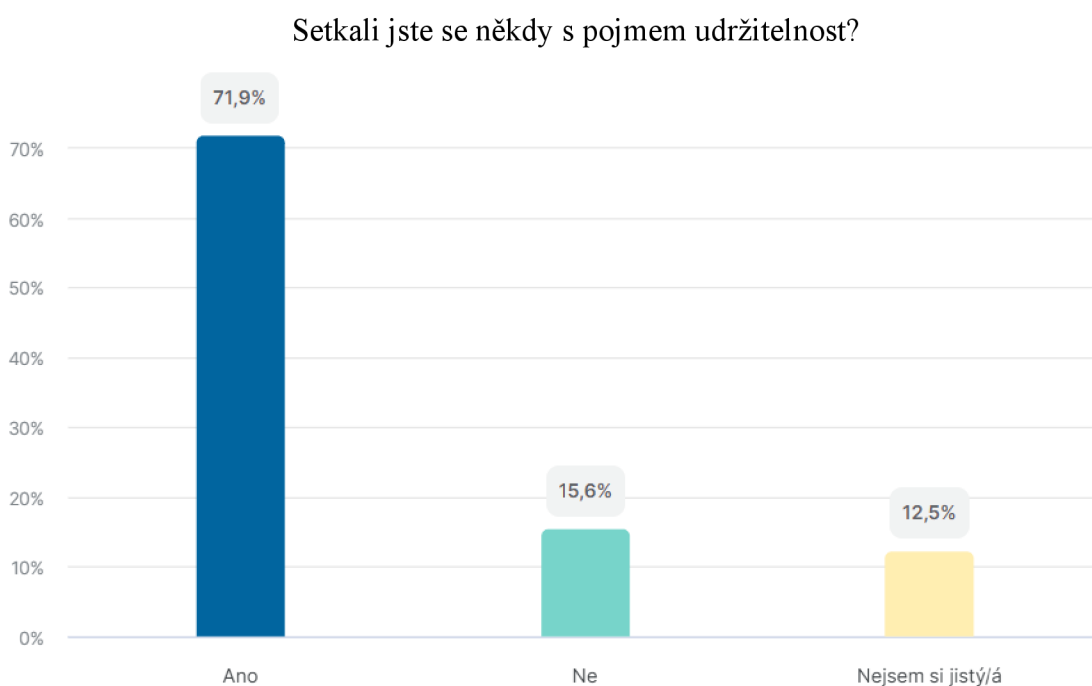
4.5.2 Spotřební chování respondentů (při návštěvě cukrárny-kavárny)

Pro analýzu spotřebitelského chování a identifikaci faktorů, které spotřebitelé motivují a odrážejí z pohledu udržitelného chování a problematiky potravinového odpadu, byly zodpovězeny stanovené výzkumné otázky. Výzkumné otázky jsou rozděleny do pěti souvisejících oblastí:

VO1: Jaké jsou znalosti a postoje spotřebitelů v souvislosti s udržitelným chováním?

Pro zjištění znalostí a postojů spotřebitelů v souvislosti s udržitelností byli v dotazníku respondenti dotazováni, jestli se vůbec někdy setkali s pojmem udržitelnost. Více než polovina respondentů (71,9 %, 46 respondentů) se s pojmem udržitelnost setkala. Zbylá část účastníků se s pojmem doposud nesešla (15,6 %, 10 respondentů) anebo si nebyla jistá (12,5 %, 8 respondentů). (Viz graf č.7)

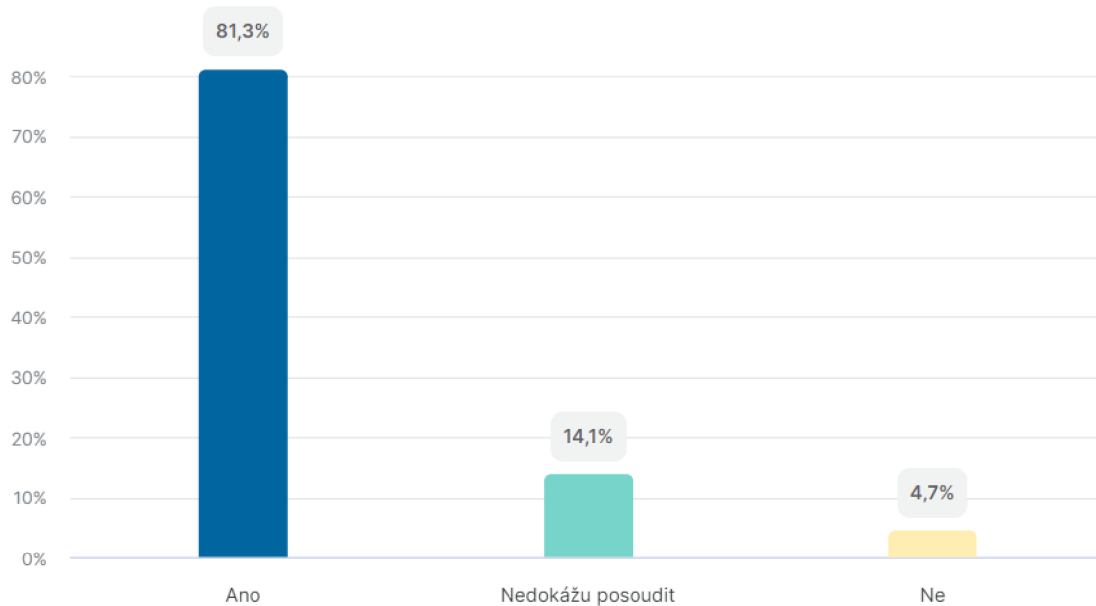
Graf 5 Pojem udržitelnost



Zdroj: vlastní zpracování

Graf 6 Řešení udržitelnosti

Má podle Vašeho názoru řešení udržitelnosti vůbec smysl?

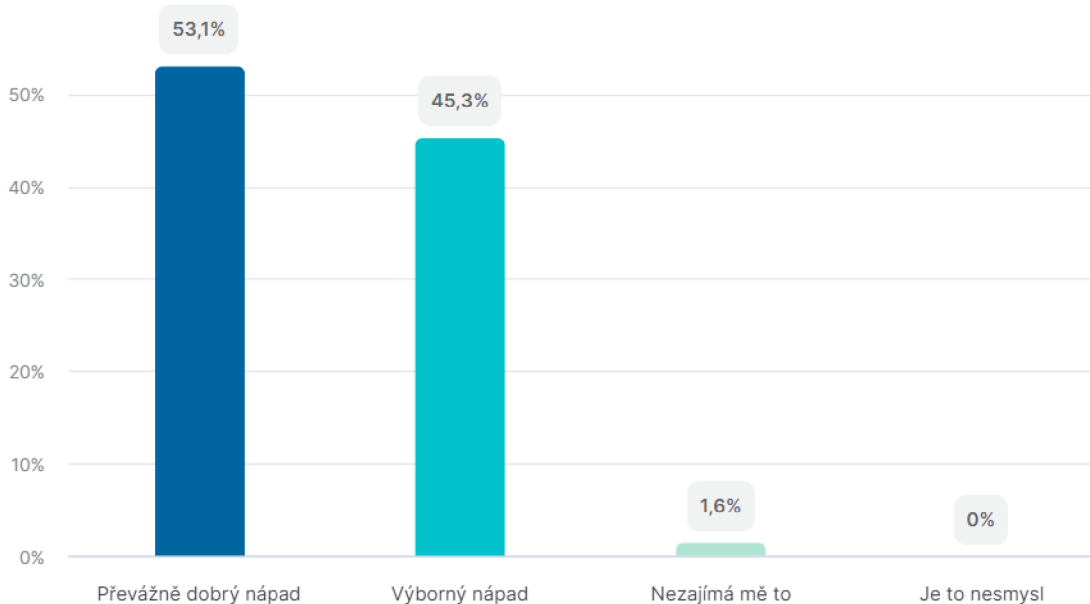


Zdroj: vlastní zpracování

Řešení udržitelnosti má podle zúčastněných respondentů jednoznačně smysl, jelikož více než polovina z nich (81,3 %, 52 respondentů) odpověděla kladně.

Graf 7 Povinnost podniků chránit ŽP

Jaký máte názor na povinnost podniků chránit životní prostředí?

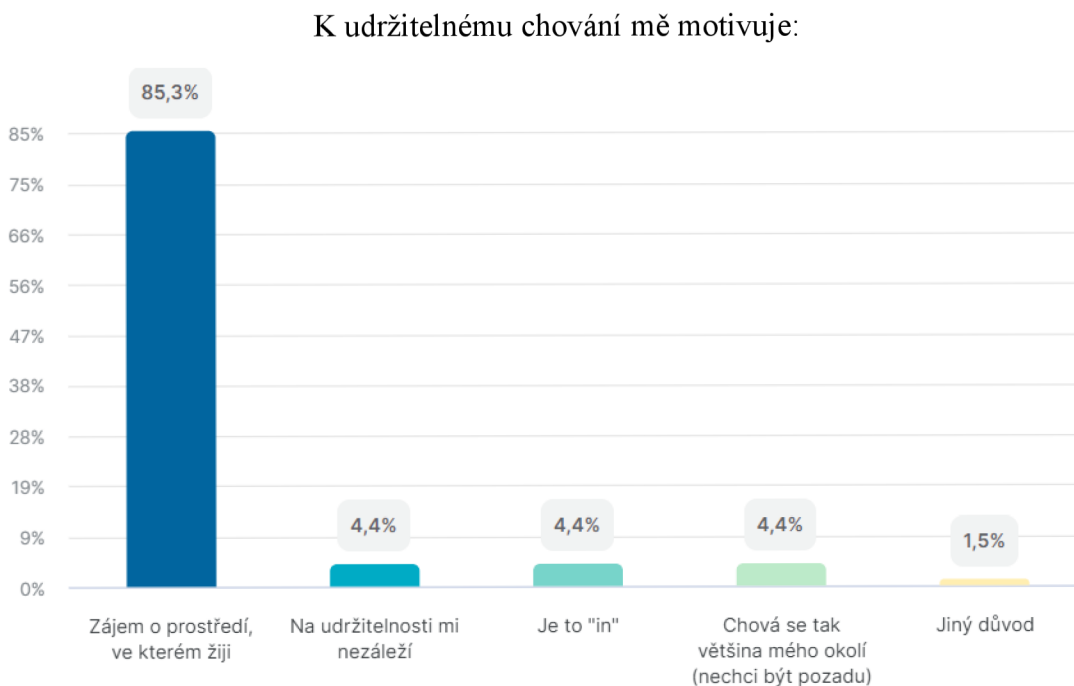


Zdroj: vlastní zpracování

Na otázku povinnosti podniků chránit životního prostředí se téměř všichni respondenti shodli, že se jedná o převážně dobrý nápad (53,21 %, 34 respondentů) nebo dokonce o výborný nápad (45,3 %, 29 respondentů). Čímž se potvrzuje, že životní prostředí není všem spotřebitelům lhostejné.

VO2: Jak spotřebitelé přistupují k udržitelnému chování a jaké vlivy a faktory je ovlivňují a naopak odrazují?

Graf 8 Motivace k udržitelnému chování

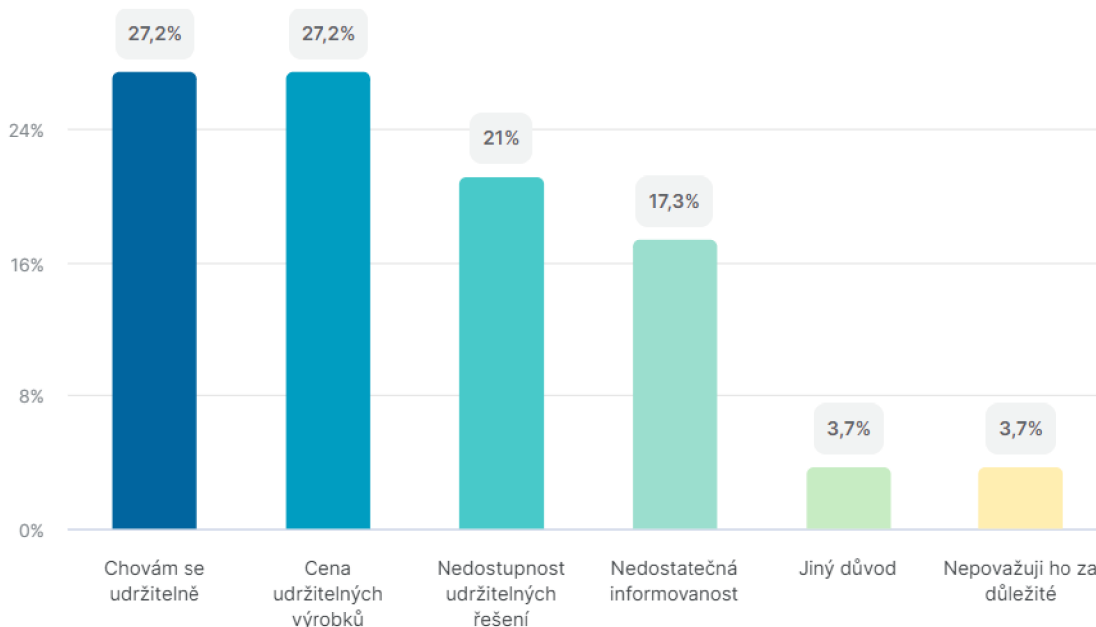


Zdroj: vlastní zpracování

Na otázku, co respondenty motivuje k udržitelnému chování, se téměř většina z nich (85,3 %, 53 respondentů) jednoznačně shodla, že je to právě zájem o zlepšení životního prostředí, ve kterém žijí.

Graf 9 Neudržitelné chování

Od udržitelnějšího chování mě odrazuje:

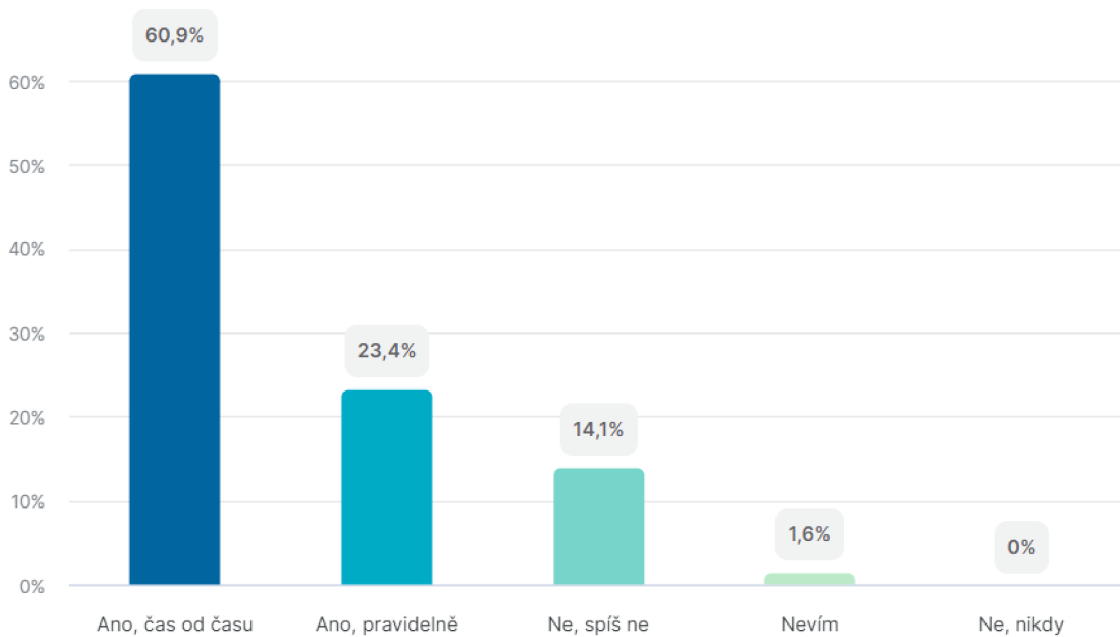


Zdroj: vlastní zpracování

Co se týče otázky, co respondenty naopak odrazuje od udržitelnějšího chování, nejčastějšími odpověďmi byly důvody vysokých cen udržitelných výrobků (27,2 %, 22 respondentů), dále nedostupnost udržitelných řešení (21 %, 17 respondentů) a nedostatečná informovanost (17,3 %, 14 respondentů). Část respondentů zhodnotila, že se již udržitelně chová (27,2 %).

Graf 10 Názor respondentů na řešení udržitelnosti

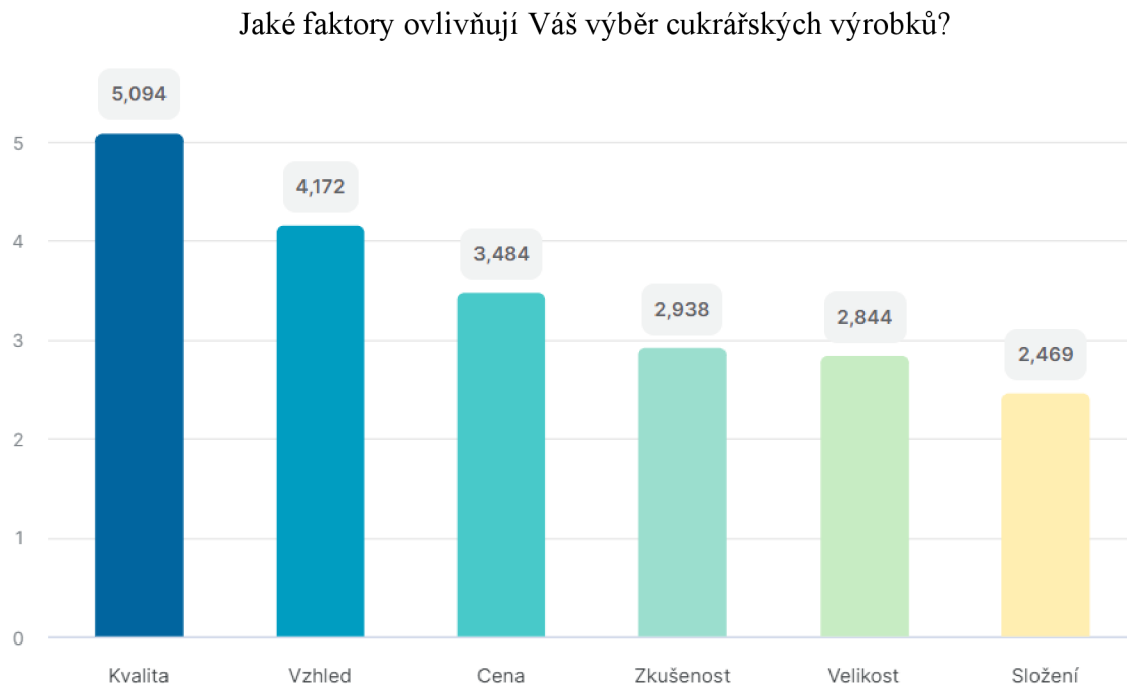
Kupujete si produkty označené jako: přírodní, bio, místní, organické, šetrné k životnímu prostředí, udržitelné, fairtrade, atd.?



Zdroj: vlastní zpracování

Nejvíce spotřebitelů zodpovědělo (60,9 %, 39 respondentů), že si alespoň čas od času zakoupí produkty, které jsou ekologicky přívětivé. Pravidelně tyto produkty nakupuje 23,4 % účastníků, což vychází na 15 zúčastněných respondentů.

Graf 11 Faktory při výběru produktů



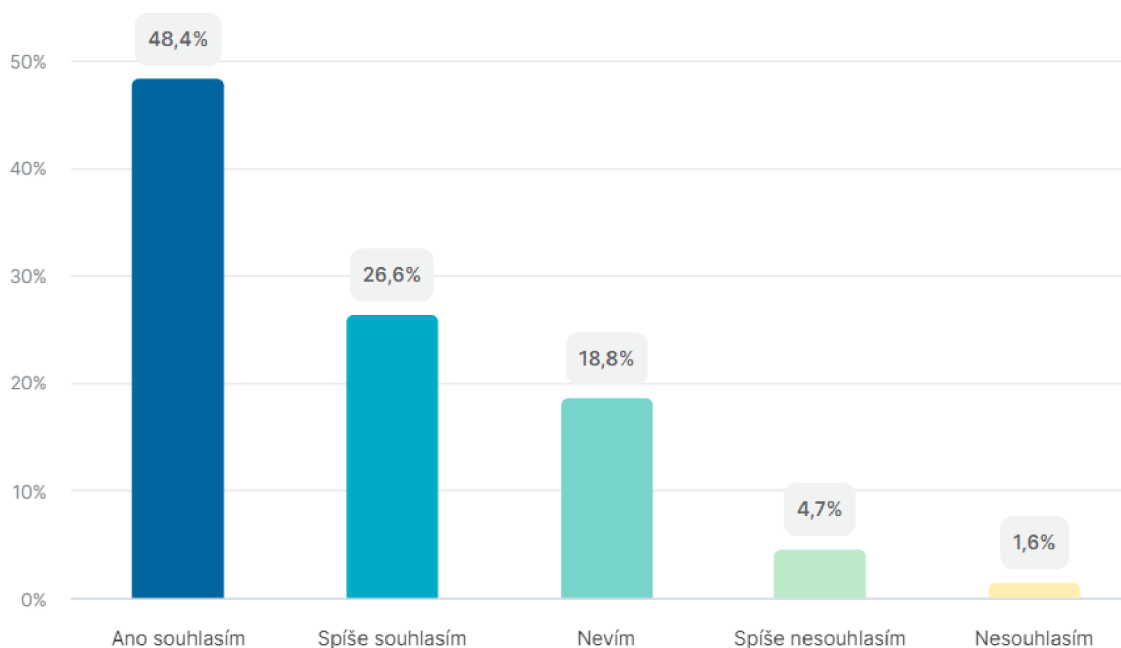
Zdroj: vlastní zpracování

Na otázku týkajících se faktorů, které ovlivňují spotřebitele při výběru zákusku, byla v dotazníku nastavena hodnotící škála od 1–6, přičemž šest bodů znamenalo největší hodnotu. Podle výsledků je pro spotřebitele jednoznačně nejdůležitějším faktorem kvalita produktu, která získala v průměru 5 bodů. Následně to byl vzhled s průměrně 4 body, poté cena se skoro 3,5 body. Poměrně stejně dopadl faktor zkušenosti (2,9 bodů) a velikosti (2,8 bodů). Posledním faktorem, který ovlivňuje spotřebitele při výběru zákusků, je složení cukrářských výrobků, které získalo průměrně 2,4 bodů ze šesti.

VO3: Jaké jsou znalosti a postoje spotřebitelů v souvislosti s problematikou potravinového odpadu při návštěvě podniku?

Graf 12 Záměrné snižování potravinového odpadu

Snižování potravinového odpadu příznivě ovlivňuje životní prostředí a přispívá k lepším životním podmínkám budoucí generace:

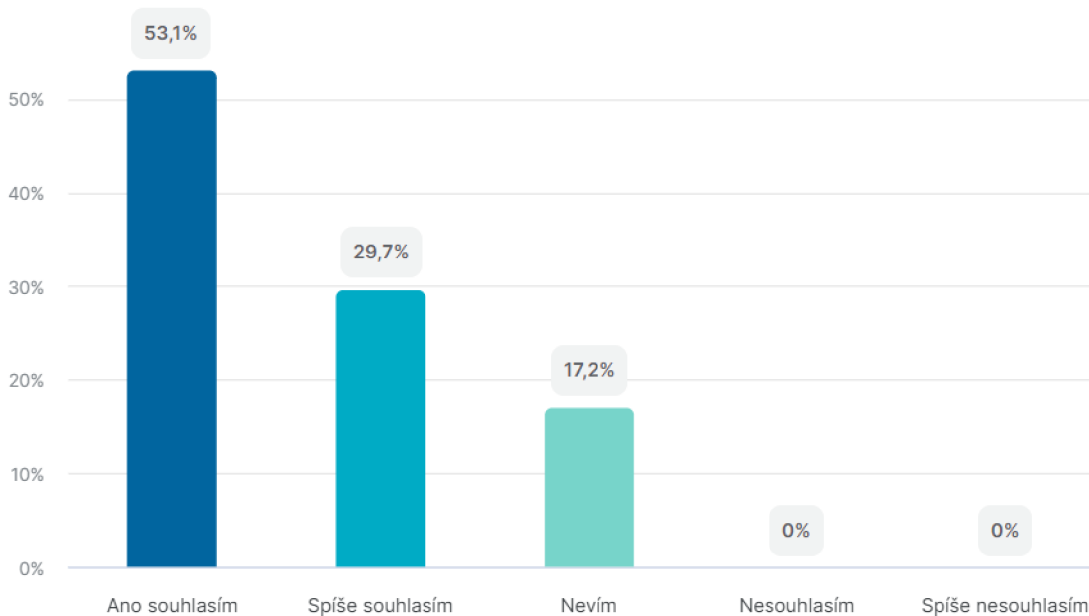


Zdroj: vlastní zpracování

Početná část spotřebitelů (75 %, celkově 48 respondentů) souhlasila s výpovědí, že snížení potravinového odpadu v cukrárnách příznivě ovlivňuje životní prostředí a může výrazně přispět k lepším životním podmínkám pro budoucí generace.

Graf 13 Spolupráce se spotřebiteli

Cukrárna-kavárna by měla na snižování množství vyprodukovaného potravinového odpadu spolupracovat se spotřebiteli:

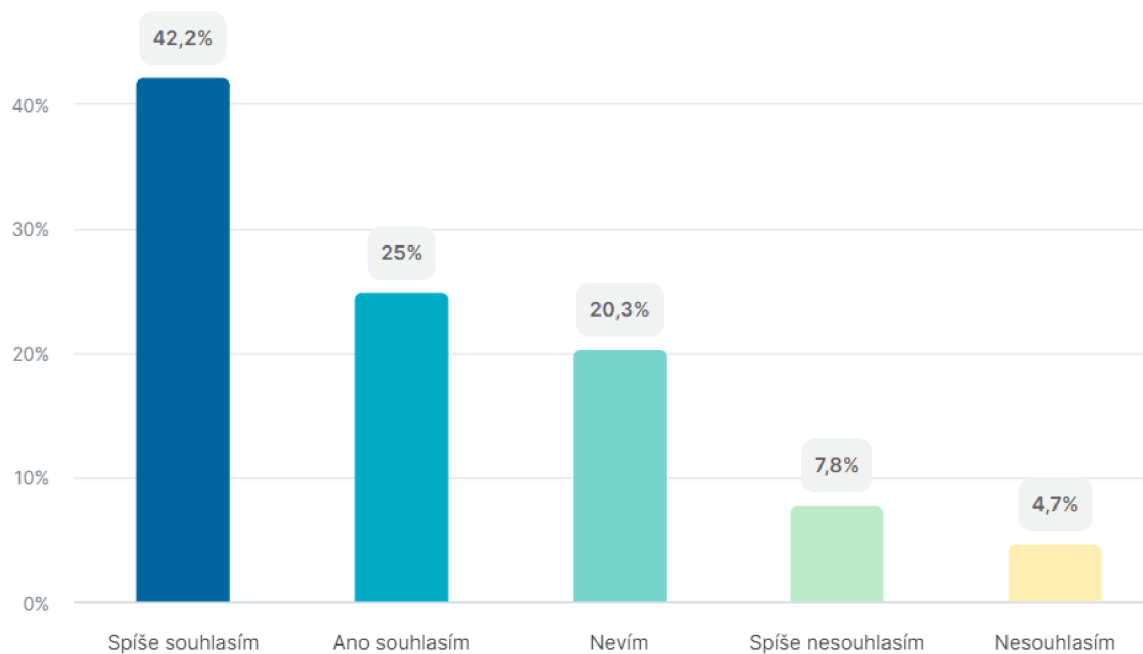


Zdroj: vlastní zpracování

Celkově 53 dotazovaných respondentů (82,8 %) vidí smysl v tom, že když bude cukrárna-kavárna aktivně spolupracovat se spotřebiteli na množství vyprodukovaného potravinového odpadu, může dojít k jeho snížení.

Graf 14 Preference stravování

Preferuji stravovat se v cukrárně, jejímž cílem je snížit množství produkovaného potravinového odpadu:

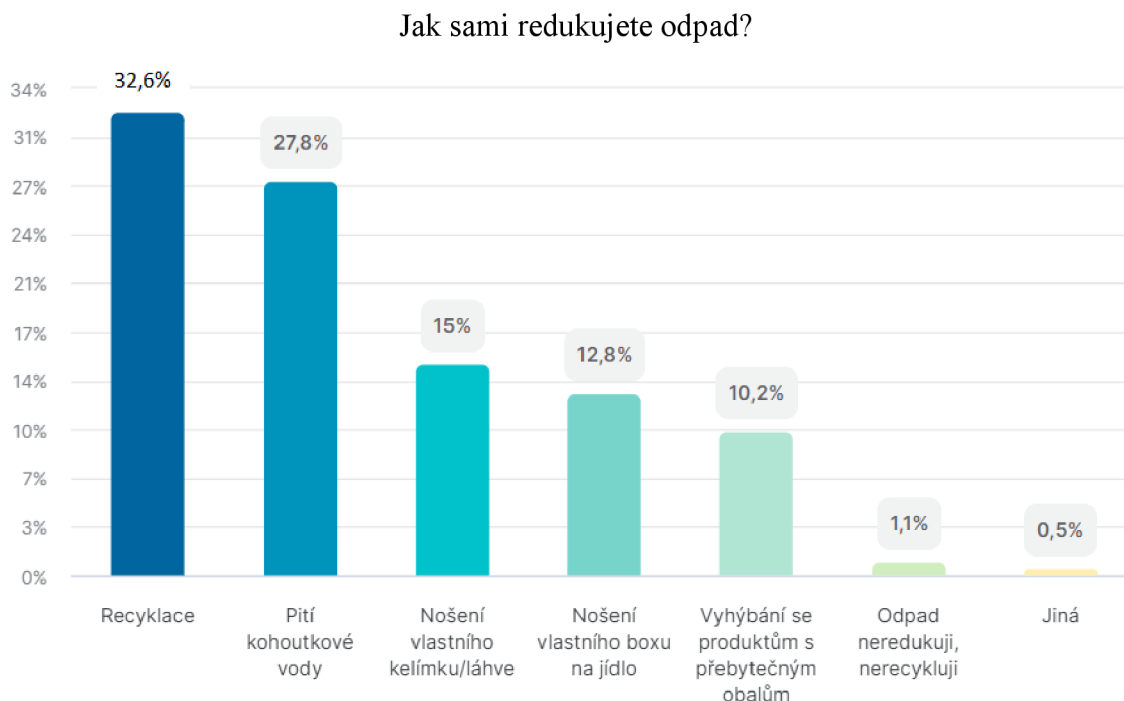


Zdroj: vlastní zpracování

Více než polovina spotřebitelů (67,2 %, 43 respondentů) preferuje stravovat se v cukrárně, jejímž cílem je snížit množství vyprodukovaného potravinového odpadu. Pouze malá část dotazovaných respondentů (12,5 %, 8 respondentů) takové preference nemá.

VO4: Jak spotřebitelé přistupují k problematice potravinového odpadu a jak jsou ochotni k této problematice alternativně přistupovat?

Graf 15 Redukce odpadu

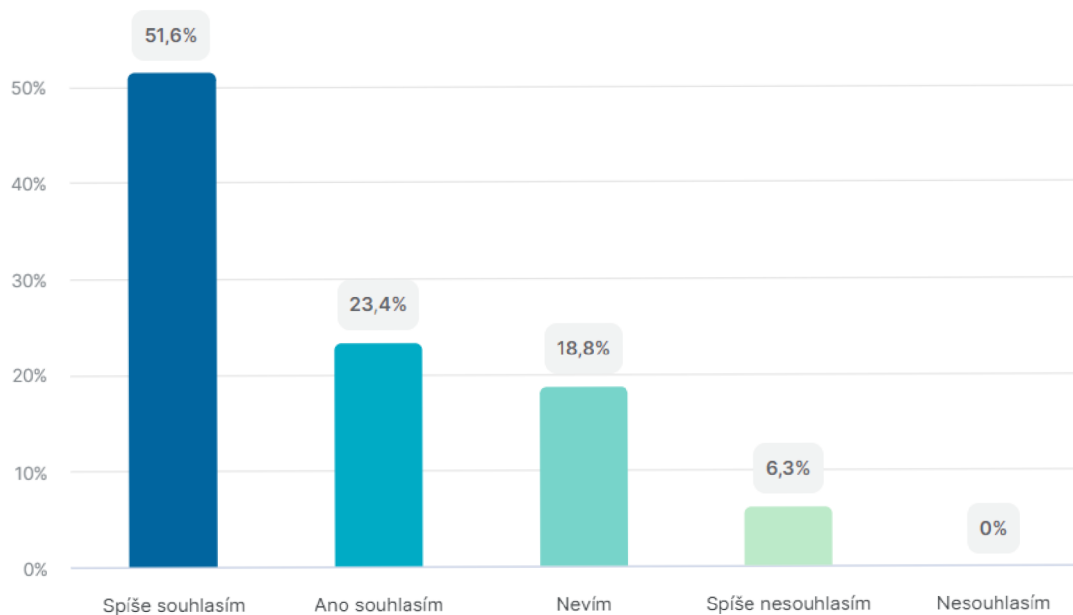


Zdroj: vlastní zpracování

Co se týče přístupu spotřebitelů k redukci odpadu, nejvíce respondentů se shodlo, že přispívají recyklací odpadu (32,6 %, celkově 61 respondentů), dále tím, že upřednostňují pití kohoutkové vody oproti vodě balené (27,8 %, 52 respondentů). Další skupina spotřebitelů (27,8 %, 52 respondentů) uvedla, že k redukci odpadu přispívá nošením vlastní láhve či kelímku nebo nošením vlastního boxu na jídlo. Pouze malá část dotazovaných respondentů (10,2 %, 19 respondentů) se vyhýbá produktům s přebytečnými obaly.

Graf 16 Ochota spotřebitelů připlatit vyšší cenu

Byl/a bych ochoten/na zaplatit vyšší cenu v cukrárně, jejíž cílem je aktivně snížit množství produkovaného potravinového odpadu?

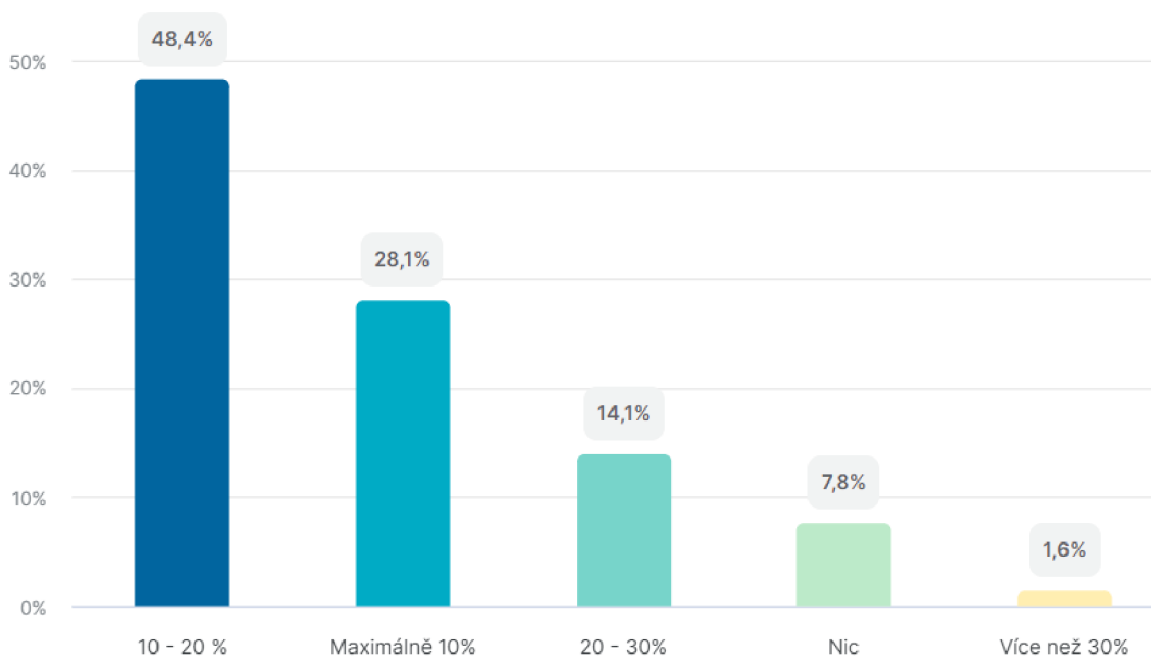


Zdroj: vlastní zpracování

Bylo zjištěno, že většin dotazovaných spotřebitelů (75 %, 48 respondentů) si je ochotna připlatit za produkt v cukrárně, která se snaží proaktivně snížit množství produkovaného odpadu.

Graf 17 Ochota spotřebitelů připlatit za cukrárenský výrobek

O kolik procent jste ochotni připlatit za zákusek v cukrárně, která se aktivně snaží redukovat množství potravinového odpadu?



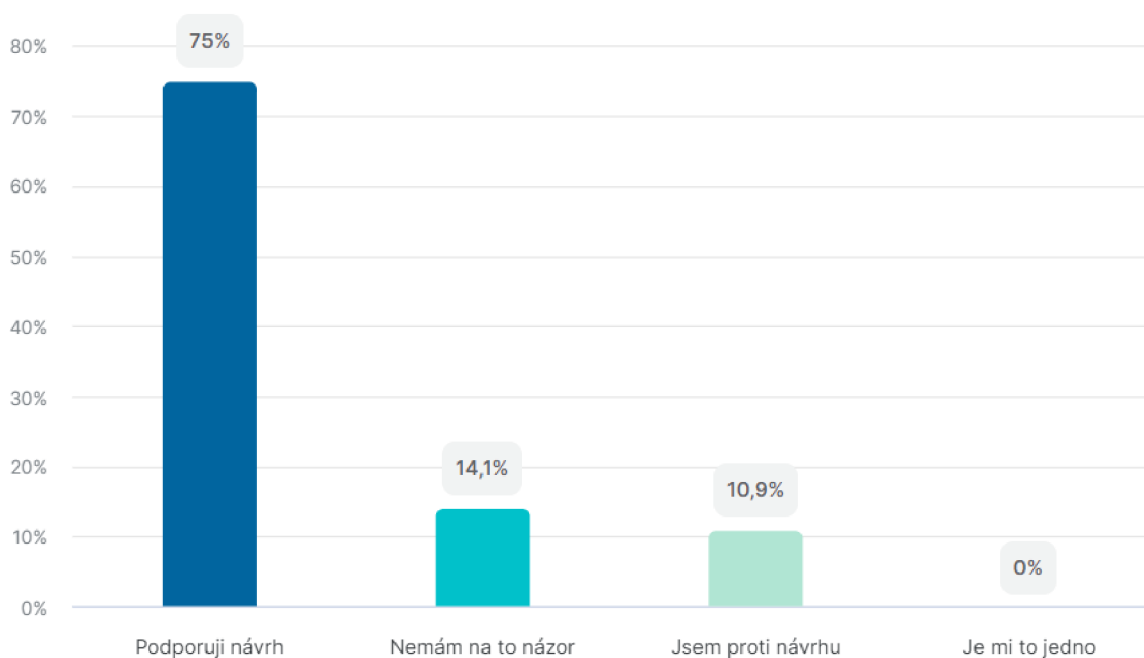
Zdroj: vlastní zpracování

Dále bylo ve výzkumu zkoumáno, o kolik procent jsou spotřebitelé ochotni připlatit za zákusek v cukrárně, která se snaží aktivně redukovat množství potravinového odpadu. Výsledky ukazují, že téměř polovina respondentů (48,4 %, 31 respondentů) je ochotna připlatit vyšší cenu za zákusek o 10 – 20 %. Druhou nejčastější odpovědí respondentů (28,1 %, 18 respondentů) bylo, že by byli ochotni připlatit vyšší cenu maximálně o 10 %.

VO5: Jaké jsou postoje a chování spotřebitelů ohledně boxů na zabalení jídla s sebou při návštěvě podniku?

Graf 18 Názor respondentů na řešení udržitelnosti

Co si myslíte o návrhu Evropské komise na zastavení výroby plastových výrobků, nádob a obalů na jedno použití? (brčka, talíře, příbory, kelímky, míchadla, sáčky atd.)

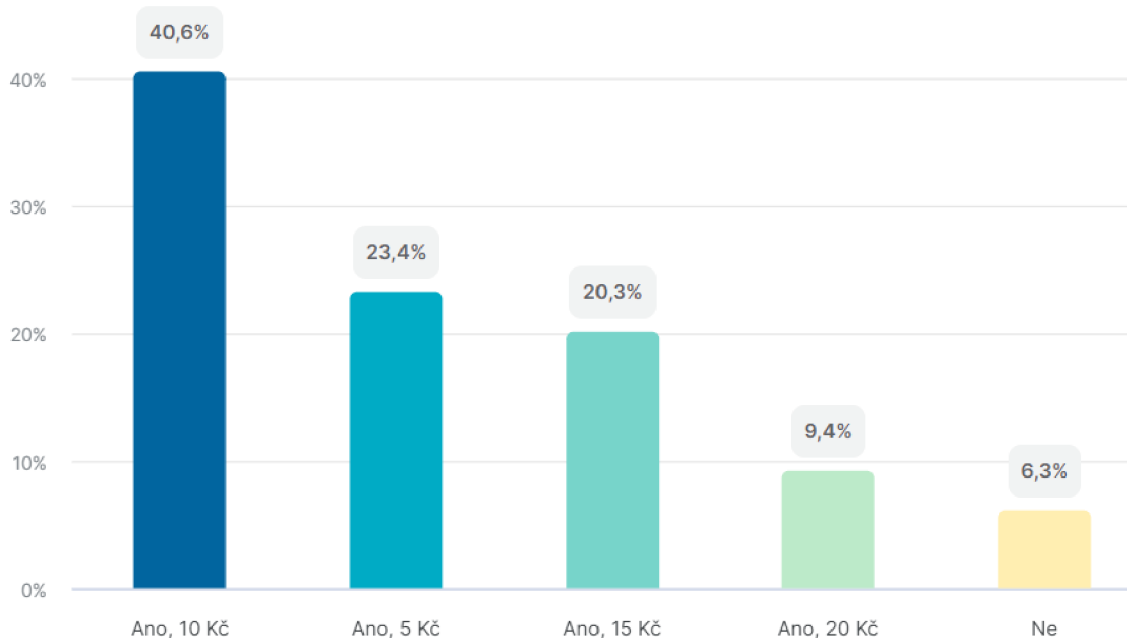


Zdroj: vlastní zpracování

Více než polovina dotazovaných respondentů (75 %, 48 respondentů) uvedla, že podporuje návrh Evropské komise na zastavení výroby plastových výrobků, nádob a obalů na jedno použití. Pouze malá část účastníků výzkumu (10,9 %, 7 respondentů) uvedla, že je proti návrhu Evropské komise.

Graf 19 Názor respondentů na řešení udržitelnosti

Jste ochotni připlatit si za box z ekologického materiálu na zabalení jídla s sebou?

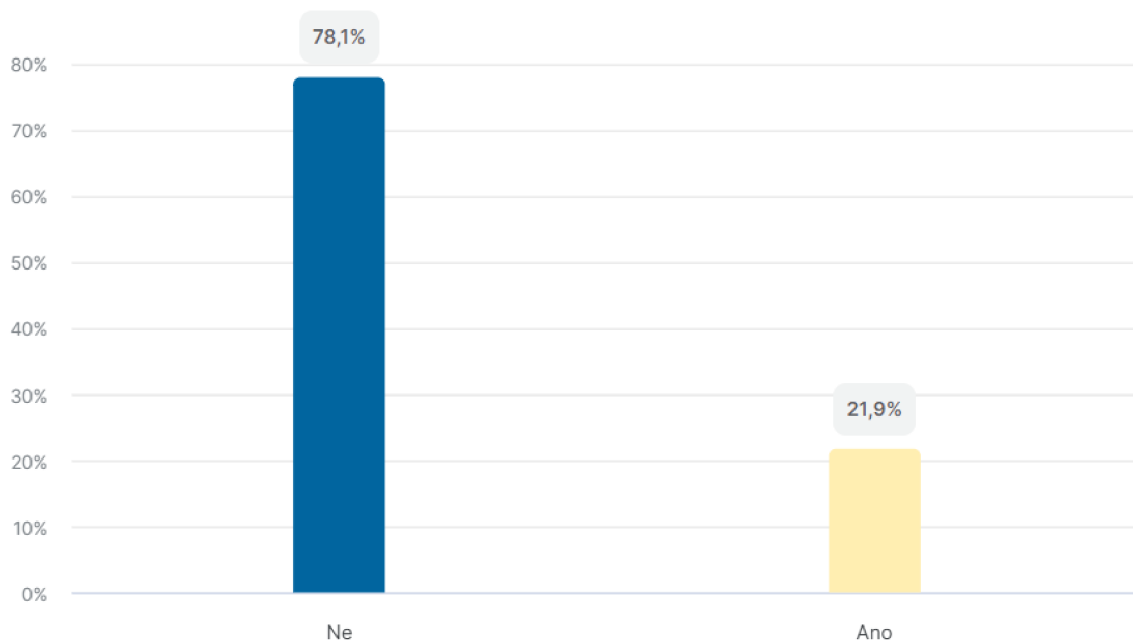


Zdroj: vlastní zpracování

Ohledně ochoty spotřebitelů připlatit si za box na zabalení jídla z ekologického materiálu, uvedla největší část respondentů (40,6 %, 26 respondentů) částku 10 Kč, druhou nejčastější odpovědí (23,4 %, 15 respondentů) byla částka pouhých 5 Kč, třetí nejčastější odpovědí (20,3 %, 13 respondentů) byla ochota připlatit 15 Kč za box z ekologického materiálu.

Graf 20 Názor respondentů na řešení udržitelnosti

Je pro Vás box na zabalení jídla, který je vyroben z plastů, důvodem, proč si jídlo nenecháte zabalit?



Zdroj: vlastní zpracování

Ani ne polovina dotazovaných respondentů (21,9 %, 14 respondentů) uvedla, že pokud by zákusky byly zabaleny do plastového boxu, byl by to pro ně důvod si objednávku ještě rozmyslet. Nicméně pro většinu spotřebitelů (78,1 %, 50 respondentů) by nebyl problém nechat si zabalit zákusky s sebou do boxu, který by byl z plastového materiálu.

5 Shrnutí výsledků

Tato kapitola shrnuje veškeré výsledky empirického výzkumu, které jsou rozděleny dle oblastí, kterých se výzkum týkal.

5.1 Analýza současného stavu podniku v kontextu udržitelnosti

Cílem výzkumu bylo na základě určitých kritérií ohodnotit udržitelné fungování podniku cukrárna-kavárna v obci Kravaře. Dílčím cílem výzkumu bylo identifikovat jednotlivé příležitosti a překážky, se kterými se podnik během provozu setkává.

V úvodní části rozhovorů byly zjišťovány obecné informace ohledně pojetí udržitelnosti v cukrárně-kavárně v obci Kravaře dle subjektivních názorů provozovatelek. Bylo zjišťováno, co je k udržitelnému chování motivuje a jaké jsou dle jejich názoru největší překážky a příležitosti, se kterými se v provozu setkávají. Provozovatelky často zmínily aspekty, jako např. vlastní produkce, či lokálnost surovin, se kterými se dále konkrétněji pracovalo v rámci předem daných hodnotících kritérií.

V druhé části rozhovorů se hodnotila jednotlivá kritéria udržitelného fungování podniku. Výsledky výzkumu prokázaly, že cukrárna-kavárna v obci Kravaře splňuje 42 předem definovaných kritérií z celkových 89, což se blíží alespoň polovině a vzhledem k tomu, že podnik působí ani ne rok na českém trhu, dal by se výsledek hodnotit kladně. Nicméně prostor pro zlepšení je zjevný. Co se týče jednotlivých čtyř kategorií, v každé z nich se počítala odpověď „ano“ a na základě toho se zjišťovalo, z kolika procent podnik splňuje daná kritéria v jednotlivých kategoriích. Výsledky jsou uvedeny v tabulce číslo 11.

Tabulka 11 Počet odpovědí "ano"

Kategorie	Odpověď "ano" v %
Suroviny	50
Odpad	72
Provoz	61,5
Lidé	52,9

Zdroj: vlastní zpracování

Dle výsledků vychází jednoznačně nejlépe kategorie odpad, která hodnotí, jak podnik nakládá s bioodpadem, přebytky a zbytky, obaly, recyklací, věcmi na jedno použití a kancelářskými věcmi. Naopak v kategorii suroviny, kde se hodnotí, jak podnik nakládá s jednotlivými surovinami, odpověděly provozovatelky pouze na polovinu otázek kladně. Z výsledků se dá zjistit, v jaké oblasti se podnik snaží chovat udržitelně, a ve které naopak tolik ne.

5.2 Překážky a příležitosti

Během rozhovorů se podařilo nalézt nejčastějších překážky a příležitosti, se kterými se podnik setkává. Jejich kompletní výčet je uveden v tabulce č. 5 – tabulce č. 8. Jako největší překážky, se kterými se podnik potýká, jsou:

- 1.) Vysoké ceny surovin s označením bio kvality, bioprodukce.
- 2.) Vysoké ceny surovin pocházejících z ekologické produkce.
- 3.) Malý zájem ze strany provozovatelů o výrobky fairtrade.
- 4.) Nemožnost nakupovat vždy bez obalů.
- 5.) Nemožnost využívání ekologičtějšího způsobu přepravy z důvodu polohy podniku.
- 6.) Cena ekologických čistících prostředků.
- 7.) Nedostatek kvalifikovaných osob v blízkém okolí.

Nejčastějšími překážkami v udržitelném fungování je jednoznačně finanční náročnost jednotlivých ekologických výrobků, a to ať se jedná o suroviny nebo další produkty, které by měly být šetrnější k životnímu prostředí. Za určitou nevýhodu se může také považovat umístění podniku, jelikož se nachází na vesnici, nejedná se tedy o tolik frekventované a atraktivní místo, jako mohou být ostatní cukrárny, kavárny působících ve městech.

Z osobních rozhovorů vyšla najevo i celá řada příležitostí pro udržitelné fungování, opět zde bude uveden výčet těch nejvýznamnějších:

- 1) Přímé a přátelské vztahy s místními dodavateli.
- 2) Vlastní produkce a samosběr plodin z blízkého okolí.
- 3) Využívání lokálních a sezónních produktů.
- 4) Přizpůsobování se časům dodávky zboží.

- 5) Poskytování kohoutkové vody, nabídka čepovaných nápojů, vlastních limonád.
- 6) Využívání znovupoužitelných obalů (pokud to je možné).
- 7) Nákupy ve velkém množství.
- 8) Snaha o minimalizaci používání papíru – nabídky psané křídou na tabuli, využívání laminovaných cedulek, elektronická komunikace.
- 9) Šetření energií – tepelné čerpadlo, LED žárovky.
- 10) Vybavení interiéru od lokálních výrobců či z okolních burz a bazarů.
- 11) Rozvoj místní komunity – pořádání společenských akcí pro děti i dospělé.

5.3 Analýza potravinového odpadu v podniku

Další část práce se věnovala problematice potravinového odpadu v cukrárně-kavárně v obci Kravaře. Pro konkrétní představu, kolik potravinového odpadu vznikne během týdenního provozu podniku, došlo k analýze nabízených zákusků a ke konkrétnímu rozboru potravinového odpadu. V tabulce č.10 jsou uvedeny všechny druhy potravinového odpadu s hmotností a procentuálním podílem. Po dobu jednoho týdne vzniklo v podniku 15,9 kg potravinového odpadu. Z toho největší položkou byly jednoznačně neprodané zákusky, které tvořily 9,7 kg potravinového odpadu. Druhou největší položkou byla kávová sedlina, která tvořila 3,3 kg potravinového odpadu a poté biologický odpad, který tvořil 2,3 kg. Jelikož zákusky tvořily významnou položku potravinového odpadu, bylo jim věnováno podrobnější měření. Bylo zjištěno, že z celkových 421 nabízených zákusků, se jich povedlo 317 za týden prodat. Čili pouze jedna čtvrtina zákusků zbyla, což se dá považovat za pozitivní výsledek. Při následném rozčlenění se zkoumalo, jak se s jednotlivými zbylými zákusky v podniku nakládá – jestli se odpisují, hluboce chladí či zamrazují. Bylo zjištěno, že z celkových 104 neprodaných zákusků se jich v podniku hluboce chladí 35, zamrazí 38 a odepíše 31. Což ve finále představuje z původních 9,7 kg neprodaných zákusků 2,8 kg, které se musí odepsat. Cukrárna-kavárna se odepsaných zákusků zbavuje rozdělením mezi rodinné příslušníky.

5.4 Analýza výsledků spotřebitelského chování

Na základě dotazníku byly analyzovány spotřebitelské postoje a přístupy v kontextu udržitelnosti a problematiky potravinového odpadu. Dále byly identifikovány faktory, které spotřebitelé motivují a odrazují od udržitelného chování. K vyhodnocení bylo stanoveno 5 výzkumných otázek, jejichž hodnocení je následující:

VO1: Jaké jsou znalosti a postoje spotřebitelů v souvislosti s udržitelným chováním?

Odpověď na výzkumnou otázku týkající se spotřebitelských postojů a znalostí prokazuje, že udržitelnost a ochrana životního prostředí je v zájmu všech zúčastněných spotřebitelů. Což se dá považovat za velice pozitivní výsledek, jelikož ochota spotřebitelů dobrovolně se podílet na udržitelném fungování může přispět nejen k udržitelnějšímu fungování v rámci podniku, nýbrž i ke zlepšení celkového životního prostředí.

VO2: Jak spotřebitelé přistupují k udržitelnému chování a jaké vlivy a faktory je ovlivňují a naopak odrazují?

Celkem 27,3 % spotřebitelů zodpovědělo, že se chová udržitelně. Přitom největší motivací k udržitelnému chování je dle výsledků jejich zájem o zlepšení životního prostředí, ve kterém žijí. Naopak nejčastějšími důvody, které respondenty od udržitelnějšího chování odrazují, jsou ceny udržitelných výrobků, nedostupnost takových výrobků a nedostatečná informovanost. Z dotazovaných respondentů si více než polovina (60,9 %) čas od času kupuje produkty, které jsou označené jako přírodní, bio, místní, organické, šetrné k životnímu prostředí, udržitelné, fairtrade atd. Jako nejdůležitější faktor při výběru cukrářských výrobků považují spotřebitelé jednoznačně kvalitu produktu, následně vzhled a až poté cenu produktu.

VO3: Jaké jsou znalosti a postoje spotřebitelů v souvislosti s problematikou potravinového odpadu při návštěvě podniku?

Co se týče znalostí a postojů spotřebitelů v souvislosti s problematikou potravinového odpadu, téměř pokaždé si více než polovina respondentů byla vědoma této problematiky a souhlasila s tvrzeními, která by potravinový odpad mohla snižovat. Např. 82,8 %

respondentů souhlasilo, aby cukrárna-kavárna spolupracovala se spotřebiteli a společně tak omezili množství potravinového odpadu v podniku. Přívětivým výsledkem bylo také zjištění, že více než polovina účastníků (67,2 %) by preferovala navštěvovat cukrárny, které by se snažily záměrně snížit množství potravinového odpadu.

VO4: Jak spotřebitelé přistupují k problematice potravinového odpadu a jak jsou ochotni k této problematice alternativně přistupovat?

Co se týče přístupu spotřebitelů k problematice potravinového odpadu, naprostá většina z nich (95,3 %) jednoznačně uvedla, že snižování množství potravinového odpadu považuje za morálně správnou věc. Podle výzkumu přispívá většina respondentů k celkové redukci odpadu tím, že odpad recykluje (32,6 %), upřednostňuje pití kohoutkové vody (27,8 %) a že si nosí vlastní láhev či kelímek nebo vlastní box na jídlo (27,8 %). Dále vyšlo, že tři čtvrtiny spotřebitelů (75 %) jsou ochotni připlatit za vyšší cenu cukrárenského produktu v podniku, který se snaží aktivně snížit množství produkovaného odpadu. Téměř polovina z nich (48,4 %) je ochotna připlatit 10-20 % za zákusek v cukrárně, která se snaží aktivně redukovat odpad. Výzkum dále prokázal, že vysoké procento respondentů (89,1 %) oceňuje, když je denní nabídka zákusků v cukrárně-kavárně upravena podle toho, co v kuchyni zbylo z předchozího dne.

VO5: Jaké jsou postoje a chování spotřebitelů ohledně boxů na zabalení jídla s sebou při návštěvě podniku?

Výsledky ohledně postojů a ochoty spotřebitelů chovat se udržitelně v souvislosti s boxy na zabalení jídla s sebou vyšly poměrně přívětivě. Téměř všichni spotřebitelé uvedli, že oceňují, když je box na zabalení jídla s sebou vyroben z ekologického materiálu, zároveň by podle nich cukrárna-kavárna měla ekologické boxy aktivně nabízet. Nejčastější odpovědí na otázku, kolik by spotřebitelé byli ochotni připlatit za box, který by byl z ekologického materiálu, vyšla hodnota 10 Kč. Zajímavým výsledkem ovšem bylo, že poměrně velká skupina spotřebitelů (78,1 %) by si nechala zákusky zabalit do boxu, který by byl z plastového materiálu. A to i přes veškerá předchozí tvrzení, která jednoznačně podporovala návrhy ekologických materiálů.

6 Závěr

Cílem práce bylo na příkladu případové studie cukrárny-kavárny v obci Kravaře zjistit, jaké znaky podnik vykazuje v kontextu udržitelného podnikání. Informace byly zjišťovány pomocí osobního rozhovoru s provozovatelkami podniku. Překvapením bylo, že obě provozovatelky vnímají udržitelné podnikání hlavně ve vztahu k životnímu prostředí, a ne tolik ze sociálního pohledu, i když v praxi sociálně fungují, například tím, že jsou činné v místní komunitě nebo tím, že se snaží budovat přátelské a blízké vztahy s dodavateli. Vzhledem k tomu, že cukrárnu-kavárnu v obci Kravaře provozují dvě osoby bez předešlé profesionální zkušenosti z gastronomického odvětví, jejich představy o udržitelném fungování byly dostačující. Celkové hodnocení udržitelného fungování se hodnotilo podle kritérií, která byla předem stanovena. Dle výsledků splňuje cukrárna-kavárna téměř polovinu všech kritérií, což se jeví jako úctyhodný výsledek vzhledem k tomu, že se podnik provozuje od poloviny května minulého roku. Nicméně prostor pro zlepšení je zjevný. Podle jednotlivých oblastí se podnik chová neudržitelněji v kategorii odpad, ve které se hodnotí, jak podnik zachází se svými přebytky a zbytky, bioodpadem, obaly, recyklací, věcmi na jedno použití a kancelářskými věcmi. Co se týče kategorie zabývající se surovinami, které podnik využívá ve svém fungování, zde vyšlo kladné hodnocení pouze z poloviny. Proto by se měla cukrárna-kavárna zaměřit na udržitelnější chování v rámci surovin, se kterými pracuje.

Dílčím cílem výzkumu bylo identifikovat jednotlivé příležitosti, se kterými se podnik setkává, a překážky, kterým podnik musí naopak čelit. Přínosem práce je, že celkový výčet překážek a příležitostí se může považovat za sadu obecných návrhů na zlepšení a opatření, nebo možná ještě lépe doporučení, od kterých se může případně inspirovat jakýkoliv podnik, který má za cíl dosažení udržitelného podnikání.

Další část práce se věnovala problematice potravinového odpadu v podniku, který byl důkladně analyzován. Bylo zjištěno, že největší položku potravinového odpadu tvoří zbytky neprodaných zákusků. Výzkum dokazuje, že se podnik snaží množství odepsaných zákusků omezit a zbytek se snaží rozdělit mezi své rodinné příslušníky.

Pomocí dotazníkové šetření se dále analyzovaly spotřebitelské přístupy, postoje a názory v rámci udržitelnosti a problematiky potravinového odpadu. Podle výsledků je patrné, že ochrana životního prostředí je v zájmu všech zúčastněných spotřebitelů a je

zároveň hlavním motivem k udržitelnému chování. Spotřebitelé uvedli, že při výběru cukrářského výrobku hraje kvalita, vzhled a cena produktu nejdůležitější roli. Zároveň ale také uvedli, že právě cena udržitelných výrobků je to, co zákazníci od nákupu nejčastěji odrazuje. Faktem je, že polovina zúčastněných respondentů spadala do skupiny s nižším průměrným příjmem, u této skupiny je tudíž větší pravděpodobnost, že při výběru produktu zohlední více cenu.

Spotřebitelé by při svém výběru neměli přemýšlet pouze nad pořizovací cenou, ale nad náklady, které jsou spojeny s provozem a likvidací v podniku. Dotazníkové šetření ukázalo, že co se týče problematiky potravinového odpadu, má většina respondentů příznivý vztah ke snižování množství potravinového odpadu a že jeho snižování považují za morálně správné. Velká většina respondentů také uvedla, že by preferovala návštěvu podniku, který se snaží aktivně snižovat potravinový odpad, a dokonce by si byli ochotni připlatit za box na zabalení pokrmu, který by byl z ekologického materiálu. Ideální situací pro udržitelné podnikání by bylo vzbuzení ochoty u co nejvíce spotřebitelů dobrovolně se podílet na udržitelném chodu.

7 Seznam použitých zdrojů

- 1) **2030, ČR. s. 391, 2017;**. www.cr2030.cz. *Strategický rámec Česká republika 2030*. [Online] Ministerstvo životního prostředí, s. 391, 2017;. [Citace: 14. 2 2022.] <https://www.cr2030.cz/strategie/>.
- 2) **4iMEDIA. 2021.** www.4imedia.com. *Was sind die 7 Prinzipien der Nachhaltigkeit?* [Online] 4iMEDIA GmbH, 2021. [Citace: 15. 2 2022.] <https://www.4imedia.com/prinzipien-der-nachhaltigkeit/>.
- 3) **AION CS. 2002.** www.zakonyprolidi.cz. *Zákon č. 185/2001 Sb.* [Online] 2002. [Citace: 9. 3 2022.] <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2001-185#cast3>.
- 4) **BEZK. 2012.** <https://ekolist.cz/>. *Rio+20 – Konference OSN o udržitelném rozvoji (UNCSD)*. [Online] BEZK, 13. 6 2012. [Citace: 10. 2 2022.] <https://ekolist.cz/cz/zpravodajstvi/specialy/rio-20>. ISSN 1802-9019.
- 5) **BMK. 2021.** www.bmk.gv.at. *Europäische Nachhaltigkeitsstrategie (EU-SDS)*. [Online] Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie, 2021. [Citace: 13. 2 2022.] https://www.bmk.gv.at/themen/klima_umwelt/nachhaltigkeit/strategien/eu_sds.html.
- 6) **BMUV. 2021.** www.bmuv.de. *Nachhaltiger Konsum*. [Online] Das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz, 5. 5 2021. [Citace: 17. 2 2022.] <https://www.bmuv.de/themen/nachhaltigkeit-digitalisierung/konsum-und-produkte/nachhaltiger-konsum#c12951>.
- 7) **BusinessInfo. 2008.** www.businessinfo.cz. *Společenská odpovědnost firem*. [Online] BusinessInfo.cz, 28. 2 2008. [Citace: 16. 2 2022.] <https://www.businessinfo.cz/navody/spolecenska-odpovednost-firem-pruvodce/#ch3>.
- 8) **Caradonna, Jeremy L. 2014.** *Sustainability: A history*. místo neznámé : Oxford University Press, 2014. ISBN: 9780190614478.
- 9) **Carroll, A.B. 2016.** jcsr.springeropen.com. *Carroll's pyramid of CSR: taking another*. [Online] 5. 7 2016. [Citace: 16. 2 2022.] <https://jcsr.springeropen.com/track/pdf/10.1186/s40991-016-0004-6.pdf>.

- 10) **CENIA. 2007.** ekoznacka.cz. *Ekoznačení*. [Online] Česká informační agentura životního prostředí, 2007. [Citace: 10. 3 2022.] <https://ekoznacka.cz/>.
- 11) —. **2017.** www.vitejtenazemi.cz. [Online] Česká informační agentura životního prostředí, 8. 2 2017. [Citace: 15. 2 2022.] <https://vitejtenazemi.cz/cenia.cz/index.php>.
- 12) **Český rozhlas. 2019.** www.irozhlas.cz. *iRozhlas*. [Online] 25. 9 2019. [Citace: 14. 2 2022.] https://www.irozhlas.cz/zpravy-svet/osn-andrej-babis-new-york-summit-udrzitelny-rozvoj-agenda-2030-podnikatele_1909252325_cha.
- 13) **Daly, E. Herman. 1991.** *Steady-State Economics: Second edition with new essays*. místo neznámé : Island Press, Washington, DC, 1991. ISBN 1-55963-072-8.
- 14) **EC Food Safety. 2020.** ec.europa.eu. *Farm to Fork strategy*. [Online] General for Health and Food Safety, 2020. [Citace: 24. 2 2022.] https://ec.europa.eu/food/horizontal-topics/farm-fork-strategy_en.
- 15) **European Commission. 2010.** ec.europa.eu. *Communication from the Commission Europa 2020*. [Online] 3. 3 2010. [Citace: 13. 2 2022.] <https://ec.europa.eu/eu2020/pdf/COMPLET%20EN%20BARROSO%20%20%2007%20-%20Europe%202020%20-%20EN%20version.pdf>.
- 16) **European Council. 2019.** www.consilium.europa.eu. *A new strategic agenda for the EU 2019-2024*. [Online] 21. 6 2019. [Citace: 13. 2 2022.] <https://www.consilium.europa.eu/en/eu-strategic-agenda-2019-2024/>.
- 17) **Evropská rada. 2019.** www.consilium.europa.eu. *Zelená dohoda pro Evropu*. [Online] 2019. [Citace: 13. 2 2022.] <https://www.consilium.europa.eu/cs/policies/green-deal/>.
- 18) **Evropský týden udržitelného rozvoje, Týden udržitelnosti. 2020.** tydenudrzitelnosti.cz. *Co je udržitelný rozvoj*. [Online] 2020. [Citace: 6. 2 2022.] <https://www.tydenudrzitelnosti.cz/o-projektu/>.
- 19) **Freiberg, František. 2007.** <https://dspace.vutbr.cz/>. *Ekonomické aspekty udržitelného rozvoje*. [Online] 2007. [Citace: 7. 2 2022.] https://dspace.vutbr.cz/bitstream/handle/11012/20025/01_02.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

- 20) **Greenpeace. 2019.** www.greenpeace.org. *Co je uhlíková stopa potravin?* [Online] Greenpeace Česká republika 2022, 3. 10 2019. [Citace: 24. 2 2022.] <https://www.greenpeace.org/czech/clanek/4490/co-je-uhlikova-stopa-potravin/>.
- 21) **IISD. 2021.** enb.iisd.org. *Planet Budapest 2021.* [Online] International Institute for Sustainable Development, 2021. [Citace: 14. 2 2022.] <https://enb.iisd.org/Budapest-Sustainability-Expo-Summit-2021-summary>.
- 22) **InnoTrain CSR. 2010.** www.csr-training-eu. *What is Corporate Social Responsibility?* [Online] 12 2010. [Citace: 16. 2 2022.] https://www.csr-kompetenz.de/fileadmin/dokumente/CSR_TRAINING_GB.PDF.
- 23) **Kebová, Barbora. 2017.** Udržitelné restaurace v českém kontextu. – kritéria, překážky a příležitosti. <http://udrzitelnastrava.cz/>. [Online] 2017. [Citace: 2. 3 2022.] http://udrzitelnastrava.cz/wp-content/uploads/2017/09/Kebova_2017_Udrzitelne-restaurace.pdf. Diplomová práce, Unverzita Karlova v Praze, Fakulta humanitních studií, Dana Kapitulčinová, Ph.D..
- 24) **Kolářová, Hana. 2004.** <http://www.czp.cuni.cz/>. *Udržitelná spotřeba.* [Online] 11 2004. [Citace: 17. 2 2022.] https://www.czp.cuni.cz/enviwikidata/hk/Udrzitelna_spotreba.pdf.
- 25) **Kubičková, Lea. 2021.** Plýtvání potravinami v českých domácnostech. www.statistikaamy.cz. [Online] Český statistický úřad, 20. 4 2021. [Citace: 24. 2 2022.] <https://www.statistikaamy.cz/2021/04/20/plytvani-potravinami-v-ceskych-domacnostech>.
- 26) **Kullabs. 2020.** kullabs.com. *Principles of Sustainable Development.* [Online] 2020. [Citace: 15. 2 2022.] <https://kullabs.com/class-8/science-8/environment-and-sustainable-development/principles-of-sustainable-development>.
- 27) **Larson, William E. 2019.** <https://www.encyclopedia.com/>. *World Conservation Strategy.* [Online] Environmental Encyclopedia , 2019. [Citace: 10. 2 2022.] <https://www.encyclopedia.com/environment/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/world-conservation-strategy>.
- 28) **Librová, Hana. 1994.** *Pestří a zelení. Kapitoly o dobrovolné skromnosti.* místo neznámé : Hnutí Duha, 1994. 80-85368-18-8.

- 29) **Maier, Karel. 2012.** *Udržitelný rozvoj území*. Praha : Grada Publishing, a.s., 2012. ISBN 978-80-247-4198-7.
- 30) **Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. 2004.** www.mmr.cz. *Základní dokumenty*. [Online] Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2004. [Citace: 14. 2 2022.] <https://www.mmr.cz/cs/ministerstvo/regionalni-rozvoj/informace,-aktuality,-seminare,-pracovni-skupiny/psur/uvodni-informace-o-udrzitelnem-rozvoji/zakladni-dokumenty>.
- 31) —. **2017.** www.mmr.cz/. *Základní pojetí konceptu udržitelného rozvoje*. [Online] 2017. [Citace: 6. 2 2022.] <https://www.mmr.cz/cs/ministerstvo/regionalni-rozvoj/informace,-aktuality,-seminare,-pracovni-skupiny/psur/uvodni-informace-o-udrzitelnem-rozvoji/zakladni-pojeti-konceptu-udrzitelneho-rozvoje>.
- 32) **MPO. 2010.** www.mpo.cz. *Strategický rámec udržitelného rozvoje České republiky platný 2010 až 2017*. [Online] 11. 3 2010. [Citace: 14. 2 2022.] <https://www.mpo.cz/cz/prumysl/prumysl-a-zivotni-prostredi/udrzitelny-rozvoj/strategicky-ramec-udrzitelneho-rozvoje-ceske-republiky---71639/>.
- 33) **MŽP ČR. 2003.** www.mzp.cz. *Rada vlády pro udržitelný rozvoj*. [Online] Ministerstvo životního prostředí, 2003. [Citace: 14. 2 2022.] https://www.mzp.cz/cz/rada_vlady_pro_udrzitelny_rozvoj.
- 34) —. **2020.** www.mzp.cz/. *Udržitelný rozvoj*. [Online] 2020. [Citace: 6. 2 2022.] https://www.mzp.cz/cz/udrzitelny_rozvoj.
- 35) **MŽP.** <https://www.mzp.cz/>. *Významné akce UNEP*. [Online] Ministerstvo životního prostředí. [Citace: 10. 2 2022.] https://www.mzp.cz/cz/akce_unep.
- 36) —. **2017.** <https://www.mzp.cz/>. *zasedání UNEA-3 - Třetí Environmentální shromáždění Organizace spojených národů*. [Online] 2017. [Citace: 10. 2 2022.] https://www.mzp.cz/cz/zasedani_unea_prosinec.
- 37) —. **2021.** www.mzp.cz. *Začíná COP 26 – klimatická konference OSN v Glasgow*. [Online] Ministerstvo životního prostředí, 1. 11 2021. [Citace: 10. 2 2022.] https://www.mzp.cz/cz/news_20211101-zacina-COP-26-klimaticka-konference-OSN-v-Glasgow.

- 38) **OECD. 2018.** www.oecd.org. *OECD*. [Online] Organisation for Economic Cooperation and Development, 2018. [Citace: 11. 2 2022.] https://www.oecd.org/env/country-reviews/OECD_EPR_Czech_Rep_Highlights_CZECH.pdf.
- 39) **OPPA. 2009.** <http://prahafondy.ami.cz/>. *Určení velikosti podniku*. [Online] Evropský sociální fond, 30. 12 2009. [Citace: 3. 3 2022.] http://prahafondy.ami.cz/cz/oppa/pro-prijemce/325_pomucka-pro-urceni-velikosti-podniku.html.
- 40) **OSN 2015.** <https://www.osn.cz/>. *Cíle udržitelného rozvoje (SDGs)*. [Online] UNIC Praha. [Citace: 10. 2 2022.] <https://www.osn.cz/osn/hlavni-temata/sdgs/>.
- 41) **OSN. 1992.** sustainabledevelopment.un.org. *Agenda 21*. [Online] 1992. [Citace: 17. 2 2022.] <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/Agenda21.pdf>.
- 42) **Pícha, Navrátil. 2019.** e-tarjome.com. *The factors of Lifestyle of Health and Sustainability influencing pro-environmental buying behaviour*. [Online] 2019. [Citace: 22. 2 2022.] https://e-tarjome.com/storage/panel/fileuploads/2019-08-25/1566710532_E12860-e-tarjome.pdf.
- 43) **Portney, Kent E. 2015.** *Sustainability*. místo neznámé : MIT Press, 2015. ISBN: 9780262528504.
- 44) **Rada Evropské unie. 2006.** data.consilium.europa.eu. *Obnovená strategie EU pro udržitelný rozvoj*. [Online] 2006. [Citace: 13. 2 2022.] <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-10117-2006-INIT/cs/pdf>.
- 45) **RedPot. 2018.** www.trideniodpadu.cz. *Gastroodpad*. [Online] Třídění odpadu, 2018. [Citace: 18. 3 2022.] <https://www.trideniodpadu.cz/gastroodpad>.
- 46) **Rynda, Ivan. 2013, s.3.** cvut.mapovyportal.cz/. *Trvale udržitelný rozvoj – souvislosti a definice*. [Online] 2013, s.3. [Citace: 6. 2 2022.] http://cvut.mapovyportal.cz/OPPA_Rynda.pdf.
- 47) **SČS. 2021.** www.konzument.cz. *Udržitelná spotřeba při nákupu potravin*. [Online] 11 2021. [Citace: 24. 2 2022.] https://www.konzument.cz/users/files/06-projekty/rada-kvality/Udrzitelna-spotreba-potravin_studie_RK%C4%8CR.pdf.
- 48) **Schiffman, Leon et al. 2013.** *Consumer behaviour*. místo neznámé : Pearson Higher Education AU, 2013. ISBN 978-1-4860-1434-7.

- 49) **Solomon, M. et al. 2006, s.572.** *Consumer Behaviour: A European Perspective, 3.edition.* Harlow : Prentice Hall, 2006, s.572. ISBN: 978-0273-68752-2.
- 50) **Sustainable Development Goals. 2012.** www.un.org. *Goal 12: Ensure sustainable consumption and production patterns.* [Online] United Nations, 2012. [Citace: 17. 2 2022.] <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-consumption-production/>.
- 51) **UNDP. 2015.** www.undp.org. *What are the Sustainable Development Goals.* [Online] United Nations Development Programme, 2015. [Citace: 10. 2 2022.] https://www.undp.org/sustainable-development-goals?utm_source=EN&utm_medium=GSR&utm_content=US_UNDP_PaidSearch_Brand_English&utm_campaign=CENTRAL&c_src=CENTRAL&c_src2=GSR&gclid=Cj0KCQiAr5iQBhCsARIsAPcwROOObufJob3ViOlgPqAi8ZeUEXhMl1IH2dF2CECW3w5nYTOLNz-sci.
- 52) **UNEP. 1972.** <https://www.unep.org/>. *United Nations Environment Programme.* [Online] 1972. [Citace: 10. 2 2022.] <https://www.unep.org/about-un-environment>.
- 53) —. **2017.** www.unep.org. *Sustainable consumption and production policies.* [Online] UN Environment Programme, 2017. [Citace: 16. 2 2022.] <https://www.unep.org/explore-topics/resource-efficiency/what-we-do/sustainable-consumption-and-production-policies>.
- 54) **UNIC Praha. 2016.** www.osn.cz. *12. Zajistit udržitelnou spotřebu a výrobu.* [Online] 2016. [Citace: 17. 2 2022.] <https://www.osn.cz/sdg-12-zajistit-udrzitelnou-spotrebu-a-vyrobu/>.
- 55) **United Nations. 2019.** www.un.org. *Summit 2019.* [Online] 2019. [Citace: 10. 2 2022.] <https://www.un.org/en/summits2019/>.
- 56) —. **2018.** www.un.org/. *The Paris Agreement.* [Online] United Nations, 2018. [Citace: 10. 2 2022.] <https://www.un.org/en/climatechange/paris-agreement>.
- 57) **Ústav územního rozvoje. 2010.** <http://www.uur.cz/>. *Piliře udržitelného rozvoje.* [Online] 15. 11 2010. [Citace: 7. 2 2022.] <http://www.uur.cz/images/5-publikacni-cinnost-a-knihovna/internetove-prezentace/principy-a-pravidla-uzemniho-planovani/kapitolaA/A1-20101115.pdf>.

- 58) **Vysekalová, Jitka a kolektiv. 2011.** *Chování zákazníka*. Praha : Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3528-3.
- 59) **Zákon o životním prostředí, 17/1992 Sb. 1992.** www.mzp.cz/. *Zákon o životním prostředí*. [Online] 1992. [Citace: 6. 2 2022.] <https://www.mzp.cz/www/platnalegislativa.nsf/%24%24OpenDominoDocument.xsp?documentId=5B17DD457274213EC12572F3002827DE&action=openDocument>
- 60) **Závodná, Lucie Sára a kolega. 2014.** *Udržitelnost v podnikání*. Olomouc : www.vydavatelstvi.upol.cz, 2014. ISBN 978-80-244-4241-9.

8 Přílohy

Příloha č. 1

Seznam úvodních otázek pro podnikatele cukrárny-kavárny v obci Kravaře

- 1) Co si představujete pod pojmem udržitelný podnik?
- 2) Proč je podle vás důležité chovat se udržitelně?
- 3) Co je vaší hlavní motivací udržitelného chování?
- 4) Jaké jsou hlavní překážky, se kterými se ve vašem podniku setkáváte?
- 5) Jaké udržitelné praktiky (příležitosti) vám během provozu fungují?