



# **DIPLOMOVÁ PRÁCE**

Analýza politiky environmentální udržitelnosti v  
mezinárodní společnosti

Analysis of Environmental Sustainability Policy in an  
International Company

# **STUDIJNÍ PROGRAM**

Projektové řízení inovací

# **VEDOUcí PRÁCE**

Ing. Bronec Oldřich CSc.

MAĐAROVÁ

MONIKA

**2022**

## I. OSOBNÍ A STUDIJNÍ ÚDAJE

Příjmení: **Maďarová** Jméno: **Monika** Osobní číslo: **475160**  
Fakulta/ústav: **Masarykův ústav vyšších studií**  
Zadávající katedra/ústav: **Institut manažerských studií**  
Studijní program: **Projektové řízení inovací**

## II. ÚDAJE K DIPLOMOVÉ PRÁCI

Název diplomové práce:

**Analýza politiky environmentální udržitelnosti v mezinárodní společnosti**

Název diplomové práce anglicky:

**Analysis of Environmental Sustainability Policy in an International Company**

Pokyny pro vypracování:

Cílem Diplomové práce je zhodnotit míru environmentální udržitelnosti v mezinárodní společnosti Lush a navrhnout její další rozvoj a zlepšení. Práce bude rozdělena na teoretickou a praktickou část:  
Teoretická část: Obecný úvod do udržitelného rozvoje, obecný úvod do systému společenské odpovědnosti firem, obecné cíle a principy a následně aktuální environmentální problémy světa.  
Praktická část: Představení společnosti a její analýza environmentální udržitelnosti (výhody a nedostatky), stanovení cílů zlepšení, průzkum mezi zákazníky společnosti Lush, formulace zlepšení CSR systému a následný plán

Seznam doporučené literatury:

ČSN 01 0391: 2021 – Systém managementu společenské odpovědnosti organizací; Rebecca Bowens: Understanding The Iso 26000 Social Responsibility Standard and How It Relates to and Can Be Assessed Alongside Other Standards, [www.sgs.com](http://www.sgs.com); Halina Ward, The ISO 26000 international guidance standard on social responsibility: implications for public policy and transnational democracy, Fundation for Democracy and Sustainable Development, 2010; Lars Moratis and Timo Cochius: ISO 26000: The business Guide to the new Standard on Social Responsibility, Greenleaf Publishing, Sheffield, 2011; 26000 Guidance on social responsibility, International Organization for Standardization, Geneva 2009; Odkazy: [https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/doing-business-eu/corporate-social-responsibility-csr\\_cs](https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/doing-business-eu/corporate-social-responsibility-csr_cs)

Jméno a pracoviště vedoucí(ho) diplomové práce:

**Ing. Oldřich Bronec, CSc. Masarykův ústav vyšších studií ČVUT v Praze**

Jméno a pracoviště druhé(ho) vedoucí(ho) nebo konzultanta(ky) diplomové práce:

Datum zadání diplomové práce: **05.01.2022** Termín odevzdání diplomové práce: **28.04.2022**

Platnost zadání diplomové práce: \_\_\_\_\_

Ing. Oldřich Bronec, CSc.  
podpis vedoucí(ho) práce

Ing. Dagmar Skokanová, Ph.D.  
podpis vedoucí(ho) ústavu/katedry

prof. PhDr. Vladimíra Dvořáková, CSc.  
podpis děkana(ky)

## III. PŘEVZETÍ ZADÁNÍ

Diplomantka bere na vědomí, že je povinna vypracovat diplomovou práci samostatně, bez cizí pomoci, s výjimkou poskytnutých konzultací. Seznam použité literatury, jiných pramenů a jmen konzultantů je třeba uvést v diplomové práci.

\_\_\_\_\_  
Datum převzetí zadání

\_\_\_\_\_  
Podpis studentky

MAŘAROVÁ, Monika. *Analýza politiky environmentální udržitelnosti v mezinárodní společnosti*. Praha: ČVUT 2022. Diplomová práce. České vysoké učení technické v Praze, Masarykův ústav vyšších studií.



**MASARYKŮV ÚSTAV  
VYŠŠÍCH STUDIÍ  
ČVUT V PRAZE**

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem svou diplomovou práci vypracovala samostatně. Dále prohlašuji, že jsem všechny použité zdroje správně a úplně citovala a uvádím je v příloženém seznamu použité literatury.

Nemám závažný důvod proti zpřístupnění této závěrečné práce v souladu se zákonem č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) v platném znění.

V Praze dne: 28. 04. 2022

Podpis:

## **Poděkování**

Predovšetkým by som sa chcela poďakovať vedúcemu práce Ing. Oldřichovi Bronecovi CSc. za odborné rady a komentáre, dodávanie motivácie a tiež za všetku pomoc pri spracovaní diplomovej práce. Tiež ďakujem mojej rodine, ktorá ma počas štúdia podporovala a v neposlednom rade všetkým respondentom, ktorí mi vyplnili dotazník.

# Abstrakt

Predmetom diplomovej práce je analýza politiky environmentálnej udržateľnosti v medzinárodnej spoločnosti Lush. Cieľom diplomovej práce je zhodnotiť mieru environmentálnej udržateľnosti v medzinárodnej spoločnosti Lush a navrhnúť jej ďalší rozvoj a zlepšenie. Práca je rozdelená na teoretickú a praktickú časť. Teoretická časť sa venuje problematike trvalo udržateľného rozvoja, spoločenskej zodpovednosti firiem a súčasným environmentálnym problémom sveta. V praktickej časti je následne zhodnotená environmentálna udržateľnosť medzinárodnej spoločnosti Lush a vnímanie udržateľnosti a spoločenskej zodpovednosti jej zákazníkmi. Vyhodnotenie prebiehalo na základe dostupných dát a na základe dotazníkového prieskumu medzi zákazníkmi spoločnosti Lush. Výsledky dokazujú, že firma si dáva záležať na tom, aby jej činnosť bola čo najviac udržateľná a v súlade s ochranou životného prostredia. Taktiež je jasné, že zákazníci si tieto aktivity všímajú a považujú spoločnosť za udržateľnú.

## Kľúčové slová

trvalo udržateľný rozvoj, udržateľnosť, udržateľná výroba, spoločenská zodpovednosť firiem, environmentálne problémy sveta, ekológia, zodpovednosť

## Abstract

The subject of the diploma thesis is the analysis of environmental sustainability policy in the international company Lush. The aim of the diploma thesis is to evaluate the degree of environmental sustainability in the international company Lush and to propose its further development and improvement. The diploma thesis is divided into theoretical and practical part. The theoretical part deals with the issue of sustainable development, corporate social responsibility and the current environmental problems of the world. The practical part then evaluates the environmental sustainability of the international company Lush and the perception of sustainability and social responsibility by its customers. The evaluation was based on available data and a

questionnaire survey among Lush customers. The results prove that the company cares about the fact that its activities are as sustainable as possible and in accordance with environmental protection. It is also clear that customers notice these activities and consider the company sustainable.

## Key words

sustainable development, sustainability, sustainable production, corporate social responsibility, environmental problems of the world, ecology, responsibility



# Obsah

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Úvod.....</b>   | <b>5</b>  |
| <b>1 TRVALO UDRŽATEĽNÝ ROZVOJ .....</b>                                  | <b>7</b>  |
| 1.1 Vývoj udržateľného rozvoja.....                                      | 8         |
| 1.1.1 Štokholmská konferencia.....                                       | 9         |
| 1.1.2 Medze rastu.....   | 10        |
| 1.1.3 Montrealský protokol .....   | 10        |
| 1.1.4 Naša spoločná budúcnosť .....                                      | 11        |
| 1.1.5 Summit Zeme.....   | 12        |
| 1.1.6 Globálny strategický plán.....                                     | 13        |
| 1.1.7 Rio + 5 .....  | 14        |
| 1.1.8 Kjóto – prelomový medzník.....                                     | 16        |
| 1.1.9 Ďalší vývoj.....   | 18        |
| <b>2 VYMEDZENIE SPOLOČENSKEJ ZODPOVEDNOSTI FIRIEM .....</b>              | <b>24</b> |
| 2.1 Oblasti spoločenskej zodpovednosti firiem .....                      | 26        |
| 2.1.1 Ekonomická zodpovednosť firiem .....                               | 28        |
| 2.1.2 Sociálna zodpovednosť firiem.....                                  | 29        |
| 2.1.3 Environmentálna zodpovednosť firiem .....                          | 30        |
| 2.2 Aktivity environmentálnej zodpovednosti firiem .....                 | 31        |
| 2.2.1 Zaistenie súladu s environmentálnou legislatívou .....             | 32        |
| 2.2.2 Presadzovanie zodpovednej vnútornej environmentálnej kultúry ..... | 33        |
| 2.2.3 Presadzovanie zodpovedných vonkajších environmentálnych opatrení.. | 36        |
| 2.3 Prínosy aktivít environmentálnej zodpovednosti firiem.....           | 40        |
| <b>3 SÚČASNE ENVIRONMENTÁLNE PROBLÉMY SVETA.....</b>                     | <b>41</b> |
| 3.1 Voda a hygiena.....  | 42        |
| 3.2 Energie.....   | 43        |
| 3.3 Výroba a spotreba.....   | 44        |
| 3.4 Zmena klímy a jej dopady.....  | 46        |
| 3.5 Oceány a moria .....   | 46        |
| 3.6 Lesy, dezertifikácia a biologická rozmanitosť.....                   | 48        |
| <b>4 SPOLOČNOSŤ LUSH .....</b>   | <b>51</b> |

|       |  |           |
|-------|--|-----------|
| 4.1   | Hodnoty spoločnosti Lush.....                    | 51        |
| 4.2   | Darcovstvo Lush.....                             | 57        |
| 4.3   | Vplyv Lush.....                                  | 59        |
| 4.3.1 | Zásada životného prostredia .....                | 62        |
| 4.4   | Vyhodnotenie environmentálnej politiky Lush..... | 64        |
| 5     | DOTAZNÍKOVÝ PRIESKUM.....                        | <b>66</b> |
|       | <b>Záver .....</b>                               | <b>79</b> |
|       | <b>Zoznam použitej literatúry .....</b>          | <b>81</b> |
|       | <b>Zoznam obrázkov .....</b>                     | <b>87</b> |
|       | <b>Zoznam grafov .....</b>                       | <b>87</b> |
|       | <b>Zoznam skratiek .....</b>                     | <b>88</b> |

# Úvod

V súčasnosti je čoraz viac dôležité dbať na ochranu životného prostredia. V dôsledku priemyselnej výroby a neefektívneho využívania prírodných zdrojov sa životné prostredie nenávratne poškodzuje. Pojem udržateľnosť znamená napĺňať naše súčasné potreby bez toho, aby sme ohrozili schopnosť budúcich generácií uspokojiť ich vlastné potreby. Pre organizácie je udržateľnosť obchodným prístupom k vytváraniu dlhodobej hodnoty pôsobením v ekologickom, sociálnom a ekonomickom prostredí. Udržateľnosť je hodnota zdieľaná mnohými jednotlivcami a organizáciami, ktorí ju preukazujú vo svojich politikách, každodenných činnostiach a vo svojom správaní. Aby bola každá spoločnosť udržateľná, musí dosiahnuť rovnováhu medzi tromi silami (sociálnou, environmentálnou a ekonomickou). Existujú rôzne spôsoby, ako sa podnikanie môže stať udržateľným a to napríklad znižovaním odpadu, predchádzaním znečisteniu, prijímanie čistej energie, šetrenie vodou, ekologizácia planéty, používanie udržateľných materiálov, udržateľnosť ich produktov a prijímanie udržateľných obchodných politík. Zvyšujúci sa počet organizácií integruje udržateľnosť do svojej obchodnej stratégie, pričom si uvedomujú, že vďaka udržateľnosti môžu byť lepšími. Ak spoločnosť nedokáže prevziať zodpovednosť za jej aktivity, vedie to k problémom ako zhoršovanie životného prostredia, nerovnosť a sociálna nespravodlivosť.

Štruktúra diplomovej práce je rozdelená na dve časti a to teoretickú časť a následne na praktickú časť. V teoretickej časti sú tri kapitoly, ktoré popisujú trvalo udržateľný rozvoj, spoločenskú zodpovednosť firiem a následne aktuálne problémy sveta.

Praktická časť je rozdelená na dve časti. Prvá časť sa zaoberá politikou environmentálnej udržateľnosti spoločnosti Lush, druhá časť sa venuje pohľadu zákazníka na environmentálnu udržateľnosť a spoločenskú zodpovednosť spoločnosti Lush. Nasleduje zhodnotenie a prípadne odporúčenie na zlepšenie.

# **TEORETICKÁ ČASŤ**

# 1 TRVALO UDRŽATEĽNÝ ROZVOJ

V súčasnosti sa čoraz viac a viac venuje pozornosť udržateľnému rozvoju. Spôsobov ako vymedziť túto problematiku je mnoho a neexistuje jednotná definícia.

Jeden z autorov, ktorý sa venuje tejto problematike uvádza, že v Českej republike bol tento termín definovaný priamo zákonom a to v znení, že „*Trvalo udržateľný rozvoj spoločnosti je taký rozvoj, ktorý súčasným i budúcim generáciám zachováva možnosť uspokojovať ich základné životné potreby a pri tom neznižuje rozmanitosť prírody a zachováva prirodzené funkcie ekosystémov.*“ (Moldan, 2001, s. 79). Ďalej zdôrazňuje, že veľmi dôležité je spojenie termínov trvalá udržateľnosť a rozvoj, pretože jeden bez druhého stráca zmysel. Tiež je dôležité nezabúdať, že myšlienka trvalo udržateľného rozvoja je odpoveďou na rozpor medzi ochranou životného prostredia a hospodárskym rozvojom určitého typu.

Remtová opisuje tento pojem podľa Svetovej komisie pre životné prostredie a rozvoj z roku 1987 ako odpoveď na otázku ako by sa mala spoločnosť správať, aby nezdevastovala samu seba, aby jej vývoj nespôsoboval stále väčšie a väčšie znehodnotenie životného prostredia, ale práve naopak, aby viedol k jeho uzdravovaniu. Vďaka realizácii uzdravovacieho programu v USA počas rokov 1975 – 1985, pri ktorej bolo dokázané, že uzdravovanie životného prostredia nie sú schopné zabezpečiť koncové technológie, ale je nutné uplatniť stratégie prevencie, čiže vyhnúť sa vzniku procesov, pri ktorých sa znehodnocuje životné prostredie, bol pojem trvalo udržateľný rozvoj definovaný ako rozvoj spoločnosti, kedy súčasná generácia koná tak, aby svojím správaním neohrozila uspokojovanie potrieb budúcej generácie (Remtová, 2009, s. 49).

Myšlienka udržateľného rozvoja podľa Ministerstva životného prostredia je tá, že je to taký druh rozvoja, ktorý sa snaží o elimináciu alebo zmiernenie nežiaducich prejavov doterajšieho spôsobu vývoja ľudskej spoločnosti. To, že sa vývoj zakladá najmä na ekonomickom raste má nezvratnú zásluhu na tom, ako funguje a vyzerá naša planéta. Jedná sa v podstate o rozvoj na dlh, keďže prírodné zdroje sú limitované a pri nadmernom čerpaní sa naša planéta poškodzuje. Udržateľný rozvoj sa teda nezameriava len na ekonomický rast, ale aj na spoločenský význam a prírodné bohatstvo. Je potrebné sa zamerať na to, ako udržať kvalitu života a postarať sa o to, čo potrebuje súčasná generácia, bez toho aby sme ohrozili ďalšie generácie. Je dôležité si uvedomiť, že sociálny, environmentálny a ekonomický pilier je navzájom

prepojený a nie je možné dávať jednému prednosť na úkor ostatných. V posledných rokoch sa stala potreba urobiť našu planétu udržateľnou dôležitá nie len v Európe, ale aj v celom svete. Skoro všetky krajiny sa musia zaoberať problematikou ako je napríklad zmena klímy, rôzne demografické zmeny, strata úrody a mnoho ďalších. Keďže sa v súčasnosti technologická zmena výrazne zrýchľuje a tiež rastie prepájanie súčasného sveta, je potrebné, aby sme chápali svet v súvislostiach. OSN prijalo v roku 2015 17 cieľov udržateľného rozvoja, ktoré pomenovali ako „Rozvojové ciele tisícročia zamerané na problémy rozvojových krajín“. Tieto ciele sa týkajú všetkých krajín a prispieť k ich naplneniu môže každá krajina (Ministerstvo životného prostredia, 2019).



Obrázok č. 1 Pilie udržateľného rozvoja

Zdroj: Ministerstvo životného prostredia, 2019, [online]

## 1.1 Vývoj udržateľného rozvoja

Moldan uvádza, že už v polovici 19. storočia sa ľudstvo začalo zaujímať o ochranu prírody. V 60. rokoch založil nemecký biológ Ernst Haeckel prírodovednú disciplínu, ekológiu, ktorá sa stala teoretickým základom. Definoval ju ako náuku, ktorá prepája živé organizmy s ich okolím, či už je tvorené živými alebo neživými zložkami. Najviac sa prejavil záujem o nedotknutú prírodu ochranou niektorých území, z ktorých sa stali napríklad národné parky či prírodné rezervácie. Česká republika môže byť hrdá, že práve územia lesných porastov na Šumave alebo v Novohradských horách boli jedny z prvých chránených oblastí (Moldan, 2001, s. 22).

### 1.1.1 Štokholmská konferencia

Moldan uvádza, že Organizácia spojených národov sa začala usilovať o zlepšenie a predídenie ekologickej krízy. V roku 1972 sa na podnet OSN uskutočnila v Štokholme konferencia, ktorej sa pripisuje hlavný medzník vo vnímaní životného prostredia vo svetovom merítku a najmä správne označila primárne ekologické problémy:

1. V nebezpečenstve sú všetky územia a lokality, kde je produkcia toxických odpadov výrazne vyššia ako je únosná miera a bezprostredne ohrozuje zdravie človeka a takisto aj prírodu.
2. Z dlhodobého hľadiska môže byť oveľa horšie nebezpečenie, ktoré je spojené s porušením životodarných planetárnych systémov, ako je napríklad hydrologický cyklus či stratosférická ozónová vrstva.
3. Ľudstvo je ohrozené prehnaným a rýchlym čerpaním a užívaním obnoviteľných a neobnoviteľných zdrojov. Medzi obnoviteľne zdroje môžeme zaradiť vodu či pôdu, medzi neobnoviteľné napríklad nerastné suroviny.
4. Biologické bohatstvo planéty (rôzne druhy rastlín a živočíchov, rozmanitosť ekosystémov) sa míňa hrozivou rýchlosťou (Moldan, 2001, s. 22).

Tieto štyri oblasti indikovali aké je veľké ohrozenie našej planéty a následne Štokholmská konferencia oslovila jednotlivé krajiny, aby boli uskutočnené kroky na ochranu životného prostredia. Vďaka tejto výzve začala brať verejnosť daný problém vážne a začali vznikať inštitúcie, ktoré mali za úlohu venovať sa ochrane životného prostredia. Založil sa Program OSN pre životné prostredie (UNEP). Väčšina štátov prijala zákony, ktoré chránili zložky životného prostredia a taktiež boli zavedené štandardy kvality, ktoré určovali aké sú ešte prípustné hodnoty emisií škodlivín do ovzdušia a vody a následne sa začal budovať systém ochrany založený na princípe zákazov, limitov a štandardov. V 70. rokoch sa zameriavalo predovšetkým na oblasť ovzdušia a vody. Začali budovať čistiarnie odpadových vôd alebo rôzne filtračné zariadenia, avšak napriek tomu devastácia životného prostredia rástla. Každému začalo byť jasné, že technické opatrenia problém znečistenia životného prostredia nevyriešia (Moldan, 2001, s. 23).

## 1.1.2 Medze rastu

Následne sa začalo diskutovať o hlbších príčinách vzniku ohrozenia životného prostredia. V tejto problematike sa bral do úvahy najmä vzťah medzi hospodárskym rastom, životnou úrovňou, chudobou a ochranou životného prostredia. Tejto téme sa začal venovať známy kolektív autorov pod vedením D. Meadowsovej v knihe *Medze rastu* (Moldan, 2001, s. 23).

Autori knihy *Medze rastu*, ktorá sa považovala za bibliu ekológie na základe rozboru hospodárskych trendov jasne poukázali na to, že hlavný dôvod, prečo je prostredie zamorené a znečistené je hospodársky rast samotný. Jeho charakter bol exponenciálny, výrazne sa zvyšovala výroba železa, ocele, ťažba surovín, výroba potravín, ale taktiež aj množstvo znečistenia a rôzneho odpadu

Ukázalo sa, že žiadne nápravné opatrenia, ktoré dovtedy boli vykonané nemôžu hlavný problém vyriešiť a preto bolo navrhnuté, aby sa hospodársky rast zastavil.

Na túto výzvu však, v tejto dobe nebol schopný nikto odpovedať. Toto varovanie vzala spoločnosť vážne a podnikli kroky ako napríklad investície do geologického výskumu, aby sa našli nové ložiská nerastných surovín.

Teóriu nulového rastu svet odmietol, pretože bola nerealistická a taktiež nežiaduca, navyše autori ani nenaznačili cestu, ako by svet mohol dosiahnuť žiaduci stav. Nikto nebol ochotný zmieriť sa s tým, že hospodársky vývoj, ktorý prináša blahobyť a civilizačný pokrok by sa mal zrazu zastaviť. To by okrem iného viedlo k biede a hladu väčšiny rozvojových krajín. Následne bolo Valným zhromaždením v roku 1983 ustanovená Svetová komisia pre životné prostredie a rozvoj (Moldan, 2001, s. 23).

Táto komisia mala za úlohu znovu preskúmať vzťah medzi hospodárskym rozvojom a ochranou životného prostredia a prísť na účinnejší spôsob riešenia (Moldan, 2001, s. 22 – 23).

## 1.1.3 Montrealský protokol

V roku 1985 bol uzatvorený svetový dohovor o ochrane ozónovej vrstvy vo Viedni a tiež prišli aj ďalšie dôležité kroky svetového spoločenstva. O dva roky neskôr sa v Montreale podpísal mimoriadne významný protokol, ktorý účastnícke štáty zaviazal obmedziť používanie freónov a podobných látok. Keďže sa ukázalo, že situácia je ešte vážnejšia, následne boli spísané dodatky a to londýnsky, kodanský, montrealský a pekínsky



k montrealskému protokolu, ktoré jeho opatrenia ešte sprísnilo. Uzavretie tohto protokolu a jeho ďalších dodatkov bola prelomová udalosť v medzinárodnej snahe odvrátiť globálnu ekologickú krízu. Môžeme hovoriť o prvom praktickom a celosvetovom naplnení princípov predbežnej opatrnosti, ktorú v roku 1992 formulovala Deklarácia z Ria de Janeiro takto: „*Štáty musia za účelom ochrany životného prostredia prijímať podľa svojich schopností preventívne prístupy. Tam, kde hrozí vážna alebo nenapraviteľná škoda, nesmie byť nedostatok vedeckej istoty zneužitý pre odklad účinných opatrení, ktoré by mohli zabrániť poškodeniu životného prostredia.*“ (Moldan, 2001, s. 24).

#### 1.1.4 Naša spoločná budúcnosť

Moldan uvádza, že tri roky pracovala Svetová komisia pre životné prostredie a rozvoj pod vedením nórskej ministerskej predsedníčky Gro Harlem Brundtlandovej a v roku 1987 vydala záverečnú správu, ktorá mala približne 300 strán s názvom *Naša spoločná budúcnosť*.

Jej výsledok bol taký, že ekonomický rozvoj sa nemôže zastaviť, práve naopak, nádej je v jeho urýchlení. Je však dôležité, aby sa jeho podoba zmenila a rozvoj sa stal trvalo udržateľným.

*Medze rastu* prišli s výsledkom, že záťaž prostredia je priamoúmerná počtu ľudí a jej materiálnej úrovne, ktorá ma za následok hospodársky rast. K tomuto výsledku prišli vďaka ukazovateľom znečistenia a čerpania zdrojov na jednej strane a ukazovatele produkcie, spotreby a hospodárskeho výkonu (HDP) na druhej strane rástli paralelne po celú sledovanú dobu.

Koncepcia trvalo udržateľného rozvoja prišla s tým, že to, ako veľmi je prostredie zaťažené ešte závisí na ďalšom faktore, ktorým je ekologická náročnosť technologických postupov, ktoré zaisťujú danú životnú úroveň. Hospodársky rast môže pokračovať aj bez toho, aby sa priamoúmerne zvyšovala záťaž prostredia. Spotreba energie, materiálov nemusí len rásť, ale môže sa aj znižovať.

Štokholmská konferencia v roku 1972 mala heslo „Len jedna Zem“. Týmto sa jej organizátori snažili zdôrazniť hlavné posolstvo tohto stretnutia a to vedomie globálnej povahy ohrozenia životného prostredia, ktoré prekonal hranice jednotlivých štátov.

Správa *Naša spoločná budúcnosť* naviazala na toto heslo, keď za svoje motto zvolila „Od jednej Zeme k jednému svetu“. Dôvod prečo zvolili také heslo bol ten, že svet je

záležitosť ľudí, kde sa stretávajú rôzne politické, ekonomické a mnoho ďalších záujmov ľudských spoločností. Tento prístup značí, že ak sa snažíme o záchranu životného prostredia a celej biosféry, je potrebné si najprv uvedomiť, že je súčasťou ľudského sveta, ktorý je ovládaný rôznymi spoločenskými skupinami. Základnou jednotkou sú štáty, kde sa ich vlády snažia uchrániť si svoju moc a suverenitu.

Valné zhromaždenie OSN správu Svetovej komisie nakoniec schválilo. Avšak naďalej nebolo dostatočne zrejmé, ako by mal udržateľný rozvoj rôznych oblastí života vyzerieť, preto bola v roku 1992 zvolaná celosvetová konferencia OSN o životnom prostredí a rozvoji, ktorá by malo túto problematiku vyriešiť (Moldan, 2001, s. 24 – 25).

### 1.1.5 Summit Zeme

Hlavným prínosom tejto konferencie malo byť vytvorenie dohody o tom, ako by mal vyzerieť trvalo udržateľný rozvoj, ako ho dosiahnuť a akú má mať podobu v rôznych krajinách, predovšetkým v tých rozvojových.

Následne prebehli rôzne prípravné konferencie, kde sa pridružili všetky organizácie a programy OSN, Svetová banka a nevládne vedecké a priamo ekologické organizácie.

Predsedníčka Brundtlanová tvrdila, že je dôležité zvládnuť globálnu transformáciu od poľnohospodárskej a priemyselnej revolúcií a to prechodom k udržateľnému rozvoju. Porovnanie s priemyselnou a poľnohospodárskou revolúciou je opodstatnené, pretože aj tu sa jedná o úplne zásadnú premenu. Transformačné revolúcie trvali oveľa dlhšie, jedná sa o stovky až tisíce rokov, avšak prechod k trvalo udržateľnému rozvoju musí zvládnuť táto, prípadne dve ďalšie generácie, viac času nemáme.

Konferencia, ktorej heslom bolo „V našich rukách“ sa zhodla na tom, že je potrebná premena spoločnosti smerom k trvalo udržateľnému rozvoju, ktorá je jediným spôsobom, ako zložiť hrozbu globálnej ekologickej krízy, ktorou hlavnou príčinou sú trvalo neudržateľné vzorce výroby a spotreby. Zatiaľ v žiadnom odvetví nemá ekonomický vývoj trvalo udržateľný charakter. Jediná cesta k zlepšeniu je zladiť ekonomický rozvoj a ekologický princíp. Je jasné, že hospodársky rozvoj musí naďalej pokračovať, avšak je potrebné vylúčiť kvantitatívny rast materiálnej výroby a spotreby. Snaha je dosiahnuť kvalitatívny rozvoj, vďaka ktorému sa zvýši ľudský blahobyt bez toho, aby sme ničili prírodné zdroje alebo znižovali kvalitu prostredia. Len touto cestou

môžeme uspokojiť príslušné materiálne potreby a hlavne odstrániť chudobu vo veľkej časti nášho sveta (Moldan, 2001, s. 25 – 26).

### 1.1.6 Globálny strategický plán

Na Summit krajiny sa pripravili texty k podpisom dvoch významných dohovoroch a to o zmene klímy a o ochrane biodiverzity. Následne sa v Riu schválili tri dôležité dokumenty:

1. Deklarácia z Ria de Janeiro o životnom prostredí a rozvoji – má 27 článkov, ktoré dávajú do popredia stanoviska a potreby predovšetkým rozvojových krajín. Tieto články obsahujú významné a z oblasti medzinárodného práva nové princípy, ako je napríklad princíp predbežnej opatrnosti, potreba zahrnutia nákladov na ochranu životného prostredia do ceny výrobku, nevyhnutnosť posúdiť dôsledky činnosti pre životné prostredie ešte pred ich zahájením a mnoho ďalších.
2. Agenda 21 – akčný plán, ktorý obsahuje 40 kapitol a je rozdelený do štyroch častí:
  - a) Prvá časť sa venuje konkrétnym cieľom. Osobitná kapitola sa venuje potrebným zmenám vzorcov spotreby, čiže premena celého životného štýlu, hlavne v rozvinutých štátoch. Ďalšie kapitoly sa venujú medzinárodnej spolupráci, zdraviu človeka, boju s chudobou, otázkam ľudstva, ale aj integrácii aspektov životného prostredia a rozvoja do rozhodovacieho procesu.
  - b) Druhá časť je najrozsiahlejšia a venuje sa jednotlivým oblastiam životného prostredia v globálnom merítku. Zaoberá sa ako ochrániť atmosféru, biodiverzitu, zdroje vody, lesy, využitie pevninských zdrojov, ako zabrániť rastu púšti a suchu a ako bojovať s toxickými chemikáliami a rôznymi odpadmi.
  - c) V tretej časti sa dávajú do pozornosti skupiny ľudí, ktoré chce Agenda 21 zaujať. Obracia sa na vlády a parlamenty, ale taktiež aj na rôzne nevládne organizácie a ďalšie skupiny ako sú napríklad ženy, mládež, technici a vedci.
  - d) Štvrtá časť sa venuje skúmaním, akým prostriedkom zakomponovať Agendu 21 do života. Ide o finančné zdroje v medzinárodnom merítku, venuje sa presunu

technológií, rôznym vedeckým výskumom, vzdelaním spoločnosti a budovaníu medzinárodných inštitúcií.

3. Zásady obhospodarovania lesov – text tohto dokumentu je síce stručný, ale je zložitým kompromisom medzi potrebou vyspelých krajín na globálnu ochranu lesného bohatstva planéty a zdôrazňovaním suverenity jednotlivých krajín nad týmto významným prírodným bohatstvom.

Medzi hlavné prínosy konferencie v Rio de Janeiro teda môžeme zahrnúť to, že svet sa zhodol na tom, že v žiadnej krajine nemôžeme označiť súčasný spôsob hospodárenia za trvalo udržateľný a je dôležité dosiahnuť tento cieľ, aby ľudstvo mohlo prežiť.

To, že sa na tejto konferencii zúčastnili najvyšší predstavitelia väčšiny krajín sveta a následne potvrdili záujem o udržateľný rozvoj znamená, že sa táto vec stala neoddeliteľnou zložkou svetovej politiky na najvyššej úrovni a že závery tejto konferencie majú mimoriadnu váhu.

Rozvinuté krajiny si priznali, že je najmä na nich, aby prehodnotili ich neudržateľné hospodárenie, aby čo najviac pomáhali rozvojovým krajinám a aby sa správali v súlade so svojim významným postavením vo svete (Moldan 2001, s. 26 – 27).

### 1.1.7 Rio + 5

V roku 1997 sa uskutočnilo ďalšie zasadnutie Valného zhromaždenia OSN v New Yorku, ktoré malo za úlohu posúdiť pokrok, na ktorom sa dohodli na Summitu Zemi v roku 1992.

Témy, o ktorých sa diskutovalo na tomto zasadnutí môžeme rozdeliť do štyroch veľkých skupín:

1. Boli to hlavne prierezové problémy, ktorých úspešné riešenie podmieňuje plnú integráciu celkovej hospodárskej, environmentálnej, sociálnej a rozvojovej politiky. Rozvojové krajiny predovšetkým kládli dôraz na odstránenie chudoby a oprávnené vyčítali vyspelým krajinám, že im sľúbili rozvojovú pomoc, avšak nakoniec to bolo naopak a došlo k jej zníženiu. Rozvinuté krajiny videli problém v zmene vzorcov spotreby a výroby, pretože tu vidia skutočný základ riešenia problémov.

2. Druhá skupina sa zaoberala záležitosťou, ktorá sa týka ľudskej populácie. Mnohí autori tvrdia, že samotný rast je hlavná príčina globálnej krízy. Ďalej sa riešilo zdravie obyvateľstva, pri ktorom je najvýznamnejší indikátor očakávaná dĺžka života, ktorá rastie.  
Obavy vyvolala veľmi rýchla urbanizácia v rozvojových krajinách a s ňou späté rôzne prejavy mestského stresu. Dôležité sú aj problémy malých ostrovných štátov, ktoré sa cítia ohrozené kvôli stúpajúcej morskej hladiny, ktorú má za následok globálne otepľovanie.
3. Tretia skupina sa venovala problematike rozvoja významných hospodárskych odvetví, ktoré sú najviac spojené so životným prostredím a s čerpaním prírodných zdrojov. Riešila sa hlavne otázka energetiky, dopravy, hospodárstva, turizmu a cestovného ruchu.  
Vysoká pozornosť sa venovala práve doprave, ktorá bola jedným z najväčších nepriateľov životného prostredia, predovšetkým tá cestná, ale aj letecká.
4. Do štvrtej skupiny boli zaradené problémy, ktoré sa týkajú zložiek životného prostredia. Medzi priority zaradili zdroje sladkých vôd, moria a oceány, lesy, rôzne problémy ovzdušia a klímy, toxické chemikálie, odpady, rast púšti a prírodné katastrofy. V žiadnej z vymenovaných oblastí neboli zaznamenané kladné trendy, práve naopak tendencia bola skôr alarmujúca. Rástli obavy predovšetkým zo znečistenia oceánov, redukcií lesov, zmeny klímy a z úbytku rastlinných a živočíšnych druhov.

Mnohí označovali toto zasadnutie ako veľký neúspech, pretože sa neprijali žiadne záväzky, ktoré by pomohli znížiť škodlivé emisie alebo iné znečistenia, neuzavrel sa žiadny globálny dohovor, ani sa nedohodli na tom, že sa niečo pripraví. Vyspelé krajiny neprispeli žiadnou novou finančnou pomocou a progresívnejšie návrhy z rôznych oblastí sa zamietli. Tento Summit skončatoval, že je potrebné zvrátiť nepriaznivé trendy, avšak nič konkrétne sa nepredložilo, ako by sa to mohlo zmeniť.

Nebolo by správne hodnotiť zasadnutie len negatívne, pretože nešlo len o konferenciu ekologickú. Témou bolo zhodnotenie pokroku, ktorý bol dosiahnutý v naplňovaní myšlienok Agendy 21. Hlavnou otázkou je podoba rozvoja, ktorý mal byť sociálne priechodný, ekonomicky zabezpečený a navyše environmentálne únosný.

Positívne bolo, že sa podarilo presvedčiť spoločnosť o vážnosti týchto problémov, o ktoré sa začali zaujímať na najvyšších politických úrovniach.

Základnou témou tohto Summitu bola integrácia princípov ochrany životného prostredia, prírody a prírodných zdrojov do celkovej rozvojovej politiky. Následne prišli hlboké analýzy jednotlivých oblastí a odvetví a návrhy na opatrenia. Mnoho krajín prišlo so svojimi národnými stratégiami udržateľnosti, ktoré boli pomenované ako *Trvalo udržateľný rozvoj vo Švajčiarsku*, *V ústrety udržateľnosti v Rakúsku* a podobne. Všetko sú to dôležité dokumenty, avšak ešte obdivuhodnejšie sú informácie o veľkosti akcií menších rozmerov a značne konkrétneho charakteru.

Napríklad 70 % britských a 100 % švédskych obcí má spracovanú svoju lokálnu Agendu 21. Práve v obciach sa myšlienka trvalo udržateľného rozvoja uplatňuje najefektívnejšie (Moldan, 2001, s. 28 – 30).

### 1.1.8 Kjóto – prelomový medzník

V roku 1997 sa uskutočnila konferencia členských štátov Rámcového dohovoru o zmene klímy v Kjóte. Jednalo sa o 3. konferenciu zmluvných strán Rámcového dohovoru o zmene klímy, ktorý bol uzavretý v roku 1992 v Rio de Janeiro. Dohovor vyšiel na základe toho, že klíma planéty je ohrozená emisiami skleníkových plynov, hlavne kvôli spaľovaniu fosílnych palív. Zaväzovala zmluvné strany, aby sa snažili o maximálnu redukciu emisií.

Dva roky pred touto konferenciou sa uskutočnila konferencia v Berlíne, kde bolo rozhodnuté, že do konca roku 1997 vyjde záväzný protokol, ktorý mal za úlohu konkrétne kvantifikovať záväzky pre jednotlivé krajiny.

V čase medzi konferenciou v Berlíne a v Kjóte sa veľa diskutovalo o tom, ako by mala vyzeráť podoba predpokladaných záväzkov. Krajiny predložili mnoho návrhov, avšak najradikálnejšia bola Asociácia malých ostrovných štátov (spoločenstvo približne 50 členských štátov OSN), ktoré žiadali, aby sa do roku 2005 emisie zredukovali o 20 %. Reálnejší záväzok prijala Európska únia v roku 1997, ktorej predpoklad bol vytvorenie spoločnej bubliny nad Európou a celkovo by sa emisie znížili o 15 % do roku 2010. To by znamenalo pre niektoré krajiny radikálnejšie zníženie emisií, napríklad Rakúsko či Nemecko sa zaviazalo až k 25 % zníženiu emisií. Na druhej strane niektoré krajiny (napríklad Portugalsko či Grécko) by mohli svoje emisie zvýšiť. Hoci sa Európa snažila o zníženie emisií, Spojené štáty, ktoré podporovali ďalšie krajiny ako Austrália, Nový Zéland či Japonsko, tvrdili, že nie je potrebné uzatvoriť konkrétne záväzky. Konferencia v Kjóte odrážala túto zložitú situáciu. Znižovanie emisií skleníkových plynov

predstavuje veľký zásah do hospodárenia s energiou. Táto oblasť sa dotýka rôznych záujmov, či už politických, hospodárskych alebo morálnych, preto je jasné, že nedošli k žiadnemu radikálnemu riešeniu, ale ku kompromisu.

Kompromis v tomto prípade znamenal, že do roku 2012 priemyselne rozvinuté krajiny zredukujú svoje emisie v súčte o 5,2 %. Záväzky jednotlivých krajín boli rozdielne. Väčšina z 39 krajín, ktoré boli členom skupiny krajín Dodatku I, sa zaviazali, že svoje emisie znížia o 8 %. Je to Európska únia ako celok a okrem toho všetky jednotlivé štáty Únie. Spojené štáty sa zaviazali zredukovať svoje emisie o 7 %, čo bolo prekvapivé, pretože až do poslednej chvíle chceli len stabilizovať emisie na úroveň z roku 1990. Kanada, Maďarsko, Japonsko a Poľsko dala záväzok zredukovať emisie o 6 %. Prekvapivé bolo stanovisko Poľska a Maďarska, ktoré sa odchyľovalo od štátov Európskej únie a takáto opatrnosť nebola potrebná. Ďalej Chorvátsko sa zaviazalo znížiť svoje emisie o 5 % a stabilizáciu prisľúbili Nový Zéland, Ruská federácia a Ukrajina. Ako už bolo spomenuté, niektorým krajinám bolo dovolené, aby ich emisie vzrástli, Austrália mala povolené 8 %, Island 10 % a Nórsko 1 %.

Týmto sa zároveň zahájil medzinárodný obchod s redukciami emisií skleníkových plynov, ktoré boli vyjadrené ako tony oxidu uhličitého. Ak by sa stalo, že niektorý štát bude mať vyššie úspory ako sa zaviazal v protokole, môže tento prebytok (lepšie povedané úbytok) predať inému štátu, ktorý požadovanú redukciu nedosiahol. Takéto obchody však môžu byť uzatvárané len medzi 39 krajinami, ktoré sú uvedené v Dodatku I.

Kompromis, ku ktorému došlo na konferencii v Kjóte bol napadnutý radikálnejšími zelenými skupinami, ako je napríklad Greenpeace, ktorým tieto mäkké záväzky na záchranu svetovej klímy nestačili. Nemôžeme tvrdiť, že táto kritika nebola opodstatnená. Na druhej strane je potrebné poznamenať, že vďaka tejto konferencii sa učinil prvý nutný krok a následné sa otvorili dvere pre ďalší vývoj. Na výsledok tejto konferencie sa netreba pozeráť len ako na vrchol nejakého procesu, ale ako na začiatok. O pár rokov neskôr v roku 2000 sa uskutočnila ďalšia konferencia strán Rámcového dodatku o zmene klímy v Haagu. Na danej konferencii sa mali dohodnúť na konkrétnom pláne ako znížiť emisie skleníkových plynov v celosvetovom merítku. Avšak k žiadnej dohode nedošlo a to hlavne kvôli sporu medzi Európou a USA, s ktorými súhlasili aj ďalšie krajiny a to hlavne tie, ktoré produkujú ropu. Amerika sa pokúšala presvedčiť ostatných, že stačí zníženie emisií kúpiť od iných krajín. V podstate sa snažili presvedčiť iné štáty, aby si platili za ďalšie pokračovanie rastúcej

spotreby energie z fosílnych zdrojov. Európania trvali na tom, že hlavným prístupom musí byť zníženie emisií na vlastnom území (Moldan, 2001, s. 30 – 33).

### 1.1.9 Ďalší vývoj

Správa Európskej Únie *Európske životné prostredie na prelome storočia* konštatuje, že napriek 30-ročnému úsiliu za záchranu prostredia, prírody a prírodných zdrojov sa ani v Európe až na minimálne výnimky nepodarilo zamedziť nežiaduce trendy.

Tento stav si dobre uvedomovali členské štáty Európskej únie a taktiež aj Európska komisia v Bruseli. Európska únia opakovane zdôrazňovala nevyhnutnosť prechodu na udržateľný rozvoj.

Už v roku 1992 Maastrichtská zmluva zaradila udržateľný rozvoj za jeden z cieľov Európskej únie. Tento cieľ intenzívne posilnila Amsterdamská zmluva, ktorá tvrdí, že *„Cieľom spoločenstva je dosiahnutie harmonického, vyváženého a udržateľného rozvoja ekonomických aktivít.“* Ďalej sa v tomto článku hovorí o zlepšení kvality prostredia. Dôležité rozvinutie problematiky udržateľného rozvoja predstavuje ďalší článok, ktorý znie: *„Požiadavky ochrany prostredia musia byť integrované do formulácií i uskutočňovania politik a aktivít spoločenstva.“*

Článok bol návodom k trvalo udržateľnému rozvoju. Po schválení Amsterdamskej zmluvy predstavitelia európskych štátov poverili Komisiu, aby vypracovala podrobný dokument o tom, ako bude prebiehať napĺňanie tohto článku v konkrétnych odvetviach.

Na Európskom summite v Helsinkách v roku 1999 bolo posúdené, ako úspešne Komisia zvládla toto zadanie. Jednalo sa o kľúčové materiály, ktoré určovali politiku Európskej únie v tejto oblasti na dlhšie obdobie. Rozhodlo sa, že tieto dokumenty viac prehĺbia a prepracujú a finálnu verziu predložia na Európskom summite v Göteborgu v roku 2001.

Medzi hlavné zložky udržateľného rozvoja môžeme považovať:

1. Prísne dodržiavanie limitov, noriem a iných predpisov, ktoré sú súčasťou takzvaného environmental acquis – (súbor európskeho zákonodarstva, ktoré sa venuje životnému prostrediu). Jedná sa o veľmi rozsiahly súbor, ktorý obsahuje mnoho jednotlivých smerníc a zákonných predpisov.
2. Časom sa prístup o ochrane životného prostredia vyvíja, následne sa prestávajú zdôrazňovať opatrenia, ktoré vedú ku koncovým technológiám a naopak



začínajú sa uplatňovať preventívne postupy. Typický prístup je presadenie postupov v rámci procesu EIA (environmental impact assessment).

3. Ďalším významným krokom sú opatrenia, ktoré sú založené na moderných technológiách a nie sú náročné na suroviny, energiu a minimalizujú škodlivé emisie. Charakteristickou smernicou je smernica o integrovanej prevencii a obmedzovaní znečistenia (IPPC), ktorá je vyvinutá na koncepcii najlepšej dostupnej techniky.
4. Podstatnou súčasťou efektívnej politiky je zabezpečiť dostatok informácií v rôznych smeroch, napríklad informácie o tom aký stav má prostredie, o prijatých opatreniach či o rozvojových krajinách. Neoddeliteľnou súčasťou by mali byť informácie o záťaži prostredia z výroby, ako je napríklad register emisií a zdroje znečistenia.
5. Nutnou podmienkou je účasť širokej verejnosti a zložiek občianskej spoločnosti. Predpokladá to ako pozornosť a angažovanosť širokej verejnosti a jednotlivých spoločenských skupín (hlavne výrobcovia), tak aj dostatočnú úroveň informovanosti a vzdelanosti celej verejnosti.
6. Dôležitou časťou celej politiky je stanovenie cieľov, ktoré by sa mali kvantifikovať. Súvisí to s nutnosťou zavedenia súborov kvantitatívnych informácií, ktoré sú špecifikované indikátormi udržateľného rozvoja.
7. Jeden z najdôležitejších nástrojov efektívnej politiky ochrany prostredia je integrácia environmentálnych zreteľov do hospodárskych a iných aktivít.
8. Významným druhom nástrojov sú ekonomické nástroje, ktoré podnecujú k tomu, aby sa odstránili nežiaduce ekologické externality hospodárskej činnosti. Znamená to jednoznačné riešenie problematiky vlastníckych práv a uplatňovanie princípu, že znečisťovateľ musí platiť. Cieľom tohto princípu je, aby ceny odzrkadľovali ekologickú pravdu. Ekonomické nástroje majú rôznu podobu, napríklad podobu poplatkových systémov a v poslednom čase aj ekologická daňová reforma.
9. Ďalším dôležitým nástrojom sú dobrovoľné aktivity priemyslu, ktoré sú charakterizované celou radou aktivít, ako je napríklad EMAS (environmental management and audit scheme), normy rady ISO 14000, ekodizajn alebo ekoeфекtivita. Významné sú dobrovoľné dohody medzi priemyslom a vládou a systémy označovania ekologicky šetrných výrobkov (Moldan, 2001, s. 33 – 34).

## Johannesburgská deklarácia o udržateľnom rozvoji

V roku 2002 sa v Johannesburgu uskutočnil ďalší svetový Summit o udržateľnom rozvoji, kde bola prijatá politická deklarácia a realizačný plán obsahujúci ustanovenie, ktoré sa týka súboru činnosti a opatrení, ktoré majú byť prijaté, aby sa dosiahol rozvoj, ktorý je ohľaduplný k životnému prostrediu. Na tomto Summite sa rozhodlo o mnohých oblastiach, ktoré sa týkali vody, zdravia, energetiky, poľnohospodárstva, biologickej rozmanitosti a mnoho ďalších. V oblasti vody sa rozhodlo o partnerstve medzi verejným a súkromným sektorom, ktoré ma byť regulované vládou. Čo sa týka problematiky energetiky, bola vyzdvihnutá potreba rozlišovania dodávok energie a tiež potreba pridať ku globálnej ponuke energie obnoviteľné zdroje energie. V oblasti poľnohospodárstva sa bralo do úvahy všeobecné jednanie Dohody WTO (World Trade Organization) o poľnohospodárstve, ktorá zahrňovala prístup na trh a kládla dôraz na zníženie vývozných subvencií. Pri biologickej rozmanitosti, realizačný plán vyzýval k vytvoreniu medzinárodného režimu, ktorý mal za úlohu zabezpečiť spravodlivé zdieľanie výhod, ktoré plynú z využívania genetických zdrojov. Súčasťou toho bolo uznesenie Kjótskeho protokolu o redukcii skleníkových plynov pre štáty, ktoré to ratifikovali. Tie štáty, ktoré to ešte nevykonali, boli vyzvané k tomu, aby tento protokol ratifikovali. Toto uznesenie tiež obsahuje vytvorenie globálneho fondu solidarity na odstránenie chudoby a zahájenie desaťročného programu na podporu regionálnych a národných iniciatív, ktoré sa zameriavajú na zrýchlenie prechodu k životaschopným vzorcom spotreby a výroby (UN, 2002).

## Kjótsky protokol 2012

Hoci bol Kjótsky protokol prijatý v roku 1997, do platnosti sa dostal kvôli zložitému ratifikačnému procesu až v roku 2005. V roku 2012 bol v katarskej Dauhe k tomuto protokolu prijatý Dodatok na ďalšie obdobie záväzkov od roku 2013 do roku 2020. V októbri 2020 147 zmluvných strán uložilo listinu o prijatí, čím sa dosiahla hranica 144 akceptačných listín pre nadobudnutie platnosti dodatku z Dauhy. Novela nadobudla účinnosť posledný deň v roku 2020.

Táto novela obsahuje:

- Nové záväzky pre všetky zmluvné strany, ktoré odsúhlasili prijatie záväzkov v druhom záväznom období od roku 2013 do roku 2020;

- Revidovaný zoznam skleníkových plynov, o ktorom majú zmluvné strany informovať v druhom záväznom období;
- Zmeny a dodatky k niektorým článkom Kjótskeho protokolu, ktoré odkazovali na otázky vzťahujúce sa na prvé záväzné obdobie, a ktoré bolo nevyhnutné aktualizovať pre ďalšie záväzné obdobie (UNFCCC, 2022).

V prvom záväznom období sa 37 priemyselných krajín a ekonomík v procese zmeny a Európske spoločenstvo zaviazali zredukovať emisie skleníkových plynov v priemere o 5 % oproti úrovni z roku 1990. V druhom záväznom období sa zaviazali zmluvné strany znížiť emisie skleníkových plynov minimálne o 18 % oproti úrovni z roku 1990. V druhom záväznom období však bolo rozdielne zloženie zmluvných strán.

Jeden z významných prvkov tohto protokolu bolo vytvoriť flexibilné trhové mechanizmy, ktorých podstatou je obchodovanie s emisnými povolenkami. Podľa tohto protokolu sú krajiny záväzné splniť svoje ciele hlavne pomocou vnútroštátnych opatrení. Kjótsky protokol im dáva možnosť využiť dodatočné prostriedky na splnenie svojich cieľov. Jedná sa o tri trhové mechanizmy:

1. medzinárodné obchodovanie s emisiami – toto obchodovanie umožňuje krajinám, ktoré ušetrili emisné jednotky (emisie ich povolili, ale „nevyužili“) predáť nadbytočné množstvo krajinám, ktoré prekročili svoje ciele. To malo za následok vznik novej komodity v podobe zníženia alebo odstránenia emisií.
2. mechanizmus čistého rozvoja – podľa tohoto mechanizmu krajina, ktorá sa zaviazala znížiť alebo obmedziť emisie, môže realizovať projekt s cieľom znížiť emisie v rozvojových krajinách.
3. spoločná implementácia – *„táto implementácia ponúka zmluvným stranám flexibilné a nákladovo efektívne prostriedky na splnenie časti ich kjótskych záväzkov, zatiaľ čo hostiteľská zmluvná strana ťaží zo zahraničných investícií a transferu technológií.“* (UNFCCC, 2022).

V skratke tieto mechanizmy napomáhajú tomu, aby začiatok znižovania emisií skleníkových plynov bol tam, kde je to najefektívnejšie z pohľadu nákladov, napríklad v rozvojových krajinách. Ak sa emisie odstránia z atmosféry, je jedno, kde sa znížia.

*„Kjótsky protokol tiež zaviedol prísny systém monitorovania, preskúmania a overovania, ako aj systém dodržiavania predpisov, aby sa zabezpečila transparentnosť a aby sa strany zodpovedali. Podľa protokolu sa skutočné emisie krajín musia*

*monitorovať a musia sa viesť presné záznamy o uskutočnených obchodoch.” (UNFCCC, 2022).*

Rio+20 – Konferencia OSN o trvalo udržateľnom rozvoji

Táto konferencia sa konala v roku 2012 v brazílskom Rio de Janeiro a považuje sa za jedno z najväčších podujatí v histórii OSN. Poukázala na možnosť presmerovania a oživenia politického záväzku k trom oblastiam udržateľného rozvoja:

- a) ekonomický rast,
- b) sociálne zlepšenie
- c) ochrana životného prostredia.

Rio +20 bolo orientované na tieto témy:

- zelené hospodárstvo v kontexte udržateľného rozvoja a eliminácie chudoby,
- inštitucionálny rámec trvalo udržateľného rozvoja.

Výsledky:

Hlavné časti tejto konferencie boli dohoda o vytvorení súboru globálnych cieľov trvalo udržateľného rozvoja (SDG) a vytvorení politického fóra na vysokej úrovni o trvalo udržateľnom rozvoji. Výsledný dokument poukazuje na to, ako je možné použiť zelené hospodárstvo ako nástroj na dosiahnutie trvalo udržateľného rozvoja, podporuje Program OSN pre životné prostredie, napomáha k opatreniam na reportovanie informácií o udržateľnosti podnikov a podniká kroky, ktoré presahujú rámec HDP s cieľom posúdiť blahobyť krajiny.

*„Tento dokument vyzýva krajiny, aby sa snažili dosiahnuť svet „neutrálny voči degradácii pôdy“ (ktorý bude implementovaný prostredníctvom Dohovoru OSN o boji proti dezertifikácii), aby integrovali plánovanie a budovali udržateľné mestá a mestské osady (prostredníctvom pomoci miestnym orgánom), aby posilnili hodnotenie rizík a vyvinuli nástroje na zníženie rizika katastrof.” (AG, 2021).*

Rio+20 prinieslo aj niekoľko významných výsledkov v oblasti oceánov:

- Obnoviť zdravie, produktivitu a odolnosť oceánov a morských ekosystémov a zachovať ich biodiverzitu umožňujúcu ich ochranu a trvalo udržateľné využívanie pre súčasné a budúce generácie a efektívne uplatňovať ekosystémový prístup a preventívny prístup pri správe oceánov.
- Prijatť opatrenia týkajúce sa chránených morských oblastí; zrušiť dotácie pre rybolov; bojovať proti znečisteniu morí a cudzím inváznym druhom a riešiť problémy spojené so stúpaním hladiny morí.
- Prijatť opatrenia na dosiahnutie výrazného zníženia morského odpadu do roku 2025.
- Naliehavo prijať opatrenia potrebné na udržanie alebo obnovu všetkých zásob rybolovu aspoň na úrovne, ktoré môžu priniesť maximálny udržateľný výnos a urýchlene vypracovať a implementovať vedecky podložené plány riadenia na dosiahnutie tohto cieľa (AG, 2021).

#### Agenda 2030

V súčasnej dobe najvýznamnejší dokument, ktorý vznikol na Konferencií OSN o udržateľnom rozvoji v New Yorku v roku 2015 je Agenda 2030. Je v ňom stanovených 17 cieľov, ktoré by mali štáty naplniť do roku 2030. Tento program bude viac rozpracovaný v ďalšej časti diplomovej práci.

#### Glasgowský klimatický pakt 2021

Rozhodnutia tejto konferencie pozostávali z radu odsúhlasených bodov vrátane zvýšeného úsilia o vybudovanie odolnosti voči klimatickým zmenám, obmedzenie emisií skleníkových plynov a poskytnutie potrebných financií pre obe strany. Národy opätovne potvrdili svoju povinnosť splniť svoj záväzok a to poskytnúť 100 miliárd dolárov ročne z rozvinutých do rozvojových krajín. Spoločne sa dohodli, že budú pracovať na znížení rozdielu medzi existujúcimi plánmi znižovania emisií a tým, čo je potrebné na zníženie emisií, aby sa nárast globálnej priemernej teploty mohol obmedziť na 1,5 stupňa (UNFCCC, 2021).

## Súčasnosť

Dnešný rámec trvalo udržateľného rozvoja je dosť silný, aj keď je pred nami ešte dlhá cesta. Najnovšia správa IPCC ukázala, že bude potrebné rýchlo uskutočniť veľké zmeny týkajúce sa zníženia emisií CO<sub>2</sub>, aby sa rastúca teplota Zeme udržala pod 2° C a zabránilo sa jej ničivým vplyvom.

Existuje veľa aktérov, ktorí pracujú s rôznym publikom v rôznych oblastiach udržateľnosti. Spája ich rovnaký cieľ – zvyšovať povedomie o tejto téme a vytvárať podmienky pre jej rast a rozvoj. Jedným z hlavných hráčov je OSN, kde rôzne tímy okrem organizovania stretnutí svetových lídrov aktívne pracujú na viacerých kampaniach podporujúcich udržateľnosť.

Pokiaľ ide o obchod, Svetová obchodná rada pre trvalo udržateľný rozvoj (WBCSD) pomáha svojim členským spoločnostiam urýchliť transformáciu ich podnikania s cieľom vytvoriť udržateľný svet. Existujú aj niektoré certifikácie, ktoré odmeňujú podniky s najlepšimi postupmi pre planétu, ako je hnutie B-Corp, Rainforest Alliance, Fairtrade Foundation alebo Hnutie vedomého kapitalizmu (YM, 2020).

## 2 VYMEDZENIE SPOLOČENSKEJ ZODPOVEDNOSTI FIRIEM

*„Koncept spoločenskej zodpovednosti firiem, z anglického súvetia Corporate Social Responsibility (CSR) má dlhú históriu. Idea spoločenskej zodpovednosti firiem sa objavuje už v 30. rokoch 20. storočia. Jeho moderné základy sú tak spájané s rokom 1953, v ktorom H. R. Bowen, označovaný ako „otec spoločenskej zodpovednosti firiem“, vydal knihu Social Responsibilities of the Businessman.“ (Carroll, 1999, s. 270).*

V tejto knihe sa uvádza, že je povinnosťou podnikateľov urobiť také politiky a rozhodnutia, ktoré sú potrebné z hľadiska cieľov a hodnôt našej spoločnosti (Bowen, 1953, s. 6).

V odbornej literatúre môžeme nájsť mnoho definícií tohto pojmu. Carroll uvádza, že tento pojem sa najviac spomína a vymedzuje v 60. a 70. rokoch minulého storočia a neskôr v 80. rokoch sa pozornosť autorov upriamuje na iné témy, ktoré sa spájajú s CSR. Ako jednu zo základných definícií konceptu CSR Carroll označuje definíciu Davisa z roku

1960, podľa ktorej spoločenská zodpovednosť firiem znamená také aktivity, ktoré presahujú priame technické, ale aj ekonomické záujmy firmy. Ďalšia definícia je od McGuira, ktorý uvádza, že myšlienka spoločenskej zodpovednosti firiem sa zakladá na tom, že firma má okrem ekonomických a právnych záväzkov aj istú zodpovednosť voči spoločnosti a to nad rámec týchto záväzkov (Caroll, 1979, s. 479).

Neskôr sa v rámci vymedzenia CSR začína spomínať hľadisko zainteresovaných strán, teda sa objavuje otázka, voči komu by mala byť firma zodpovedná. Ako jeden z príkladov môžeme uviesť myšlienku Johnsona (1971), ktorý uvádza, že spoločensky zodpovedná firma je taká, ktorej manažment vie zladať záujmy vlastníkov, zamestnancov, ale aj dodávateľov či miestnej komunity (Caroll, 1999, s. 273).

V 70. rokoch minulého storočia sa pozornosť stále zameriavala na vymedzenie oblasti spoločenskej zodpovednosti. Steiner (1975) uvádza, že pod pojmom spoločenská zodpovednosť firiem rozumieme súhrn zodpovedností, ktoré obsahujú nie len zaužívanú ekonomickú funkciu či uznávanie vládnych regulačných krokov, ale aj dobrovoľné aktivity (Caroll, 1979, s. 498).

*„Spoločenská zodpovednosť firmy zahrňuje ekonomické, právne, etické a ďalšie dobrovoľné očakávania, ktoré má spoločnosť voči firmám v danom čase.“* (Caroll, 1979, s. 500).

Vymedzenie pojmu CRS na inštitucionálnej úrovni bol definovaný radou inštitúcií. Ako príklad môžeme uviesť definíciu Európskej komisie z roku 2001, podľa ktorej je spoločenská zodpovednosť firiem idea, na základe ktorej firmy nenútené zaraďujú sociálne a ekologické hľadiska do svojej podnikateľskej činnosti a vzájomných vzťahov so svojimi stakeholdermi (Evropská komise, 2001, s. 8).

Následne v roku 2011 Európska komisia odporučila nové vymedzenie, podľa ktorého spoločenská zodpovednosť firiem je zodpovednosť firiem za dopad ich aktivít na spoločnosť (Evropská komise, 2011).

Ak by mala byť táto zodpovednosť naplnená, je potrebné dodržiavať platné právne predpisy, kolektívne dohody a následne vytvoriť systém, ktorý bude začleňovať sociálne, environmentálne a etické otázky a hľadiská, ktoré sa týkajú ľudských práv či záujmu spotrebiteľov do stratégie a činnosti firiem a to v partnerstve so zainteresovanými stranami (Evropská komise, 2011).

Definícia World Business Council for Sustainable Development je ďalším príkladom konceptu CSR na inštitucionálnej úrovni, podľa ktorej spoločenská zodpovednosť znamená nepretržitú povinnosť firiem prispievať k ekonomickému rozvoju a zároveň

skvalitňovať život zamestnancov a ich rodín a takisto aj komunity a celej spoločnosti (WBCSD, 1998).

Z pohľadu všetkých typov organizácií vymedzuje pojem spoločenská zodpovednosť norma ČSN ISO 26000:2011 – Pokyny pre oblasť spoločenskej zodpovednosti. Táto norma opisuje spoločenskú zodpovednosť ako zodpovednosť organizácie za to, aký dopad má ich rozhodnutie a činnosti na životné prostredie a spoločnosť prostredníctvom etického správania, ktoré má dopad na udržateľný rozvoj, zdravie a dobré podmienky na život v spoločnosti, taktiež venuje pozornosť očakávaniu zapojených strán, je v súlade s príslušnou legislatívou a medzinárodnými štandardmi správania a je integrované v rámci celej organizácie (ČSN ISO 26000).

Ako môžeme vidieť definície CSR obsahujú niekoľko spoločenských aspektov. Ide o zmienku o stakeholderoch, následne zdôraznenie dobrovoľnosti spoločensky zodpovedného správania a v neposlednom rade o vymedzenie oblasti CSR ako triple bottom line, čiže oblasť ekonomická, environmentálna a sociálna (Tetřevova a kol., 2017, s. 19).

## 2.1 Oblasti spoločenskej zodpovednosti firiem

Základné ponímanie oblasti vyplýva z tzv. triple bottom line. Ide o tri piliere CSR, ktoré niektorí autori označujú aj ako „3P“ a to profit, people a planet (Pavlík, Bělčík a kol., 2010, s. 25).

Ekonomická zodpovednosť vyjadruje zodpovednosť, ktorá má základ v transparentnom podnikaní, uplatňovaní princípov dobrého riadenia a tiež berie do úvahy pozitívne vzťahy so stakeholdermi. Sociálna zodpovednosť je založená na zodpovednom správaní voči zamestnancom a verejnosti. Ďalší pilier je environmentálna zodpovednosť, ktorej cieľom je minimalizovať negatívny dopad na životné prostredie (Tetřevova a kol., 2017, s. 21).

Ďalšie vymedzenie od Steinerovej uvádza štyri aspekty CSR, a to trh (ekonomická zodpovednosť), pracovné prostredie (sociálna zodpovednosť, ktorá je vo vzťahu k zamestnancom), miestna komunita (sociálna zodpovednosť, ktorá je vo vzťahu k verejnosti) a životné prostredie (environmentálna zodpovednosť) (Steinerová, Makovski, 2008, s. 5).

Ďalší pohľad na oblasť CSR ponúka Carroll, ktorý špecifikuje štyri aspekty CSR a to ekonomickú zodpovednosť, právnu zodpovednosť, etickú zodpovednosť a



filantropickú zodpovednosť. Ekonomická zodpovednosť znamená produkovať služby a výrobky, ktoré spoločnosť vyžaduje a následne ju realizovať za účelom zisku. Právna zodpovednosť znamená uznávanie právnych noriem a regulačné opatrenia. Etická zodpovednosť obsahuje aktivity a správanie, ktoré presahujú zákon a sú od firmy spoločnosťou očakávané a to s prihliadnutím na morálne normy. Filantropická zodpovednosť spočíva v podobe darcovstva vo všetkých podobách (Caroll, 1979, s. 499 – 500).

Podľa Tetřevovej je toto poňatie aspektov CSR diskutabilné kvôli tomu, že CSR predstavuje činnosť nad rámec zákona a teda právna zodpovednosť by sa nemala zahŕňať do aspektov CSR a navyše odsúva do úzadia environmentálny a sociálny aspekt CSR a niektoré činnosti týchto oblastí dáva do zodpovednosti právnej, etickej alebo filantropickej. V súčasnosti je environmentálna zodpovednosť kľúčová a tiež nemôžeme zabúdať ani na sociálnu zodpovednosť, pretože úspech firiem závisí na kvalite, spokojnosti a v neposlednom rade na výkonnosti ich zamestnancoch (Tetřevová a kol., 2017, 23).

Ďalší pohľad na poňatie aspektov CSR má Tetřevová, ktorý obsahuje päť typov zodpovednosti:

1. Ekonomickú – jedná sa o zaistenie užitočných výrobkov a služieb pre spoločnosť, ktoré sú v požadovanom množstve a kvalite za rozumnú cenu pri súčasnej realizácii primeraného zisku pre vlastníkov;
2. Sociálnu – zakladá sa na rešpektovaní širokého spektra potrieb a záujmu ľudských zdrojov;
3. Environmentálnu – snaží sa zamedziť negatívne externality a proaktívne naplniť environmentálne opatrenia;
4. Etickú – spočíva v tvorbe a uplatnenia etických noriem;
5. Filantropickú – realizuje sa formou firemného dobrovoľníctva a darcovstva (Tetřevová, 2011, s. 615).

### 2.1.1 Ekonomická zodpovednosť firiem

Bowen načrtol myšlienku, že máme podniky, ktoré slúžia v prospech verejnosti a teda mali by sa riadiť pravidlami, ktoré stanoví spoločnosť a taktiež by mali venovať pozornosť cieľom, ktoré sú pre prospech verejnosti (Bowen, 1953, s. 65 – 66).

Na druhej strane Friedman zastával názor, že na úspešné fungovanie spoločnosti je potrebné mať úzku špecializáciu jej prvkov, teda aj podnikov. Tvrdil, že podnik je ekonomická inštitúcia a svoju pozornosť má upriamiť na ekonomické ciele, spoločensky zodpovedné správanie bude podnik uskutočňovať cez vytvorený zisk. Jediná spoločenská zodpovednosť, ktorú podnik má, je maximalizovať zisk pre vlastníkov, čím sú chránené ich vlastnícke práva (Friedman, 1970, s. 33).

Podľa Lodgeho sa na podnik nemôžeme pozeráť ako na inštitúciu súkromnú, ale ako na inštitúciu sociálnu a všetky prínosy, ktoré sú vytvárané podnikom by mali byť kolektívne zdieľané (Lodge, 1977, s. 86 – 87).

S týmto názorom sa stotožňoval aj Freeman, ktorý tvrdil, že podnik je zodpovedný všetkým zainteresovaným stranám, nie len vlastníkom (Freeman, 1984, s. 27– 28).

Friedmanovo tvrdenie, že spoločensky zodpovedné činnosti znižujú ekonomickú výkonnosť podniku stále nachádza svojich odporcov, ale aj zástancov. Zástancovia zdieľajú názor, že činnosti spoločenskej zodpovednosti vyvolávajú dodatočné náklady. Ako príklad môžeme uviesť tvrdenie od McGuire, ktorý tvrdí, že tieto náklady môžu podnik priviesť do ekonomickej nevýhody oproti menej spoločensky zodpovedným podnikom. Avšak odporcovia oponujú, že spoločensky zodpovedný podnik nemá problém s pracovnou silou, je atraktívny pre zákazníkov, majú lepšiu pozíciu pri vyjednávaní s vládou či s investormi, čo vlastne upevňuje ekonomickú výkonnosť podniku. Tá je dôležitá, aby bola organizácia úspešná a dokázala prežiť v budúcnosti (Mihaliková a kol., 2011, s. 108).

Otázku dôležitosti ekonomickej činnosti v ponímaní CSR spracovali napríklad Tuzzolino a Armandi, ktorí uplatnili na tento koncept motivačnú teóriu na základe Maslowej hierarchie potrieb. Podľa nich prijíma podnik koncept CSR vtedy, keď uspokojí tri úrovne potrieb a to psychologické potreby, ktoré sú naplnené podnikovým ziskom, bezpečnostné potreby, ktoré sú uskutočnené realizovaním úspešnej dividendovej politiky a posledná úroveň potrieb je zaručenie konkurencieschopnosti (Tuzzolino a Armandi, 1981, s. 25 – 27).

Ullmann následne doplnil, že predtým ako podnik venuje svoje zdroje v prospech spoločensky zodpovedných činností, najprv musí dosahovať nejaký stupeň

ekonomickej výkonnosti. Toto tvrdenie vychádza z toho, že podniky, ktoré dosiahli vysokú ekonomickú výkonnosť sa vysoko angažujú v spoločenských činnostiach. Naopak podniky, ktoré nemajú až tak stabilnú hodnotu akcií, nebudú ochotné svoje zdroje vynakladať na spoločenské aktivity (Ullmann, 1985, s. 554).

Uskutočnilo sa mnoho výskumov na vzťah medzi spoločensky zodpovednými činnosťami a ekonomickou výkonnosťou podniku, podľa Tetřevovej záverom je, že ekonomická činnosť podniku, ktorej cieľom je dosahovať zisk, je hlavným predpokladom pre realizovanie spoločensky zodpovedných činností a nie je možné, aby podnik, ktorý nemá dobré ekonomické výsledky dlhodobo realizoval koncept CSR (Tetřevová a kol., 2017, s. 47).

## 2.1.2 Sociálna zodpovednosť firiem

*„Sociálna oblasť v rámci spoločenskej zodpovednosti firiem sa týka zamestnancov. Súvisí so starostlivosťou o nich a tiež s pracovným prostredím a pracovnými podmienkami, ktoré pre nich firma vytvára.“* (Tetřevová a kol., 2017, s. 62).

Kunz (2012, s. 22) uvádza, že je potrebné, aby si podnikatelia uvedomili, že jedným z najdôležitejších faktorov úspešnej firmy je spokojný a motivovaný zamestnanec.

Naša práca tvorí podstatnú zložku nášho každodenného života a trávime v nej jeho veľkú časť. Či sme v práci spokojní sa následne odzrkadľuje na kvalite nášho života, ale taktiež tu môžeme zaradiť ďalšie faktory, ako sú napríklad priatelia, rodina či koníčky. Na to, aby sme v práci radi trávili čas, potrebujeme značnú pracovnú motiváciu. Ľudia majú rozličné dôvody na to, prečo do práce chodia. Ide predovšetkým o finančné zabezpečenie rodiny, niekto sa usiluje vybudovať si kariéru, alebo ho práca proste baví a napíňa. Väčšinou ide o kombináciu týchto motívov. Každopádne podnik nemôže očakávať že cieľ, ktorý si stanovil dosiahne s nespokojnými zamestnancami. Je potrebné, aby firmy realizovali nie len kroky k stimulácií zamestnancov, ale aby vykonali aktivity, ktoré sú nad rámec ich zákonných povinností (Tetřevová a kol., 2017, s. 62).

Autori Pavlík, Bělčík a kol. (2010, s. 64) uvádzajú, že vo firmách, ktoré venujú pozornosť sociálnej oblasti CSR, sú zamestnanci viac motivovaní a kreatívnejší, čím sa zvyšuje produktivita ich práce. Ak firma chce podnietiť motiváciu svojich zamestnancov, vďaka ktorej dosiahne vysoký stupeň výkonu zamestnancov, musí nájsť vhodný spôsob jej stimulácie. To, či sú zamestnanci dostatočne stimulovaní, závisí od firemných

manažéroch. V súčasnosti nie je najdôležitejšie len to, aby manažér dokázal prácu dobre zorganizovať a rozdeliť úlohy, ale aj to, aby vedel svojich zamestnancov inšpirovať na vykonávanie ich práce. Pracovná spokojnosť zamestnanca je veľmi široký pojem. Ide o všetky prejavy pracovníka vo vzťahu k profesii, pracovným podmienkam, prostrediu a mnoho ďalších.

### 2.1.3 Environmentálna zodpovednosť firiem

*„Súčasťou spoločenskej zodpovednosti firiem je nepochybne environmentálna zodpovednosť, teda zodpovednosť voči prírode a životnému prostrediu. Pravdou však zostáva, že táto oblasť zodpovednosti je považovaná za akýsi neodmysliteľný základ či nevyhnutnú podmienku, pričom teoretické východiská pre tento predpoklad nebývajú príliš často diskutované.“* (Tetřevová a kol., 2017, s. 76).

Tetřevová a kol. (2017, s. 62) uvádzajú, že ak berieme do úvahy zodpovednosť voči životnému prostrediu a prírode, jedná sa o vplyv na atmosféru, vodné zdroje, ale aj faunu a flóru a ďalšie časti, na ktoré podnik vplýva a teda vôbec nie je jednoduché voči nim uplatniť klasické etické správanie. Čoraz viac sa začína otázka životného prostredia objavovať v posledných desaťročiach, je to z toho dôvodu, že ľudské aktivity začali narúšať prirodzenú prírodnú rovnováhu. Podniky sa označujú za jednu z hlavných príčin tejto nerovnováhy, ktorá je zapríčinená nadmernou výrobou, ktorá má za následok nadmernú spotrebu a vznik odpadov, čo vedie k významnému poškodeniu životného prostredia.

Názory na túto problematiku nie sú jednotné. Bowie zastával názor, že *„podnik je environmentálne zodpovedný len na úrovni dodržiavania legislatívnych požiadaviek. Nad rámec týchto požiadaviek sa môže podnik angažovať len pre zaistenie vyššieho blahobytu a bohatstva majiteľov.“* (Bowie, 2013, s. 91).

Ďalšiu myšlienku predniesol Hoffman (1991, s. 177), ktorý považoval prírodu za samostatnú hodnotu, a tak nemôže byť zredukovaná na úkor rastu či blahobytu. Musí byť v záujme podnikov túto hodnotu strážiť a eliminovať akúkoľvek činnosť, ktorá by znížila hodnotu životného prostredia.

Kým v iných oblastiach spoločenskej zodpovednosti sa dajú určiť hlavné motívy zodpovedného správania, pre environmentálnu oblasť ide v zásade o prenesené motívy, ktoré sú ekonomické, sociálne a politické (Mazurkiewicz, 2004, s. 8).

- a) Ekonomické motívy – obsahujú značný vplyv environmentálnych opatrení na reputáciu podniku. Výrobky, ktoré neškodia životnému prostrediu posilňujú image firmy, ale taktiež aj zvyšujú konkurenčnú výhodu firmy. Častokrát sa stáva, že firma zavedie environmentálne opatrenia v dôsledku tlaku od zákazníkov či partnerov, ale aj investorov a vlastníkov. Ak by sa tieto environmentálne otázky neriešili, mohol by nastať ich odchod, čo by v konečnom dôsledku znamenalo ekonomické problémy.
- b) Sociálne motívy – ide o úsilie vyhovieť požiadavkám a tlaku zo strany prospešných spoločností či spolkov, prípadne miestnych komunít. Sociálna pohoda znamená pre podnik základný predpoklad pre bezproblémové spolužitie s týmito zainteresovanými stranami, čo môže do budúcnosti priniesť aj ich súhlas na niektoré činnosti, ktoré by ináč boli vnímané negatívne.
- c) Politické motívy – úsilie o dobré vzťahy s vládou, a to prostredníctvom dodržiavania environmentálnych právnych noriem a regulačných nástrojov. Je potrebné brať do úvahy aj požiadavky a tlak iných politických zoskupení, ktoré by mohli ovplyvniť ich budúcu aktivitu (Tetřevová a kol., 2017, s. 76 – 77).

## 2.2 Aktivity environmentálnej zodpovednosti firiem

To, aké opatrenia by mal podnik vykonať, vyplýva zo základných environmentálnych zodpovedností, ktoré by mal podnik voči životnému prostrediu vykazovať. Jednotlivé činnosti environmentálnej zodpovednosti môžeme posúdiť ako:

- súlad s environmentálnou legislatívou;
- zodpovedná vnútorná environmentálna kultúra podniku v týchto oblastiach:
  - maximalizácia úspor energie a ďalších zdrojov;
  - minimalizácia odpadov a podpora recyklácie;
  - zaistenia bezpečného zachádzania s nebezpečnými látkami;
  - podpory investícií do čistých technológií;
- zodpovedné vonkajšie environmentálne opatrenia:
  - podpora zachovania zdrojov a prírodnej diverzity;
  - predchádzanie a náprava negatívnych vplyvov činností na životné prostredie a komunitu;

- o podnecovanie iniciatív, ktoré propagujú zodpovedný prístup k životnému prostrediu;
- súlad s princípmi udržateľného rozvoja, výroby a spotreby (Tetřevová a kol., 2017, s. 77 – 78).

## 2.2.1 Zaistenie súladu s environmentálnou legislatívou

Česká environmentálna legislatíva, ktorá upravuje podnikateľskú činnosť je podstatne rozsiahla, nakoľko v oblasti životného prostredia pôsobí mnoho orgánov. Environmentálnu legislatívu tvorí Parlament Českej republiky, Ministerstvo životného prostredia ČR, Ministerstvo poľnohospodárstva ČR, Česká inšpekcia životného prostredia a rada ďalších. Environmentálnu legislatívu, ktorú tieto inštitúcie pripravujú, upravujú a následne vydávajú môžeme kvalifikovať ako (Ministerstvo životného prostredí České republiky, 2016 a):

- všeobecný základ práva o životnom prostredí;
- zákony, ktoré upravujú inštitucionálny aspekt ochrany životného prostredia;
- zákony, ktoré upravujú zodpovednosť v oblasti ochrany životného prostredia;
- zákony, ktoré majú prierezový nástroj životného prostredia (zákon o územnom plánovaní, zákon o posudzovaní vplyvu na životné prostredie a iné);
- zákony o ochrane zložiek životného prostredia a ekosystémov;
- zákony o ochrane pred špecifickými zdrojmi ohrozenia životného prostredia;
- zákony, ktoré upravujú ochranu životného prostredia pri niektorých zvláštnych aktivitách (napríklad zákony, ktoré upravujú ťažbu nerastov,...);

Tieto zákony a vyhlášky vyžadujú od podnikov, aby svoju podnikateľskú činnosť upravili tak, aby boli v súlade s týmito legislatívnymi požiadavkami, jedná sa predovšetkým o tieto oblasti:

- znečisťovanie ovzdušia;
- zaťaženie odpadových vôd;
- nakladanie s odpadmi za účelom recyklácie;
- bezpečné ukladanie odpadov a ich zodpovedná likvidácia;
- skladovanie a nakladanie s nebezpečnými látkami;

- zabezpečenie dodržovania hygienických limitov a noriem, hlavne v produkciách hluku, dymu, výparov, plynov, prachu;
- zabezpečenie prevencie a odstránenie následkov prípadných negatívnych dôsledkov na životné prostredie;
- v oblastiach, ktoré súvisia s ďalšími odborovo významnými právnymi normami, napríklad pri predaji, výrobe, likvidáciách chemických látok a iné.

Tento koncept sa nezakladá len na spĺňaní právnych noriem, ale ide výrazne nad ich rámec. Dodržiavanie legislatívy je nevyhnutný základ pre ďalšie postupy životného prostredia (Tetřevová a kol., 2017, s. 79).

## 2.2.2 Presadzovanie zodpovednej vnútornej environmentálnej kultúry

Je nevyhnutné, aby environmentálna zodpovednosť bola uplatňovaná formou systematického manažmentu vnútorných procesov a činností. Nakoľko sa ceny zdrojov a tlak na environmentálne správanie neustále zvyšujú, podniky sú nútené najprv vyriešiť svoje interné záležitosti, až tak upriamovať pozornosť na činnosti v rámci dodávateľsko-odberateľského vzťahu aj mimo podniku. Následok toho je úspora nákladov a možnosť sprehľadniť vlastné environmentálne zodpovedné opatrenia nasledujúceho charakteru (Tetřevová a kol., 2017, s. 79).

### Maximalizácia úspor energie a ostatných zdrojov

Napriek úsiliu o zredukovanie energetickej náročnosti výroby, rok čo rok sa spotreba energie zvyšuje na celom svete. Aj keď sa čoraz viac vraví o využívaní alternatívnych zdrojov energie, základ stále tvorí spotreba neobnoviteľných zdrojov energie, a to hlavne ropy, zemného plynu, ale ich cena sa neustále zvyšuje (Eurostat, 2016).

Dopad na životné prostredie vieme zredukovať vďaka zelenej energii, pri ktorej je nižšie využívanie fosílnych palív a redukcia odpadov. Ako príklad môžeme uviesť získavanie energie prostredníctvom veterných mlynov, vodných, solárnych elektrární alebo využitie biomasy. Zavedením zelenej politiky sú podniky schopné dopracovať sa k prevádzkovým úsporám a v súčasnosti sú zelené projekty podporované Európskou úniou a môžu získať rôzne daňové úľavy. Využívanie zelenej energie má značný vplyv

aj na zákazníkov, ktorí sú podnietení k environmentálne zodpovednému správaniu (Tetřevová a kol., 2017, s. 80).

Ďalším trendom je snaha zredukovať spotrebu iných zdrojov, ako je napríklad materiál, ktorý tvorí jednu z najpodstatnejších zložiek produktu. Na znižovanie spotreby sa aplikuje princíp lean manažmentu, čiže úsilie o výrazné zníženie potreby materiálu už pri návrhu nového výrobku. Dematerializácia, respektíve úspora materiálu môže mať mnoho podôb a to napríklad vo forme (Econation, 2016):

- návrhu a výroby menších produktov;
- návrhu a výroby ľahších produktov;
- nahradenia hmotných prvkov nehmotnými, ako príklad môžeme uviesť elektronickú komunikáciu, ktorá nahradila papierovú stopu;
- obmedzenia využívania materiálov.

V súčasnosti sa stretávame s využívaním nových odľahčených materiálov, ktoré podniku zabezpečujú konkurencieschopnosť a prelínajú sa aj do oblasti nakladania s odpadmi (Tetřevová a kol., 2017, s. 80).

#### Minimalizácia odpadov a podpora recyklácie

Nakladanie s odpadmi je upravené zákonom č. 185/2001 Sb., o odpadoch, v platnom znení, podľa ktorého podnik musí predchádzať odpadu a obmedziť jeho množstvo. Podnik je povinný zabezpečiť, aby všetky odpady, ktoré vyprodukuje boli odstránené spôsobom, akým neohrozuje životné prostredie a ľudské zdravie a je v súlade so všetkými právnymi predpismi a vyhláškami.

Väčšinou sa môže s odpadmi narábať len v zariadeniach, ktoré sú priamo na to určené, ak podnik odpady nevyužije, smie ich odovzdať len osobe, ktorá je na to oprávnená. (Zákon č. 185/2001 Sb., §9a až 25)

Pôvodca odpadu je povinný jednať v súlade s hierarchiou spôsobov nakladania s odpadmi:

- predchádzanie vzniku odpadov;
- príprava k ďalšiemu použitiu;
- recyklácia odpadov;
- iné využitie odpadov, napríklad energetické;



- odstránenie odpadov.

Očakáva sa, že podnik na základe hierarchie spôsobov nakladania s odpadmi maximalizuje predchádzanie vzniku odpadov a minimalizuje iné využitie odpadov (premena hmoty na energiu je nevratným procesom) a odstraňovanie odpadu (Tetřevová a kol., 2017, s. 81).

Pojem recyklácia je dôležitým faktorom spoločenskej zodpovednosti a znamená to opätovné využitie surovín, ktoré sa nachádzajú v produkte. Zákazníci, ktorí triedia odpad očakávajú, že podniky budú pri tvorbe produktu využívať primárne recyklovaný materiál a čoraz častejšie hľadajú produkty, ktoré majú recyklačné symboly alebo iné ekoznačenie, pretože tieto výrobky nezaťažujú tak životné prostredie a sú šetrnejšie k ľudskému zdraviu. Využívanie recyklačných symbolov môžu podniky využiť aj na zlepšenie svojej pozície na trhu, pretože zákazník má pocit zodpovedného prístupu k životnému prostrediu, ktorý sa následne s podnikom a produktom spája (Cenia, 2016).

#### Nakladanie s nebezpečnými a rizikovými látkami

Všetky podniky musia brať ohľad na rizika, ktoré môžu vzniknúť v dôsledku narábania s nebezpečnými chemickými látkami alebo prípravkami, ktoré obsahujú škodlivé látky. Môžu mať ako dopad na životné prostredie, tak aj na zdravie človeka. Medzi nebezpečné látky zaradujeme napríklad látky toxické, karcinogénne, horľavé, výbušné a mnoho ďalších. Aj nepatrné množstvo týchto látok môže spôsobiť poškodenia zdravia, v horších prípadoch aj smrť. Pri narábaní s týmito látkami sa podnik musí riadiť rôznymi predpismi, avšak najlepšia voľba je využiť inovácie a tieto látky výrazne obmedziť. Pre niektoré podniky to možné nie je, preto je ich povinnosť zabezpečiť, aby za žiadnych okolností nedošlo k úniku nebezpečných látok alebo ku kontaktu s osobami a životným prostredím. Musí byť zabezpečené, že podnik má všetky potenciálne riziká pod kontrolou, a že jedná v súlade s platnou legislatívou. Navyše, dnešná právna úprava reguluje narábanie s chemickými látkami tak, že je pre podniky lepšie obmedziť používanie nebezpečných látok na minimum. Podniky sa skôr musia postarať o to, aby sa škodlivé látky nedostali do procesu výroby ešte predtým ako sa k nim dostanú, teda musia environmentálnu zodpovednosť rozšíriť aj do dodávateľsko-odberateľského vzťahu (Tetřevová a kol., 2017, s. 82).

## Podpora čistých technológií

Najlepšie dostupné techniky je označenie pre opatrenia, ktoré zaručujú minimalizáciu nepriaznivých dopadov na životné prostredie a to využívaním tých najpokročilejších technológií. V Českej republike povinnosť využívať tieto techniky súvisí s udelením integrovaného povolenia pre nové inštalované zariadenia, ktoré sú zákonom vymedzené a mohli by mať dopad na životné prostredie. Podľa zákona č.76/2002 Sb., o integrovanej prevencii sa dostupnými technikami rozumie „*najúčinnejšie a najpokročilejšie štádium vývoja technológií a činností a spôsobov ich prevádzkovania, ktoré ukazujú praktickú vhodnosť určitých techník navrhnutých k predchádzaniu a pokiaľ to nie je možné, tak k obmedzovaniu emisií a ich dopadov na životné prostredie.*“ (Zákon č. 76/2002 Sb., §2).

S najlepšimi dostupnými technikami sa môžeme zoznámiť v európskych referenčných dokumentoch. Každý podnik, ktorý je environmentálne zodpovedný by mal poznať tieto riešenia a následne ich využívať pri svojich aktivitách. Tieto princípy majú základ v používaní nízko odpadových technológií, recyklácií látok, menej nebezpečných látok a prihliadajú k technickému pokroku a požiadavkám na prevenciu a obmedzenie emisií, havárií a ich dopadov na životné prostredie (Zákon č. 76/2002 Sb., §2).

### 2.2.3 Presadzovanie zodpovedných vonkajších environmentálnych opatrení

Základným atribútom pre rozšírenie spoločenskej zodpovednosti za hranice podniku sú uspokojivo riešené vnútorné procesy. Predpoklad pre zodpovedné environmentálne správanie je zainteresovanie do tohto správania aj obchodných partnerov, miestne komunity a ďalších stakeholderov. Pozornosť sa pri tom upriamuje na nasledujúce činnosti (Tetřevová a kol., 2017, s. 83).

#### Podpora zachovania zdrojov a biodiverzity

Ak má podnik snahu zachovať zdroje, musí upraviť svoje produkty a technológie tak, aby nebola potrebná nová ťažba nerastných surovín a fosílnych palív. Je to úzko spojené s riešením materiálovej a energetickej spotreby podniku, využívaním odpadov, recykláciou a čistými technológiami. Týmto zodpovedným prístupom podnik

redukuje mieru využívania zdrojov v blízkom a vzdialenom prostredí (Tetřevová a kol., 2017, s. 83).

Biodiverzita alebo ináč povedané druhová rozmanitosť je opísaná v Convention on Biological Diversity ako „rozmanitosť medzi živými organizmami všetkých zdrojov zahrňujúce mimo iného pozemské, morské a ďalšie vodné ekosystémy a ekologické sústavy, ktorých sú súčasťou; ide tak o rozmanitosť ako vo vnútri druhov, tak i medzi druhmi a ekosystémami.“ (UN, 1992).

Kvôli ľudským aktivitám svet prichádza o svoju biodiverzitu, čo má za následok zvyšujúcu sa nestabilitu ekosystémov, preto by podniky mali byť zodpovedne prevádzkované s cieľom chrániť a udržať biodiverzitu (Tetřevová a kol., 2017, s. 83).

Kroky, ktoré môže podnik vykonať, aby pomohol k udržaniu prírodných zdrojov a druhovej rozmanitosti (Státní fond životního prostředí České republiky, 2016):

- budovanie vhodných podmienok pre sídlenie druhov;
- budovanie vhodných podmienok pre migráciu živočíchov;
- ochrana krajiny pred nepôvodnými druhmi;
- opatrenia k minimalizácii škôd, ktoré sú zapríčinené ohrozenými druhmi živočíchov;
- realizácia vegetačných opatrení v krajine a to napríklad výsadbou remízov, aleji, stromov;
- optimalizácia vodného režimu krajiny (budovanie a obnova retenčných priestorov, revitalizácia vodných tokov a mokradí, ochrana proti vodnej a veternej erózií,...);
- regenerácia urbanizovanej krajiny (zakladanie parkov, odstránenie nevyužívaných stavieb,...);
- a mnoho ďalších (zlepšenie prírodných pomerov v lese).

Prevenca a náprava negatívnych dopadov činnosti na životné prostredie a komunitu

Podnikateľská činnosť výrazne prispieva k poškodzovaniu životného prostredia, ktorá má za následok poškodenie sídlisk, znečistenie vôd, ovzdušia a pôdy. Legislatíva upravuje ako preventívne opatrenia, tak aj samotné poškodenia, každopádne podnik, ktorý svojimi aktivitami môže mať negatívny vplyv na životné prostredie, musí včas prijať opatrenia k ochrane či náprave týchto následkov.

Najlepší spôsob ochrany životného prostredia je predchádzanie prípadným problémom, pretože minimalizácia nepriaznivých dôsledkov môže byť nákladná a zložitá pre podnik. V súčasnosti je možné predpovedať dôsledky ľudskej činnosti či technológií na životné prostredie, čo je hlavným nástrojom prevencie znečistenia prostredia priemyslom (Tetřevová a kol., 2017, s. 84).

Proces, ktorý má za úlohu posudzovať vplyv zámerov na životné prostredie je hlavným nástrojom hodnotenia vplyvu človeka na životné prostredie. Úloha tohto procesu je zistiť, popísať a následne vyhodnotiť aký dopad môžu mať pripravované zámery na životné prostredie a verejné zdravie (Zákon č. 100/2001 Sb., 1§ až 3).

Tento proces nie je jediný, ktorý je preventívny. Ďalším preventívnym nástrojom, ktorý je aj legislatívne upravený je napríklad integrovaná prevencia a obmedzovanie znečistenia alebo registrácia využívaných a produkovaných substancií, ktoré majú vplyv na životné prostredie. Okrem legislatívne upravených nástrojov existujú nástroje dobrovoľné a to napríklad hodnotenie životného cyklu, medzinárodné normy rady ISO 14000 pre systémy environmentálneho manažmentu alebo systém ekologického riadenia a auditu.

Ak podnik chce napraviť negatívne dopady na životné prostredie musí podniknúť kroky ako je redukcia vypúšťaných emisií do vody, vzduchu alebo ovzdušia a zlikvidovanie rôznych ekologických záťaží, ktoré vznikli v predchádzajúcej priemyselnej činnosti (Tetřevová a kol., 2017, s. 85).

#### Podnecovanie iniciatív propagujúcich zodpovedný prístup k životnému prostrediu

Je nevyhnutné, aby boli zásady ochrany životného prostredia zaradené do každodenného riadenia podniku, ak chce mať podnik priaznivý vplyv na životné prostredie. Čoraz viac podnikov sa snaží využívať „zelené“ prístupy vo výrobe, doprave a odstraňovaní výrobkov a nabáda k týmto aktivitám aj svojich obchodných partnerov. Podnik môže prijať opatrenia k zaisteniu ochrany životného prostredia aj v prípade, že sa neradí medzi environmentálne najvyhovujúcejšie. Ide hlavne o zlepšenie environmentálnej výkonnosti a to tým, že jeho aktivity budú v súlade s environmentálnou legislatívou, zodpovednou spotrebou zdrojov alebo zodpovedným energetickým a odpadovým hospodárstvom.

Podniková komunikácia zohráva veľkú úlohu pri podnecovaní environmentálnych iniciatív. Ak podnik zvolí vhodnú podnikovú komunikáciu, dokáže tým pomôcť nie len životnému prostrediu, ale aj sebe. Neoddeliteľnou súčasťou sú propagačné akcie pre

zákazníkov s cieľom ponúknuť a presadiť do ich povedomia environmentálne vyhovujúce výrobky. Pri investícií do životného prostredia je potrebné, aby to bolo oznámené nie len zákazníkovi, ale všetkým zainteresovaným stranám. Tým podnik zabezpečí stotožnenie sa s environmentálnym prístupom (Tetřevová a kol., 2017, s. 85).

Ďalším krokom k podnieteniu okolia môže byť hlásenia sa k iniciatívam, ktoré podporujú ochranu životného prostredia. Ak podnik zavedie systém environmentálneho manažmentu, ktorý je v súlade s medzinárodnou normou rady ISO 14000 alebo využíva najlepšie dostupné techniky, ekologické označovanie produktov či pravidelne publikuje environmentálne reporty, stáva sa príkladom pre zákazníkov a aj ďalšie zainteresované strany, a tak získava pridanú hodnotu (Tetřevová a kol., 2017, s. 85).

Zaistenie súladu s princípmi udržateľného rozvoja, udržateľnej výroby a spotreby a ďalšími dobrovoľnými štandardmi

Udržateľný rozvoj znamená súlad spoločenského a hospodárskeho pokroku, ktorý negatívne neovplyvňuje životné prostredie a zachováva ho čo najmenej pozmenené pre nasledujúce generácie. Podobne ako koncept spoločenskej zodpovednosti firiem aj udržateľný rozvoj má podstatu v rovnováhe ekonomiky, životného prostredia a spoločnosti a nevyhnutnou podmienkou je ekonomika, ktorá dobre funguje. Pre spoločensky zodpovedné správanie firmy je základ v podpore udržateľnosti rozvoja. S udržateľným rozvojom je spojené aj úsilie o udržateľnú výrobu a spotrebu. Udržateľná výroba predstavuje najnižší vplyv na životné prostredie a zdravie človeka a navyše je ekonomicky efektívna. S tým súvisí udržateľná spotreba, ktorá poskytuje spotrebiteľovi právo vybrať si výrobok, ktorý je sociálne a environmentálne vyhovujúci. Spoločensky zodpovedná firma je predpoklad pre docielenie udržateľnej výroby a spotreby (Tetřevová a kol., 2017, s. 86).

Podnik môže podporiť udržateľný rozvoj a byť spoločensky zodpovedný radou dobrovoľných činností a nástrojov, vďaka ktorým sa jeho environmentálny profil zlepšuje. Okrem iného sa môže riadiť miestnou Agendou 21, jedná sa o program obcí, miest a regiónov, ktoré uplatňujú princípy udržateľného rozvoja do praxe. Cieľom tejto agendy je dlhodobá vysoká kvalita života a životného prostredia a to v spolupráci s občanmi a ďalšími zainteresovanými stranami (Místní Agenda 21, 2016).

Ďalší nástroj je napríklad program podpory environmentálnych technológií, ktorý má podporu od vlády a slúži na koordinovanú podporu vývoja a zavádzania environmentálnych technológií. Pri hodnotení týchto technológií sa berie do úvahy celý životný cyklus technológií a na posúdenie environmentálnych dopadov konkrétnych technológií, produktov a služieb sa využíva metóda LCA (Life Cycle Assessment) (Tetřevová a kol., 2017, s. 86).

Medzi ďalšie dobrovoľné nástroje ochrany životného prostredia môžeme zaradiť čistejšiu produkciu, ktorá podporuje účinné využívanie vstupných zdrojov. Tento nástroj podporuje organizácia UNEP (United Nations Environmental Programme) a akákoľvek organizácia, ktorá chce dobrovoľne dodržiavať všetky požiadavky obsiahnuté v deklarácií sa môže prihlásiť k tejto iniciatíve.

Podnik je schopný vypočítať akú ekologickú stopu predstavujú jeho aktivity a následne ju znižovať alebo prostredníctvom využívaných štandardov môžu skvalitňovať spoločensky a environmentálny reporting. Všetky uvedené nástroje dokážu prispieť k vytvoreniu udržateľného a zodpovedného podniku, ktorý bude mať priaznivý vplyv na životné prostredie a kvalitu života (Tetřevová a kol., 2017, s. 86 – 87).

## 2.3 Prínosy aktivít environmentálnej zodpovednosti firiem

Základný význam činnosti environmentálnej zodpovednosti firiem pre spoločnosť je zdravé a pestré životné prostredie, ktoré zaisťuje trvalé podmienky k životu. Názor odborníkov na podstatu environmentálnej zodpovednosti je v dnešnej dobe jednotný a ustálený a potvrdzujú myšlienku, že všetky činnosti, ktoré sú nad rámec legislatívy majú pozitívny dopad aj na samotné firmy. Podniky, ktoré majú vo svojej činnosti obsiahnuté aj zodpovedné environmentálne opatrenia, ktoré sú nad rámec zákona potvrdzujú, že týmto spôsobom zlepšujú svoj environmentálny profil, ale taktiež aj zaisťujú dlhodobú úspešnosť firmy (Tetřevová a kol., 2017, s. 87).

Podľa správy *Developing Value*, ktorú vydala spoločnosť International Financial Corporation (IFC, 2002, s. 5) je možné vidieť práve u environmentálnej zodpovednosti výrazne pozitívny vzťah medzi realizáciou aktivít a ekonomickými prínosmi a to napríklad vo forme zníženia nákladov, rastu výnosov a mnoho ďalších.

Ďalší významný prínos týchto aktivít je pozitívny vplyv na image firmy. Častokrát sa stáva, že podnik sa rozhodne byť environmentálne zodpovedný práve kvôli zlepšeniu

image a pri dobrej informovanosti smerom k všetkým zainteresovaným stranám si dokáže zaistiť budúci ekonomický prínos (Tetřevová a kol., 2017, s. 87).

Z analýzy 240 reálnych prípadov z rozličných odvetví plynie, že zdroj rastu trhového podielu spočíva práve v dobrom image podniku (IFC, 2002, s. 4 – 5).

Na druhej strane zákazníci kritizujú podniky, ktoré „zelený“ prístup len predstierajú. Je teda dôležité vylepšovať si image firmy aktivitami, ktoré skutočne realizujú (Tetřevová a kol., 2017, s. 87).

*„Zavedenie environmentálnych opatrení má jednoznačný a preukázateľný dopad na zníženie spotreby surovín a energií či zníženie produkcie odpadu.“* (Madu, 2004, s. 59).

*„Úspory nákladov sú realizované nie len zo zníženej spotreby zdrojov a vďaka zmenám v nakladaní s odpadmi, ale aj nížením mzdových nákladov v dôsledku poklesu absencií a chorobností.“* (Madsen, 2003, s. 75).

*„Dochádza tiež k úspore výdajov v podobe poplatkov za porušovanie zákonných noriem a súčasne k zlepšeniu vzťahov s komunitami, vládou a investormi.“* (Leal, 2004, s. 101). *„Prínosom však nie sú len preukázateľné úspory zdrojov, ale môže im byť napríklad i výhoda oproti konkurencií vďaka získaniu nových trhov.“* (Berthelot, 2004, s. 36).

## 3 SÚČASNE ENVIRONMENTÁLNE PROBLÉMY SVETA

Udržateľný rozvoj je významnou témou aj pre OSN, ktoré sformulovalo 17 Cielov udržateľného rozvoja.

Ciele udržateľného rozvoja (Sustainable Development Goals – SDGs) tvoria program OSN rozvoja na obdobie rokov 2015 – 2030. Tieto ciele boli prijaté v roku 2015 na summite OSN v New Yorku v rámci Agendy 2030 *Premena nášho sveta: Agenda pre udržateľný rozvoj 2030*. Jedná sa o tieto ciele:

1. Zničiť chudobu vo všetkých jej podobách všade na svete.
2. Nulový hlad, dosiahnuť potravinovú bezpečnosť a zlepšenie výživy, presadzovať udržateľné poľnohospodárstvo.
3. Zaistiť zdravý život a zlepšovať jeho kvalitu pre všetkých a v každom veku.

4. Zaisťovať rovnako kvalitné vzdelávanie pre všetkých.
5. Dosiahnuť genderovú rovnosť a upevniť postavenie žien a dievčat.
6. Zaisťovať vodu a sanitačné zariadenia a udržateľné hospodárenie s nimi.
7. Zaisťovať prístup k cenovo dostupným, spoľahlivým a udržateľným zdrojom energie.
8. Podporovať trvalý, inkluzívny a udržateľný hospodársky rast, zamestnanosť a dôstojnú prácu pre všetkých.
9. Vybudovať odolnú infraštruktúru, podporu udržateľnej industrializácie a inovácií.
10. Znížiť nerovnosti vnútri krajín a medzi nimi.
11. Vytvoriť mestá a obce inkluzívnymi, bezpečnými, udržateľnými a odolnými.
12. Zaisťovať udržateľnú spotrebu a výrobu.
13. Prijímať nevyhnutné opatrenia na boj proti zmene klímy a jej dopadom.
14. Chrániť a udržateľne využívať oceány a moria.
15. Chrániť, obnovovať a udržateľne hospodáriť s lesmi, zastaviť a následne zvrátiť degradáciu pôdy a zastaviť redukcii biodiverzity.
16. Podporovať mierové a spravodlivé spoločnosti pre udržateľný rozvoj a každému zaisťovať prístup k spravodlivosti.
17. Oživiť globálnu spoluprácu pre udržateľný rozvoj (Plášková et al., Ryšánek, 2016, s. 11–12).

### 3.1 Voda a hygiena

Aj keď sa dosiahol nemalej pokrok v prístupe k čistej pitnej vode a tým sa zlepšila aj hygiena, stále však miliarda ľudí túto možnosť nemá. OSN uvádza nasledujúce fakty a čísla:

- 1 zo 4 zdravotníckych zariadení nemá prístup k základným vodohospodárskym službám.
- 3 z 10 ľudí nemá prístup k spravovaným službám pitnej vody, ktoré sú bezpečné.
- V rozmedzí rokov 1990 – 2015 sa podiel celosvetovej populácie, ktorá využíva zlepšený zdroj pitnej vody zvýšil zo 76 % na 90 %.



- Až 40 % svetovej populácie má nedostatok vody a predpokladá sa, že to bude ešte rásť. V súčasnosti viac ako 1,7 miliárd ľudí žije v oblastiach riek, kde je spotreba voda výrazne vyššia než jej doplnenie.
- 2,4 miliardy ľudí sa nedostane k základným hygienickým službám .
- Viac ako 80 % odpadových vôd, ktoré pochádzajú z ľudských aktivít sa vypúšťajú do riek a morí bez toho, aby sa odstránilo znečistenie.
- Denne umrie takmer 1000 detí na hnačkové ochorenie súvisiace s hygienou a vodou, ktorému by sa dalo predísť.
- Zhruba 70 % vody, ktorá sa odoberie z jazier, riek a vodonosných vrstiev sa používa na zavlažovanie (UN, 2020).

Do roku 2030 si OSN stanovilo nasledujúce ciele, ktoré súvisia s vodou:

- Spravodlivý a univerzálny prístup k bezpečnej a cenovo dostupnej pitnej vody pre všetkých.
- Dosiahnuť hygienu pre všetkých, pričom je potrebné venovať mimoriadnu pozornosť potrebám žien, dievčat a osôb, ktoré sú v zraniteľnej situácii.
- Zlepšiť kvalitu vody tým, že sa zníži znečistenie, odstráni skládkovanie a minimalizuje uvoľňovanie toxických látok a materiálov, zníži podiel nečistenej odpadovej vody na polovicu a významne sa zvýši recyklácia.
- Zaviesť integrované riadenie vodných zdrojov na všetkých úrovniach.
- Rozšíriť medzinárodné partnerstvo a podporu pri budovaní kapacít pre rozvojové krajiny v činnostiach, ktoré súvisia s vodou a hygienou.
- Podporovať účasť miestnych komunít na zlepšovaní hospodárenia s vodou a sanitáciou (UN, 2020).

## 3.2 Energie

Podľa OSN je v súčasnosti energia udržateľnejšia a dostupnejšia. Prístup k elektrine sa zrýchlil už aj v chudobnejších krajinách, avšak stále je na svete takmer 3 miliárd ľudí, ktorým je potrebné zlepšiť prístup k čistým a bezpečným palivám na varenie. Fakty a čísla podľa OSN:

- Moderná elektrina je stále neprístupná pre 13 % ľudstva.
- 3 miliárd ľudí používa na varenie a topenie drevo, uhlie alebo živočíšny odpad.

- Energia výrazne ovplyvňuje zmenu klímy a tvorí okolo 60 % celkových globálnych emisií.
- V roku 2012 znečistenie vnútorného ovzdušia, ktoré bolo spôsobené využívaním spáliteľných palív na výrobu energie v domácnostiach zapríčinilo 4,3 miliónov úmrtí.
- Vďaka rýchlemu rastu vodnej, solárnej a veternej energie sa v roku 2016 podiel obnoviteľných zdrojov zvýšil najrýchlejším tempom od roku 2012 (UN, 2020).

Do roku 2030 si OSN stanovilo nasledujúce ciele, ktoré súvisia s energiou:

- Zaisťiť prístup k cenovo dostupným a spoľahlivým energetickým službám.
- Významne zvýšiť využívanie obnoviteľnej energie.
- Zdvojnásobiť celosvetové tempo skvalitňovania energetickej účinnosti.
- Upevniť medzinárodnú spoluprácu, vďaka ktorej bude ľahší prístup k výskumu a technológiám čistej energie.
- Poskytnúť rozvojovým krajinám udržateľné energetické služby, rozšíriť infraštruktúru a modernizovať technológie (UN, 2020).

### 3.3 Výroba a spotreba

Celosvetová výroba a spotreba, ktorá poháňa globálnu ekonomiku stojí za deštrukciou našej planéty. Za posledné storočie sa hospodársky a sociálny pokrok zrýchlil natoľko, že má nepriaznivý vplyv na životné prostredie. Podľa odhadov OSN ročne dochádza k znehodnoteniu až jednej tretiny vyrobených potravín, čo predstavuje 1,3 miliardy tón v hodnote takmer 1 bilión dolárov (UN, 2020).

Udržateľná výroba a spotreba znamená robiť viac a lepšie veci za menej. Vďaka udržateľnej spotrebe a výrobe sa môže zmierniť chudoba a prejsť na nízko uhlíkové a zelené hospodárstvo. Fakty a čísla podľa OSN:

Voda

- Znečistenie riek a vôd ľudskou činnosťou je rýchlejšie ako ich čistenie a recyklácia.
- Prístup k sladkej vode nemá stále viac ako 1 miliárd ľudí.

- Spotreba vody začala rásť od 80. rokov minulého storočia približne o 1 % ročne.
- Najviac vody sa spotrebuje hospodárskou činnosťou, zavlažovanie, chov dobytka a iné činnosti majú za následok až 69 % ročne odberov vody na svete.
- Veľký nedostatok vody má stále až 2 miliárd ľudí.

#### Energie

- Ročne by sa dalo ušetriť až 120 miliárd dolárov, ak by sme začali využívať len úsporne žiarovky.
- Doprava predstavuje najrýchlejšiu rastúcu oblasť využitia energie, za ňou nasleduje komerčné a rezidenčné využitie energie.
- V domácnostiach sa spotrebuje až 29 % celosvetovej energie.
- V roku 2015 dosiahol podiel obnoviteľnej energie na konečnú spotrebu energie 17,5 %.

#### Jedlo

- V roku 2019 sa zaznamenala obezita alebo nadváha u viac ako 38 miliónov detí mladších ako 5 rokov.
- Potravinársky sektor tvorí okolo 30 % celkovej spotreby energie a spôsobuje približne 22 % celkových emisií skleníkových plynov (UN, 2020).

#### Ciele OSN do roku 2030 súvisiace s udržateľnou spotrebou a výrobou:

- Dosiahnuť účinné využívanie prírodných zdrojov a udržateľné riadenie.
- Zredukovať plytvanie potravinami na osobu o polovicu a straty potravín vo všetkých reťazcoch.
- Dosiahnuť environmentálne šetrné nakladanie s odpadmi a toxickými látkami, tak aby sa nedostávali do ovzdušia, pôdy, riek a znížiť ich negatívny dopad na ľudské zdravie a životné prostredie.
- Minimalizovať produkciu odpadu a to formou prevencie, recyklácie a znovupoužitím.
- Zabezpečiť, aby ľudia mali informácie o udržateľnosti a životnom štýle, ktorý je v súlade s prírodou.
- Odstrániť dotácie na fosílna palivá, ktoré spôsobujú nadmerné plytvanie (UN, 2020).

### 3.4 Zmena klímy a jej dopady

OSN uvádza, že rok 2019 bol v histórii druhým najteplejším rokom a úroveň skleníkových plynov sa vyšplhala na nové rekordy. Zmena klímy ovplyvňuje všetky krajiny, životy, počasie sa kvôli tomu mení raketovou rýchlosťou a hladiny oceánov stúpajú. Predpokladalo sa, že kvôli pandémie Covid-19, emisie skleníkových plynov mierne klesnú, pretože bol zákaz cestovania a nastalo ekonomické spomalenie, avšak to všetko je len dočasné a naďalej prebieha zmena klímy. (UN, 2020)

V roku 2015 bola prijatá Parížska dohoda, ktorá si klade za cieľ udržať nárast globálnej teploty pod 2 stupne Celzia. Ďalším cieľom je využívať nové technológie a finančné toky pri vysporiadaní sa s dopadmi klimatickej zmeny. Fakty a čísla podľa OSN:

- Za rok 1880 až 2012 sa priemerná teplota na svete zvýšila o 0,85 stupňa Celzia. Pre lepšie pochopenie tejto problematiky, môžeme uviesť príklad s obilím, ktorého výnos klesá o 5 % vždy, keď sa zvýši teplota o 1 stupeň.
- Stúpala hladina morí, oceány sa oteplili a zmizlo množstvo snehu a ľadu. Za rok 1901 až 2010 narástla hladina morí až o 19 cm.
- Od roku 1979 sa plocha morského ľadu v Arktíde každých 10 rokov zmenšuje o 1,07 miliónov km<sup>2</sup>.
- Od roku 1990 zrástli emisie oxidu uhličitého takmer o 50 % (UN, 2020).

Ciele OSN, ktoré súvisia so zmenou klímy:

- Zaradiť environmentálne opatrenia do politických stratégií a plánovania.
- Zlepšiť vzdelávanie v oblasti zmeny klímy a zvyšovať povedomie o znižovaní dopadu klimatickej zmeny.
- Zvýšiť kapacitu na plánovanie a riadenie v oblasti klimatickej zmeny v menej rozvinutých krajinách a malých ostrovných rozvojových krajinách (UN, 2020).

### 3.5 Oceány a moria

Život na našej planéte je možný vďaka oceánu. Všetko čo ľudstvo má ako je kyslík zo vzduchu, pitná a dažďová voda, počasie a klíma, to všetko reguluje more. Preto je udržanie tohoto hlavného zdroja významným rysom udržateľnej budúcnosti.

V dnešnej dobe sa moria a oceány neustále znečisťujú, čím dochádza k narúšaniu ekosystémov a biologickej rozmanitosti. Nepriaznivý dopad to má taktiež na rybolov. Je potrebné, aby udržanie oceánov a morí ostalo prioritou, pretože to je zásadné pre ľudstvo a našu planétu (UN, 2020). Fakty a čísla podľa OSN:

Zmena klímy:

- Oceány tlmia dopady globálneho otepľovania tým, že pohltia približne 30 % oxidu uhličitého z ľudskej činnosti.
- Otepľovanie a okysľovanie oceánov zapríčiňujú emisie uhlíku z ľudských aktivít.
- Teplota v oceánoch dosahuje rekordné úrovne.

Oceán a ľudia

- Existencia až 3 miliárd ľudí závisí na morskej biologickej rozmanitosti.
- Viac ako 200 miliónov ľudí má prácu v oblasti rybolovu.
- V dôsledku znečistenia a eutrofizácií sú pobrežné vody značne zhoršené. Očakáva sa že, ak do roku 2050 nenastane zmena, pobrežná eutrofizácia vzrastie až u 20 % morských ekosystémov.
- Každú minútu sa nahromadí jeden milión plastových fliaš a každý rok sa na svete použije až 5 biliónov plastových tašiek.
- Kľúčom k udržateľnosti je aj udržateľná doprava. Po mori sa prepravuje až 80 % objemu medzinárodného tovaru a toto číslo je ešte väčšie v rozvojových krajinách (UN, 2020).

Ciele OSN v oblasti udržateľnosti oceánov a mori:

- Efektívne regulovať rybolov, ukončiť nadmerný a nezákonný rybolov a predložiť vedecký plán na obnovu populácie rýb.
- Predchádzať znečisťovaniu oceánov a na všetkých úrovniach zlepšiť vedeckú spoluprácu.
- Zabezpečiť ochranu a udržateľné využívanie oceánov a ich zdrojov podľa medzinárodného práva (UN, 2020).

## 3.6 Lesy, dezertifikácia a biologická rozmanitosť

Pre naše prežitie je potrebná príroda, ktorá nám poskytuje kyslík, reguluje počasie a produkuje jedlo. V roku 2019 vyšla Globálna hodnotiaci správa o biologickej rozmanitosti a ekosystémových službách, podľa ktorej hrozí vyhynutie približne jednému miliónu druhov živočíchov a rastlín. Táto správa vyzýva k ochrane prírody a k zmenám v obnove. Fakty a čísla podľa OSN:

### Lesy

- Lesy tvoria domov viac ako 80 % všetkých druhov zvierat (ktoré žijú na súši), rastlín a hmyzu.
- Živobytie približne 1,6 miliárd ľudí je závislé na lesoch.
- V rokoch 2010 až 2015 svet stratil až 3,3 miliónov hektárov lesnej plochy.
- Kvôli výraznej strate opelovačov je v ročnej produkcii plodín ohrozených 235 až 577 miliárd dolárov ročne.

### Dezertifikácia

- V súčasnosti je strata ornej pôdy na 30 až 35 násobku historickej miery.
- Ročne sa stratí až 12 miliónov hektárov v dôsledku sucha a dezertifikácie.
- Ľudská činnosť má z veľkej časti podiel na strate a zhoršovaní stavu biotopov.

### Biodiverzita

- Snahu o ochranu prírody aj naďalej ničí pytliactvo a nezákonné obchodovanie s ohrozenými druhmi zvierat a rastlín.
- Rastliny tvoria viac ako 80 % ľudskej stravy.
- 80 % ľudí, ktorí žijú na vidieku v rozvojových krajinách sa pri liečení spoliehajú len na tradičné rastlinné liečivá
- 22 % z 8 300 známych plemien zvierat hrozí vyhynutie a 8 % už vyhynulo (UN, 2020).

Ciele OSN v oblasti udržateľnosti lesov, biologickej rozmanitosti a dezertifikácií:

- Podporovať udržateľné hospodárenie vo všetkých typoch lesa, zastaviť odlesňovanie a výrazne zvýšiť zalesňovanie na celom svete.

- Bojovať proti dezertifikácií a obnovovať zničenú pôdu.
- Zabezpečiť ochranu horských ekosystémov.
- Ukončiť pytliactvo a nezákonné obchodovanie s ohrozenými druhmi zvierat a rastlín.
- Zaradiť hodnoty ekosystémov a biologickej rozmanitosti do politického plánovania a stratégií (UN, 2020).

# **PRAKTICKÁ ČASŤ**



## 4 SPOLOČNOSŤ LUSH

Lush je etická spoločnosť, ktorá svojim zákazníkom poskytuje prírodné, čerstvé, vegetariánske kozmetické produkty a prostredníctvom svojich firemných stratégií prispieva k sociálnej a environmentálnej udržateľnosti.

V roku 1995 založili šiesti spoluzakladatelia spoločnosť Lush, ktorá vznikla na základe zaniknutého podniku s názvom Cosmetics To Go, ktorý bol založený na zásielkovom obchode. Napriek veľkému úspechu tento podnik skolaboval. O vznik nového podniku sa tak pričínili rovnaký tím.

### 4.1 Hodnoty spoločnosti Lush

Je potrebné, aby každé jedno podnikanie bolo etické a aby bol obchod spravodlivý. Taktiež je neprípustné, aby jedna firma vynikala nad druhou tým, že nekoná férovo a spoločnosť má právo požadovať férovosť a zodpovednú správu zdrojov od firiem, ktoré ju zásobujú.

1. Black Lives Matter – Lush v súvislosti s kampaňou Black Lives Matter podnikol následné kroky – vrcholové vedenie vedie denne otvorené rozhovory so zamestnancami tmavšej pleti z celej firmy, aby vedeli ako im je možné pomôcť. Tieto rozhovory vedeniu ukázalo v čom sa má firma zlepšiť v súvislosti s diverzitou a inklúziou.

Lush zostavil tri pracovné skupiny, ktoré sú vedené zamestnancami tmavšej pleti a zaoberajú sa týmito oblasťami:

- o Princípy – pre nasmerovanie spoločnosti (čo znamená byť naozaj inkluzívny a aký je to pocit?).
- o 100-denný akčný plán – plán, ktorý má byť zdieľaný externe aj interne s aktuálnymi informáciami o krokoch, ktoré Lush plánuje vykonať v priebehu 100 dní, a na základe toho majú podávať správy, aby sa overilo, či sa dosiahol pokrok.
- o Kampaň na zvyšovanie povedomia a získavanie finančných prostriedkov – Lush začal pracovať na vynájdení produktu, ktorého celá predajná hodnota (bez dane z obratu, ktorá musí ísť vláde) sa stane fondom pre skupiny a združenia, ktoré sú aktívne v tejto oblasti. Lush

v súčasnosti konzultuje, ktorú charitatívnu organizáciu podporia, pričom uprednostňujú základné skupiny pracujúce na základných príčinách rasizmu. Spoločnosť Lush sa tiež snaží využiť svoje webové stránky a výklady v kampani a vzdelávacej úlohe, či už v krátkodobom alebo dlhodobom horizonte.

2. Etické nakupovanie – cieľom Lush už na začiatku bolo používať tie najlepšie a najbezpečnejšie ingrediencie, ktoré sú šetrné k životnému prostrediu a človeku. Lush kladie veľký dôraz na to, kde, od koho a ako sa ingrediencie a obaly zaobstarajú na výrobu a tiež podporujú „fair trade“ a „Community Trade“ iniciatívy.

Etické aktivity, na ktoré je potrebné sa pri nákupe zamerať:

- Práva zamestnancov – zdravie a bezpečnosť pri práci, férový plat, sloboda odísť zo zamestnania, diskriminácia, nezamestnávanie detí.
- Životné prostredie – bio poľnohospodárstvo, udržateľné zdroje, ohrozené druhy, znečistenie pôdy a vody, emisie, zdroje a prostriedky, ktoré sa používajú pri spracovávaní ingrediencií.
- Ochrana zvierat – netestovanie na zvieratách, ingrediencie sú len vegetariánske alebo vegánske.
- Doprava – vzdialenosť a čo najmenej využívaná letecká doprava.

Už veľa rokov sa držia zásady, že ak je to možné, nakupujú materiály priamo, či už od farmárov, spracovateľov alebo pestovateľov. Robia to hlavne preto, aby poznali príbeh každej jednej ingrediencie, ktorá bude použitá na výrobu produktov. Prostredníctvom nakupovania priamo od výrobcov tiež podporujú a pomáhajú financovať niektoré hodnotné a pokrokové projekty, na ktoré sú veľmi hrdí.

- Detská práca – postoj k detskej práci je v súlade so štandardmi Medzinárodnej organizácie práce. Veria, že minimálna veková hranica pre prácu by nemala byť nižšia, než vek ukončenia povinnej školskej dochádzky na miestnej úrovni a trvajú na tom, aby dodávatelia neboli žiadnym spôsobom zapojení do využívania detskej práce.

3. Boj proti testovaniu na zvieratách – Tento boj trvá od doby, kedy vôbec stihli otvoriť prvú predajňu a pokračuje dodnes. Spoločnosť od svojho vzniku testuje bezpečnosť a účinnosť produktov na ľudských dobrovoľníkoch. Kľúčová zásada

je netestovanie produktov na zvieratách, nepoužívanie akýchkoľvek zložiek, ktoré pochádzajú zo zvierat a zložiek, ktoré sú nezlučiteľné s vegetariánstvom. Čo sa týka surovín, tie nakupujú len od výrobcov, ktorí nepraktizujú testy na zvieratách. Úmyselne nikdy nenakupujú ingrediencie od dodávateľov, ktorí by vykonávali alebo objednávali testovanie na zvieratách či sa na ňom podieľali v minulosti. Stanovili si dátum 1.6.2007, od ktorého musí mať ich dodávateľ čistú históriu, to znamená bez testovania na zvieratách. Dodávatelia sa musia zaviazat, že nebudú vykonávať testy na zvieratách ani v budúcnosti, jediné čo akceptujú je alternatíva in-vitro – metóda vykonávania experimentov mimo živých organizmov). Lush je priamym dôkazom toho, že je možné vynájsť, vyrábať a uviesť na trh rady produktov bez toho, aby boli testované na zvieratách. Túto zásadu zaviedli spoluzakladatelia Lush ešte v roku 1993, vtedy ešte pre ich predchádzajúcu firmu Cosmetics To Go.

4. Čerstvosť – Lush pracuje s čerstvými surovinami už dlhú dobu a má bohaté skúsenosti s tým ako nakombinovať, vyrábať a starať sa o produkty, ktoré sú vyrobené zo zeleniny a ovocia. Na produkty využívajú celé plody ovocia, zeleniny a ďalších prírodných surovín namiesto toho, aby z nich extrahovali len aktívne časti a pridávali ich do kozmetiky s cieľom obnoviť jej funkčnosť. Lush minimalizuje využívanie syntetických konzervantov, 70 % produktov je samokonzervačných. Zákazník vždy vie z čoho sa produkty skladajú, na každom štítku nájdete kvantitatívne zoradené zloženie. Produkty sú vhodné ako pre vegetariánov, tak aj pre vegánov a táto informácia je na produktoch výrazne označená, aby si každý kúpil to, čo mu vyhovuje.

Spoločnosť sa riadi pri výrobe produktoch niekoľkými zásadami:

- Ingrediencie nakupujú z etických zdrojov, pri čom kladú dôraz na kvalitu a čerstvosť.
- Produkty sa vyrábajú ručne so snahou maximalizovať kvalitu a minimalizovať odpad.
- Šarže sú označované dátumom výroby a spotreby, ale aj menom toho, kto produkt vyrobil.

- Produkty vyrábajú a dodávajú do obchodov a e-shopov v malom množstve, aby sa k zákazníkovi dostali čerstvé a taktiež aby sa vyhli hromadeniu a starnutiu produktov a ingrediencií na sklade.
  - Odpad buď recyklujú alebo znovu využívajú.
5. Ručná výroba – Výrobky sa vyrábajú v priestoroch, ktoré vyzerajú skôr ako veľké kuchyne než ako manufaktúry a pracuje tam omnoho viac ľudí ako strojov. Lush sa snaží okrem vyrábania kozmetiky aj vytvárať pracovné miesta a využíva lokálne zdroje. Ako už bolo spomenuté, na produkte je označenie aj človeka, ktorý ho vyrobil.
  6. Nahé produkty – 65 % produktov je nahých, zvyšok sú balené. Lush naceňuje svoje produkty tak, aby odrážali cenu ingrediencií, ktoré sú obsiahnuté v produkte. V tejto spoločnosti nenájdeme ponuky typu 2 produkty za cenu jedného a podobne. Výnimočne sa môže stať, že zlacnia produkty vtedy, keď chcú dopredať sezónne vianočné produkty. Dôvod tohto rozhodnutia je, že veria osobitnému prístupu a odporúčaniu správnych produktov, ktoré prinesie zákazníkovi väčšiu úsporu než zvyčajné ponuky, kedy zákazník nakupuje prvoplánovo. Toto nakupovanie ničí životné prostredie a zároveň zaťažuje peňaženku zákazníka.

V čom je Lush rozdielny:

- Produkty vo fľašiach, obsahujú veľa vody, ktorá je lacná.
  - Nahé produkty obsahujú efektívne ingrediencie, ktoré sú drahšie.
  - Nepoužívaním drahých obalov, dokážu veľa ušetriť, takže môžu investovať do zamestnancov a ich školenia.
  - Nulový obsah vody umožňuje vytvárať produkty, ktoré sú samo-konzervačné.
  - To, čo ušetrí, minú na vývoj vysokokvalitných vôní, na ktoré používajú esenciálne oleje a vosky.
7. Vegetariánstvo – Vízia tejto spoločnosti je už od začiatku tá, že nie je potrebné využívať živočíšne tuky alebo iné vedľajšie produkty živočíšneho pôvodu na to, aby ich výrobky boli účinné. V súčasnosti je približne 95 % produktov vegánskych a naďalej ich pribúda. Okrem iného je trvalá súčasť etiky Lush

zaistiť, aby všetky ingrediencie boli získavané zodpovedne, udržateľne a vyhýbať sa geneticky modifikovaným organizmom a pesticídom. Dôveru vkladajú odborným znalostiam poľnohospodárov a komunít, od ktorých nakupujú. Napríklad med, ktorý využívajú v jednom type šampónu pochádza od dodávateľa zo Zambii, ktorý využíva tradičnú metódu zbierania medu. Jedná sa o tradičnú metódu, ktorá sa predáva generáciám. Úle včiel stavajú ekologicky z kôry stromov a nikdy nepoužívajú pesticídy či herbicídy. Navyše, v roku 2019 Lush úplne prestal používať na svoje produkty vajcia.

8. Etická charta Lush – Ako už bolo spomenuté, Lush sa snaží o poctivé podnikanie bez toho, aby vykorisťovali ľudí, zvieratá alebo planétu. Mnoho ľudí začalo pracovať pre Lush práve z tohto dôvodu.

Konzultácia kľúčových princípov so zamestnancami – jeden z najzákladnejších princípov Zamestnaneckého fondu Lush je ochrana ich základných hodnôt a etických štandardov. Týmto fondom sa snažia zaistiť, aby sa nevykonalo nejaké rozhodnutie, ktoré by niektoré z nich mohlo narušiť bez toho, aby bol braný do úvahy názor zamestnancov Lush. Vďaka tomuto prístupu sú všetci zamestnanci informovaní o problémoch, ktoré spôsobia akúkoľvek navrhovanú zmenu a vedenie uskutoční nejaké rozhodnutie až po zvážení všetkých ďalších názorov. Ak si to Lush vyžiada, správcovia Zamestnaneckého fondu požiadajú zamestnancov Lush vo všetkých krajinách, kde Lush pôsobí, aby sa vyjadrili či sú pre nich navrhované zmeny porušením etických princípov. Medzi tieto etické princípy patri:

1. Proti testovaniu na zvieratách.
2. Lush ako vegetariánska spoločnosť.
3. Zásada daňovej morálky – spoločnosť sa zaviazala platiť dane včas vo všetkých krajinách, kde pôsobí.
4. Lush ako aktivistická spoločnosť – spoločnosť vedie kampane v oblasti práv zvierat, ľudských práv ale aj ochrany životného prostredia. Od všetkých krajín s licenciou Lush vyžaduje, aby aspoň raz ročne uskutočnili kampaň, ktorá bude založená na jednej zo základných hodnôt.
5. Férové mzdy zamestnancom – spoločnosť sa zaviazala prekročiť minimálnu mzdu, ktorú určuje vláda vo všetkých krajinách, kde pôsobí.

6. „Všetci sú u nás vždy vítaní“ – toto prehlásenie je ich základnou zásadou diverzity a snažia sa zamestnávať ľudí na základe ich schopnosti bez akejkoľvek diskriminácie či predsudkov.
7. Závazok k transparentnosti a externým auditom – spoločnosť sa zaviazala za pomoci tretích strán zmluvne zaistiť audity svojich zásad ako netestovanie na zvieratách a svojich etických a environmentálnych praktík.

Ďalšie zásady, ktoré sú v procese vývoja:

1. Živá planéta – je dôležité, aby prírode bolo vrátené to, čo si od nej človek berie.
2. Fér obchod s ich dodávateľmi – snaha o spravodlivý obchod založený na dialógu, transparentnosti a rešpekte.
3. Udržovanie kvality produktov, základných hodnôt, spokojnosti zákazníkov a spravodlivého zisku – spoločnosť verí v právo zisku, avšak vždy zohľadňuje všetky aspekty základných hodnôt.
4. Čerstvosť a ručná výroba – cieľom je časom úplne vylúčiť využívanie syntetických konzervačných látok.
5. Nahé produkty – cieľom je minimalizácia používania obalov a snaha o neustále zlepšovanie nahých produktov.
6. Digitálna etika – spoločnosť sa zaviazala využívať hardware, ktorý ma vysoký výkon, avšak nízku spotrebu energie, ktorá je poháňaná zelenou obnoviteľnou energiou, všade, kde to je možné. Zaisťujú, aby všetky informácie o zamestnancoch a zákazníkoch boli prísne šifrované a bezpečné.
7. Obnoviteľná energia – snaha o obmedzenie spoliehania sa na fosílna palivá a jadrovú energiu a snaha o nájdenie a uprednostnenie pokrokov v nových energetických zdrojoch a riešeniach.
8. Recyklované materiály – cieľom je zaistiť, aby všetky obaly výrobkov, ktoré nie je možné vyrábať nahé, boli z najlepších a najinovatívnejších materiálov a ktoré majú minimálny dopad na životné prostredie, prípadne sú recyklované a znovu použité.
9. Environmentálna politika – cieľom je minimalizovať dopad na životné prostredie a postaviť sa výzvam v oblasti leteckej dopravy, spotreby energie, spotreby vody a mnoho ďalších (Lush, 2020).

## 4.2 Darcovstvo Lush

### Charity Pot

Lush sa už od svojho začiatku angažuje v rôznych darcovských kampaniach. Jednou z mnohých je napríklad kampaň Charity Pot, ktorá bola založená v roku 2007 na podporu malých organizácií, ktoré potrebujú finančnú pomoc, aby mohli pokračovať vo svojej činnosti. Peniaze pre túto kampaň sa zbierajú predajom mlieka na ruky a telo, ktoré sú pod tým istým názvom Charity Pot. Z týchto produktov sa financujú organizácie, ktoré sa venujú ochrane zvierat, ľudských práv a environmentálnym otázkam na celom svete. Lush dáva prednosť financovaniu skupín, ktorých cieľom je vytvorenie dlhodobej zmeny, ktorá bude prínosom pre veľkú časť spoločnosti. Primárne sa snažia financovať menšie organizácie, ktoré majú buď obmedzené zdroje alebo sa im ťažko získavajú finančné zdroje inde. Veľká časť skupín, ktoré Lush financuje sú riadené dobrovoľníkmi a ich ročný príjem nepresiahne sumu 7 200 000 Kč, väčšinou to je oveľa menej. Od začiatku tejto charitatívnej činnosti spoločnosť venovala celosvetovo v prepočte viac ako 1,5 miliardy Kč.

### Fund

Ďalšou charitatívnou aktivitou Lush bol fond Fund, ktorý bol založený po tom, ako Japonsko poznačilo zemetrasenie, tsunami a jadrová katastrofa v roku 2011. Kvôli obavám z úrovne radiácie bolo hranie detí vonku nebezpečné. Lush spolupracoval s mnohými mimovládnyimi organizáciami, ktoré sa venujú tejto oblasti a snažil sa nájsť komunitné skupiny a rodičovské iniciatívy, ktoré poskytnú deťom v postihnutých oblastiach zábavu a voľnočasové aktivity.

### When They're Gone, They're Gone

V roku 2018 Lush vytvoril kampaň When They're Gone, They're Gone, kde bolo cieľom poukázať na úbytok orangutanov v dažďovom pralese Sumatry. Išlo o predaj mydiel v tvare orangutanov a 100 % z predaja (bez DPH, ktoré je nutné dať vláde) putovalo spoločnosti Sumatran Orangutan Society (SOS). Získané prostriedky boli využité na nákup 890 akrov monokultúrnej palmy. Okrem iného, spoločnosť SOS mohla vďaka finančným prostriedkom začať obnovovať lesnú pôdu a pomáhať jej s návratom do prirodzeného stavu, v ktorom môžu orangutany a iné zvieratá slobodne žiť.

## Error 404

V tejto kampani finančne podporili digitálnych aktivistov, ktorí sa snažia udržať internet bezpečný, voľný a otvorený. Lush je proti tomu, aby vlády na celom svete prikazovali poskytovateľom internetových služieb blokovanie určitého obsahu počas volieb či protestov.

## Gay is OK

Počas tejto kampane spolu s organizáciou na ochranu práv LGBTQ+ AllOut sa predávala limitovaná edícia mydiel, aby sa získali peniaze podporujúce práve túto komunitu. Získané peniaze boli venované skupinám, ktoré pracujú v oblastiach, kde sú zákony proti LGBTQ+ tvrdé a nedôstojne a kde nie je dostatok financií.

## Lush Prize

Myšlienka tejto ceny vznikla na základe frustrácie zakladateľov z testovania na zvieratách. Následne sa objavila myšlienka darovať 250 000 libier ročne na rôzne kampane, ktoré by zastavili kruté zaobchádzanie so zvieratami. V roku 2012 sa spustila cena Lush, ktorá bola v spolupráci s Ethical Consumer najväčším cenovým fondom v tejto oblasti. V roku 2018 sa táto suma zvýšila na sumu 330 000 libier a koná sa každé dva roky. Jedná sa o globálnu cenu podporujúcu vedcov a aktivistov po celom svete. Lush má za úlohu podporovať výskum bez zvierat s najvyššou možnou mierou vplyvu. Robia to tak, že poskytujú zdroje, ktoré spadajú do nasledujúcich kategórií:

1. Cena za vedu a cena pre mladého výskumníka – tieto ceny sa udeľujú za pokrok vo výskume alternatívnych testov bez toho, aby boli použité zvieratá.
2. Cena za odbornú prípravu – slúži ako zdroj projektov, ktoré majú za úlohu školiť vedcov v metódach bez zvierat.
3. Cena za povedomie verejnosti a lobovanie – tieto ceny sa snažia udržať tlak, aby regulácie boli primerané a aktualizované tak, aby odrážali pokroky v toxikológii 21. storočia.

Najväčšia cena, ktorú je možno získať za veľký prelom v toxikológii je cena Black Box. Prvýkrát bola udelená v roku 2015 (Lush, 2020).

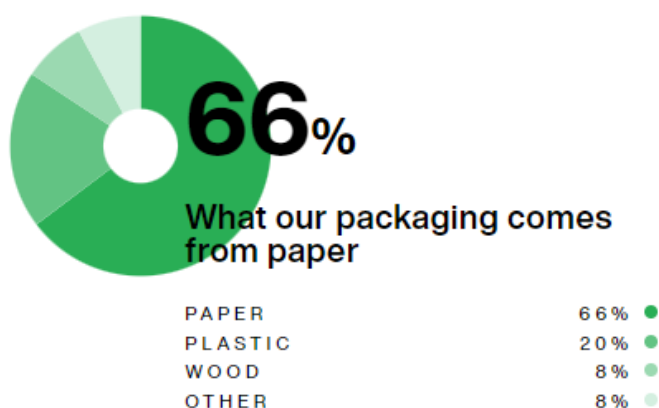


## 4.3 Vplyv Lush

Dlhodobý cieľ, na ktorom sa Lush snaží pracovať, je byť plne obehovým podnikom bez produkcie materiálov, ktoré by sa nedali vrátiť späť prostredníctvom biologických alebo dostupných technických cyklov. To znamená neprodukovať žiadny odpad.

Uchovávanie a preprava produktov vyžaduje určité balenie. To sa snažia minimalizovať používaním recyklovaných, organicky vypestovaných alebo upcyklovaných materiálov. V čo najväčšej miere sa snažia zabezpečiť, aby všetky obaly na konci ich životnosti mohli znovu použiť, recyklovať alebo kompostovať. Síce tam ešte úplne nie sú, ale spoločnosť tvrdo pracuje na tom, aby sa do tohto štádia dostala.

Za rok 2018 – 2019 bolo 71 % obalov vyrobených len z recyklovaných materiálov. Balenie produktov predstavuje 37 % súčasného využitia obalov, nasleduje 34 % v oblasti logistiky a distribúcie.



Obrázok č. 2 : Z čoho sa skladajú obaly produktov

Zdroj: Lush, 2020, [online]

Ako môžeme vidieť, väčšina balení pochádza z papiera, 20 % z plastu a zvyšok z dreva a iných materiálov.

Dôvod prečo na obaly používajú recyklované alebo organicky pestované materiály je nasledovný:

### Recyklovaný plast

- Z 8,3 miliardy ton plastov, ktoré sa vyrobili od 50. rokov minulého storočia, sa recyklovalo len 9 %.

- V súčasnosti sa približne 40 % celosvetovej produkcie plastov používa ako obal produktov.
- To je dôvod, prečo od roku 2008 používajú vo všetkých čiernych obaloch a priehľadných fľašiach iba 100% postspotrebiteľský plast.

#### Recyklovaný papier a lepenka

- Každú sekundu svet príde o viac ako jedno futbalové ihrisko v lese.
- 35 % celosvetovej priemyselnej ťažby pripadá na celulózu a papier. Len 2 % svetových tropických pralesov má certifikát FSC.
- S nedávnym úsilím o bojkot plastov sa očakáva, že produkcia buničiny do roku 2030 vzrastie z 2,3 miliardy stromov na 3,5 miliardy stromov.

To je dôvod, prečo sa recyklovaná buničina používa na kartónové krabice, podnosy, darčkové balenia, vložky a štítky Lush. Pokrýva 86 % všetkého papiera používaného v spoločnosti Lush.

Lush sa snaží minimalizovať odpad aj napríklad vopred natočeným videom alebo obrázkami. To platí hlavne pri produktoch ako sú bomby do kúpeľa, ktoré sa na predajniach predvádzajú vo veľkých misách s vodou. Tým sa ušetria papierové obrúsky a taktiež aj zníži spotreba vody.

Ďalším príkladom je Lush Lens, vďaka ktorému sa odstráni potreba značenia produktov s podrobnými informáciami o produkte. Stačí, že si zákazník vopred stiahne aplikáciu, naskenuje konkrétny produkt a následne v mobile nájde všetky potrebné informácie. Aj touto cestou sa dá ušetriť veľké množstvo papiera, ale aj vody. Používaním Lush Lens sa podarilo znížiť spotrebu vody na jednej predajni z pôvodných 4 000 m<sup>3</sup> ročne na 140 m<sup>3</sup> ročne (Lush, 2020).

#### Dopad vody

Či už ide výrobu produktov, prísad do produktov alebo konečne využitie zákazníkmi, spoločnosť je zásadne závislá od vody, preto sa chce zaručiť, že táto závislosť bude sociálne spravodlivá a environmentálne udržateľná. V tejto súvislosti Lush určil nasledujúce kroky:

- Potreba optimalizovať spotrebu vody na prevádzkach a taktiež aj na prevádzkach dodávateľov. Vylepšiť zloženie výrobku tak, aby sa využívali vodohospodárske a neekotoxické časti.
- Potreba ochrany kvality vody v celom hodnotovom reťazci.
- Potreba inovácie a propagácie využívania najlepších dostupných technológií.
- Byť regeneratívny pre komunity a povodia, v ktorých Lush pôsobí a zabezpečiť ich potreby do budúcnosti.

Spoločnosť sa snaží neustále zlepšovať a hľadať inovácie, ktorými by našu planétu odľahčili od negatívneho vplyvu výroby. Vodu sa snažia ušetriť napríklad aj výrobou nahých produktov, ktoré obsahujú zlomok vody oproti produktom, ktoré sú balené, nakoľko nie je potreba využívať konzervačné látky. Navyše spotreba vody klesá nepoužívaním obalov, ktorých výroba je značne náročná na vodu. Ďalším spôsobom šetrenia vody sú vegánske produkty. Od roku 2019 sa vo výrobe nepoužívajú vajcia a mliečne výrobky, ktoré sú náročné na vodu. Na každý kilogram bez vajec spoločnosť ušetrila približne 3 300 litrov vody a na každý liter mlieka ušetrila 1 000 litrov vody.

#### Vplyv na biodiverzitu

Strata biodiverzity a klimatická kríza sú jedny z hlavných problémov súčasnej doby. V dnešnej dobe zo všetkých cicavcov predstavujú len 4 % všetky rôzne druhy voľne žijúcich cicavcov, ľudia predstavujú 36 % a zvyšných 60 % tvoria domestikované zvieratá, predovšetkým hospodárske zvieratá. Čo sa týka vtákov, 70 % tvorí hydina, len zvyšných 30 % tvoria voľne žijúce vtáky. Pokiaľ ide o poľnohospodárstvo, na 66 % celkovej produkcie plodín sa podieľa len 9 druhov rastlín.

Spoločnosť sa venuje výrobe kozmetiky, ktorá využíva rôzne prírodné suroviny, tým pádom sa jej podnikateľské činnosti spoliehajú na prosperujúcu komunitu života. To, aké typy materiálov vyberú na výrobu produktov, ako sa pestujú, akým spôsobom sa získavajú, koľko odpadu a znečistenia podnikanie vytvára, to všetko má vplyv na biodiverzitu našej planéty. Dlhodobý plán, ktorý si nastavili je zabezpečiť, aby ich podnikanie malo pozitívny vplyv na život na našej planéte. Avšak je zložité to skutočne aplikovať a ešte ťažšie zmerať. Začiatok spočíva v pochopení tlaku na prirodzené biotopy v dodávateľskom reťazci a v zameraní sa na vývoj a podporu projektov, ktoré dokazujú, že dodávky surovín a biodiverzita môžu byť vzájomne prepojené. Účinnosť produktov je podmienená starostlivým zložením s využitím viac ako 800 rôznych

prírodných surovín, esenciálnych olejov a ďalších bezpečných látok, čo podporuje rast bohatstva a rozmanitosti v ich dodávateľskom reťazci.

Kritické v kozmetickom priemysle je tiež využívanie palmového oleja, na ktorého získanie je potrebné odlesniť veľkú plochu lesa. Odlesňovanie je primárnou príčinou zmeny klímy. Od roku 2006 sa Lush zaviazal odstrániť palmový olej a olej z palmových jadier z dodávateľského reťazca. Dnes veľké množstvo produktov, ktoré vyrábajú je úplne bez palmy. Spoločnosť nebola schopná úplne odstrániť palmu kvôli tomu, že pre niektorých dodávateľov je náročne alebo nemožné. Výrobou vlastného mydlového základu sa vyhli spotrebe 233 ton palmy (Lush, 2020).

### 4.3.1 Zásada životného prostredia

Spoločnosť sa už od svojho vzniku zaviazala pozitívne pôsobiť na životné prostredie. Hlavnou témou spoločnosti je otázka životného prostredia a od toho sa rozvíjajú každodenné rozhodnutia. Napríklad namiesto minerálneho oleja, ktorý pochádza z ropy používajú mandľový a olivový olej.

#### Obaly

Produkty sa snažia navrhovať tak, aby na ich výrobu bolo potrebné čo najmenej obalov. V predajniach ponúkajú možnosť odnieť si zakúpené produkty bez obalu. Táto možnosť je u 50 % produktov. Len predajom tuhých šampónov ušetrí približne 6 miliónov plastových fľašiek celosvetovo. Pri obaloch uprednostňujú recyklované materiály, ktoré tvoria 90 % využívania. Na ďalších 10 % neustále pracujú. Veľká časť obalov Lush produktov sú čierne nádoby, ktorých však recyklácia nie je všade k dispozícii, aj keď sa jedná o čistý a netoxický materiál. Práve z tohto dôvodu sa rozhodli tieto nádoby zbierať späť. Ak zákazník prinesie 5 takých nádobiek na predajňu, dostane za to zdarma čerstvú pleťovú masku. V Českej republike sa snažia nájsť spôsob recyklácie lokálne alebo im dávajú nový život tým, že ich darujú deťom na výtvarnú potrebu, zoológickým záhradám ako náhrada misiek alebo do záhradníctva na pestovanie sadeníc. To, čo ostane sa recykluje českou firmou Eko MB, ktorá z týchto nádobiek vyrába rôzne komponenty a materiály. Pokiaľ legislatíva a ďalšie aspekty dovoľia, radi by v budúcnosti začali využívať koncept opätovného plnenia a zvýšiť počet opakovane použiteľných obalov, ktoré sa budú využívať na prepravu medzi predajňami a manufaktúrami.

## Ingrediencie

V oblasti surovín sú veľmi opatrní. Uprednostňujú ingrediencie, ktoré nepoškodzujú životné prostredie a vyhýbajú sa tým, ktoré sa nevyrábajú udržateľným spôsobom. Ako som už spomínala, v mydlovom základe nahradili palmový olej šetrnejšími ingredienciami a v súčasnosti pracujú na jeho úplnom odstránení zo všetkých produktov a taktiež sa snažia podporovať ostatné spoločnosti, aby z ich výroby úplne vylúčili palmový olej a olej z palmových jadier. Viac ako 70 % produktov je samo-konzervačných a ich dlhodobým cieľom je vyrábať 100 % samo-konzervačných produktov. Taktiež pracujú na tom, aby ich dodávatelia tiež dbali na životné prostredie a minimalizovali negatívne vplyvy.

## Odpad a recyklácia

Celkové recyklované množstvo vo všetkých obaloch je približne 90 %, čiže na každú tonu materiálu, ktorý sa zakúpi pripadá 900 kg recyklovaných zdrojov.

- Všetky nádoby a fľaše sú vyrobené zo 100% spotrebného recyklovaného plastu (PCR), čím sa ročne ušetrí 65 ton oxidu uhličitého, 90 ton pôvodného plastu a 800 barelov ropy.
- Na taškách sa ročne ušetrí 100 ton oxidu uhličitého, pretože sa vyrábajú zo 100% spotrebného recyklovaného papiera.
- Darčeky sa balia do 100% recyklovaného papiera a chránia ich výplne ktoré sú vyrobené z kukuričného škrobu a sú 100% biologicky rozložiteľné.

## Energia

Každá jedna činnosť spoločnosti Lush je závislá od energie. Snažia sa minimalizovať množstvo energie, ktorú spotrebujú na prepravu, výrobu a následný predaj produktov zákazníkom. Kládú dôraz na vypínanie zariadení, menej energeticky účinné zariadenia nahrádzajú modernejšími, časť energie generujú na mieste vlastnými silami a taktiež zlepšujú izoláciu. Dávajú si pozor aj na to, od koho energiu nakupujú, aby sa nestalo, že ju kupujú od spoločnosti, ktoré napríklad vykonávajú hydraulické štiepenie.

## Voda

Množstvo produktov vyrábajú v tuhej verzii a ročne ušetria predajom tuhých šampónov 450 000 litrov vody celosvetovo. Naďalej sa sleduje spotreba vody v manufaktúrach a taktiež sa snažia minimalizovať množstvo vody, ktoré sa používa v produktoch.

#### „Zelená politika“ Lush

- Klásť dôraz na problémy životného prostredia a zohľadňovať ich pri rozhodovaní.
- Konať v súlade s legislatívou a prekračovať jej rámec pri vytváraní nových ekologických iniciatív.
- Využívať recyklované materiály na obaly, na tlačené materiály či kancelársky papier a zbierať od zákazníkov čierne nádoby na recykláciu.
- Stanovovať si v obchodoch ciele pre mieru recyklácie, neustále k nim smerovať a jedného dňa docieľiť - zero waste.
- Závazok k tomu, že v obchodoch a kanceláriách budú mať najlepšiu možnú mieru recyklácie a že budú školiť personál ako ju implementovať.
- Závazok k zníženiu leteckej prepravy produktov a ingrediencií a kdekoľvek je to len možné, využívať na distribúciu do obchodov ekologicky šetrnú dopravu.
- V oblasti dopravy zamestnancov uprednostňovať vlaky pred lietadlami.
- Stanovovať ciele pre úsporu energie. Zaviazat sa využívať dodávateľa „zelenej energie“, ak sú k dispozícii a nakupovať zariadenia na úsporu energie.
- Závazok viesť kampane za ekologické problémy a motivovať zamestnancov, aby pomáhali k pozitívnej zmene (Lush, 2020).

#### 4.4 Vyhodnotenie environmentálnej politiky Lush

Zo získaných údajov je jasné, že spoločnosť sa snaží robiť všetko pre to, aby mala čo najmenší negatívny vplyv na životné prostredie. Prvý dôležitý krok, ktorý urobili už hneď na začiatku podnikania, bola politika netestovania na zvieratách, ale taktiež aj podpora organizácii, ktoré bojujú proti testovaniu na zvieratách, či udeľovanie organizáciám rôzne ocenenia za pokrok v tejto oblasti. Spoločnosť sa navyše vyhýba dodávateľom, ktorí v minulosti testovali svoje produkty na zvieratách alebo sú akokoľvek spájaní s touto problematikou. Lush sa vyhýba podnikaním v krajinách, kde je povinné testovanie kozmetických produktoch na zvieratách, jedná sa napríklad o Čínu.

Spoločnosť spolupracuje s lokálnymi poľnohospodármi, vďaka ktorým majú prírodné suroviny a snažia sa o udržanie biodiverzity. Taktiež vynaložili veľkú časť úsilia a finančných prostriedkov na odlesnené plochy, aby sa do týchto miest znovu mohol

vrátiť život. Navyše financujú rôzne organizácie, ktoré čistia pobrežia vôd od veľkého množstva odpadu.

Väčšina produktov Lush je samo-konzervačných, čo znamená, že nepotrebujú syntetické konzervačné látky na to, aby ostali čerstvé. Jediná nevýhoda v tomto je tá, že produkty nemajú dlhú dobu expirácie, čo je pri tomto type produktov pochopiteľné. Navyše všetky produkty sú vyrobené z plodín ovocia a zeleniny, prípadne rôznych bylín.

Pri balení produktov spoločnosť preferuje obaly, ktoré sú z recyklovaného materiálu a majú jednoduchý dizajn, čím sa zníži cenu produktu, pretože nie je potrebné drahé balenie. Taktiež sa na predajni preferuje, aby mal zákazník vlastnú tašku, čím sa obmedzí zbytočné plytvanie papiera. Papier, ktorý Lush využíva, či už na balenie produktov, alebo na popis produktov je 100% recyklovaný. Pri distribúcii sa snažia dopravu minimalizovať, aby nevytvárali zbytočne emisie oxidu uhličitého. Nakoľko ich produkty nevydržia dlho, predísť hromadeniu odpadu sa snažia aj tým, že sa u nich nedá nakúpiť veľké množstvo produktov a tak sa nestane, že sa výrobok nestihne využiť, kým sa skončí jeho doba spotreby. Zákazom hromadného nákupu produktov sa snažia docieľiť aj to, aby ich niekto nepredával ďalej. Týmto by sa mohlo stať, že sa k zákazníkovi nedostane produkt čerstvý. Pri preprave zamestnancov napríklad na služobne cesty uprednostňujú vlakovú dopravu pred leteckou, aby nevytvárali väčšiu uhlíkovú stopu.

Spoločnosť sa aktívne angažuje na rôznych kampaniach, ktoré bojujú za práva zvierat, detí, utláčaných skupín a bojuje proti diskriminácii. Každoročne ponúkajú produkty, ktorých kúpou môže zákazník prispieť na nejakú charitu.

Je nevyhnutné, aby spoločnosť v týchto aktivitách naďalej pokračovala a aby sa zlepšovala otázkach udržateľnosti, ktoré ešte stále nie sú na 100% úrovni. Je potrebné hľadať alternatívy, ako docieľiť, aby boli všetky produkty samo-konzervačné a všetky produkty, u ktorých to je možné aby boli bez obalu.

Nakoľko je to medzinárodná spoločnosť s veľkým vplyvom a množstvom zamestnancov, je potrebné, aby sa zmeny uskutočňovali už na lokálnej úrovni a aby každý zamestnanec prispieval k trvalo udržateľnému podnikaniu. Len touto cestou, keď spoločnosť bude skutočne udržateľná zvnútra, môže naďalej šíriť túto osvetu medzi svojich zákazníkoch.

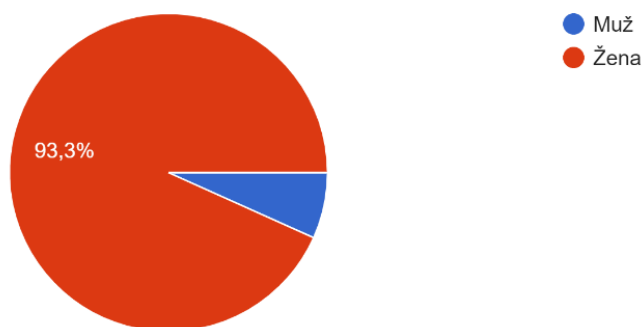
## 5 DOTAZNÍKOVÝ PRIESKUM

Cieľom dotazníkového prieskumu je zistiť ako zákazníci Lush vnímajú environmentálnu udržateľnosť a spoločenskú zodpovednosť spoločnosti. Na tento prieskum som zvolila techniku kvantitatívneho dotazníkového šetrenia. Na základe spracovanej teórie som vytvorila dotazník, ktorý sa distribuoval prostredníctvom platformy Google Forms.

### Otázka 1 – Pohlavie

#### Pohlavie

149 odpovedí



Graf č. 1: Pohlavie respondentov

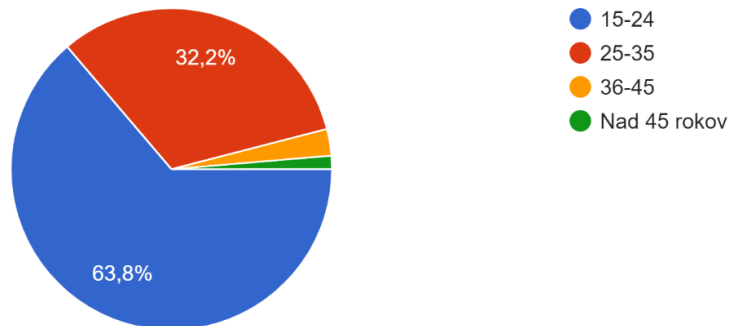
Zdroj: vlastné spracovanie

Tohto dotazníkového prieskumu sa zúčastnili prevažne ženy. Tvoria až 92,6 % respondentov. Pripisujem to hlavne tomu, že ženské zastúpenie sa o kozmetiku zaujíma viac a venuje viac času starostlivosti o svoju pokožku. Ďalším dôvodom je práve to, že väčšina produktov je určená pre ženy a celkovo sa spoločnosť zameriava viac na ženy ako mužov.



## Otázka 2 – Veková kategória

Vek  
149 odpovedí



Graf č. 2 : Veková kategória respondentov

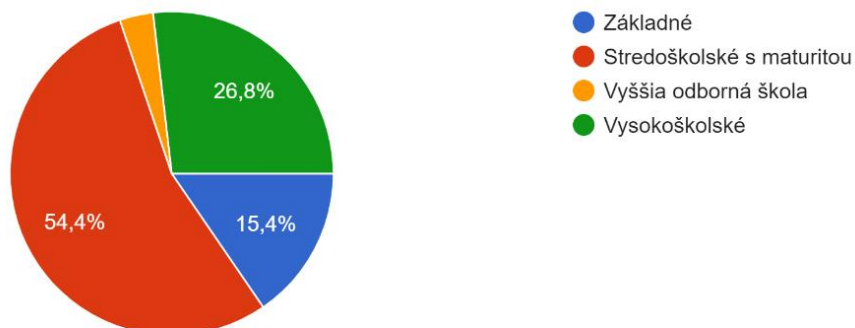
Zdroj: vlastné spracovanie

Najväčšie zastúpenie respondentov je vo veku 15 – 24 rokov. Keďže sa v minulosti nehovorilo až tak často o environmentálnej udržateľnosti, je to práve mladšia generácia, ktorá sa najviac zaujíma o ich dopad na životné prostredie. Mladí ľudia sa viac ako kedykoľvek predtým obávajú ich vplyvu na životné prostredie, a preto je pravdepodobnejšie, že si vyberú etické, environmentálne a sociálne udržateľné značky.

### Otázka 3 – Úroveň dosiahnutého vzdelania

#### Úroveň dosiahnutého vzdelania

149 odpovedí



Graf č. 3: Úroveň dosiahnutého vzdelania

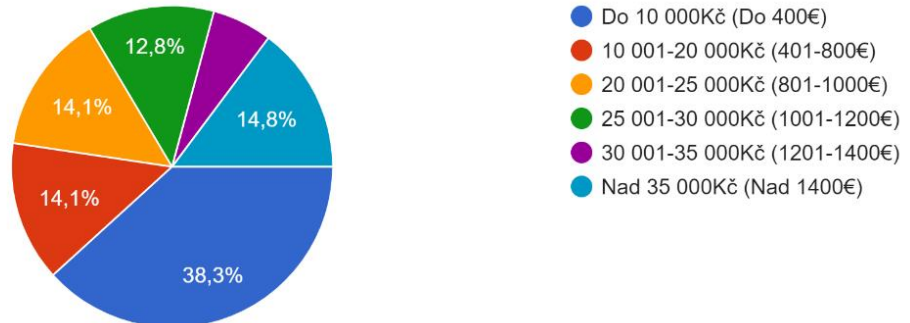
Zdroj: vlastné spracovanie

Z grafu č. 3 môžeme vidieť, že väčšina zákazníkov spoločnosti Lush má stredoškolské vzdelanie s maturitou. Je to hlavne preto, že väčšina zákazníkov je vo veku 15 – 24 rokov, a tak väčšina tejto skupiny pravdepodobne ešte stále študuje. To sa odráža aj na ekonomickej situácii zákazníkov, ktorá bude priblížená v ďalšom grafe. Až 23 respondentov má len základné vzdelanie, čo pripisujem ich nízkemu veku. Každopádne neexistuje jednotný záver o úrovni vzdelania na nákupnom správaní zákazníkov.

#### Otázka č. 4 – Hrubý mesačný príjem

##### Hrubý mesačný príjem

149 odpovedí



Graf č. 4 : Hrubý mesačný príjem

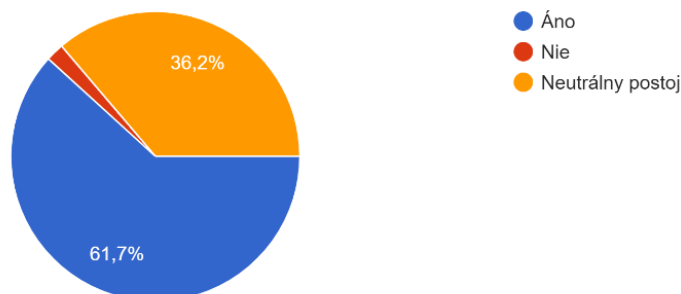
Zdroj: vlastné spracovanie

Nakoľko prevažná väčšina respondentov je mladá generácia vo veku 15 – 24 rokov, ich hrubý mesačný príjem nepresahuje 10 000 Kč. Sú to prevažne študenti, prípadne pracujúci študenti. Cena produktov je očividne prijateľná aj pre skupiny s nižším príjmom a nemajú problém si tieto produkty zakúpiť. Produkty Lush je tak možné predávať ľuďom s vysokými, strednými a tiež ľuďom s nízkymi príjmami.

#### Otázka č. 5 – Preferujete pri nákupe kozmetiky trvalo udržateľné značky?

##### Preferujete pri nákupe kozmetiky trvalo udržateľné značky?

149 odpovedí



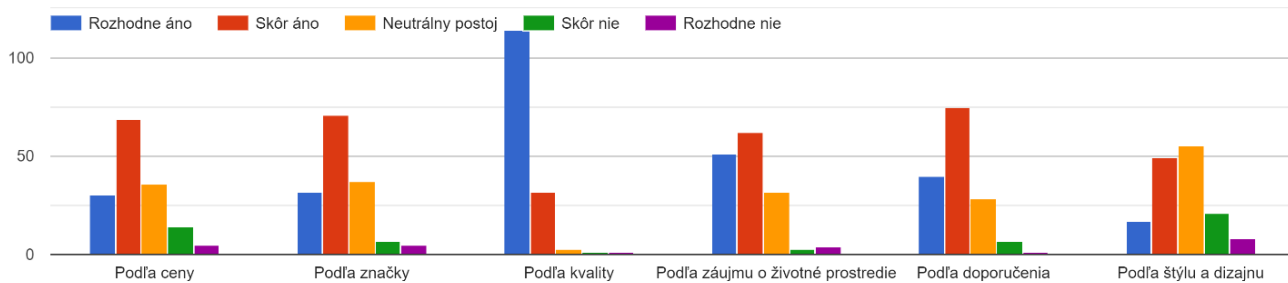
Graf č. 5: Preferencia trvalo udržateľnej značky pri nákupe kozmetiky

Zdroj: vlastné spracovanie

Z grafu č. 5 je vidieť, že viac ako polovici zákazníkov značky Lush záleží na životnom prostredí a na tom, ako sa ich kozmetika, ktorú používajú vyrába. Je dôležité sa usilovať o to, aby viac zákazníkom záležalo na tom, odkiaľ pochádza kozmetika, ktorú používajú a taktiež ako sa vyrába. Len tak sa spoločnosť vyhne tomu, aby ich zákazníci nakupovali kozmetiku, ktorá nie je šetrná k životnému prostrediu.

Otázka č. 6 – Podľa čoho sa rozhodujete pri nákupe kozmetického produktu?

Podľa čoho sa rozhodujete pri nákupe kozmetického produktu?



Graf č. 6: Rozhodovanie o nákupe kozmetického produktu

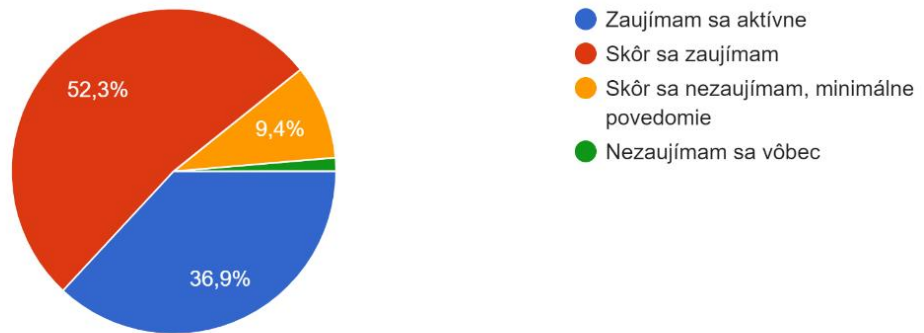
Zdroj: vlastné spracovanie

Z grafu č. 6 jednoznačne vyplýva, že respondenti si najviac potrpia na kvalite produktu. V dotazníkovom prieskume až 114 respondentov uviedlo, že ich pri kúpe najviac zaujíma kvalita. Podobne rozhodujúca je cena, ale aj značka produktu. Veľa respondentov je tiež ovplyvnená odporučením kozmetického produktu. Je preto nevyhnutné, aby si spoločnosť udržala doterajšiu kvalitu produktov, ale aj aby boli produkty vhodné pre zákazníkov s rôznymi príjmami.

## Otázka č. 7 – Aký je Váš postoj k ochrane životného prostredia

Aká je Váš postoj k ochrane životného prostredia?

149 odpovedí



Graf č. 7: Postoj respondentov k ochrane životného prostredia

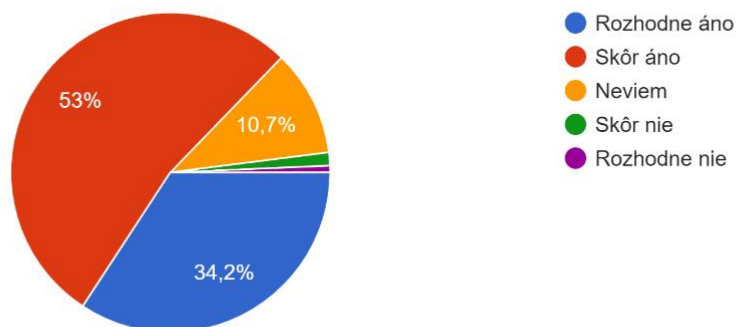
Zdroj: vlastné spracovanie

Takmer väčšina respondentov sa zaujíma o životné prostredie, čo je skvelý výsledok pre spoločnosť Lush, nakoľko vidno, že ich aktivity neostali bez povšimnutia, ale majú veľký vplyv aj na ich zákazníkov.

## Otázka č. 8 – Považujete produkty Lush za trvalo udržateľné?

Považujete produkty Lush za trvalo udržateľné?

149 odpovedí



Graf č. 8: Považovanie respondentov produktov Lush za trvalo udržateľné

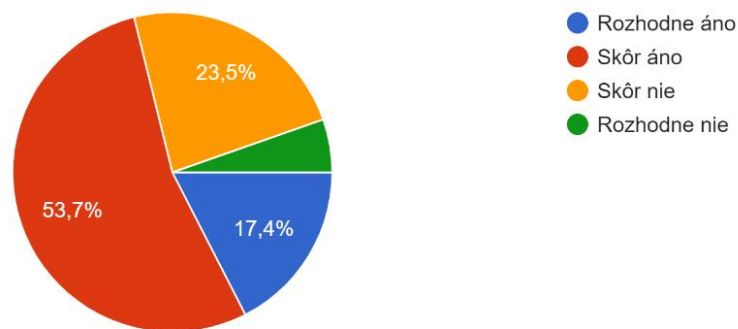
Zdroj: vlastné spracovanie

Aj pri tejto otázke Lush dosiahlo vysoké skóre, viac 85 % respondentov považuje produkty Lush za trvalo udržateľné. Určite to súvisí aj s tým, ako spoločnosť komunikuje so svojimi zákazníkmi, ale aj aké podniká kampane a aktivity.

Otázka č. 9 – Ste dostatočne informovaný/á o spôsobe výroby produktov značky Lush?

Ste dostatočne informovaný/á o spôsobe výroby produktov značky Lush?

149 odpovedí



Graf č. 9: Povedomie o spôsobe výroby produktov Lush

Zdroj: vlastné spracovanie

V tejto otázke som sa zamerala na to, či zákazníci majú povedomie o tom, ako sa produkty Lush vyrábajú. Okolo 70 % zákazníkov vie akým spôsobom sa produkty, ktoré používajú vyrábajú. Je potrebné zvýšiť percento zákazníkov, ktorí dbajú na to, aby ich produkty boli vyrábané šetrne k životnému prostrediu, ale aj k ľuďom, ktorí ich vyrábajú.

Otázka č. 10 – Aké aktivity značky Lush sú Vám známe?

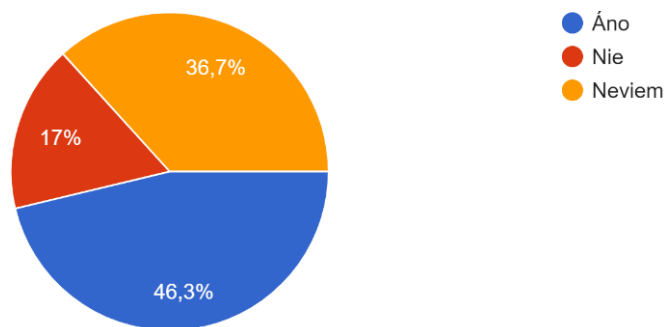
V ďalšej otázke som sa pozrela na to, s akými aktivitami sú respondenti oboznámení. Najviac odpovedí (133) dostala možnosť, produkty netestované na zvieratách. Respondenti sú dôkladne oboznámení aj s tým, že všetky produkty sú vegánske alebo vegetariánske. Druhá najviditeľnejšia aktivita pre respondentov je recyklácia. To je spôsobené aj tým, že spoločnosť ponúka zdarma čerstvú masku, ak zákazníci donesú späť 5 prázdnych nádobiek z produktov. Časť z nich si všíma aj to, že sa spoločnosť

snaží o úsporu vody a energie, ale aj o zníženie uhlíkovej stopy. Je potrebné dávať aj túto oblasť viac do povedomia.

Otázka č. 11 – Myslíte si, že značka Lush ma dostatok kampani/aktivít v rámci udržateľnosti?

Myslíte si, že značka Lush ma dostatok kampani/aktivít v rámci udržateľnosti?

147 odpovedí



Graf č. 10: *Názor na množstvo kampani/aktivít v rámci udržateľnosti*

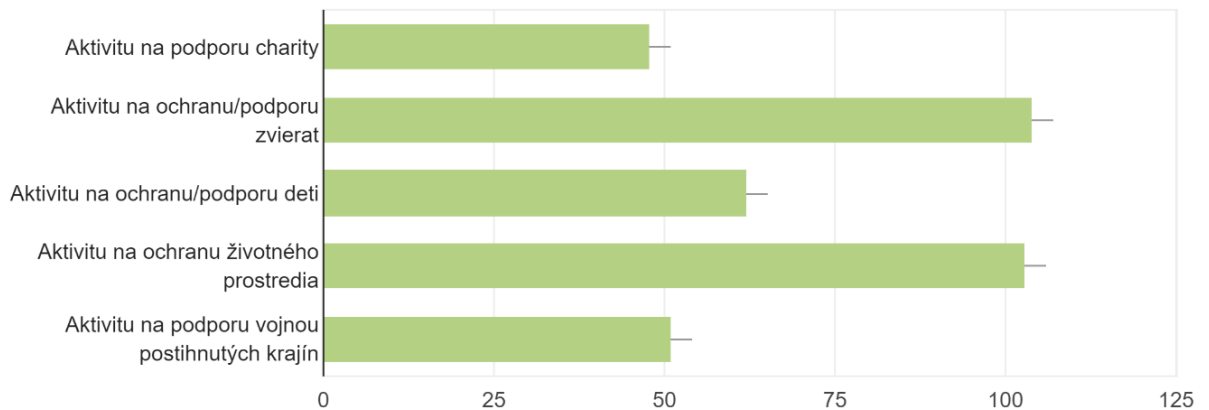
Zdroj: *vlastné spracovanie*

Táto otázka nebola povinná, ale aj tak na ňu odpovedal takmer každý. Prekvapivé je, že menej ako polovica respondentov si myslí, že spoločnosť nemá dostatok kampani alebo aktivít, ktoré sú spojené s udržateľnosťou. Môže to byť spôsobené tým, že to spoločnosť dostatočne nepropaguje a tak zákazníci nemajú mať odkiaľ informácie, pokiaľ sa o to aktívne nezaujímajú.

## Otázka č. 12 – Akú aktivitu by ste kúpou produktu Lush radi podporili?

### Akú aktivitu by ste kúpou produktu Lush radi podporili?

149 odpovedí



Graf č. 11: Podpora aktivít kúpou produktu Lush

Zdroj: vlastné spracovanie

Z grafu č. 11 je vidieť, že respondenti majú vysoký záujem o podporu životného prostredia, ale aj o ochranu zvierat. Navrhujem, aby bolo viac produktov, ktorými môžu zákazníci prispieť na rôzne darcovské aktivity. Spoločnosť ponúka minimálne raz ročne nejaký produkt na predaj, ktorým môžu podporiť vybranú oblasť, avšak pri tomto záujme by sa určite mohlo pomáhať ešte viac.

## Otázka č. 13 – Dôvod voľby nákupu produktov Lush

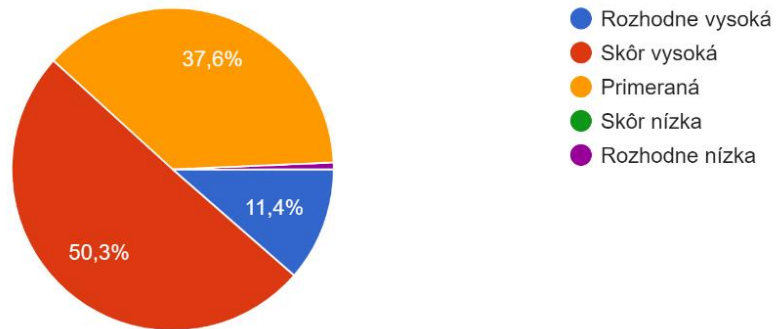
V ďalšej otázke som sa zamerala na to, prečo respondenti nakupujú produkty Lush. Respondenti si mohli vybrať viac odpovedí. Najviac respondentov uviedlo kvalitu produktu, čo vyplýva aj z grafu č. 6, kde sme videli že zákazníkom najviac záleží na kvalite produktu. Túto možnosť označilo 112 respondentov, 110 respondentov uviedlo, že je pre nich okrem kvality dôležitá príjemná vôňa týchto produktov. Rovnako dôležité je pre nich netestovanie na zvieratách, ale aj bezobalové produkty či ekologicky šetrné produkty. Okrem toho sa pozerajú aj na dobročinné produkty a významná je pre nich aj príjemná obsluha v predajni.



Otázka č. 14 – Ako vnímate cenu produktov značky Lush?

Ako vnímate cenu produktov značky Lush?

149 odpovedí



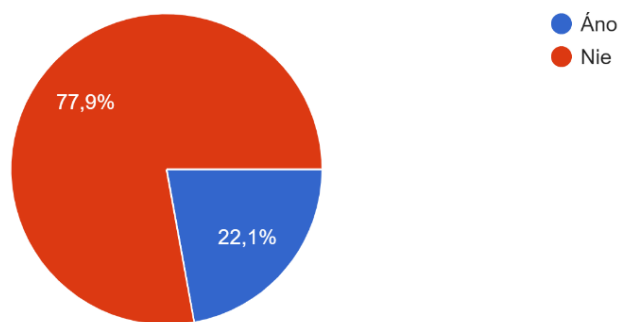
Graf č. 12: Vnímanie ceny produktov Lush

Zdroj: vlastné spracovanie

Z grafu je vidieť, že cena produktov je pre viac ako polovicu respondentov vysoká. To môže byť zapríčinené aj tým, že prevažná väčšina respondentov je skupina s nižším príjmom, nakoľko sú stále študenti. Okolo 40 % respondentov pokladá ceny produktov za primerané. Cena odpovedá tomu, že sú produkty vyrábané ručne a z čerstvých surovín.

Otázka č. 15 – Máte povedomie o nejakej kampani/aktivite v rámci Spoločenskej zodpovednosti firmy, ktorú Lush realizuje? („Spoločenská zodpovednosť firmy“ znamená záväzok firmy brať ohľad na sociálne a environmentálne otázky. Jedná sa napríklad dodržiavanie dôstojných pracovných podmienok, výroba šetrná k životnému prostrediu, podpora dobročinných aktivít atď.)

Máte povedomie o nejakej kampani/aktivite v rámci Spoločenskej zodpovednosti firmy, ktorú Lush realizuje? („Spoločenská zodpovednosť firmy“ znam...u prostrediu, podpora dobročinných aktivít atď.)  
149 odpovedí



Graf. č. 13: Povedomie o kampani/aktivite v rámci spoločenskej zodpovednosti firmy

Zdroj: vlastné spracovanie

Len 33 respondentov vníma oblasť Spoločenskej zodpovednosti v spoločnosti Lush. Navrhujem každoročné výročne správy, aby zákazníci mali väčší prehľad o ich aktivitách v tejto oblasti a tým sa stala pre zákazníkov ešte atraktívnejšia.

## Otázka č. 16 - Dôvod nákupu produktov inej značky?

### Dôvod nákupu produktov inej značky?

149 odpovedí



Graf. č. 14: Dôvod nákupu produktov inej značky

Zdroj: vlastné spracovanie

Najčastejší dôvod prečo respondenti nakupujú aj iné značky je ten, že sú ľahšie dostupné a lacnejšie. Prekvapivo veľa z nich uviedlo aj to, že iné produkty majú lepšiu kvalitu. Veľa respondentov rada skúša nové produkty alebo ich strieda. Niektorí zas uviedli, že značka Lush neponúka všetky typy produktov, ako napríklad krém na opaľovanie, a tak musia siahnuť po inej značke produktov.

### Vyhodnotenie prieskumu a ďalšie návrhy na zlepšenie

Cieľom dotazníkového prieskumu bolo zistiť, ako zákazník vníma environmentálnu udržateľnosť a spoločenskú zodpovednosť spoločnosti Lush. Spoločnosť sa môže pýšiť vysokou kvalitou produktov, nakoľko to je rozhodovací prvok pre väčšinu zákazníkov. Toto tvrdenie potvrdzuje graf č. 6., kde 114 respondentov uviedlo, že sa pri nakúpe kozmetických produktov rozhodujú práve podľa kvality. Ďalej môžeme vidieť, že väčšina zákazníkov inklinuje k trvalo udržateľnému správaniu a podľa toho si vyberá aj produkty, ktoré používa. Zákazník si všíma aktivity, ktoré spoločnosť vykonáva na podporu udržateľnosti, avšak nie je dostatočne oboznámený s ďalšími aktivitami spoločenskej zodpovednosti. Je potrebné, aby okrem netestovania na zvieratách a výroby vegetariánskych a vegánskych produktov dávali do povedomia napríklad akým spôsobom šetria vodu, energiu či ako udržiavať biodiverzitu. To by mohli robiť každoročným reportom, aby zákazník skutočne mohol vidieť, ako sa spoločnosť snaží

chrániť našu planétu. Čo sa týka charity, je potrebné, aby spoločnosť investovala viac úsilia do tejto oblasti. Navrhujem každý mesiac si vybrať určitú oblasť, ktorú je potrebné podporiť, či už ide o výsadbu stromov, podpora útulkov či podpora ľudí bez domova. Z dotazníku jasne vidieť, že zákazníci sú k tejto charitatívnej činnosti naklonení.

Je dôležité pripomenúť, že účelom ich etického, ekologického nákupu je pomôcť zachovať udržateľné poľnohospodárske postupy a spravodlivé pracovné podmienky. Nákup od malých skupín výrobcov poskytuje spoločnosti Lush príležitosť vytvárať pozitívne zmeny, zvyšovať udržateľnosť a vytvárať celosvetové vzťahy. Navyše vytvorili fond Sustainable Lush Fund, ktorý berie 2 % zo sumy, ktorú spoločnosť minie na obaly a suroviny, a používa ich na vytváranie udržateľných poľnohospodárskych a komunitných projektov od nuly po celom svete. Kúpou produktov Lush priamo podporia tieto iniciatívy trvalo udržateľného fondu Lush.

Medzi ďalšie udržateľné faktory spoločnosti patrí používanie čo najmenšieho alebo žiadneho balenia (inak známeho ako „nahé“), ktoré je recyklovateľné, kompostovateľné alebo biologicky rozložiteľné. Ich obaly v obchodoch sú tiež spotrebiteľsky recyklovaný plast, čo znamená, že nádoby už boli minimálne raz recyklované. Spoločnosť tiež monitoruje svoje zdroje sladkej vody, aby sa uistila, že ju nevyužívajú nadmerne. Lush tiež spolupracuje so svojimi poskytovateľmi prepravy na vytváraní eticky zodpovedných palív na prepravu produktov po celom svete. Z môjho pohľadu si spoločnosť dáva dostatočne záležať na tom, aby boli skutočne „zelenou“ kozmetickou firmou a snaží sa neustále prísť s inováciami, ktoré by šetrili planétu. Taktiež navrhujem rozšíriť svoje pobočky v Českej republike, pretože ich predajne sa nachádzajú len v Prahe, a práve kvôli nedostupnosti môže zákazník siahnuť po inom kozmetickom produkte, ktorý nie je tak udržateľný.

# Záver

Cieľom tejto diplomovej práce bolo zhodnotiť mieru environmentálnej udržateľnosti v medzinárodnej spoločnosti Lush a navrhnúť jej ďalší rozvoj a zlepšenie.

Otázkou ostáva, akým spôsobom je najlepšie zmerať environmentálnu udržateľnosť podniku. Z dostupných dát môžeme vidieť, že Lush značne zdôrazňuje čerstvosť ich produktov, avšak nie všetky produkty sú 100% organické, a teda nemôžu sa označiť za čisto organickú spoločnosť. V ich produktoch sa môžu objaviť aj neorganické zložky, čo má negatívny vplyv na životné prostredie. Čo sa týka škodlivých látok, Lush si dáva značne záležať, aby vo svojej výrobe nepoužívali parabény, avšak môže sa stať, že niekto z ich dodávateľov ich ešte stále používa. V tejto problematike by mali mať rovnakú politiku ako pri netestovaní na zvieratách, kde odmietajú spoluprácu s každým, kto sa podieľa alebo v minulosti podieľal na testovaní na zvieratách. Napriek pár nedokonalostiam má spoločnosť Lush vysokú mieru udržateľnosti. Dokazujú to napríklad balením, pri ktorom 65 % ich produktov je nahých, takže sa na produkty nepoužíva žiadne balenie, čím sa výrazne šetrí voda, papier a celkovo to má pozitívny vplyv na životné prostredie. Na produkty, ktoré nemôžu byť bez obalu sa používajú nádoby a fľaše, ktorú sú recyklovateľné a k recyklácií nabádajú aj svojich zákazníkov napríklad tým, že za päť prázdnych nádobiek z použitého produktu, dostanú zdarma čerstvú masku. Veľkým plusom je určite aj takmer úplné vylúčenie palmového oleja a jadier z palmy. V dôsledku používania palmy dochádza k nekontrolovateľnému odlesňovaniu a tým pádom aj k zmene klímy, čomu sa chce spoločnosť vyhnúť. Ďalším dôležitým a pre zákazníkov zrejme aj najviditeľnejším krokom je kampaň Charity Pot. Jedná sa o predaj produktov, z ktorých 100% výťažok sumy ide organizáciám, ktoré to potrebujú. Primárna oblasť, ktorú táto kampaň financuje je práve environmentálna udržateľnosť.

Z dotazníkového prieskumu medzi zákazníkmi je vidno, že spoločnosť Lush pre nich spĺňa kritéria udržateľného podniku. Zlepšiť by sa mohli ďalšie aktivity spoločenskej zodpovednosti, kde by sa dalo pomáhať napríklad ľuďom bez domova, útulkom, ale taktiež by mohli byť častejšie kampane, z ktorých by sa financovala určitá organizácia, ktorá potrebuje pomôcť. Bude určite zaujímavé sledovať názor zákazníkov aj v budúcnosti a prípadne ich odpovede porovnať, či spoločnosť Lush priniesla nejaké nápravy alebo pravidelné reporty, kde sa zákazníci môžu z environmentálnej udržateľnosti či spoločenskej zodpovednosti dozvedieť viac.

V neposlednom rade je dôležité, aby čo najviac firiem prijalo podobnú politiku udržateľnosti a snažili sa svojou činnosťou k náprave našej planéty.

# Zoznam použitej literatúry

Australian Government (2021). *Rio+20 - The United Nations Conference on Sustainable Development*. [on-line] [cit. 2022-09-03]. Dostupné na [www: https://www.awe.gov.au/environment/international/rio-20](https://www.awe.gov.au/environment/international/rio-20).

Berthelot, S., Coulmont, M. (2004). *ISO 14000 – a Profitable Investment?* CMA Management, Vol. 78, No. 7, s. 36 – 39. ISSN 1490-4225.

Bowen, H. R. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. 1. vyd. New York: Harper. 276 s.

Bowie, N. E. (2013). *Business Ethics in the 21st Century*. 1. vyd. Dordrecht: Springer. 235 s. ISBN 978-94-007-6222-0.

Carroll, A. B. (1999). *Corporate Social Responsibility – Evolution of a Definitional Construct*. *Business and Society*, Vol. 38, No. 3, s. 268 – 295. ISSN 0007-6503.

Carroll, A. B. (1979). *A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance*. *The Academy of Management Review*, Vol. 4, No. 4, s. 497 – 505. ISSN 0363-7425.

Cenia (2016). *Ekologicky šetrné výrobky*. [on-line] [cit. 2022-04-01]. Dostupné na [www: http://www.cenia.cz/www.ekoznaceni/ekologicky-setrne-vyrobyky](http://www.cenia.cz/www.ekoznaceni/ekologicky-setrne-vyrobyky).

ČSN ISO 26000:2011 – Pokyny pro oblast společenské odpovědnosti.

Econation (2016). *Dematerialisation*. [on-line] [cit. 2022-04-01]. Dostupné na [www: http://www.econation.co.nz/dematerialisation/](http://www.econation.co.nz/dematerialisation/).

Eurostat (2016). *Constupcion of Energy*. [on-line] [cit. 2022-04-01]. Dostupné na [www: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Consumption\\_of\\_energy](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Consumption_of_energy).

Evropská komise (2011). *Obnovená strategie EU pro sociální odpovědnost podniků na období 2011 – 2014*. [on-line] [cit. 2022-04-01]. Dostupné na [www: http://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CLEX:52011DC0681&qid=1451654927689&from=CS](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CLEX:52011DC0681&qid=1451654927689&from=CS).

Evropská komise (2001). *Green Paper: Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility*. 1. vyd. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities. 28 s. ISBN 92-894-1478-2.

Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. 1. vyd. Boston: Pitman. 276 s. ISBN 0-273-01913-9.

Friedman, M. (1970). *The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits* [on-line] [cit. 2022-04-01]. Dostupné na [www: http://www.colorado.edu/studentgroups/libertarians/issues/friedman-soc-resp-business.html](http://www.colorado.edu/studentgroups/libertarians/issues/friedman-soc-resp-business.html).

International Finance Corporation (2002). *Developing Value. The Business Case for Sustainability in Emerging Markets* [on-line] [cit. 2022-04-01] Dostupné na [www: http://ifc.org/wps/wcm/connect/84a59480488559ca842cd66a6515bb18/Developing\\_Value\\_full.pdf?MOD=AJPERES](http://ifc.org/wps/wcm/connect/84a59480488559ca842cd66a6515bb18/Developing_Value_full.pdf?MOD=AJPERES).

Kunz, V (2012). *Společenská odpovědnost firem*. 1. vyd. Praha: Grada, 2012. Expert (Grada). 208 s. ISBN 978-80-247-3983-0.

Leal G. G., FA, M. C., Pasola, J. V. (2003). *Using Environmental Management Systems to Increase Firms' Competitiveness*. Corporate Social Responsibility and Environmental Management, Vol. 10, No. 2, s. 101 – 110. ISSN 1535-3958.

Lush (2020). *Black Lives Matter*. [on-line] [cit. 2022-07-04]. Dostupné na [www: https://weare.lush.com/cz-cz/lush-life/nase-hodnoty/black-lives-matter/](https://weare.lush.com/cz-cz/lush-life/nase-hodnoty/black-lives-matter/).

Lush (2020). *Bojujeme proti testování na zvířatech*. [on-line] [cit. 2022-07-04]. Dostupné na [www: https://weare.lush.com/cz-cz/lush-life/nase-hodnoty/bojujeme-proti-testovani-na-zviratech/](https://weare.lush.com/cz-cz/lush-life/nase-hodnoty/bojujeme-proti-testovani-na-zviratech/).

Lush (2020). *Campaigns*. [on-line] [cit. 2022-07-04]. Dostupné na [www: https://weare.lush.com/cz-cz/lush-life/our-giving/campaigns/](https://weare.lush.com/cz-cz/lush-life/our-giving/campaigns/).

Lush (2020). *Čerstvost*. [on-line] [cit. 2022-07-04]. Dostupné na [www: https://weare.lush.com/cz-cz/lush-life/nase-hodnoty/cerstvost/](https://weare.lush.com/cz-cz/lush-life/nase-hodnoty/cerstvost/).

Lush (2020). *Etická charta Lush*. [on-line] [cit. 2022-07-04]. Dostupné na [www: https://weare.lush.com/cz-cz/lush-life/nase-hodnoty/eticka-charta-lush/](https://weare.lush.com/cz-cz/lush-life/nase-hodnoty/eticka-charta-lush/).

Lush (2020). *Etické nakupování*. [on-line] [cit. 2022-07-04]. Dostupné na [www: https://weare.lush.com/cz-cz/lush-life/nase-hodnoty/eticke-nakupovani/](https://weare.lush.com/cz-cz/lush-life/nase-hodnoty/eticke-nakupovani/).

Lush (2020). *Go Circular*. [on-line] [cit. 2022-07-04]. Dostupné na [www: https://weare.lush.com/cz-cz/lush-life/our-impact-reports/go-circular/](https://weare.lush.com/cz-cz/lush-life/our-impact-reports/go-circular/).



Lush (2020). *Hold Water Sacred*. [on-line] [cit. 2022-07-04]. Dostupné na [www: https://weare.lush.com/cz-cz/lush-life/our-impact-reports/hold-water-sacred/](https://weare.lush.com/cz-cz/lush-life/our-impact-reports/hold-water-sacred/).

Lush (2020). *Charity Pot*. [on-line] [cit. 2022-07-04]. Dostupné na [www: https://weare.lush.com/cz-cz/lush-life/our-giving/charity-pot/](https://weare.lush.com/cz-cz/lush-life/our-giving/charity-pot/).

Lush (2020). *Kdo jsme – We are Lush*. [on-line] [cit. 2022-07-04]. Dostupné na [www: https://weare.lush.com/cz-cz/lush-life/nase-spolecnost/kdo-jsme/](https://weare.lush.com/cz-cz/lush-life/nase-spolecnost/kdo-jsme/).

Lush (2020). *Lush Prize*. [on-line] [cit. 2022-07-04]. Dostupné na [www: https://weare.lush.com/cz-cz/lush-life/our-giving/lush-prize/](https://weare.lush.com/cz-cz/lush-life/our-giving/lush-prize/).

Lush (2020). *Nahaté produkty*. [on-line] [cit. 2022-07-04]. Dostupné na [www: https://weare.lush.com/cz-cz/lush-life/nase-hodnoty/nahate-produkty/](https://weare.lush.com/cz-cz/lush-life/nase-hodnoty/nahate-produkty/).

Lush (2020). *Rewild Life*. [on-line] [cit. 2022-07-04]. Dostupné na [www: https://weare.lush.com/cz-cz/lush-life/our-impact-reports/rewild-life/](https://weare.lush.com/cz-cz/lush-life/our-impact-reports/rewild-life/).

Lush (2020). *Ruční výroba*. [on-line] [cit. 2022-07-04]. Dostupné na [www: https://weare.lush.com/cz-cz/lush-life/nase-hodnoty/zasada-rucni-vyroby/](https://weare.lush.com/cz-cz/lush-life/nase-hodnoty/zasada-rucni-vyroby/).

Lush (2020). *Vegetariánství*. [on-line] [cit. 2022-07-04]. Dostupné na [www: https://weare.lush.com/cz-cz/lush-life/nase-hodnoty/vegetarianstvi/](https://weare.lush.com/cz-cz/lush-life/nase-hodnoty/vegetarianstvi/).

Madsen, H., Ulhøi, P. J. (2003). *Have Trends in Corporate Environmental Management Influenced Companies' Competitiveness?* Greener Management International, Vol. 2003. No. 44, s. 74–88. ISSN 0966-9671.

Madu CH. N. (2004). *Achieving Competitive Advantage through Quality and Environmental Management*. Environmental Quality Management, Vol. 14, No. 2, s. 59 – 76. ISSN 1088-1913.

Mazurkiewicz, P. (2004). *Corporate Environmental Responsibility: Is a Common CSR Framework Possible?* [on-line] [cit. 2022-04-01]. Dostupné na [www: https://siteresources.worldbank.org/EXTDEVCOMSUSDEVT/Resources/csrframework.pdf](https://siteresources.worldbank.org/EXTDEVCOMSUSDEVT/Resources/csrframework.pdf).

Mihaliková, E. a kol. (2011). *Finančná situácia a výkonnosť v samospráve*. 1. vyd. Košice: Univerzita Pavla Jozefa Šafárika v Košiciach. 108 s. ISBN 978-80-7097-898-6.

Místní agenda 21 (2016). *Základní informace o místní Agendě 21 v České republice*. [on-line] [cit. 2022-04-01] Dostupné na [www: http://ma21.cenia.cz/ZákladníinformaceoMA21/tabid/85/language/cs-CZ/Default.aspx](http://ma21.cenia.cz/ZákladníinformaceoMA21/tabid/85/language/cs-CZ/Default.aspx).

Moldan, B., Kolářová, H. (2001). *(Ne)udržitelný rozvoj: ekologie – hrozba i naděje*. Praha: Karolinum, 2001. ISBN 80-246-0286-5.

Ministerstvo životního prostředí České republiky (2016 a). *Legislativa*. [on-line] [cit. 2022-04-01] Dostupné na [www: http://www.mzp.cz/www/platnalegislativa.nsf/](http://www.mzp.cz/www/platnalegislativa.nsf/).

Ministerstvo životního prostředí České republiky (2019). *Udržitelný rozvoj*. [on-line] [cit. 2022-04-01] Dostupné na [www: https://www.mzp.cz/cz/udrzitelny\\_rozvoj](https://www.mzp.cz/cz/udrzitelny_rozvoj).

Pavlík, M., Bělčík, M. A KOL. (2010). *Společenská odpovědnost organizace: CSR v praxi a jak s ní dál*. 1. vyd. Praha: Grada. Management (Grada). 176 s. ISBN 978-80-247-3157-5.

Plášková, A., Hykš, O., Fousková, K., & Martinov, M., Ryšánek, P. (Ed.). (2016). *Národní cena České republiky za společenskou odpovědnost a udržitelný rozvoj: podnikatelský sektor, veřejný sektor*. Národní středisko podpory kvality.

Remtová K. (2009). *Výkladový slovník základních pojmů z oblasti udržitelného rozvoje*. Praha: Ministerstvo životního prostředí ČR, 2009, ISBN: 978-80-7212-506-7.

Státní fond životního prostředí České republiky (2016). *Program na podporu druhové diverzity*. [on-line] [cit. 2022-04-01]. Dostupné na [www: https://www.sfzp.cz/sekce/587/program-na-podporu-druhove-diverzity-neprodukcnih-rostlin/](https://www.sfzp.cz/sekce/587/program-na-podporu-druhove-diverzity-neprodukcnih-rostlin/).

Steinerová, M., Makovski, D. (2008). *Koncept CSR v praxi: průvodce odpovědným podnikáním*. 1. vyd. Praha: ASPRA a.s.

Tetřevová, L. (2017). *Společenská odpovědnost firem společensky citlivých odvětví*. Grada Publishing.

Tuzzolino, F., Armandi B. (1981). *A Need – Hierarchy Framework for Assessing Corporate Social Responsibility*. *Academy of Management Review*, Vol. 6, No. 1, s. 21–28. ISSN 0363-7425.

Ullmann, A. A. (1985). *Data in Search of a Theory: a Critical Examination of the Relationships among Social Performance, Social Disclosure, and Economic Performance of US Firms*. *Academy of Management Review*, Vol. 10, No. 3, s. 540–557. ISSN 0363-7425.

United Nations (2020). *Conserve and sustainably use the oceans, seas and marine resources*. [on-line] [cit. 2022-25-03]. Dostupné na [www: https://www.un.org/sustainabledevelopment/oceans/](https://www.un.org/sustainabledevelopment/oceans/).

United Nations (1992). *Convention on Biological Diversity*. [on-line] [cit. 2022-04-01]. Dostupné na [www: https://www.cbd.int/doc/legal/cbd-en.pdf](https://www.cbd.int/doc/legal/cbd-en.pdf).

United Nations (2020). *Ensure access to affordable, reliable, sustainable and modern energy*. [on-line] [cit. 2022-25-03]. Dostupné na [www: https://www.un.org/sustainabledevelopment/energy/](https://www.un.org/sustainabledevelopment/energy/).

United Nations (2020). *Ensure access to water and sanitation for all*. [on-line] [cit. 2022-25-03]. Dostupné na [www: https://www.un.org/sustainabledevelopment/water-and-sanitation/](https://www.un.org/sustainabledevelopment/water-and-sanitation/).

United Nations (2020). *Ensure sustainable consumption and production patterns*. [on-line] [cit. 2022-25-03]. Dostupné na [www: https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-consumption-production/](https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-consumption-production/).

United Nations (2020). *Sustainably manage forests, combat desertification, halt and reverse land degradation, halt biodiversity loss*. [on-line] [cit. 2022-25-03]. Dostupné na [www: https://www.un.org/sustainabledevelopment/biodiversity/](https://www.un.org/sustainabledevelopment/biodiversity/).

United Nations (2020). *Take urgent action to combat climate change and its impacts*. [on-line] [cit. 2022-25-03]. Dostupné na [www: https://www.un.org/sustainabledevelopment/climate-change/](https://www.un.org/sustainabledevelopment/climate-change/).

United Nations (2002). *World Summit on Sustainable Development, 26 August-4 September 2002, Johannesburg*. [on-line] [cit. 2022-23-02]. Dostupné na [www: https://www.un.org/en/conferences/environment/johannesburg2002](https://www.un.org/en/conferences/environment/johannesburg2002).

United Nations Framework Convention on Climate Change (2021). *The Glasgow Climate Pact – Key Outcomes from COP26*. [on-line] [cit. 2022-09-03]. Dostupné na [www: https://unfccc.int/process-and-meetings/the-paris-agreement/the-glasgow-climate-pact-key-outcomes-from-cop26](https://unfccc.int/process-and-meetings/the-paris-agreement/the-glasgow-climate-pact-key-outcomes-from-cop26).

United Nations Framework Convention on Climate Change (2022). *What is the Kyoto Protocol?* [on-line] [cit. 2022-09-03]. Dostupné na [www: https://unfccc.int/kyoto\\_protocol](https://unfccc.int/kyoto_protocol).

World Business Council For Sustainable Development (2008). *Corporate Social Responsibility*. [on-line] [cit. 2022-04-01]. Dostupné na [www: https://wbcsd.org/work-program/business-role/previous-work/corporate-social-responsibility.aspx](https://wbcsd.org/work-program/business-role/previous-work/corporate-social-responsibility.aspx).

You Matter (2020). *Sustainable Development – What Is It? Definition, History, Evolution, Importance And Examples*. [on-line] [cit. 2022-03-24]. Dostupné na [www: https://youmatter.world/en/definition/definitions-sustainable-development-sustainability/?fbclid=IwAR3XUbR2ah0MNgkRdkIX11ic\\_FUjZRertq5kv3J0y\\_OV8o9\\_U31pSu3jLEM](https://youmatter.world/en/definition/definitions-sustainable-development-sustainability/?fbclid=IwAR3XUbR2ah0MNgkRdkIX11ic_FUjZRertq5kv3J0y_OV8o9_U31pSu3jLEM)

Zákon č. 76/2002 Sb., o integrované prevenci a o omezování znečištění, o integrovaném registru znečišťování a o změně některých zákonů (zákon o integrované prevenci), v platném znění.

Zákon č. 185/2001 Sb., o odpadech a o změně některých dalších zákonů (zákon o odpadech), v platném znění.

## Zoznam obrázkov

|   |    |
|---|----|
| Obrázok č. 1 Piliere udržateľného rozvoja .....       | 8  |
| Obrázok č. 2 Z čoho sa skladajú obaly produktov ..... | 57 |

## Zoznam grafov

|  |    |
|--|----|
| Graf č. 1 Pohlavie respondentov .....  | 66 |
| Graf č. 2 Veková kategória respondentov .....                                    | 67 |
| Graf č. 3 Úroveň dosiahnutého vzdelania .....                                    | 68 |
| Graf č. 4 Hrubý mesačný príjem .....   | 69 |
| Graf č. 5 Preferencia trvalo udržateľných značiek pri nákupe kozmetiky .....     | 69 |
| Graf č. 6 Rozhodovanie o nákupe kozmetického produktu .....                      | 70 |
| Graf č. 7 Postoj respondentov k ochrane životného prostredia .....               | 71 |
| Graf č. 8 Považovanie respondentov produktov Lush za trvalo udržateľné .....     | 71 |
| Graf č. 9 Povedomie o spôsobe výroby produktov Lush .....                        | 72 |
| Graf č. 10 Názor na množstvo kampaní/aktivít v rámci udržateľnosti .....         | 73 |
| Graf č. 11 Podpora aktivít kúpou produktu Lush .....                             | 74 |
| Graf č. 12 Vnímanie ceny produktov Lush .....                                    | 75 |
| Graf č. 13 Povedomie o kampani/aktivite v rámci spoločenskej zodpovednosti ..... | 76 |
| Graf č. 14 Dôvod nákupu produktov inej značky .....                              | 77 |

# Zoznam skratiek

AG – Australian Government  
CSR – Corporate social responsibility  
EIA – Environmental Impact Assessment  
EMAS – Environmental management and audit scheme  
FSC – Forest Stewardship Council  
HDP – Hrubý domáci produkt  
IFC – International Financial Corporation  
IPPC – Integrated Pollution Prevention and Control  
LCA – Life Cycle Assessment  
OSN – Organizácia spojených národov  
SDG – Sustainable Development Goals  
SOS – Sumatran Orangutan Society (SOS)  
UN – United Nation  
UNFCCC – United Nations Framework Convention on Climate Change  
UNEP – United Nations Environment Programme  
WTO – World Trade Organization  
WBCSD – World Business Council For Sustainable Development  
YM – YOU MATTER

# Evidence výpůjček

Prohlášení:

Dávám svolení k půjčování této diplomové práce. Uživatel potvrzuje svým podpisem, že bude tuto práci řádně citovat v seznamu použité literatury.

Jméno a příjmení: Monika Maďarová

V Praze dne: 28. 04. 2022

Podpis:

| <b>Jméno</b> | <b>Oddělení/ Pracoviště</b> | <b>Datum</b> | <b>Podpis</b> |
|--------------|-----------------------------|--------------|---------------|
|              |                             |              |               |
|              |                             |              |               |
|              |                             |              |               |
|              |                             |              |               |
|              |                             |              |               |
|              |                             |              |               |
|              |                             |              |               |
|              |                             |              |               |
|              |                             |              |               |
|              |                             |              |               |
|              |                             |              |               |
|              |                             |              |               |
|              |                             |              |               |
|              |                             |              |               |
|              |                             |              |               |
|              |                             |              |               |
|              |                             |              |               |
|              |                             |              |               |
|              |                             |              |               |
|              |                             |              |               |
|              |                             |              |               |