

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra marketingové komunikace a public relations

Diplomová práce

2024

Bc. Lucía Vítová

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra marketingové komunikace a public relations

**Vnímání dobrovolného ESG reportingu ze strany
českých malých a středních podniků**

Diplomová práce

Autor práce: Bc. Lucía Vítová

Studijní program: Strategická komunikace

Vedoucí práce: doc. PhDr. Denisa Hejlová, Ph.D.

Rok obhajoby: 2024

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 30. dubna 2024

Bc. Lucía Vítová

Bibliografický záznam

VÍTOVÁ, Lucía. *Vnímání dobrovolného ESG reportingu ze strany českých malých a středních podniků*. Praha, 2024. 124 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra marketingové komunikace a public relations. Vedoucí diplomové práce PhDr. Denisa Hejlová, Ph.D.

Rozsah práce: 113 184 znaků

Abstrakt

Cílem této diplomové práce je zjistit, jak se české malé a střední podniky staví k dobrovolnému ESG reportingu. V teoretické části práce je popsán teoretický základ ESG, význam jeho jednotlivých faktorů i jeho legislativní uchopení na evropské úrovni. V této části práce je také vysvětlena spojitost mezi ESG a cirkulárním hospodářstvím, CSR a konceptem DEI. Jsou zde navíc diskutována úskalí ESG, greenwashing a role komunikace v oblasti ESG. Ve výzkumné části práce jsou nejprve formulovány dvě výzkumné otázky a predikce odpovědí na tyto otázky vycházející z předchozích výzkumů. Dále je zde popsána metoda sběru dat, metoda zpracování dat a samotné vyhodnocení výzkumu. Výzkum v této diplomové práci proběhl pomocí kvalitativní metody polostrukturovaných hloubkových rozhovorů, které proběhly s celkem 6 respondenty. Získaná data z těchto rozhovorů jsou v praktické části analyzována za použití tematické analýzy, otevřeného a axiálního kódování. Výsledky výzkumu odhalují velkou míru skepse malých a středních podniků ohledně ESG reportingu a jeho legitimitě. Proti povinnému ESG reportování výzkum odhaluje větší otevřenost vůči dobrovolnému ESG reportingu. Respondenti však tyto dobrovolné výkazy nepraktikují a ani to v blízké době neplánují. Na svědomí to má zejména nespokojenost s nedostatkem jasných a dostupných informací o tom, co přesně ESG reporting obnáší a jaké jsou jeho požadavky.

Abstract

The aim of this thesis is to find out how Czech SMEs approach voluntary ESG reporting. The theoretical part of the thesis describes the theoretical basis of ESG, the significance of its individual factors and its legislative grasp at the European level. In this part of the thesis the connection between ESG and circular economy, CSR and the concept of DEI is also explained. In addition, the pitfalls of ESG, greenwashing and the role of communication in ESG are discussed. In the research part of the thesis, two research questions are first formulated and predictions of the answers to these questions are made based on previous research. Then the data collection method, the data processing method and the actual evaluation of the research are described. The research in this thesis was conducted using the qualitative method of semi-structured in-depth interviews with a total of 6 respondents. The data collected from these interviews is analyzed in the practical part using thematic analysis, open and axial coding. The research results reveal a high level of skepticism among SMEs

about ESG reporting and its legitimacy. Against mandatory ESG reporting, the research reveals more openness towards voluntary ESG reporting. However, respondents do not practice such voluntary reporting and do not plan to do so in the near future. This is mainly due to dissatisfaction with the lack of clear and accessible information on what exactly ESG reporting entails and what its requirements are.

Klíčová slova

ESG, udržitelné podnikání, ESG reporting, malé a střední podniky, hloubkové rozhovory

Keywords

ESG, sustainable business practices, ESG reporting, SMEs, in-depth interviews

Title/název práce

Perception of voluntary ESG reporting by Czech SMEs

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala mé vedoucí práce, doc. PhDr. Denisa Hejlové, Ph.D. Poděkování jí náleží zejména za ochotu a vstřícnost, kterou mi při konzultacích práce během zahraničního výjezdu na druhé straně světa s velkým časovým posunem prokázala. Taktéž jí děkuji za praktické rady, které jsem využila především při sestavování a realizaci výzkumu. Z práce jsem měla velký respekt, a právě nasměrování paní docentkou mě ve zvoleném tématu i mé schopnosti ho zpracovat utvrdilo.

Můj velký dík patří i mým nejbližším, díky kterým jsem zvládla překlenout několik náročných měsíců a práci dokončit v čase i kvalitě, které jsem si stanovila. Jmenovitě děkuji Jiřímu Doubkovi a Victoria Goll. V neposlední řadě děkuji také mé mladší sestře Natálie Vítové za to, že její oko vidí to, co mé ne.

Obsah

ÚVOD	10
TEORETICKÁ ČÁST	12
1 TEORETICKÝ RÁMEC ESG	12
1.1 Definice a význam ESG faktorů	12
1.2 Environmentální aspekty (E) a jejich vliv na podnikání.....	13
1.3 Sociální aspekty (S) a jejich vliv na podnikání.....	14
1.4 Aspekty správy (G) a jejich vliv na podnikání	15
2 ESG V KONTEXTU CIRKULÁRNÍHO HOSPODÁŘSTVÍ.....	15
2.1 ESG a společenská odpovědnost firem (CSR).....	17
2.2 ESG a koncept diverzity, rovnosti a inkluze (DEI)	18
3 ESG REPORTING.....	20
3.1 Metodiky a systémy hodnocení ESG reportingu	21
3.2 ESG reporting v kontextu malých a středních podniků.....	22
4 LEGISLATIVNÍ RÁMEC ESG	23
4.1 Green Deal	24
4.3 EU Taxonomy	25
4.4 Směrnice NFRD 2014/95/EU	26
4.5 Směrnice CSDR 2022/2464/EU	27
4.6 Návrh směrnice CS3D	28
4.7 Dopad legislativy v národním kontextu.....	30
5 ROLE KOMUNIKACE V ESG REPORTINGU	30
5.1 ESG a greenwashing.....	31
VÝZKUMNÁ ČÁST.....	33
1 CÍLE VÝZKUMU	33
2 VÝZKUMNÉ OTÁZKY A PREDIKCE	33

3	METODA SBĚRU DAT	34
3.1	Kvalitativní výzkum.....	34
3.2	Polostrukturované hloubkové rozhovory	34
4	CHARAKTERISTIKA VÝZKUMNÉHO VZORKU	35
5	PŘÍPRAVA ROZHovorŮ	37
6	ZÁZNAM A PŘEPIS DAT	38
7	PROCES ZPRACOVÁNÍ DAT	39
8	VYHODNOCENÍ VÝZKUMU	40
8.1	Hrubá představa o ESG.....	40
8.2	Udržitelnost v podnikání.....	43
8.3	Hrubá představa o ESG reportingu	45
8.4	Překážky ve vykazování ESG.....	46
8.5	Skeptický pohled na ESG výkazy	48
8.6	Averze k povinnému výkaznictví	49
8.7	Nejasnost a nedostatek informací	50
8.8	Volání po edukaci	52
9	DISKUSE.....	53
9.1	Limitace výzkumu	58
	ZÁVĚR	60
	SUMMARY	62

Úvod

Environmentální, sociální a správní aspekty (ESG) se v posledním desetiletí staly klíčovou složkou při utváření moderního podnikatelského prostředí. Tato transformace vychází z poznání, že role podniků přesahuje tvorbu zisku a rozšiřuje se na širší společenské a environmentální dopady. (Eccles & Krzuse, 2010; Dyllick & Muff, 2015) Rámec ESG zahrnuje nejen péči o životní prostředí, ale také společenskou odpovědnost, efektivní správu a řízení, a podporuje transparentnost. (Margolis et al., 2009) Otevřenou otázkou však zůstává, do jaké míry jsou hlediska ESG skutečně začleněna do hospodářské činnosti společností.

Vykazování udržitelnosti prostřednictvím faktorů ESG, též známé jako ESG reporting, je mechanismus, jímž mohou společnosti doložit svůj závazek k odpovědnému a etickému chování, který přesahuje rámec běžných finančních ukazatelů. (Margolis et al., 2009) Společnosti podle velikosti a prostředí, ve kterém působí, mohou ESG vykazovat nejen v souladu s legislativou, ale také dobrovolně, bez zákonem stanovené povinnosti. Mnohé, zvláště větší, společnosti se k dobrovolnému ESG reportingu přiklánějí, aby prokázaly svůj závazek k celkové udržitelnosti a transparentnosti v rámci hospodaření. (Clarkson et al., 2008). Tento přístup je často veden snahou zlepšit svou reputaci, přilákat sociálně odpovědné investory a přizpůsobit se očekáváním zainteresovaných stran (Orlitzky et al., 2003).

V České republice je prostředí ESG ovlivněno zejména na úrovni Evropské unie, ale i národním kontextem. Současný legislativní rámec sice neukládá plošnou povinnost ESG reportingu malým a středním podnikům (MSP), ale některé jsou jím již dotčeny a v následujících letech lze očekávat možné legislativní změny, které vykazování ESG uzákoní i právě pro ně. MSP jsou také legislativou nepřímo ovlivněny prostřednictvím svého napojení na větší podniky a dodavatelské řetězce, kterých se dotýká nová unijní směrnice, která v březnu 2023 přišla v platnost. (Málek et al., 2023) Tyto změny regulace podtrhují potřebu porozumět nejen postojům, které MSP k otázce udržitelného rozvoje a ESG chovají, ale i výzvám a potenciálním přínosům, které jejich podnikání může ESG reporting přinést.

MSP hrají významnou roli v celosvětové i národní ekonomice. Stejně jako velké společnosti mohou i ony přispívat k udržitelnému rozvoji. Přestože se mnoho studií a výzkumů věnuje adaptaci ESG praktik firmami (Eccles, 2014; Ziolo a Spoz, 2022) napříč jejich velikostí i

odvětvím působení, chybí zde výzkum, který by se zaměřoval konkrétně na vnímání ESG reportingu, a to zejména ze strany menších podniků. Vnímání ESG reportingu v kontextu MSP navíc konkrétně v České republice zůstává blíže neprozkoumanou oblastí. Tato práce se snaží tuto mezeru překlenout a zjistit, jak se malé a střední podniky staví k dobrovolnému ESG reportingu. Zkoumá proto vnímání, motivace a potenciální problémy, které si české MSP s dobrovolným ESG reportingem spojují. Pochopení jejich perspektiv a motivací vůči ESG může poskytnout cenné poznatky, zmapovat příležitosti pro další hráče na českém trhu v podobě podnikatelů a firem, ale i například konzultantských a poradenských společností poskytujících své služby v otázkách ESG. Výzkum může taktéž přispět k rozvoji osvědčených postupů a poskytnout podklady k jejich přizpůsobení podle specifických potřeb MSP nebo naopak pomoci identifikovat překážky, kterým čeští podnikatelé čelí při zavádění udržitelných řešení. Výsledky výzkumu mohou sloužit jako podklad do diskurzu dobrovolného ESG reportingu a odhalit případné skepse a obavy týkající se jeho důvěryhodnosti, efektivity či dopadu v kontextu prostředí menších firem.

TEORETICKÁ ČÁST

1 Teoretický rámec ESG

Udržitelné financování je důležitým tématem Evropské unie (Camilleri, 2015) a hraje zásadní roli při dosahování politických cílů Evropského paktu o klimatu. Jak uvádí Evropská komise (2023), udržitelné financování podporuje udržitelný rozvoj hospodářství, snižuje zátěž životního prostředí a současně zohledňuje sociální aspekty i aspekty správy věcí veřejných. Právě udržitelné financování zahrnuje tyto aspekty (environmentální, sociální a správní) do investičního procesu. (Eccles & Krzus, 2010)

V posledním desetiletí se tak ESG¹ tak stalo celosvětově rozšířenou doktrínou dobrých investičních zásad. Četné studie zkoumaly dopad ESG na finanční výkonnost podniků. (Brammer et al, 2006; Humphrey et al, 2012; Statman & Glushkov, 2009) Zatímco některé studie prokázaly, že integrace kritérií ESG nemá významný vliv na výnosnost portfolia společnosti (Bauer et al., 2007; Cortez et al., 2009), jiné shledávají souvislost mezi silnou výkonností v oblasti ESG a finanční výkonností, což naznačuje, že společnosti s důkladnými postupy v oblasti ESG mají lepší předpoklady pro dosažení dlouhodobé tvorby hodnoty a řízení rizik (Flammer, 2015). I přes smíšené poznatky se mnozí z výzkumníků shodují, že ESG se stalo klíčovou oblastí pro definování odpovědného investování. (Friede et al., 2015). ESG tak nyní představuje nedílnou součást podnikové strategie ovlivňující různé aspekty obchodních operací a rozhodování. Zúčastněné strany, včetně investorů, zákazníků, zaměstnanců a regulačních orgánů, kladou větší důraz na odpovědné obchodní postupy, požadují transparentnost, etické chování a přínos pro společenský blahobyt (Mason & Simmons, 2013)

1.1 Definice a význam ESG faktorů

Podle Ecclese a Krzuse (2010) faktory ESG označují široký soubor kritérií, která sociálně odpovědní investoři používají k prověřování potenciálních investic. Dyllick a Muff (2015) navíc ESG faktory definují jako spektrum prvků, které společně přispívají k udržitelnému fungování společnosti a vytváření dlouhodobé hodnoty. Giese et al. (2019) ESG rozděluje do tří oblastí podle investičního cíle: zlepšení charakteristiky portfolia společnosti na základě výnosu, norem, hodnot či přesvědčení, nebo na základě touhy vyvolání změn. Lišící se

¹ environmental, social, governance

definiční rozsah faktorů ESG ze strany odborníků i institucí odráží dynamickou a vyvíjející se povahu tohoto konceptu. Obecně však lze říct, že existuje shoda v důrazu na důležitost bližšího zkoumání environmentálních, sociálních a správních faktorů pro pochopení komplexního dopadu podniků nad rámec finanční výkonnosti.

Podle Henisze et al. (2019) může silná nabídka ESG vytvářet hodnotu pro podnik, zlepšovat výnosy z vlastního kapitálu a přispět ke snížení nákladů, minimalizovat právní zásahy a zvýšit produktivitu zaměstnanců. Konceptualizace faktorů ESG v podnikovém prostředí bývá však také předmětem skepse a kritiky. Podle některých autorů se měření a vykazování výkonnosti ESG potýká s problémy souvisejícími s dostupností, srovnatelností a standardizací dat. (Aksoy et al., 2022) Abhayawansa (2019) například upozorňuje na chybějící kvalitativní aspekty, jako jsou hodnotová relevance, srovnatelnost nebo důvěryhodnost. S kritikou se potýká i komunikace ESG. Výzkum Kotsantonise a Serafeima (2018) zdůrazňuje potřebu efektivní komunikace o ESG, která je v souladu s podnikovou strategií a má odezvu u zainteresovaných stran. U společností, které otevřeně nezveřejňují informace týkající se udržitelnosti se dá předpovídat rostoucí skepse trhu a následně i vyšší náklady na kapitál. (Fink, 2020) To pro mnohé společnosti může představovat značné potíže nebo dokonce zánik.

Souhrnně lze říct, že téma ESG v podnikovém prostředí odráží jak názory o jeho důležitosti, tak probíhající debaty o jeho efektivitě, měření, dokazování, dopadu a komunikaci.

1.2 Environmentální aspekty (E) a jejich vliv na podnikání

Environmentální faktory (E) se týkají ekologického dopadu společnosti a řadí se mezi ně například využívání zdrojů, emise nebo nakládání s odpady. Právě environmentální aspekty bývají nejvíce skloňovanou složkou ESG a hrají pro společnosti klíčovou roli při utváření současných obchodních postupů. (Tan & Zhu, 2022) Lze se domnívat, že nutnost zabývat se otázkami životního prostředí se stala prvořadou, protože si společnost uvědomuje, jak velký dopad mohou firmy mít na přírodní ekosystémy. Popkova a Sergi (2023) rozlišují šest hlavních problémů udržitelného rozvoje globální environmentální ekonomiky v souvislosti se změnou klimatu. Jako jeden z nich, k jehož řešení zároveň může zelené a ESG financování významně přispět, definují finanční investice do udržitelného rozvoje a boje proti změně klimatu.

Vědci v souvislosti s environmentální složkou ESG zdůrazňují zejména význam

udržitelného hospodaření se zdroji, snižování množství odpadu a energetické účinnosti jako klíčové složky odpovědného podnikání (Elkington, 1997). Udržitelný přístup k podnikání navíc podporuje inovace a umožňuje podnikům vyvíjet ekologicky šetrné výrobky a procesy, které nejen snižují jejich ekologickou stopu, ale také vedou ke konkurenčním výhodám (Hart & Milstein, 2003). Kromě inovací je proaktivní environmentální řízení spojeno se zmírňováním rizik, zlepšováním firemní pověsti a podporou pozitivních vztahů se zainteresovanými stranami (Waddock & Graves, 1997).

Environmentální složka ESG bývá v literatuře také často zmiňována v souvislosti s pojmem greenwashing. Společnosti mohou participovat v greenwashingu v kontextu ESG v reakci na tlak různých skupin zainteresovaných stran, pokud jsou jejich výsledky v oblasti ESG nepříznivé nebo se obávají negativních reakcí investorů na vysoké náklady vynaložené na dosažení příznivé výkonnosti. (Eliwa et al., 2021; Kim & Lyon, 2014). Olatubosun a Nyazenga (2019) na příkladu studie realizované v Zimbabwe doplňují problematiku o tzv. agresivní a defenzivní greenwashing. K agresivnímu greenwashingu podle autorů dochází při selektivním zveřejňování příznivých informací o ESG pomocí širší komunikační strategie s cílem propagovat nebo zveličovat činy v oblasti odpovědného investování. Defenzivního greenwashingu se společnosti dopouští tehdy, když se snaží minimalizovat škody na firemní pověsti.

1.3 Sociální aspekty (S) a jejich vliv na podnikání

Sociální aspekty (S) v rámci ESG představují mnohostranné vztahy mezi podniky a společnostmi. Odrážejí tak vztah subjektu k jeho zaměstnancům, klientům a dalším zainteresovaným stranám. Kromě vytváření zisku mají podniky odpovědnost za řešení sociálních rozměrů své činnosti. Ty zahrnují například zacházení se zaměstnanci, spravedlivé pracovní postupy nebo inkluzi a zapojení komunit (Freeman, 2010). Jako další konkrétní příklady sociálních aspektů autoři uvádí dodržování uznávaných pracovních norem (jakou jsou například zákaz dětské práce, nucené práce nebo diskriminace), bezpečnost a ochranu zdraví při práci, odpovídající odměňování, spravedlivé pracovní podmínky, rozmanitost a rozvoj příležitostí, záruku bezpečnosti výrobků a zohlednění zájmů komunit a sociálních menšin. (Barangă & Țanea, 2022) Sociální rozměr bývá navíc rozšiřován na bezpečnost výrobků, spokojenost zákazníků a etické marketingové postupy, které společně přispívají k dobré pověsti podniku a důvěře zainteresovaných stran (Sen & Bhattacharya, 2001).

Podporou pozitivní organizační kultury mohou společnosti zvýšit spokojenost, motivaci a celkovou výkonnost zaměstnanců (Sánchez et al., 2018). Sociální oblast je však komplexní, a společnosti se tak mohou při implementaci sociální odpovědnosti v rámci ESG setkávat etickými, finančními nebo jinými výzvami.

1.4 Aspekty správy (G) a jejich vliv na podnikání

Aspekty správy či řízení (G) obchodních operací jsou základem struktury a etického kompasu organizací. Faktory správy a řízení přímo odrážejí způsob řízení subjektu a zahrnují například daňovou poctivost, protikorupční opatření, řízení udržitelných aktivit nebo záruku ochrany údajů a zveřejňování informací. (Barangă & Țanea, 2022) Podle Nielsena a Villadsena (2023) řádná správa a řízení společností znamená, že společnosti při výběru členů představenstva a vedoucích pracovníků postupují s náležitou péčí, zajišťují transparentnost jejich odměňování, nevyužívají dary nebo politický lobbying k získání preferenčního zacházení, ani se jakkoli nepodílejí na korupci, úplatkářství a daňových únicích.

Treviño a Brown (2005) zdůrazňují nezastupitelnou roli transparentního a odpovědného vedení při podpoře etického chování, odpovědného rozhodování a dodržování právních předpisů. Efektivní řízení společností se vztahuje i na práva akcionářů. (Shleifer & Vishny, 1997). Výzkumy prokazují souvislost mezi postupy správy a řízení a finanční výkonností, přičemž dobrá správa a řízení přispívá k řízení rizik a celkovému úspěchu podniku (Daily et al., 2003).

2 ESG v kontextu cirkulárního hospodářství

Vznik i rozmach ESG je možné zasadit do širšího kontextu udržitelného podnikání. Jedním z předních konceptů v této oblasti je koncept cirkulárního, nebo také oběhového, hospodářství. Jeho cílem je navrhnout a vytvořit takový průmyslový systém, který bude zcela obnovitelný. Podstatou oběhového hospodářství je tedy snaha oddělit hospodářský růst od vyčerpávání přírodních zdrojů a zhoršování životního prostředí. Toho má být docíleno podporou uzavřeného systému, v němž jsou zdroje znovu využívány, recyklovány a regenerovány. (McDonough a Braungart, 2000) Tento přístup se tak odklání od tradičních systémů výroby a spotřeby.

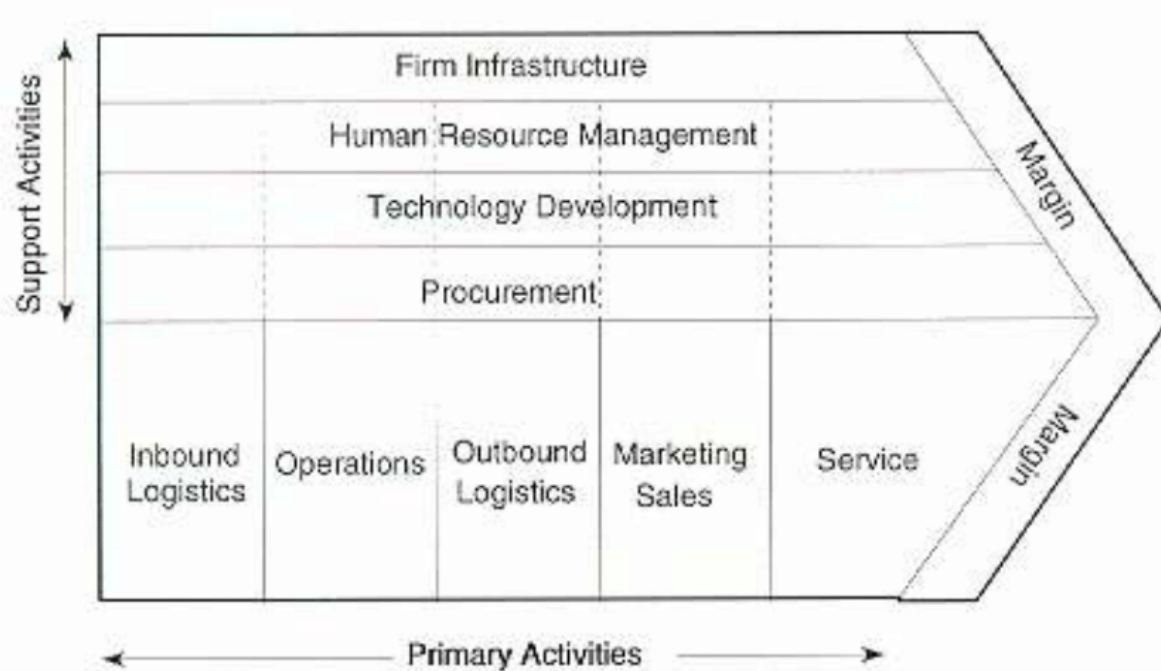
Úzké provázání ekonomických a výrobních systémů s životním prostředím není žádnou novinkou. Na stupňující se dopady lidských činností na přírodní prostředí upozorňovaly

organizace, společnosti i vlády již v druhé polovině minulého století. (Constanza, 1984; Harte, 1995). Na popularitě však tento koncept začal nabírat až v posledních letech. I přesto však cirkulární hospodářství zůstává spíše ojedinělým fenoménem, který je praktikován v omezeném počtu odvětví a hlásí se k němu menší počet společností. Překážky k rozvoji oběhového hospodářství byly shledány jak na úrovni oboru (Govindan & Hasanagic, 2018), tak na úrovni firem (Franco, 2017). Mnohé firmy však o zavedení udržitelných praktik na určité úrovni usilují.

Jedním z rámců, který může sloužit k pochopení a zavádění udržitelných obchodních postupů a strategií je Porterův model hodnotového řetězce. (Porter, 1985) Tento model je metodou pro posouzení silných stránek firmy a identifikaci konkurenčního přínosu. Vytvořil ho Michael E. Porter, který ho poprvé představil v roce 1985 ve své knize *Konkurenční výhoda*². V této publikaci uvádí, že "všechny společnosti jsou souborem činností, při nichž je produkt navrhován, vyráběn, distribuován, dodáván a podporován... tyto činnosti lze popsat jako hodnotový řetězec." (Porter 1985). Harting řetězec popisuje jako "fáze transformačního procesu, kterými výrobek nebo služba prochází, počínaje základní surovinou až po konečné využití" (Harting 1994). Porterův model dodnes zůstává jedním z nejčastěji citovaných modelů v publikacích zabývajících se strategickým řízením.

Tento model identifikuje řadu činností v rámci fungování společnosti, které přidávají hodnotu jejím výrobkům nebo službám. Zahrnuje všechny činnosti nezbytné k tomu, aby se výrobek nebo služba dostaly od počáteční koncepce přes různé fáze výroby zahrnující fyzickou přeměnu a využití různých služeb výrobců až po jejich dodání konečným spotřebitelům a případnou likvidaci po použití. Tyto činnosti se dělí na primární činnosti, jako je příchozí logistika, provoz, marketing a služby, a podpůrné činnosti, včetně nákupu, vývoje technologií, řízení lidských zdrojů a infrastruktury. (Porter, 1985)

² název originálu *The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*



Obr. 1: Porterův hodnotový řetězec (Porter, 1985)

Integrace udržitelnosti do hodnotového řetězce zahrnuje posouzení environmentálních, sociálních a ekonomických dopadů každé činnosti a následnou identifikaci příležitostí ke zlepšení výkonnosti v oblasti udržitelnosti. (Ahi a Searcy, 2015) Společnosti mohou například přijmout udržitelné postupy při zadávání veřejných zakázek, aby snížily ekologickou stopu svého dodavatelského řetězce, zavést energeticky účinné technologie v provozu, aby minimalizovaly emise skleníkových plynů, nebo investovat do programů školení zaměstnanců, aby podpořily sociální inkluzi a rozvoj lidského kapitálu. (Tan a Zhu, 2022)

Začleněním udržitelnosti do svého hodnotového řetězce mohou společnosti zvýšit svou konkurenceschopnost, přilákat ekologicky a sociálně uvědomělé spotřebitele a vybudovat odolnost vůči vyvíjejícím se tržním trendům a regulačním požadavkům. Udržitelné obchodní postupy navíc přesahují rámec interních operací a zahrnují širší ekosystém, v němž společnosti působí. To zahrnuje spolupráci s dodavateli, zákazníky, vládami a organizacemi občanské společnosti. (Porter a Kramer, 2011; Elkington, 1994)

2.1 ESG a společenská odpovědnost firem (CSR)

Neexistuje žádná všeobecně přijímaná definice společenské odpovědnosti firem (CSR). Podle Chena et al. (2020) má tento termín různé definice, jelikož se jedná o vícerozměrný,

dynamický koncept, u kterého existuje neshoda v tom, co společenská odpovědnost obnáší. Společenská odpovědnost firem vyplývá z morálních a etických závazků podniku pozitivně přispívat společnosti (Carroll, 1979). Firmy s větší angažovaností v oblasti společenské odpovědnosti firem mají vyšší potenciál přilákat a udržet si talentované zaměstnance (Flammer & Kacperczyk, 2019), zajistit nižší fluktuaci zaměstnanců (Bode & Rogan, 2015), a zvýšit morálku a efektivitu práce zaměstnanců (Flammer & Luo, 2015). Lins et al. (2017) také ukazují, že podniky s vyšší úrovní CSR vykazují vyšší ziskovost.

Ačkoli se pojmy CSR a ESG často zaměňují, rozdíl mezi nimi spočívá v jejich rozsahu a zaměření. ESG lze obecně považovat za pojem zahrnující širší spektrum záležitostí, zatímco CSR se soustředí především na podnikové iniciativy a opatření související se společenskou odpovědností (Bang et al., 2022) CSR taktéž pojímá dobrovolné úsilí společnosti a zahrnuje filantropické aktivity, jako je například charita, zapojení komunit, dobrovolnictví zaměstnanců a podobné iniciativy. (Margolis & Walsh, 2003). Oproti tomu rámec ESG společenskou odpovědnost firem přenáší z oblasti čisté filantropie do konkrétního souboru dat a čísel. Přestože oba pojmy mají vlastní lišící se charakteristické rysy, oba usilují o společný cíl, aby podniky ve fázi vytváření obchodních strategií kladly důraz na sociální zájmy, ochranu životního prostředí, řízení a vztahy se skupinami zainteresovaných stran. Lze tedy říct, že cílem obou nástrojů je přijmout soubor politik a postupů, které mají pozitivní dopady na společnost.

Podle Iamandi et al. (2019) koncept CSR není dostatečně silný na to, aby se vyrovnal se současnými globálními problémy. Zatímco CSR představuje rámec plánů udržitelnosti a odpovědné kultury podniku, ESG je hodnocený výsledek celkové činnosti a výkonnosti společnosti v oblasti udržitelnosti. Lze tak říct, že se CSR stalo jistým předchůdcem standardů ESG.

2.2 ESG a koncept diverzity, rovnosti a inkluze (DEI)

Koncept DEI³, prosazující zásady spravedlnosti, rovnosti a inkluze, se v posledním desetiletí stal klíčovým pojmem v podnikové i společenské sféře. Tento koncept je nejen morálním a etickým imperativem, ale také pragmatickým přístupem, který může vést ke zvýšení výkonnosti organizace, inovacím a udržitelnosti. (Ferraro et al., 2022) Jak uvádí Cuellar (2021), ke globální změně ve vnímání rozmanitosti, rovnosti a inkluze nejen na pracovišti

³ diversity, equity, inclusion

významně přispěla i pandemie Covid-19.

Právě hodnoty DEI bývají v kontextu firem stále častěji propojovány s iniciativami ESG, a to zejména v rámci sociálního aspektu. Jsou zde řešeny otázky rovného zastoupení genderu a odměny, kulturní rozmanitosti, rasy a etnické příslušnosti i sexuální orientace ve firmách. (Homan et al., 2020; Newell, 2023).

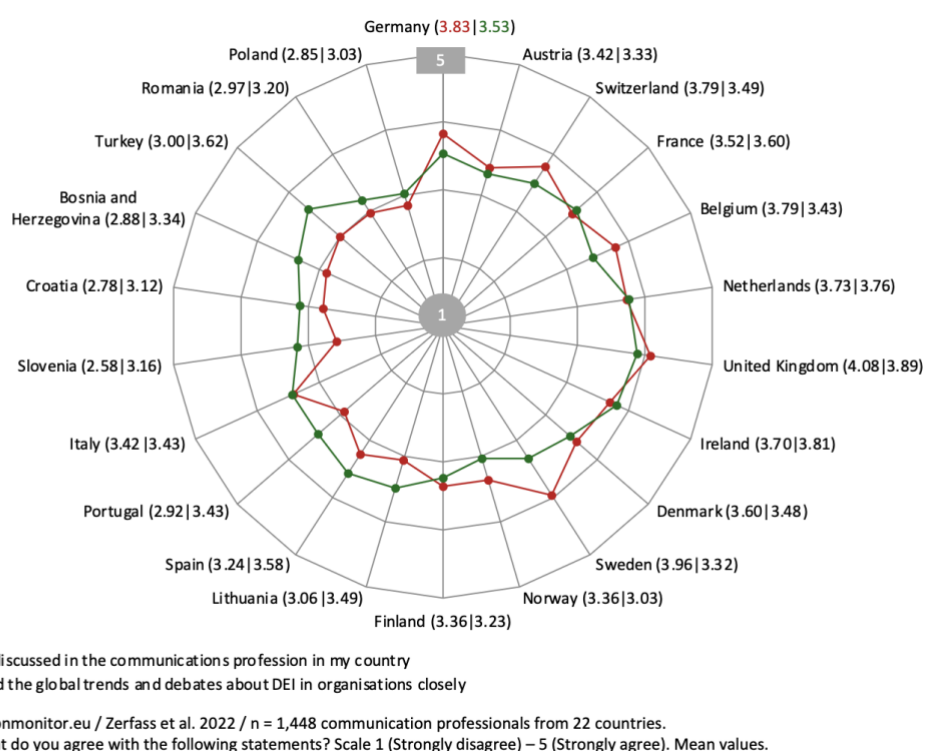
Diverzita, jakožto jeden ze základních pilířů konceptu DEI, prosazuje zastoupení různorodého původu, zkušeností a perspektiv v rámci skupiny, organizace nebo společnosti. Patří sem mimo jiné rozdíly v rase, etnickém původu, pohlaví, sexuální orientaci, věku, fyzických schopnostech nebo socioekonomickém zázemí. Diverzita ve firmách zajišťuje, že přijetí širokého spektra identit a zkušeností může podpořit inovace, kreativitu a odolnost. (Backes-Gellner and Veen, 2012; Chong et al., 2018) Rovnost se dále zaměřuje na poskytování zdrojů, příležitostí a podpory všem jednotlivcům, které potřebují k vlastnímu či kolektivnímu prospěchu. Uznává, že ne všichni začínají ze stejného bodu a usiluje o nápravu historických a systémových znevýhodnění. Inkluze představuje aktivní, záměrné a trvalé úsilí o to, aby byly vyslyšeny, oceněny a integrovány různé hlasy a pohledy jedinců v rámci skupiny, organizace nebo společnosti. Klade si za cíl vytvořit takové prostředí, ve kterém se každý jedinec cítí vítán. Inkluze tak může vést ke změnám a pokrokům. (Dillard-Wright a Gazaway, 2021; Wolbring a Nguyen, 2023)

Uznáním hodnoty různých názorů a péčí o prostředí, kde má každý jedinec stejnou příležitost k rozvoji, mohou organizace využít plný potenciál svých zaměstnanců a lépe uspokojovat potřeby svých různorodých zákazníků. Rozmanitost v rámci společností by se tak měla zaměřit na celou řadu lidských rozdílů, včetně věku, pohlaví, rasy a etnické příslušnosti, sexuální orientace nebo příjmu. Může se také týkat fyzických schopností nebo vlastností, náboženství, národnostního původu, politického přesvědčení, osobnosti, hodnot a znalostí. Vzhledem k tomu, že DEI se stává stále více ústředním prvkem obchodních strategií a společenského pokroku, vyžaduje závazek a opatření na všech úrovních, od vedení a managementu až po jednotlivé zaměstnance. (Jin et al., 2023)

V posledních letech si mnoho společností a institucí uvědomilo význam DEI a podniklo různé iniciativy na podporu těchto zásad ve svých strukturách. Tyto iniciativy zahrnují postupy nábory a přijímání zaměstnanců, jejichž cílem je diverzifikace pracovní síly, školení a vzdělávání v oblasti nevědomých předsudků a vytváření inkluzivního pracovního

prostředí. (Pilhofer a Holgersson, 2015) Kromě toho se do popředí dostalo měření a vykazování metrik DEI, které organizacím umožňují sledovat jejich pokrok a vést je k odpovědnosti za jejich závazky v oblasti rozmanitosti, rovnosti a inkluze. (Walwema a Bay, 2024)

Zkoumání a přínosy diverzity, rovnosti a inkluze v oblasti komunikace jsou předmětem probíhajících výzkumů. Jeden takový v roce 2022 provedl European Communication Monitor studii zkoumající DEI v organizační komunikaci ve 43 zemích. (Zerfass et al., 2022)



Obr. 2: Intenzita diskuse a sledování trendů DEI v evropských zemích podle studie European Communication Monitor (Zerfass et al., 2022)

Výsledky této studie ukázaly, že 50,7 % odborníků na komunikaci se zabývá globálními trendy a sleduje diskuse týkající se DEI. Téměř polovina respondentů (49,5 %) uvedla, že se o DEI v jejich zemích intenzivně diskutuje, přičemž výskyt aplikace konceptu DEI byl nejvyšší v severní a západní Evropě. (Zerfass et al., 2022)

3 ESG reporting

ESG reportingem se rozumí zveřejňování údajů o životním prostředí, sociálních aspektech

a správě a řízení podniků. To je obvykle prováděno s cílem objasnit aktivity společnosti v oblasti udržitelnosti, zvýšit transparentnost pro investory a inspirovat ostatní organizace k podobnému postupu. Zásady ESG reportingu zdůrazňují potřebu transparentnosti, přesnosti, srovnatelnosti a relevance při zveřejňování relevantních ukazatelů zainteresovaným stranám (Orlitzky, Schmidt, & Rynes, 2003).

Podle Barkera a Ecclese (2019) hrají informace o ESG zásadní roli při hodnocení dlouhodobé výkonnosti podniku. Společnosti by tak měly zajistit, aby nejen poskytovaly více informací, ale také aby tyto informace byly relevantní a kvalitní. Otázka, jaký vliv má vykazování ESG na výkonnost podniků bývá však předmětem skepsí a polarizačních názorů. Přestože se mnoho společností domnívá, že jejich vykazovaná výkonnost ESG je ukazatelem skutečné výkonnosti podniku, Leong a Hazelton (2019) tvrdí, že tato vnímaná výkonnost často neodpovídá skutečné výkonnosti. Searcy a Buslovich (2014) také zdůrazňují, že vykazované informace o udržitelnosti sice mohou být užitečné, ale často jsou také nejednoznačné a nesrovnatelné. Objevují se i názory o tom, že ESG reporting je pouze fasádou, která nereflektuje skutečné záměry společnosti. (Cho et al., 2015)

Navzdory kritice ESG reportingu investoři a finanční analytici požadují o ESG více informací. (Barker & Eccles, 2019). Krasodomska a Cho (2017) například uvádí, že finanční analytici chtějí při oceňování využívat více informací o udržitelném rozvoji.

3.1 Metodiky a systémy hodnocení ESG reportingu

Neexistuje jednotný a všeobecně uznávaný postup pro měření výkonnosti v oblasti udržitelnosti. (Dahlsrud, 2008; Ilinitich et al., 1998) Na společnosti je přesto kladen značný tlak, aby přijaly více podrobných postupů vykazování (Reali et al., 2021).

Pro hodnocení ESG jsou v současné době přítomny zavádějící i zdroje dat, které jednotlivé systémy hodnocení používají. Aktuálně každý poskytovatel hodnocení čerpá data z různých zdrojů. Poskytovatelé nejčastěji získávají data z veřejně dostupných materiálů, zpráv CSR nebo individuálních rozhovorů. To vede k tomu, že jsou používány různé nebo neúplné údaje. Každý poskytovatel také jinak nakládá s chybějícími údaji. Zatímco některé nahrazují za chybějící informace průměrné skóre v odvětví, jiné udělují nuly. Dimson (2020) ve své studii tento nedostatek standardizace kritizuje. Omezenou srovnatelnost mezi metodikami nachází i Senadheera (2021) ve své studii zaměřené na měření environmentálního pilíře ESG.

3.2 ESG reporting v kontextu malých a středních podniků

Ministerstvo průmyslu a obchodu definuje malé a střední podnikatele jako podnikatele, „*který zaměstnává méně než 250 zaměstnanců a jeho roční obrat nepřesahuje 50 milionů EUR nebo jeho bilanční suma roční rozvahy nepřesahuje 43 milionů EUR*“. (MPO, 2023)

Dále malé a střední podnikatele dělí na:

- **malé podnikatele** zaměstnávající méně než 50 osob a disponují ročním obratem nebo bilanční sumou roční rozvahy menší než 10 milionů EUR
- **drobné podnikatelé** zaměstnávající méně než 10 osob a disponují ročním obratem nebo bilanční sumou roční rozvahy menší než 2 miliony EUR

Malé a střední společnosti dosud v evropském ani národním prostředí neměly povinnost nefinančního vykazování podle standardů ESG. V současnosti tak reporting ESG v jejich případě představuje dobrovolnou činnost, kterou mohou prokázat svůj závazek k udržitelnému a odpovědnému podnikání. Jedním z hlavních důvodů dobrovolného ESG reportingu je zejména uspokojení rostoucí poptávky po transparentnosti a odpovědnosti ze strany zainteresovaných stran, včetně investorů, zákazníků nebo zaměstnanců. Adams a Zutshi (2004) zdůrazňují, že v současné době jsou společnosti pod tlakem přijetí společensky odpovědných rozhodnutí a dokazování svých aktivit pomocí ESG reportingu. Jako příčiny tlaku autoři uvádí společenská očekávání, reputační rizika a rostoucí povědomí o environmentálních otázkách. Australská studie realizovaná na vybraném vzorku z databáze Bloomberg z let 2007 až 2017 však ukazuje, že zlepšování výkonnosti firmy v oblasti ESG je z dlouhodobého hlediska prospěšné pro stakeholdery velkých firem, nikoli však pro MSP. (Gholami et al., 2022)

Asociace společenské odpovědnosti ve spolupráci s mezinárodně oceňovaným programem CEMS na Fakultě podnikohospodářské VŠE provedla v roce 2022 ESG Rating českých firem. Na základě environmentálních, sociálních a správních faktorů bylo změřeno a porovnáno celkem 87 společností s obratem 1,36 bilionů korun, které měly v roce 2021 podíl na 22 % HDP České republiky. Na 48 % z celkového počtu zúčastněných firem bylo tvořeno malými a středními podniky. Podle výsledků ESG Ratingu byly nejlépe hodnocené malé a střední společnosti ELCOM, CHEP CZ, Trenýrkárna, USSPA a VISIBILITY DIGITAL. (Asociace společenské odpovědnosti, 2023)

Přestože některé z menších společností v českém, evropském i celosvětovém kontextu vykazování ESG přijaly za své, není to obecným pravidlem. MSP mají často omezené zdroje, které by mohly investovat do infrastruktury a systémů nezbytných pro ESG reporting. Vykazování ESG vyžaduje sběr, analýzu a vykazování údajů o řadě environmentálních, sociálních a správních záležitostech, které taktéž vyžadují jistou expertízu. Tento proces tak může být časově náročný a nákladný, zejména pro menší společnosti s omezenými rozpočty. Podle průzkumu Asociace malých a středních podniků (Ipsos pro AMSP, 2023) mezi největší překážky v implementování a vykazování faktorů ESG patří nejasná návratnost investice, nedostatek financí a nedostatek informací. Orlitzky et al. (2003) ve své metaanalýze 52 studií zjistili, že sociální výkonnost podniků sice prokazuje pozitivní souvislost s finanční výkonností podniků, ale tato souvislost může být zmírněna finančními zdroji, které má podnik k dispozici. Společnosti své zdroje mohou také využít k propagaci svých iniciativ v oblasti ESG a ke komunikaci svého úsilí v oblasti udržitelnosti. (Eccles et al., 2012) Pro menší společnosti tak může být obtížné soutěžit o pozornost a financování ze strany investorů.

Asociace malých a středních podniků (AMSP), platforma sdružující malé a střední podniky a živnostníky z celé České republiky, v únoru 2023 realizovala společně s výzkumnou agenturou IPSOS průzkum, jehož hlavním cílem bylo posoudit, zda a v jakém rozsahu malé a střední podniky uplatňují principy ESG. Celkem bylo do průzkumu zahrnuto 255 podniků s 4 až 249 zaměstnanci, a sběr dat probíhal od 1. do 14. února 2023 prostřednictvím strukturovaného dotazníku. (Ipsos pro AMSP, 2023)

Podle výzkumu zhruba dvě třetiny podniků spontánně neznají význam pojmu ESG. Po cíleném dotazování však sedm z deseti podniků o ESG projevuje zájem a tři čtvrtiny firem dokonce plánuje vytvořit plán nebo strategii pro implementaci ESG do tří let od provedení výzkumu. Z výzkumu také vyplývá, že celkem tři čtvrtiny firem nejsou obeznámeny s tím, že od roku 2026 bude pro některé společnosti povinné vykazovat ESG report, přičemž větší firmy jsou s tímto faktem obeznámeny častěji. (Ipsos pro AMSP, 2023)

4 Legislativní rámec ESG

Evropský legislativní rámec pro otázky ESG se vyvíjí v rámci celosvětového posunu směrem k udržitelnosti a odpovědnému podnikání. Tento rámec představuje reakci na potřebu větší transparentnosti, důslednosti a odpovědnosti v chování podniků a odráží rostoucí uznání

významu etického a udržitelného podnikání. Evropská unie (EU) stojí v čele těchto snah a Evropská komise hraje ústřední roli při utváření regulačního prostředí. Ačkoli se tento rámec nadále vyvíjí, již nyní významně ovlivnil způsob, jakým společnosti fungují a podávají zprávy o svých iniciativách v oblasti ESG.

Vykazování ESG je uchopeno prostřednictvím *EU Taxonomy*, směrnice *Sustainable Finance Disclosure Regulation* (SFDR) a nově přijaté směrnice o vykazování udržitelného rozvoje podniků *Corporate Sustainability Reporting Directive* (CSRD). (Barangă & Țanea, 2022) S tematikou ESG však také úzce souvisí další dohody, nařízení a směrnice.

Realizované studie o účincích nařízení EU na vykazování faktorů ESG však poskytují smíšené výsledky. Cordazzo et al. (2020) na příkladu italských společností ukazují, že ESG reporting má i po implementaci pravidel EU nadále nedostatečnou hodnotovou relevanci. Naopak Aureli et al. (2020) ve své případové studii ukazují, že vypracování povinného výkazu o ESG za účelem splnění požadavků směrnice EU může mít pozitivní vliv na celkovou praxi podniku v oblasti udržitelnosti.

4.1 Green Deal

V rámci iniciativy Green Deal, známé také jako Zelená dohoda nebo Zelená dohoda pro Evropu, se Evropská unie zavázala transformovat Evropu v první klimaticky neutrální kontinent do roku 2050. Zastřešujícím cílem je dosáhnout v EU do roku 2050 klimaticky neutrálního hospodářství, přičemž prozatímním cílem je snížit emise o 55 % do roku 2030. Pro usnadnění tohoto přechodu zahrnuje Zelená dohoda významný investiční plán ve výši 1,8 bilionu EUR na příští sedmiletí. (Evropská komise, 2023)

Zelená dohoda tak představuje komplexní soubor politických iniciativ a strategií navržených Evropskou komisí s cílem zajistit udržitelnost hospodářství Evropské unie (EU), snížit emise skleníkových plynů a podpořit hospodářský růst. Byla zahájena v prosinci 2019 jako klíčový pilíř úsilí EU v boji proti změně klimatu a na podporu environmentální udržitelnosti. Cíle Zelené dohody jsou velmi rozsáhlé a jejich realizace vyžaduje zásadní změny ve všech sektorech hospodářství. Tato transformace má v důsledku nepřímý i přímý dopad na každého občana EU. (Kolouchová, 2022).

Mezi hlavní oblasti, na které se Zelená dohoda pro Evropu (2023) zaměřuje, se řadí:

- klima

- energetika
- biologická rozmanitost a životního prostředí
- zemědělství
- doprava
- průmysl

Změny podporuje také pomocí investic do oblastí výzkumu a inovací nebo financování rozvoje na regionální úrovni. Součástí Zelené dohody je také mechanismus přechodu, který má zajistit, aby přechod na zelenou ekonomiku byl spravedlivý a inkluzivní, a podpořit regiony a komunity silně závislé na fosilních palivech nebo průmyslových odvětvích náročných na emise uhlíku. (Evropská komise, 2023)

4.3 EU Taxonomy

V roce 2019 Evropská unie (EU) otevřela cestu k udržitelnějším investicím přijetím dohody Green Deal. Aby bylo možné splnit cíle EU stanovené v této dohodě v oblasti klimatu a energetiky do roku 2030, je nezbytné směřovat investice do udržitelných projektů. (Evropská komise, 2023) Pro usnadnění tohoto procesu byl Evropskou Unií vytvořen akční plán pro financování udržitelného růstu, který vyzval k vytvoření společného klasifikačního systému pro udržitelné hospodářské činnosti. Tento požadavek dal vzniku jednotnému evropskému kvalifikačnímu systému známému jako taxonomie EU, která vstoupila v platnost 12. července 2020. (Paccès, 2021)

Tento systém představuje základní prvek a klíčový nástroj transparentnosti trhu v Evropské unii. Funguje jako klasifikační systém, který stanoví kritéria pro identifikaci hospodářských činností, jež jsou v souladu s trajektorií směřující k dosažení čistých nulových emisí do roku 2050 a širších environmentálních cílů nad rámec zmírňování dopadů změny klimatu. Usměřuje například investiční toky směrem k hospodářským činnostem, poskytuje investorům jistotu v projektech, které podporují, chrání před greenwashingem, pomáhá s přijímáním takových postupů, které jsou šetrnější k životnímu prostředí a zmírňuje roztržičnost trhu. (Li et al., 2021)

Taxonomie EU tak nutí společnosti poskytovat více informací o ESG se záměrem zvýšit výkonnost evropských společností v této oblasti. (Dumrose et al. 2022) Zároveň zavádí

jednotné chápání environmentálně udržitelného hospodářského úsilí v EU a stanovuje prahové hodnoty výkonnosti pro šest environmentálních cílů (Barangă & Țanea, 2022):

- zmírnění změny klimatu,
- přizpůsobení se změně klimatu,
- udržitelné využívání a ochrana vodních a mořských zdrojů,
- přechod na cirkulární hospodářství,
- prevence a kontrola znečištění,
- ochrana a obnova biologické rozmanitosti a ekosystémů.

4.4 Směrnice NFRD 2014/95/EU

Směrnice Evropské unie o nefinančním výkaznictví (2014/95/EU) nařizuje společnostem, aby od roku 2018 poskytovaly výkazy o svých nefinančních aktivitách. Tyto výkazy by měly zahrnovat informace týkající se ochrany životního prostředí, sociální odpovědnosti, zacházení se zaměstnanci, lidských práv, boje proti korupci, úplatkářství a rozmanitosti ve vedení společností. Tato směrnice se vztahuje na společnosti veřejného zájmu v EU zaměstnávající více než 500 osob. (Evropská unie, 2014)

V červnu 2017 vydala Evropská komise pokyny k nefinančnímu výkaznictví, jejichž cílem je usnadnit konzistentní a srovnatelné zveřejňování relevantních nefinančních informací ze strany společností. (Evropská unie, 2017) V návaznosti na tyto pokyny z roku 2017 následně Evropská komise o dva roky později uveřejnila pokyny k tomu, aby finanční a nefinanční organizace, na které se vztahuje směrnice o nefinančním výkaznictví (NFRD), zahrnovaly do svých nefinančních výkazů informace o rozsahu svého zapojení do environmentálně udržitelných hospodářských činností. (Evropská unie, 2019)

Od roku 2018 zařadily směrnici NFRD do svých vnitrostátních právních předpisů všechny členské státy EU. Mion a Adauí (2019) provedli analýzu dopadu směrnice EU na kvalitu nefinančního výkaznictví na příkladu dvou států, Itálie a Německa. Studie byla provedena před a po zavedení regulace a její výsledky z 132 pozorování naznačují, že kvalita nefinančního výkaznictví po implementaci směrnice napříč společnostmi vzrostla. Matuszak a Róžańska (2017) naopak ve své analýze 150 firem uvedených na Varšavské burze zjistili, že většina firem není ochotna dodržovat požadavky směrnice. Podobně Biondi et al. (2020)

posoudili, že pro široké využití směrnice je nezbytné tuto regulaci dále podpořit.

Ve svém sdělení o evropské zelené dohodě z 11. prosince 2019 se Komise zavázala, že v roce 2020 přezkoumá směrnici o nefinančním výkaznictví v rámci strategie posílení základů pro udržitelné investice. (Evropská unie, 2019) V souladu s tímto závazkem zahájila Komise dne 20. února 2020 veřejnou konzultaci o revizi. (Evropský parlament, 2024)

4.5 Směrnice CSDR 2022/2464/EU

Dne 21. dubna 2021 Evropská komise představila soubor opatření, jehož součástí je návrh směrnice o udržitelném vykazování podniků (CSRD). Směrnice CSRD v plném rozsahu nahradila směrnici 2014/95/EU a povinnost ESG reportingu nejen upravila, ale taktéž rozšířila na širší spektrum společností. CSRD rozšiřuje oblast působnosti NFRD tak, aby zahrnovala všechny kótované společnosti, včetně malých a středních podniků (K-MSP). Směrnice CSRD navíc nabízí dodatečné objasnění dvojího hlediska významnosti a požaduje, aby společnosti vykazovaly informace, které objasňují nejen to, jak je udržitelnost ovlivňuje, ale také to, jak ovlivňují lidi a životní prostředí. Nekótované MSP, které už nyní přitahují pozornost svých velkých zákazníků a investorů, budou mít možnost využít jednodušší dobrovolné normy, která jim s vykazováním ESG má pomoci. (Evropská unie, 2022)

Společnosti tak budou nyní muset sdílet hlubší, rozsáhlejší a podrobnější informace řízené rámcem Evropských standardů pro podávání zpráv o udržitelnosti⁴ o tom, jak jsou odpovědné. Důležitou součástí reportingu bude také přehled o společenské odpovědnosti celého dodavatelského řetězce a nově zavedený koncept dvojí materiality, který zajistí, že společnosti nebudou z reportu záměrně vyřazovat nepohodlné informace. Kromě pozitivních dopadů udržitelnosti tak společnosti nově musí společnosti vykázat i dopady negativní. (Málek at al., 2023) CSRD bude prováděna ve třech fázích (Evropská unie, 2022):

- Od **1. ledna 2024** pro společnosti, které již podléhají stávající nefinanční směrnici.
- Od **1. ledna 2025** pro velké společnosti, které v současnosti nepodléhají nefinanční směrnici.
- Od **1. ledna 2026** pro kótované malé a střední podniky.

⁴ European Sustainability Reporting Standards (ESRS)

4.6 Návrh směrnice CS3D

Corporate Sustainability Due Diligence Directive (CS3D) je směrnice Evropské unie navržená k posílení odpovědnosti podniků v oblasti udržitelnosti a řízení rizik spojených s jejich činnostmi. Jedná se o součást širší iniciativy EU zaměřené na posílení udržitelného podnikání a zvyšování transparentnosti v globální dodavatelské řetězci. Tato směrnice má potenciál výrazně ovlivnit způsob, jakým podniky provádějí své operace a spravují své dodavatelské řetězce. (Evropská unie, 2022)

Klíčovým prvkem CS3D je požadavek na provádění řádného procesu *due diligence*⁵, což znamená pečlivé identifikování, posouzení a řešení rizik spojených s podnikatelskou činností společnosti a jejími dodavateli. Hlavním cílem této směrnice je proto nejen dohlédnout na to, že společnosti budou brát v potaz a eliminovat rizika ve svých hodnotových řetězcích, ale také zajistit odpovědnost v případě, že dojde z jejich podnikání k porušení lidských práv nebo ohrožení životního prostředí. (Evropská unie, 2022) V celém dodavatelském řetězci při rozhodování a provádění obchodních operací by tak měly být minimalizovány negativní dopady na životní prostředí, porušování lidských práv a pracovních podmínek.

Dne 14. prosince 2023 byla o směrnici v rámci třístranných jednání dosažena politická dohoda mezi Evropskou radou, Evropským parlamentem a členskými státy. V únoru 2024 však členské státy EU vznesly pochyby o podobě směrnice a následovala tak opětovná jednání. Rozsah směrnice CS3D byl tak následně oproti předběžné dohodě výrazně zmírněn. V této nové podobě bylo 15. března 2024 Evropskou radou odhlasováno její přijetí. (Evropská komise, 2024) Očekává se, že Evropský parlament schválí revidovanou směrnici během dubna 2024, čímž bude dokončen formální legislativní proces.

Zatímco původní návrh směrnice nařizoval hloubkovou kontrolu v rámci předcházejících i navazujících činností v celém hodnotovém řetězci společností, prozatímní dohoda tento rozsah zúžila a zaměřila se pouze na jeho určité segmenty. Chápání hodnotového řetězce bylo upřesněno tak, aby nezahrnovalo navazující činnosti nepřímých obchodních partnerů a činnosti ve fázi prodeje výrobku. (Evropská komise, 2024)

V porovnání s původním návrhem směrnice její nová podoba (tento text je revidován k datu

⁵ ve volném překladu *hloubková kontrola*

21. března 2024) zahrnuje méně společností, kterých se změny dotknou. Kritéria způsobilosti pro dodržování pravidel vytyčených směrnicí jsou nyní stanovena pro společnosti v EU s více než 1 000 zaměstnanci a čistým celosvětovým obratem ve výši 450 milionů EUR, zatímco v původní verzi směrnice byly navrhovány prahové hodnoty ve výši 500 zaměstnanců a 150 milionů EUR obratu. Společnosti mimo EU se podmínkám budou muset přizpůsobit pouze tehdy, pokud jejich čistý obrat v Unii dosáhne 450 milionů EUR, namísto předchozí hranice 150 milionů EUR. Dříve stanovené nižší prahové hodnoty byly pro společnosti působící v odvětvích s vysokým dopadem (definována jako např. textil, oděvy, obuv, zemědělství, lesnictví, rybolov, potraviny a nápoje, těžbu nerostných surovin a stavebnictví) zcela zrušeny. Hodnoty pro podléhání stanovení směrnice byly naopak zvýšeny pro franšizy. K těm se má směrnice vztahovat v případě, že mají celosvětový čistý obrat 80 milionů EUR a licenční poplatky ve výši 22,5 milionu EUR. (Evropská komise, 2024)

Nová podoba směrnice také navrhuje postupnější, rozčleněné zavádění opatření. Společnosti v EU budou mít nyní na splnění požadavků lhůtu tří až pěti let. Kategorie jsou rozděleny následovně (Evropská komise, 2024):

- Skupina 1: Společnosti s **5 000 a více** zaměstnanci a čistým celosvětovým obratem **1 500 milionů EUR** se musí přizpůsobit **do 3 let**.
- Skupina 2: Společnosti s **3 000 a více** zaměstnanci a čistým celosvětovým obratem **900 milionů EUR** mají stanovenou lhůtu pro dosažení souladu **do 4 let**.
- Skupina 3: Společnosti s **1 000 a více** zaměstnanci a čistým celosvětovým obratem **450 milionů EUR** mají na dosažení souladu čas **do 5 let**.

Lhůty v rozmezí od tří do pěti let platí i společnosti mimo EU, které však z podnikání na území EU čítají finanční obrat. Na základě prahových hodnot obratu v rámci Unie jsou tyto společnosti rozděleny následovně (Evropská komise, 2024):

- Skupina 1: Společnosti s obratem v Evropské Unii ve výši **1 500 milionů EUR** musí splnit požadavky **do 3 let**.
- Skupina 2: Společnosti s obratem v Evropské Unii ve výši **900 milionů EUR** mají

lhůtu pro dosažení souladu **do 4 let**.

- Skupina 3: Společnosti s obratem v Evropské Unii **450 milionů EUR** mají na dosažení souladu lhůtu **do 5 let**.

Společnosti, které dosud nepodléhaly směrnici CSRD, budou povinny zveřejňovat informace o svých procesech hloubkové kontroly, zjištěných nepříznivých dopadech a přijatých opatřeních, a to počínaje účetními obdobími v časovém horizontu (Evropská komise, 2024):

- Od **1. ledna 2028** pro společnosti spadající do **skupiny 1**.
- Od **1. ledna 2029** pro společnosti **skupiny 2, 3 a franšízy**.

Podle předběžné dohody musí být tyto informace zveřejňovány na internetových stránkách společností ve formě ročního výkazu. (Evropská komise, 2024)

4.7 Dopad legislativy v národním kontextu

Na národní úrovni v současnosti neexistují žádná ustanovení, která by regulovala implementaci ESG podniky. V platnosti je zde proto pouze legislativa zavedená na Evropské úrovni. Nejen rozmach, ale i legislativní ukotvení na úrovni Evropské Unie, které je Česká republika členem, však ovlivnilo národní pojetí tématu ESG a dalo vzniknout řadě iniciativ v této oblasti.

V České republice tak od přijetí směrnic a jiných opatření vyrostla řada konzultačních firem a edukačních platforem specializujících se na poskytování expertních služeb v oblasti ESG. Ty se snaží pomáhat českým podnikatelům a společnostem porozumět požadavkům a standardům ESG reportingu, poskytovat školení, poradenství a přispívat ke snadnější implementaci vykazování ESG.

5 Role komunikace v ESG reportingu

V moderní digitální éře mohou společnosti kromě formálních výkazů o ESG flexibilně předávat informace o ESG prostřednictvím různých mediálních kanálů a formátů, od informací obsažených na webových stránkách až po příspěvky na sociálních sítích nebo tiskové zprávy. Několik studií se zabývalo zveřejňováním informací o ESG ze strany

podniků prezentovaných v komunikačních platformách mimo výroční zprávy. (Amin et al., 2021; Bryl & Supino, 2022; Stawicka & Paliszkievicz, 2021)

Prostřednictvím jasného a komplexního podávání zpráv mohou společnosti informovat o svém úsilí v oblasti udržitelnosti. Když jsou však informace o aktivitách ESG zveřejňovány v nadměrné míře nebo komunikovány nesprávným způsobem, mezi spotřebiteli vzbuzují podezření, že slouží zájmům samotných společností. To sice přitahuje pozornost náročných zainteresovaných stran, ale pro společnost zároveň představuje riziko a staví jej do paradoxu sebepropagace. (Lyon a Maxwell, 2011) Aby byla komunikace o ESG úspěšná, měla by být podpořena i ze strany veřejnosti. Dawkins (2004) naznačuje, že k úspěšné komunikaci ESG by navíc měly obě strany chápat význam komunikovaných informací, aby byla sdělení účinně přijímána a adekvátně interpretována. Způsob komunikace ESG aktivit by se tak měl také lišit podle toho, v jakém bodu nákupního procesu se s ní zákazník setkává. Výzkum Tangari et al. (2015) ukazuje, že čím blíže je zákazník k nákupu, tím konkrétnější komunikace je žádoucí. Z toho vyplývá, že komunikace ESG v místě nákupu by měla být konkrétnější, zatímco komunikace v hromadných sdělovacích prostředcích může být abstraktnější

5.1 ESG a greenwashing

Iniciativy ESG mají prokázat závazek společnosti k udržitelnosti, odpovědným obchodním praktikám a etickému řízení. Pokud jsou však tyto snahy neupřímné nebo přehnané pro marketingové účely, může to vést ke greenwashingu. (Yu et al., 2020) Společnosti mohou selektivně vyzdvihovat pozitivní iniciativy v oblasti ESG a zároveň bagatelizovat nebo ignorovat negativní dopady na životní prostředí, společnost nebo postupy řízení. Toto selektivní vykazování může vytvářet zavádějící dojem o celkové výkonnosti společnosti v oblasti udržitelnosti, což vede zúčastněné strany k rozhodování na základě neúplných nebo nepřesných informací. (Schaltegger a Burritt, 2010)

Termín *greenwashing* byl poprvé použit Jayem Westerveltem v roce 1986, který rozvedl diskusi o opakovaném používání ručníků v hotelovém průmyslu (Guo et al., 2019). V současnosti termín představuje klamavou marketingovou taktiku, kterou společnosti používají k tomu, aby se prezentovaly jako ekologicky odpovědné nebo udržitelné. Prezentují přitom pouze částečné pravdy, zamlčují negativní dopady svého podnikání nebo neadekvátně zdůrazňují ekologické chování společnosti. (Delmas & Burbano, 2011).

Dimitrieska a spol. (2007) greenwashing definuje jako „*akt ovlivňování zákazníků skrze environmentální praktiky společnosti nebo skrze environmentální benefity produktů či služeb.*“

Greenwashing vytváří u spotřebitelů nebo jiných zainteresovaných stran dojem, že společnost účinně řídí nebo snižuje svůj dopad na životní prostředí. Slouží jako fasáda tím, že podporuje neověřené postupy, výrobky a služby šetrné k životnímu prostředí prostřednictvím zavádějícího branding, označování a balení produktu nebo zavádějícího úsilí v oblasti public relations. (Seele a Gatti, 2017) Bez ohledu na to, kde a jakým způsobem ke greenwashingu dochází, jeho výsledek formuje obrázek o společnosti nejen v očích spotřebitelů, ale také přispívá k utváření celkového veřejného mínění o společnosti. (Nyilasy, Gangadharbatla a Paladino, 2014).

Společnosti se do greenwashingu zapojují z různých důvodů. Nejčastěji přitom jde o cíl zlepšit svou pověst (Delmas & Burbano, 2011). Tento klamavý způsob zlepšení pověsti může mít několik negativních důsledků ovlivňující společnost, značku či produkt. Greenwashing může například znehodnotit reklamní kampaně a pověst značky (Schmuck et al., 2018) nebo snížit hodnotu společnosti a jejího postavení na trhu. (Xingqiang, 2014) Greenwashing prováděný konkurencí může navíc poškodit i jiné společnosti ve stejném odvětví, které se greenwashingu neúčastní. (Kumar, 2013)

Ve spotřebitelích může vnímaný greenwashing vyvolat skepsi (Hatzithomas a kol., 2021), a dokonce v jejich nákupním chování podpořit opačný efekt. Použití praktik greenwashingu danou společností může v budoucnu zamezit výběru ekologicky šetrných výrobků ze strany spotřebitelů, pokud mají podezření na klamavé marketingové praktiky (Rahman et al., 2015). Podle Chena a Changa (2012) je toto způsobeno tím, že greenwashing přispívá negativnímu word of mouth.

VÝZKUMNÁ ČÁST

1 Cíle výzkumu

Cílem výzkumu je prostřednictvím polostrukturovaných hloubkových rozhovorů odhalit nuance postojů malých a středních podniků k ESG reportingu – zda jej vnímají jako zjednodušující rámec, který představuje obchodní příležitosti, nebo jako potenciální zátěž či překážku pro fungování společnosti.

Zkoumáním současného zapojení, budoucích záměrů a vnímaných přínosů a výzev českých malých a středních podniků ve vztahu k ESG reportingu se výzkum snaží nabídnout hlubší porozumění jejich perspektivám. Zjištění výzkumu mohou přispět nejen k akademickému diskurzu o ESG a jeho důsledcích, ale nabídnout také praktický význam pro malé a střední podniky, které se pohybují ve vyvíjejícím se podnikatelském prostředí. Vzhledem k tomu, že české malé a střední podniky čelí možnosti budoucích legislativních změn, poznatky získané z tohoto výzkumu mohou využít jako základ pro vyhodnocení současného stavu vlastních praktik ESG nebo identifikaci oblastí pro zlepšení.

2 Výzkumné otázky a predikce

Na základě poznatků z teoretické části práce byly zpracovány dvě výzkumné otázky zkoumající jak postoje, které majitelé, jednatelé či ředitelé mají k vykazování ESG, tak procesy, které v rámci ESG ve společnostech realizují.

Výzkumná otázka č. 1: *Jak majitelé/jednatelé/ředitelé českých MSP vnímají ESG reporting?*

Výzkumná otázka č. 2: *Vykazují majitelé/jednatelé/ředitelé českých MSP dobrovolně faktory ESG?*

Hypotézy či predikce by měly pečlivě vycházet z již známých poznatků o zkoumaném tématu. (Gavora, 2000). Každá z predikcí stručně rozvedených níže proto vychází z již provedených výzkumných šetření. Formulovány byly následující predikce:

Predikce č. 1: *Čeští majitelé/jednatelé/ředitelé českých MSP vnímají ESG reporting spíše negativně.*

První predikce vychází z výzkumu, který zkoumal a hodnotil vliv zveřejňování informací

týkajících ESG na výkonnost malých a středních podniků (MSP) v oblasti udržitelnosti v Saúdské Arábii. Zjištění odhalila, že většina MSP není obeznámena s tím, co ESG a jeho vykazování představuje. Studie také zdůraznila, že podniková legislativa malé a střední podniky při přijímání postupů ESG kvůli jejich složitosti a nedostatečné informovanosti účinně nepodporuje. (Shalhoob a Hussainey, 2022)

Predikce č. 2: *Čeští majitelé/jednatelé/ředitelé českých MSP faktory ESG dobrovolně nevykazují.*

Druhá predikce vychází z výzkumu agentury IPSOS pro AMSP (2023), podle kterého se celkem 58 % dotazovaných malých a středních firem s požadavkem na plnění cílů ESG nesetkala a více než 60 % dotazovaných firem nemá nastaveny cíle související s ESG. Navíc 75 % dotazovaných neví, že od roku 2026 bude pro kótované MSP povinné faktory ESG vykazovat.

3 Metoda sběru dat

3.1 Kvalitativní výzkum

Pro účely tohoto výzkumu byl zvolen kvalitativní přístup, který umožňuje detailně porozumět tomu, jaké postoje k ESG reportování zaujímají malé a střední podniky. Zároveň také dokáže odpovědět na otázku, proč tomu tak je (Hendl, 2005). Přední výhodou kvalitativního výzkumu je především hloubka popisu zkoumaných jevů, ale také flexibilita. Díky té má výzkumník možnost doplňovat či upravovat základní výzkumné otázky v samotném průběhu výzkumu. (Hendl, 2016) Jeho hlavním úskalím je zejména jeho subjektivita, která může vést k ovlivnění výsledků, a to například osobností výzkumníka. Data získaná kvalitativními metodami výzkumu také nemusí být zobecnitelná. (Hendl, 2016)

3.2. Polostrukturované hloubkové rozhovory

Hloubkové rozhovory zahrnují kladení detailních otázek s cílem lépe porozumět jednotlivcům a jejich pohledům. Tato metoda umožňuje komplexně prozkoumat vnímání, zkušenosti a perspektivy respondentů, kteří jsou obvykle tvořeni klíčovými informátory s odborným nebo kritickým postojem na zkoumané téma. Hloubkové rozhovory taktéž dovolují výzkumníkovi klást doplňující otázky a hlouběji tak proniknout do konkrétních oblastí zájmu. (Goodman, 2001) V kontextu tématu této diplomové práce je tak možné

důkladně prozkoumat všechny potenciální faktory ovlivňující rozhodnutí a kroky malých a středních podniků v souvislosti s vykazováním ESG reportingu. (Nyahuna & Doorasamy, 2021) Prováděním hloubkových rozhovorů tak mohou výzkumníci zachytit diferencované informace, které nelze snadno získat jinými výzkumnými metodami. (Johnson a Rowlands, 2012)

Při vedení hloubkových rozhovorů může soubor otázek následovat strukturovaný nebo polostrukturovaný rámec. Polostrukturovaný rozhovor zahrnuje soubor otevřených otázek, které umožňují spontánní a detailní odpovědi (Ryan et al., 2009). Proces využívání polostrukturovaných rozhovorů jako strategie pro sběr dat zahrnuje několik fází, včetně přípravy struktury otázek, provedení samotného rozhovoru a analýzy dat. (Rubin & Rubin, 2005). Podle Miovského (2006) „možnost kombinace prvků nestrukturovaného i strukturovaného interview činí z metody polostrukturovaného interview téměř ideální výzkumný nástroj pro oblasti aplikace většiny výzkumných plánů v rámci kvalitativního výzkumu.“

4 Charakteristika výzkumného vzorku

Výzkumný soubor byl sestaven pomocí účelového výběru, který často využívaným přístupem při kvalitativním výzkumu (Reichel, 2009). V prvním kroku autorka stanovila kritéria, která odpovídala kontextu výzkumu, a na jejich základě vybrala účastníky. Prvním z kritérií byla velikost podniku, která musela odpovídat definici MSP. Druhým z těchto kritérií byla pracovní pozice respondentů v rámci podniku, která měla zajistit, že bude respondent dostatečně obeznámen s jeho fungováním. Třetím kritériem bylo působení podniku v České republice, jelikož výzkum byl zaměřen pouze na české prostředí. Respondenti byli tedy vybráni podle tří předem určených kritérií:

- musí se jednat o majitele, jednatele či ředitele MSP
- daný MSP musí mít 2–249 zaměstnanců
- podnik musí působit v České republice

Pro rekrutaci respondentů byla také zvolena metoda tzv. sněhové koule, která dovoluje výzkumníkovi do výzkumu zapojit respondenty na základě doporučení předchozích respondentů. Tato metoda se zaměřuje na hlubší porozumění problematice spíše než na reprezentativnost vzorku. (Sedláková, 2014)

Na doporučení vedoucí práce byly před zahájením samotného výzkumu realizovány testovací rozhovory se třemi zástupci MSP (telefonická komunikace, listopad 2023, transkripce viz příloha č. 4, příloha č. 5, příloha č. 6), které měly ve všech případech méně než 10 zaměstnanců. Tyto rozhovory sloužily jako podklad pro sestavení struktury rozhovoru a ověření efektivity rozhovorů.

Respondenti byli osloveni průběžně během dvouměsíčního období (únor až duben 2024) skrze pracovní sociální síť LinkedIn. Celkem bylo osloveno osmnáct jedinců. Z tohoto celkového čísla na zprávu oslovení nereagovali v osmi případech nebo na ni reagovali negativně, a to v pěti případech. Respondenti v případě negativních zpráv rozhovor odmítali z nejistoty nebo nezájmu. Na ty negativní odezvy, ve kterých byly vyjádřeny pochyby jako *„Dobrý den, díky za zprávu. Nemyslím si, že jsem úplně ten správný a z jedničky mě ani nenapadá nikdo z mého okolí. Kdyby mě někdo napadl, dám vědět!“* nebo *„Hezký den, Lucio, děkuji za oslovení, ale nemyslím si, že jsem pro váš výzkum úplně správným člověkem. Přeji vám ale hodně štěstí, a zamyslím se, zda nemám v okolí někoho, kdo by pro vás mohl být přínosnější,“* bylo výzkumníci odpovězeno s opětovným vysvětlením výzkumu, a ujištěním, že mohou být výpovědi u těchto potenciálních respondentů přínosné. Na základě opětovného pobídnutí se však nepodařilo přesvědčit žádného z oslovených. Na ty zprávy, které vyjadřovaly jasný nezájem jako například *„Dobrý den, děkuji za nabídku, ale o rozhovor nemám zájem,“* bylo výzkumníci odpovězeno bez další snahy o uskutečnění rozhovoru. Nabídku k rozhovoru přijalo celkem pět respondentů, ale dva z nich po domluvení termínu rozhovor nečekaně zrušili kvůli časovému pracovnímu konfliktu. Na následné zprávy o novém termínu ani jeden z nich nereagoval. Z celkem osmnácti oslovených jedinců se tak nakonec podařilo uskutečnit hloubkové rozhovory se třemi respondenty. Všechny tyto rozhovory probíhaly formou online hovoru skrz platformy Zoom nebo Google Meet.

Na základě konzultace s vedoucí práce, při které bylo stanoveno, že je relevantnost rozhovorů dostatečně vypovídající již v testovací fázi výzkumu, byly obě fáze výzkumu pro účely zpracování dat sloučeny. Do samotného vyhodnocení výzkumu tak byly zařazeny výpovědi všech celkem šesti respondentů. Tři z těchto rozhovorů byly realizovány v testovací fázi výzkumu a zbylé tři o několik měsíců později v rámci samotného výzkumu.

Kód respondenta	Pozice ve firmě	Počet zaměstnanců	Zaměření firmy	Přepis rozhovorů
R1	majitel	2–10	produkce a postprodukce	Příloha č. 4
R2	majitel	2–10	účetnictví	Příloha č. 5
R3	majitel	2–10	digitální služby	Příloha č. 6
R4	majitel	2–10	FMCG/výroba čajů	Příloha č. 7
R5	majitel	11–50	retail marketing	Příloha č. 8
R6	majitel	11–50	světelný průmysl	Příloha č. 9

5 Příprava rozhovorů

Při realizaci polostrukturovaných rozhovorů výzkumník začíná přípravou otázek, které mohou být kladené v libovolném pořadí. Tyto otázky jsou výzkumníkem následně pokládány v souladu s aktuálním směrem a charakterem rozhovoru (Patton, 2015). Pro účely polostrukturovaných rozhovorů v tomto výzkumu bylo připraveno celkem 13 otevřených otázek. K jejich přípravě významně přispěly poznatky z testovacích rozhovorů realizovaných v listopadu 2023.

Na základě poznatků z testovacích rozhovorů byly sestaveny dvě série dílčích otázek. První výzkumná otázka (*Jak majitelé/jednatelé/ředitelé českých MSP vnímají ESG reporting?*) zkoumá postoje respondentů k ESG reportingu. Série dílčích otázek týkající se postojů k ESG reportingu byla sestavena následovně:

- Víte, co je ESG? Říká vám tento pojem něco? Pokud ne, troufnete si odhadnout, o co se jedná?
- Kde jste se s tímto pojmem setkal/a?
- Máte nějaký zdroj, ze kterého čerpáte informace o ESG?
- Máte pocit, že o ESG máte dostatek informací?
- Setkal/a jste se s tímto pojmem ve vašem oboru podnikání? Jak přesně?
- Jaký je váš obecný postoj k této iniciativě?

Druhá výzkumná otázka (*Vykazují majitelé/jednatelé/ředitelé českých MSP dobrovolně faktory ESG?*) zkoumá procesy respondentů k ESG reportingu. Série otázek týkající se procesů ESG reportingu byla sestavena následovně:

- Víte, co je ESG report?
- Setkal/a jste se s pojmem ESG reporting ve svém podnikání?
- Máte pocit, že máte o ESG reportování dostatek informací?
- Vykazujete ESG report ve vaší firmě?
 - Pokud ano, přibližte mi prosím bližší detaily. Jakým způsobem ho vykazujete? Jaké máte výdaje za vykazování ESG?
 - Pokud ne, zavádíte nějaké jiné udržitelné iniciativy? Jaký máte případně názor na to, zda by konkrétně vaše firma měla zavést ESG reporting jako součást svého podnikatelského procesu?
- Kdo ve vaší firmě je zodpovědný za řízení a monitorování otázek souvisejících s ESG?
 - Pokud nikdo, zvažil/a byste najmutí osoby odpovědné v těchto záležitostech?
 - Proč ano/ne?
- Víte, že se připravuje nová legislativa, která pro některé malé a střední podniky zavede povinné vykazování ESG?
- Co si o tomto kroku myslíte?

Průvodce rozhovorem v kompletní podobě je k dispozici v přílohové části (Příloha 1).

6 Záznam a přepis dat

V současné době je těžké si představit spolehlivý výzkum bez využití diktafonu, který je nezbytným nástrojem pro zaznamenání rozhovorů a zachycení klíčových informací. Před samotným začátkem rozhovoru by měl výzkumník vysvětlit účastníkovi účely nahrávání a seznámit ho s důvěrností informací. Dále by měl jasně objasnit, jakým způsobem rozhovor bude použit v rámci projektu výzkumu. (Švaříček, Šed'ová a kol., 2007)

Před samotným rozhovorem v rámci tohoto výzkumu byli respondenti seznámeni s tématem výzkumu a výzkumníkovi udělili svůj souhlas se zvukovým nahráváním rozhovoru. Rozhovory byly zaznamenány na diktafon a v průměru trvaly zhruba 25 minut. Po ukončení rozhovorů byly doslovně přepsány pomocí internetového nástroje TurboScribe. Tyto hrubé prepisy byly následně ručně opraveny tak, aby do nejmenšího detailu odpovídaly skutečným nahrávkám. Prepisy jednotlivých rozhovorů jsou k dispozici v přílohách.

Respondenti byli také před zahájením rozhovoru obeznámeni s anonymitou výzkumu. Po uskutečnění rozhovoru bylo mezi výzkumníkem a respondentem objasněno, zda na základě sdělených informací může být firma respondenta v prepisu zmíněna či nikoliv. Pro ubezpečení se o tom, že v prepisu nebudou obsaženy žádné citlivé informace, účastníkům byla nabídnuta možnost zaslání doslovného přepisu před jeho dalším využitím pro výzkum práce. Této možnosti využili celkem čtyři ze šesti respondentů.

7 Proces zpracování dat

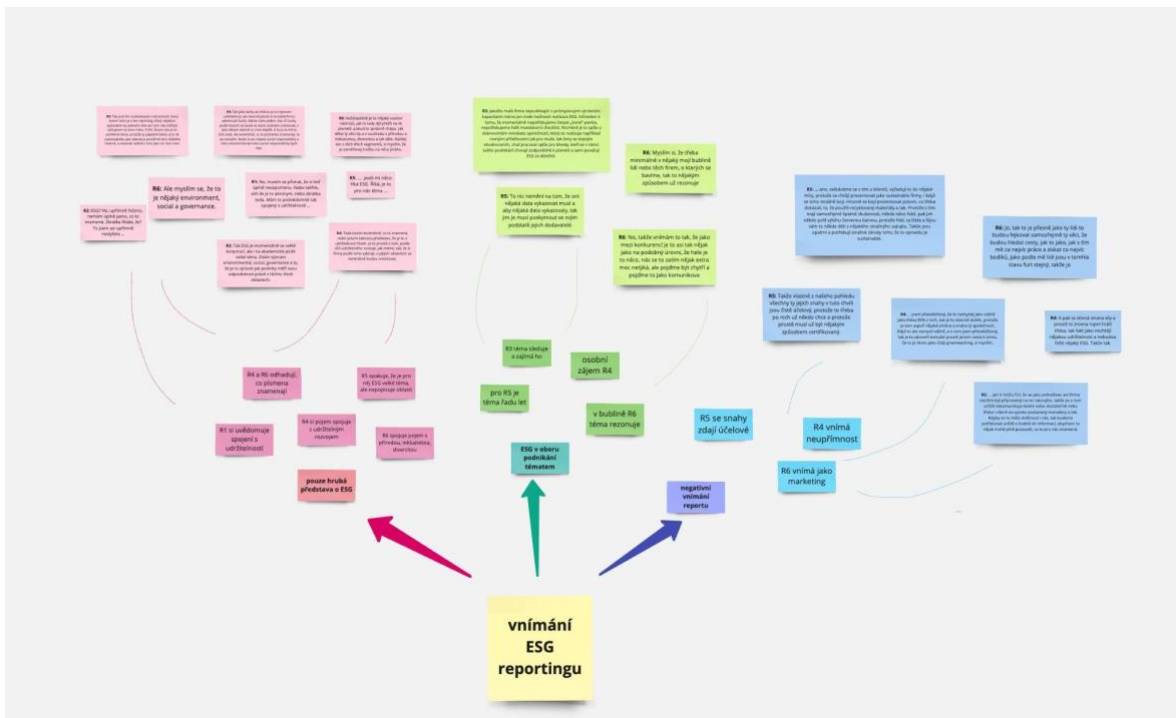
Jako metodika pro analyzování dat byla zvolena tematická analýza s otevřeným kódováním dat. Tato metoda se často používá k identifikaci, kategorizaci a interpretaci hlavních témat v textu nebo jiných zdrojích dat. Může být aplikována na transkripce rozhovorů, textové dokumenty a další materiály podobného charakteru. Tímto způsobem lze získat hlubší vhled do obsahu textu a odhalit skryté vztahy, motivace a trendy v analyzovaných datech. (Braun & Clarke, 2019).

Otevřené kódování má pomocí opakovaného čtení přepisu materiálu za cíl odhalit opakující se tematické celky. Ty mohou být v textu pro větší přehled zvýrazněny barevně nebo jinak graficky. Výzkumník jim následně přiřazuje kódy a tyto pojmy a slovní spojení spojuje do větších tematických kategorií takzvaným axiálním kódováním. (Hendl, 2008). Kódy jsou přiřazeny tak, „*aby byla umožněna snadnější a rychlejší práce s těmito částmi a bylo možné prostřednictvím kódů kdykoli snadno pracovat s většími významovými celky.*“ (Miovský, 2006)

Během rozhovorů byly nejprve identifikovány kódy, které poté byly seskupeny do tematických celků a dále interpretovány. Celkem byly identifikováno 8 tematických celků. Jmenovitě šlo o:

- hrubá představa o ESG

- udržitelnost v podnikání
- hrubá představa o ESG reportingu
- překážky ve vykazování ESG
- skeptický pohled na ESG výkazy
- averze k povinnému výkaznictví
- nejasnost a nedostatek informací
- volání po edukaci



Obr. 3: Ukázka kódování (autorka práce, 2024)

8 Vyhodnocení výzkumu

Hlavní témata, která byla identifikována pomocí axiálního kódování, budou blíže představena v této části práce.

8.1. Hrubá představa o ESG

Data z výzkumu prozrazují, že většina respondentů má o ESG spíše hrubou představu.

Konkrétně ho spojuje s udržitelností nebo sociální odpovědností, ale spontánně neumí pojmenovat, co vše zahrnuje.

R4: *„Teda nevím konkrétně, co to znamená, mám jenom takovou představu, že je to o udržitelnosti firem. Je to prostě o tom, podle cílů udržitelného rozvoje, jak máme, tak, že si firmy podle toho vybírají, v jakých oblastech se konkrétně budou orientovat.“*

R6: *„Každopádně je to nějaký soubor nástrojů, jak to tady dýl přežít na té planetě, pokud to správně chápu. Jak dělat ty věci líp a v souladu s přírodou a inkluzivitou, diverzitou a tak dále. Každý ten z těch třech segmentů, si myslím, že je zaměřenej trošku na něco jiného.“*

R4: *„Tak jako laicky asi řečeno je to nejenom udržitelnost, ale obecně jakože si ta každá firma vybere pár bodů, dejme tomu jeden, dva, tři body, podle kterých se bude ve svých snahách orientovat, v jaký oblasti vlastně co chce zlepšit. A to je za mě to ESG teda. Ale konkrétně, co ta písmenka znamenají, to asi netuším. Bude to asi nějaká social responsibility a něco environmental nebo social responsibility bych řekl.“*

R1: *„No, musím se přiznat, že si teď úplně nevzpomenu. Nebo takhle, vím že je to akronym, nebo zkratka teda. Mám to podvědomně tak spojený s udržitelností...“*

R2: *„ESG? No, upřímně řečeno, nemám úplně jasno, co to znamená. Zkratka říkáte, že? To jsem asi upřímně neslyšela...“*

Přestože si po položení otázky o tom, zda znají pojem ESG respondenti vybavují pouze v ojedinělých případech konkrétní význam zkratky nebo to, co ESG obsahuje, v průběhu dalšího směřování rozhovoru většina z nich postupně umí identifikovat větší kontext a pojem správně kategorizovat. Nižší spontánní znalost pojmu ESG by mohla být zapříčiněna studem či nejistotou po zahájení rozhovoru. V počáteční fázi rozhovorů byla sice výzkumníci vytvořena prostřednictvím krátkého neformálního rozhovoru před spuštěním diktafonu příjemná atmosféra, ale i přesto se dá se předpokládat, že tato první otázka v respondentech mohla vyvolat nejistý pocit. Nedostatkem sebevědomí si tak respondenti mohli chtít nechat pojem vysvětlit a utvrdit se v tom, že to, co si pod ním představují, je správné.

Nepřesná znalost jednotlivých písmen v termínu může být také zapříčiněna jeho původem. Nejčastěji respondenti neuměli v pojmu ESG pojmenovat písmeno G. Dá se předpokládat, že je tento fakt dán tím, že pilíř ‚governance‘ není jako jediný v českém jazyce zastoupený slovem se stejným počátečním písmenem.

Všichni respondenti se navíc shodují v tom, že je udržitelnost jako taková v jejich oboru podnikání tématem, se kterým se alespoň okrajově setkávají.

R6: „*Myslím si, že třeba minimálně v nějaký mojí bublině lidí nebo těch firem, o kterých se bavíme, tak to nějakým způsobem už rezonuje.*“

R3: „*Tak ESG je momentálně ve světě korporací, ale i na akademické půdě velké téma.*“

R5: „*Požadují je [udržitelné požadavky] dlouhý roky. Víceméně všichni to zmiňují, ať už jsou malý nebo velký, ty velký hodně, protože samozřejmě to potom nějakým způsobem se snaží prezentovat dál. Všichni o tom dneska mluví. Všichni, když chtějí nový nábytek, nový tiskový materiály, cokoliv, tak se vždycky ptají, anebo my jim to samozřejmě nějakým způsobem na začátku aktivně nabízíme, a oni to potom řeší.*“

R1: „*No ajo, hele to máš pravdu, jak o tom mluvíme, tak se mi toho vybavuje určitě víc. Já ve své síti mám hodně lidí, co sdílejí novinky jako kdyby k různým udržitelným iniciativám. Takže to jsem se s tím určitě taky setkal.*“

R4: „*Pak jsem se díval na konkurenci, co vlastně ona zrovna aplikuje všechno v rámci těch oblastí, ve kterých dělám já. Takže jsem si říkal, ty už to mají taky jako poměrně, asi i lépe zjištěný, než mám já.*“

R5: „*... jestli mi něco říká ESG. Říká, je to pro nás téma a je to pro nás téma z toho důvodu, že si myslíme, že v následujících pěti, deseti letech se to bude týkat i nás. Ať už budeme větší, nebo budeme stále braný jako malá nebo střední firma třeba.*“

R1: „*Nebo samozřejmě vím, že hodně firem se snaží být ekologických, ale nenapadlo mě, že by to bylo takto komplexní.*“

R6: „*No, takže vnímám to tak, že jako mezi konkurencí je to asi tak nějak jako na podobný úrovni, že hele je to něco, nás se to zatím nějak extra moc netýká, ale pojďme být chytrí a pojďme to jako komunikovat.*“

Z výpovědí respondentů je patrné, že s ostatními MSP ve své síti mají etablované dobré vztahy. Vyšší přehled o tom, jakou roli hraje udržitelnost v jejich oboru podnikání tak lze přisuzovat právě otevřenosti a blízkému vztahu s dalšími hráči v daném podnikatelském zaměření. Lze soudit, že mezi MSP je ve srovnání s většími společnostmi přítomná větší vzájemná známost. To lze často přičítat úzké provázanosti komunit MSP, které

pravděpodobněji, než velké firmy mohou působit na stejných místních nebo specializovaných trzích (například R4 mezi výrobci čajů), navštěvovat akce zaměřené na konkrétní odvětví nebo být členy stejných skupin. (například R6 v rámci zmíněných pravidelných setkání MSP) V důsledku toho se majitelé MSP mohou cítit pohodlněji při vzájemném sdílení svých zkušeností, problémů a osvědčených postupů nejen v oblasti udržitelnosti.

8.2. Udržitelnost v podnikání

Všichni z respondentů se snaží ve svých firmách praktikovat udržitelné aktivity. Zaměřují se na ně, aniž by se snažili splnit kritéria ESG.

R6: „... vlastně vyvíjíme nějaký nástroj, který díky tomu, že ty firmy vlastně používají, tak tím pomáhají šetřit jak CO2, tak spotřebu elektrické energie, což si myslím, že do toho nějakým způsobem spadá. Zároveň máme nějaké reportingové nástroje, které pak přes nějaké API se dají napojit na nějaké nadřazené systémy, které pak ten reporting můžou zpracovat.“

R1: „Kromě toho, že teda určitě nediskriminujeme na základě pohlaví, národnosti, rasy, náboženství, nebo nevím co by ještě vůbec šlo, tak mě napadá teď asi třeba i víc k tomu ekologickému. Aktuálně sledujeme třeba naši spotřebu energie, a snažíme se minimalizovat odpad skrz to, že třídíme hodně u nás.“

R4: „V České republice máme to certifikované bio, protože jsem právě chtěl, když už sám jsem přesvědčený, že to nejlepší, co člověk do sebe může dát, pochází z přírody, v té nejčistší formě. A to jediné, co by to mohlo trochu potvrdovat, tak je právě bio certifikace, takže to bez zaváhání jsem hned do ní šel. Navíc taky vybíráme jen dodavatele, kteří jsou právě bio...“

Příklon respondentů k zavádění udržitelných aktivit v rámci jejich společností lze přičíst několika faktorům. Majitelé společností mohou být s vlastním rostoucím povědomím o udržitelných praktikách například díky konkurenčním subjektům nebo jiným MSP inspirováni k zahrnutí udržitelných praktik do svého firemního étosu. Kromě toho si MSP mohou uvědomovat výhody udržitelnosti nad rámec dodržování předpisů, jako je například lepší pověst značky nebo jistá konkurenční výhoda. Tu jeden z respondentů (R5) ve své výpovědi dokonce explicitně zmiňuje. Výňatky rozhovorů s respondenty ilustrují různé

přístupy k udržitelnosti, které se liší v jejich typu i komplexnosti. Ve všech případech však tvrdí, že udržitelná řešení konají kvůli vlastnímu přesvědčení.

R5: „*Já spíš si myslím, že ten tlak je jakoby ze strany těch klientů, no, že teďka to nechtěj, ale až to budou chtít, tak my musíme být připravený. Prostě my nemůžeme tam potom jako půl roku, rok, rok a půl blekotat, že už to budeme mít. My to i vnímáme jako naší konkurenční výhodu. Ve chvíli, kdy tohle jim dáme a oni interně už to tam někde mají, jako hele, kdyby náhodou se to dokázalo z těch klientů dostat, dodavatelů dostat, tak je to obrovská výhoda. A oni, když to potom najednou budou chtít v tendru, tak budeme mít, nebudeme tam fabulovat, blafovat, ukážeme jim nástroj. No a ty ostatní budou více nebo méně jako, nebudou konkurenceschopní. A my se nechceme do té situace dostat jako na té druhé straně, no.*“

R2: „*Konkrétně tedy se soustředíme například hodně na digitalizaci. To je něco, co já svým klientům doporučuji určitě neustále, že proč mít vše na papírech, když to můžete mít uložené na cloudu. A tedy samozřejmě pro nás účetní je to otázka praktičnosti a i toho, jak se se všemi doklady lépe pracuje digitálně, ale svou roli v tom hraje i jak je to ekologické.*“

R4: „*... což je taky háček a taky to je přesně to, že asi by mi ta značka i fungovala, kdyby nebyla bio a zároveň bych na tom mohl mít mnohem větší marži, protože každá biopotravina průměrně je třikrát až čtyřikrát dražší než nebio a to je prostě brutální. Ale je to nějaké moje vnitřní přesvědčení, je to to, jak tu značku chci směřovat a zároveň jenom takhle tomu dokážu věřit já sám, takže proto třeba takhle jsme si zvolili to bio.*“

V otázce, zda jsou udržitelné či ESG aktivity společností požadovány od stakeholderů, se výpovědi liší. Někteří se ve svém oboru setkávají spíše s minimálními požadavky.

R6: „*Ale musím říct, že momentálně to po nás vlastně nikdo nechce. Ani z těch našich zákazníků. Ani mě to vlastně, nikdy jsem na to nenarazila, že by mě to dalo stopku v nějakém třeba přesně jednání s bankou.*“

R6: „*Ale, jakoby říkám, za prvním, zatím to pro moc těch firem, i když ten nástroj máme, zatím akutní téma. Je to takový, že je to nice to have a možná se za rok potkáme a něco s tím uděláme, ale teď to není třeba. Takhle to vnímají si myslím.*“

R6: „*No, my musíme určitě počkat, až to povědomí bude jakoby širší, protože teď, když*

řekneš lidem, jo, prostě nechte si ty světla odrádit, budete prostě víc jako ESG friendly, tak ti řeknou, hm, že to vlastně neřeší a není to pro ně téma. Téma pro mě jsou jako peníze. Což si myslím nebo věřím, že třeba za dva, za tři roky už to bude jakoby trošku jinak, možná.“

Jiní vnímají tlak na udržitelnost ze strany různých stakeholderů vyšší.

R4: „Jo, že ti zákazníci už opravdu chtějí něco víc a ta udržitelnost a to, že to není jenom prostě pro profit, tak je zcela zásadní pro ně. Musí tam být vlastně něco navíc. Oni to možná nedokážou pojmenovat akorát. Podle mě spotřebitel se nerozhoduje přímo podle toho, jestli si koupí udržitelnou věc nebo ne, nebo jako minimálně ne většina. Ale když to tam je, tak je to takový to nice to have.“

R5: „Požadují je dlouhý roky. Víceméně všichni to zmiňují, ať už jsou malý nebo velký, ty velký hodně, protože samozřejmě to potom nějakým způsobem se snaží prezentovat dál. Všichni o tom dneska mluví. Všichni, když chtějí nový nábytek, nový tiskový materiály, cokoliv, tak se vždycky ptají, anebo my jim to samozřejmě nějakým způsobem na začátku aktivně nabízíme, a oni to potom řeší. Jak moc je to pro ně důležitý, nebo pro ty lidi, kteří to napřímo řeší s námi, je nejasný, ale řeší to všechny ty západní firmy.“

Rozdíly v odpovědích respondentů přináší zajímavý vhled do současných požadavků a tlaků na MSP v kontextu národního trhu. Některé výpovědi naznačují, že úvahy o udržitelnosti jsou v současné době nejen ze strany stakeholderů považovány za okrajové. Tento názor je zachycen v odpovědích respondentů, které ilustrují, že stakeholderi dávají přednost okamžitým finančním zájmům před dlouhodobými environmentálními nebo sociálními hledisky. Jiní respondenti však poukazují na rostoucí trend v zájmu o udržitelnost právě ze strany stakeholderů. Lišící se vnímání a zkušenosti MSP mohou být zapříčiněny zejména lišícími se obory podnikání jednotlivých respondentů a konkrétními požadavky a možnostmi provádět udržitelné aktivity v rámci nich.

8.3. Hrubá představa o ESG reportingu

O tom, co je ESG report mají ve většině případů respondenti alespoň matnou představu.

R5: „Tak pod tím si představím celý kolotoč, který kolem toho je a ten reporting, který nějakým způsobem by jednoho dne asi i pro nás měl být výstupem na konci roku. S tím, že pro nás je to poměrně téma, ...“

R4: „Vím, že to můžou dělat jenom asi velké firmy, že to dává smysl, například pro Sonnentor v rámci čajů. Tipuji, že to asi dají do výroční zprávy a tam pak budou vlastně vyhodnocovat, co se jim povedlo z těch cílů, co se jim nepovedlo a jaký by to asi mělo třeba být do budoucna. Takže třeba si představuji, kolik ušetřili odpadů, kolik ušetřili vody, kolik ušetřili energie a podobně takhle bych tipoval, že asi toto je přímo ten výkaz ESG.“

R5: „Takže vlastně z našeho pohledu všechny ty jejich snahy v tuto chvíli jsou čistě účelové, protože to třeba po nich už někdo chce, a protože prostě musí už být nějakým způsobem certifikovaný. To nic nemění na tom, že oni nějaká data vykazovat musí a aby nějaká data vykazovaly, tak jim je musí poskytnout ve svém podstatě jejich dodavatelé.“

Někteří však o vykazování ESG neví vůbec nebo netuší, jak si takový ESG report představit.

R6: „... sama moc nevím, jako co oni jsou povinni reportovat, jak ten report vypadá, komu se reportuje. Jenom tak jako mezi námi, komu se ten report jako dává?“

R1: „Tyjo, tak to jsem nevěděl vůbec.“

R2: „Páni, no to bychom museli zjistit více informací, abychom mohli posoudit, co to pro nás znamená, a co musíme tedy udělat. Ale je dobré, že mi o tom říkáte, budu si muset o tom načíst. Vůbec jsem nevěděla, že se něco takového ve firmách jako kdyby sleduje, natož kontroluje.“

Rozdílná míra porozumění v oblasti podávání zpráv o ESG mezi respondenty může odrážet různé úrovně seznámení se s principy ESG, rozdílné organizační priority, ale například i omezený přístup k relevantním informacím a zdrojům. Někteří jedinci sice mají obecné povědomí o tomto konceptu, ale jejich chápání zůstává vágní nebo povrchní. To naznačuje, že přestože čeští podnikatelé vědí, co je ESG reporting, postrádají konkrétnost ohledně jeho podoby, implementace a významu. Celkově lze tvrdit, že nejednotné vnímání ESG reportingu podtrhuje potřebu komplexního vzdělávání a komunikačního úsilí směrem na MSP.

8.4. Překážky ve vykazování ESG

Všichni respondenti v současnosti nevykazují aktivity spojené s ESG pomocí nefinančních výkazů ani jiných metod.

R3: „Jakožto malá firma nepodnikající s průmyslovými výrobními kapacitami máme jen malé možnosti realizace ESG. Vzhledem k tomu, že momentálně nepotřebujeme čerpat ‚levné‘ peníze, nepotřebujeme řešit mandatorní checklist.“

R6: „A samozřejmě třeba jsme v nějaké části věci jakoby subdodavatelem nějakých bank. A to znamená, že ono nějakým způsobem by se to mělo částečně vázat i na ty subdodavatele, kteří pak tvoří ten celek. Což musím říct, že ještě se mi nestalo, že by na Spektodu měl někdo nějaký požadavky, co se týče ESGíčka, že bychom něco museli reportovat nebo takhle.“

R3: „Ne, ESG momentálně nevykazujeme.“

Nejčastěji jako hlavní překážku, která mezi nimi a ESG reportingem stojí, spatřují nedostatek dostupných informací, ale i finanční náročnost a administrativní zátěž.

R1: „Ale jako je to na nic, co si budeme povídat, že já o tom sotva něco vím a třeba to za pár let bude něco, co musím dělat. Je to pro mě novinka, a asi bych musel být líp informovaný na to, abych ti řekl, jestli to je dobře nebo ne.“

R6: „A na konci dne je to bič na ty malé a střední podniky, protože v těch velkých korporátech, ok, tak si na to uděláš oddělení, jo? Jako banky, jako ČEZ, všechny tyhle obrovské firmy s miliardovými zisky, no tak co? Tak si najmeš prostě oddělení lidí, kteří ti to budou řešit, máš to jako oškrtnutý a jsi v pohodě. Ale jakoby pro mě, jako pro malej tým lidí, kde bylo, že mě se jako lidi zaměřujou fakt na ten produkt a na ten jako prodej a na to budování té hodnoty, který ta firma má jako budovat za mě, tak je to prostě... Je to jako práce navíc a zase je to jako, stojí to peníze, stojí to jako čas, ted' ty informace k tomu jako vlastně za mě nejsou nebo nejsou dobře komunikovaný.“

R2: „Nevím úplně, jak moc bychom se tomu měli čas a finance věnovat, ale určitě si dokážu představit, že to je něco, o co je větší zájem...“

Absenci vykazování ESG v praxi všech respondentů lze přičíst několika faktorům. Významnou roli v ní může hrát především povaha MSP, které mají kvůli své velikosti omezené možnosti provádět rozsáhlé aktivity v oblasti ESG. Převažující názor respondentů zdůrazňuje významné překážky, včetně nedostatku dostupných informací, finančních omezení a administrativní zátěže spojené s vykazováním ESG. Neznalost principů ESG a rámců pro vykazování ESG patrná z předešlých výpovědí může taktéž přispívat k pocitu

nejistoty či nezájmu vykazovat faktory ESG.

8.5. Skeptický pohled na ESG výkazy

Téma vykazování faktorů ESG pro většinu respondentů vyvolává skepsi.

R1: „Jen ti můžu říct, že se jako jednotlivec ani firma necítím být připravený na nic takovýho, takže se o tom určitě nekomunikuje dobře nebo dostatečně nebo třeba i cíleně na vysoko postavený manažery a tak. Kdyby se to mělo dotknout i nás, tak budeme potřebovat určitě o hodně víc informací, abychom to nějak mohli plně posoudit, co to pro nás znamená.“

R6: „Ale jakoby pro mě, jako pro malej tým lidí, kde bylo, že mě se jako lidi zaměřujou fakt na ten produkt a na ten jako prodej a na to budování tý hodnoty, který ta firma má jako budovat za mě, tak je to prostě... Je to jako práce navíc a zase je to jako, stojí to peníze, stojí to jako čas, teď ty informace k tomu jako vlastně za mě nejsou nebo nejsou dobře komunikovaný.“

R5: „To je trochu blbý, že v rámci celého toho byznysu nás ta sustanaibilita baví, chceme to dělat správně, ale nakonec je to něco, co se často dělá jen kvůli penězům. Je to in, lidi se tak potřebují prezentovat ať říkají, co chtějí, tak prostě tímhle tím lidstvo nezachráníme. Pořád jsme konzumní svět.“

R1: „Nevím, proč bych musel nějak dokládat něco co dělám pro dobrej pocit.“

Pochyby mají zejména o validitě reportů.

R5: „Ale jak říkám, já si myslím, že oni můžou dělat i nakonec bububu a cokoliv, ale oni opravdu nebudou mít šanci vůbec vědět, jestli je to skutečně tak nebo není.“

R6: „Jo, tak to je přesně jako ty lidi to budou fejkovat samozřejmě ty věci, že budou hledat cesty, jak to jako, jak s tím mít co nejvíc práce a získat co nejvíc bodíků, jako podle mě lidi jsou v tomhle stavu furt stejný, takže jo.“

R4: „Je to dobře, že to je takhle tlačený, protože ty firmy, leč jsem přesvědčený, že to nemyslej jako vážně jako třeba 95 % z nich, tak je to obecně dobře, protože je tam aspoň nějaká změna a snaha tý společnosti. Když to ale nemyslí vážně, a o tom jsem přesvědčenější, tak je to zároveň bohužel prostě jenom cesta k tomu, že to je skoro jako čistý greenwashing,

si myslím. “

R6: „Takže já, je mi to líto, ale myslím si, že to v mnoha případech bude probíhat tak, že to prostě někdo dá dokupy tak, aby to vypadalo hezky a vlastně to vůbec nemůže odrážet realitu, protože v tomto kosmickém celém běhu to nemá žádný význam, nebo nevím, jak to říct. “

R5: „Takže já, je mi to líto, ale myslím si, že to v mnoha případech bude probíhat tak, že to prostě někdo dá dokupy tak, aby to vypadalo hezky a vlastně to vůbec nemůže odrážet realitu, protože v tomto kosmickém celém běhu to nemá žádný význam, nebo nevím, jak to říct. “

Skeptický pohled respondentů na podávání zpráv o ESG vyplývá z různých obav týkajících se jejich relevance, důvěryhodnosti a vnímaných motivů pro jejich zavádění. Mnozí vyjadřují výhrady k nezbytnosti a účinnosti ESG reportingu a zdůrazňují nedostatečnou jasnost ohledně jeho důsledků pro jejich podnikání. Kromě toho mezi českými majiteli MSP převládá názor, že složitost vykazování ESG může vést k manipulaci nebo zkreslování informací tak, aby odpovídaly požadovaným narativům.

8.6. Averse k povinnému výkaznictví

Potenciální povinnost vykazovat faktory ESG vnímají jako bič, který jim podnikání ztěžuje.

R6: „Jo, jako určitě, tak je to takový, že prostě, víš co, znám to z té roviny přesně toho člověka, který prostě s nějakým způsobem tu firmu buduje a je tolik byrokratických administrativních překážek, který ty musíš vlastně dodržovat. Ty informace o tom nejsou ucelené, to znamená, že z celou přímě správního hlediska, ty nikdy nemůžeš být úplně čistý ve všem, jo? A je to podle mě jako jakýkoliv další takové to nařízení, který nějakým způsobem, byť je myšlený dobře, já věřím, že je to myšlený dobře, tak je to prostě bič. “

R3: „Pokud půjde, možná v naivním ideálním scénáři, o drobnou administrativní zátěž s pozitivním dopadem na společnost, nemám žádný problém. Pokud naopak půjde o zbytečnou administrativu s fakticky žádným přínosem, budu nerad. “

R4: „Ale pro malé a střední podniky, tam bych jim nechal co nejvíce rozvázaný ruce, vůbec bych je tímhle někde otravoval. “

R6: „Musím říct, že třeba u těch větších firm, který už třeba mají nad těch sto dvěstě zaměstnanců, tak je cítit, že vědí, že jsou jako kdyby další na řadě. Tak a tam ten postoj k

tomu je jako hlavně negativní, že jako je to zase prostě další integrace, další jako buzerace, další administrativa, co vykazovat, a tak no.“

Nechť českých podnikatelů k povinnému ESG reportingu se z výpovědí respondentů zdá být hluboce zakořeněna v obavách z potenciální zátěže, kterou mohou tyto reporty pro MSP představovat. Dobrovolné podávání zpráv o ESG se oproti povinnému setkává s příznivějším přijetím a respondenti je považují za potenciálně pozitivní iniciativu, pokud se k ní přistoupí dobrovolně a bez nátlaku.

R4: „No, OK. Já už jsem tušil, na co se mě chceš zeptat, a už jsem tady trochu se začal vrtět na židli, protože já chápu, že to asi jako... Ve mě se perou dvě osobnosti teďka. Já jsem rozhodně pro zelenou politiku, určitě. Zároveň chápu, že se do toho trošku musí ty firmy nutit, aby vůbec k té změně a naplnění nějakých cílů, aspoň z padesáti, šedesáti procent, vlastně jako v ideálním případě, jako došlo k naplnění těch cílů udržitelného rozvoje. No, ale takže chápu, že tam je tlak na ty korporace, tam bych se jich asi úplně jako neptal. Ale pak u malých, středních podniků bych rozhodně zůstal na nějaký dobrovolné bázi, protože ty úplně nejsou tolikrát závislí jako na investorech, takže tam, kdybych už byl ve fázi třeba střední firmy a nebyl jsem přesvědčený o tom, že chci nějakým způsobem přispívat v rámci ESG k něčemu, tak bych to fakt jako nechtěl dělat.“

Přesto pro ně však není praktikou, kterou plánují zavádět. Na otázku, zda by praktikování dobrovolného ESG reportování zvažili, odpovídali negativně.

R4: „Teď ne, možná, kdybych byl větší, tak je to něco, na čím bych se zamyslel, a pokud by mi to do mého podnikání dávalo smysl, proč ne. Ale jak říkám, nechal bych to určitě na týhle dobrovolný bázi, nic nenařizovat. To je pak na škodu.“

R3: „V tuhle chvíli bych to ani dobrovolně nepodstupoval. Nemyslím si, že to pro nás má smysl.“

8.7. Nejasnost a nedostatek informací

Informace o ESG reportování různými subjekty respondenti nevnímají jako celistvé a jasné.

R5: „...i tak z toho, jak my jsme to navnímal, slouží k tomu, aby se vůbec vytvořil nějaký základ v té Evropě. K tomu, aby Evropa jako taková měla nějaký základ dat, na základě,

kterého může říct, hehe, OK, tak dobrý, tohle víme, vypadá to asi takhle a příští rok by to mohlo být třeba trochu lepší. Ted' abych se do toho úplně nezamotal. I my vlastně v současné chvíli potřebujeme nejdřív vědět, jak vůbec na tom jsme. Tohle je ten největší problém, který ty všechny firmy mají. Ty firmy se nemůžou jako vydat směrem a říct, tak jo, tak od příštího roku budeme jezdit elektronickýma autama a nebudeme vyrábět z toho a toho materiálu. Tak to nefunguje, protože ten výsledek by stejně nebyl měřitelný, protože nevíme, kde jsme. “

R1: „Ono se těžko něco rozvíjí, když pořádně ani nevíš, co v té dané oblasti už děláš, protože prostě to, že třídíš bereš jako automaticky. Takže asi kdybych měl buď člověka nebo nějaký tool, jak tomu dát fakt ten řád, tak bych se do toho třeba pustil víc. “

R6: „A vlastně, když takhle jsi jako načala tohle téma, tak já vlastně nevím, co všechno mám měřit. Já vím, že přesně v nějaký té prezentaci někdy, kde se jsem to jako... Takže já zase zaprvý moc nevím, kde hledat ty informace. Co všechno tedy by se mělo mít a hlavně, jak to měřit. A jak to pak vykazovat. A komu to vlastně vykazovat. Je to takové, že možná bych byla asi v jiné situaci, kdybych měla jasnější přehled, že bych se k tomu třeba víc přiklápěla. “

R5: „A i my to pociťujeme, že když se nás zeptá někdo, jestli je tohle dostatečně sustainable, tak my mu můžeme jako odpovědět jenom na základě našich nějakých dohadů a předpokladů, který jsou často mylný. Jo, jeden příklad ze všech, který je takový nějaký veřejně známý, papírový kelímky nakonec asi nejsou tak sustainable, nebo tak udržitelný jako plastový prostě. Vyrábí se to hůř, dopravuje se tam jinak materiál, nedá se to potom recyklovat třeba a tak dále a tak dále. Takže ty předpoklady těch lidí jsou mnohdy mylný a jediný, jak to uchopit a nebrodit se v tom a totálně se ztratit je vůbec vědět, kde jsme. A to je třeba to, co my dneska děláme. Já vám vysvětlím i potom, jak. “

Zástupci českých MSP vyjadřují frustraci z roztráštěné a nejasné povahy dostupných informací o ESG i jeho reportování. Zdůrazňují především obtíže s pochopením toho, co konkrétní faktory ESG obnášejí a jak je účinně měřit a vykazovat. Téměř ve všech případech mají respondenti pocit, že jim o ESG chybí informace.

R1: „Kdyby se to mělo dotknout i nás, tak budeme potřebovat určitě o hodně víc informací, abychom to nějak mohli plně posoudit, co to pro nás znamená. “

R6: „Zároveň ale já s nimi vlastně tuto konverzaci ani jako moc vést nemůžu, protože sama

moc nevím, jako co oni jsou povinni reportovat, jak ten report vypadá, komu se reportuje.

Pocit, že má k dispozici dostatečné množství informací má pouze jeden respondent.

R3: *„Myslím si, že informací o něm mám dost, a kdybych neměl, nemyslím si, že by bylo příliš složité je získat.“*

Z výpovědí lze soudit, že pro to, aby MSP zvážili dobrovolné vykazování ESG a orientovali se v konkrétních požadavcích na něj, potřebují srozumitelně komunikované pokyny. Právě potíže se získáním přesných a relevantních informací jim brání v posouzení významu faktorů ESG pro jejich podnikání a brzdí jejich ochotu se do implementace ESG jakkoli zapojit.

8.8. Volání po edukaci

V návaznosti na problematiku nedostatku informací několik respondentů nabízí řešení. Zasazují se o vzdělávací iniciativy a podporu zejména ze strany subjektů, jako jsou Evropská unie nebo neziskové organizace. Vzdělávací programy, ale i například finanční motivace v podobě dotací, by podle nich mohly vzbudit větší povědomí i přijetí standardů vykazování ESG zejména mezi MSP.

R4: *„Nějaká doporučení možná, víc to protlačovat jako přes nějaké možná dotace. Teď si vymýšlím, ale jsou různé programy, kterých jde takhle využít. Teď jsem třeba přihlásil se na dotaci o ochrannou známku od Evropské unie, takže to byla paráda. A umím si představit, že by tam právě byla dotace třeba nějaký poradenství v rámci toho ESG reportingu nebo nějakého nasazení do těch podniků. Protože vezmi si, já jsem mladej, mám vysokoškolský vzdělání, pohybuju se mezi prostě mladýma a mezi touhletou vlnou zelenou, takže pro mě to není tak těžký získat ty informace. Ale zároveň chápu, že pro nějakého dědu, který podniká od 90. let a je prostě v nějakém tradičním oboru, třeba nějakém strojírenství nebo nějakém železářství, tak tam bych to chtělo právě jenom tu edukaci a ukázat jim vlastně, že to má vlastně i benefit pro ně, ale musí jim to dávat smysl. Ten benefit si tam musí najít oni sami.“*

R6: *„A já taky nevím, takže o tom nemůžu edukovat. Takže každopádně, pokud máš nějaké typy na nějaké neziskovky, nebo na nějaké cokoliv, tak budu mega ráda, když mi naposíláš něco, ať si můžu to vzdělat.“*

R1: *„Na to bychom potřebovali někoho, kdo by se tomu mohl plně věnovat a dal tomu nějaký*

řád, víš, jak to myslím? Trochu mi přijde, že to je hrozně široká oblast, víš? Trochu bych sám nevěděl, kde začít a co do toho spadá, a co pak ne.“

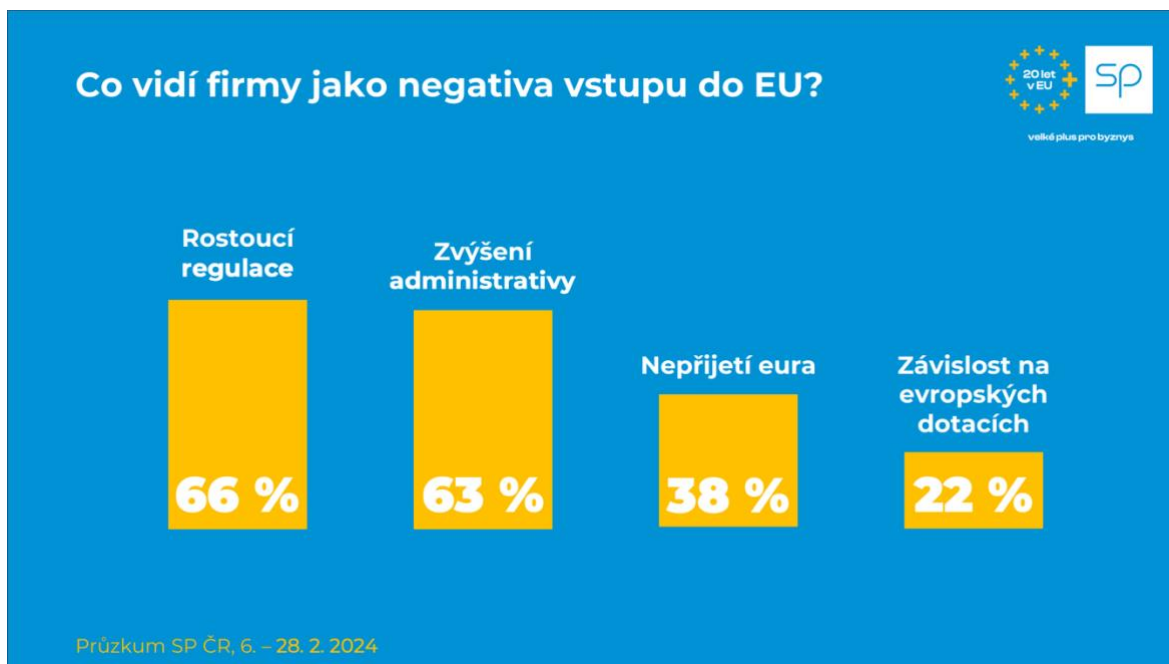
9 Diskuse

Výzkum této práce se zaměřuje na zkoumání postojů malých a středních podniků vůči ESG reportingu, což představuje důležité téma v kontextu současného podnikatelského prostředí a narůstajícího zájmu o udržitelné podnikání. Pomocí polostrukturovaných hloubkových rozhovorů se výzkumník pokouší odhalit nuance těchto postojů a porozumět tomu, zda MSP vnímají ESG reporting jako spíše pozitivně jako obchodní příležitost nebo konkurenční výhodu či spíše negativně jako zátěž pro svou podnikatelskou činnost.

Hloubkové rozhovory s respondenty odhalily u většiny z nich nižší počáteční spontánní znalost ESG. Při další diskusi a dotazování se však ve většině případů ukázalo, že respondenti mají o tomto tématu alespoň hrubý přehled a ve svém podnikání se s tímto termínem setkali. Toto zjištění je obdobné s poznatky z průzkumu Asociace malých a středních podniků s výzkumnou agenturou IPSOS z února 2023, který na 255 podnicích s 4 až 249 zaměstnanci zjistil, že dvě třetiny podniků spontánně neznají význam pojmu ESG. (Ipsos pro AMSP, 2023)

Co se vykazování ESG týče, analýza rozhovorů odhaluje rozmanité názory respondentů. Skepse ohledně ESG reportingu se ukazuje být běžným jevem, s mnoha respondenty vyjadřujícími obavy z administrativní i finanční zátěže spojené s tímto procesem. Toto zjištění je v souladu s témže průzkumem, podle kterého jsou největšími překážkami v implementování a vykazování faktorů ESG pro MSP nejasná návratnost investice, nedostatek financí a nedostatek informací. (Ipsos pro AMSP, 2023) Z výpovědí respondentů je znatelné, že čeští podnikatelé nechtějí být do vykazování ESG nuceni. Mnozí z nich vnímají ESG reporting spíše jako povinnost, která přináší více práce a nákladů, aniž by poskytovala jasný užitek. Tento postoj může být taktéž ovlivněn celkovým postojem k nařízením EU. Tím, jak české firmy vnímají Evropskou unii se zabýval průzkum Svazu průmyslu a dopravy ČR z února 2024, který byl proveden mezi 139 firmami. Z tohoto celkového vzorku firem jich bylo 70 % tvořeno MSP. Výzkum zjistil, že firmy celkově vnímají Evropskou unii jako prospěšnou pro své podnikání. Shledávají ve spojitosti s ní však i negativa, mezi která řadí právě rostoucí regulace a vysokou míru administrativy. (Svaz

průmyslu a dopravy České republiky, 2024)



Obr. 4: Výsledky průzkumu SP ČR (Svaz průmyslu a dopravy České republiky, 2024)

Tato skepse a neochota k podávání zpráv o ESG mezi MSP odpovídá raným fázím Rogersovy (1995) křivky přijímání inovací. Představitelé MSP, kteří projevují opatrný přístup k přijímání rámce ESG, lze zařadit do kategorií *late majority* nebo *laggards*⁶. Teorie, na jejíž základě byla křivka postavena, zároveň tvrdí, že velkou roli v přijímání inovací hraje jejich vnímaná složitost. Je podle ní méně pravděpodobné, že budou přijaty inovace, které jsou vnímány jako obtížně pochopitelné nebo použitelné. (Rogers, 1995) Z výzkumu je patrné, že pro MSP působí jako hlavní překážka k praktikování ESG reportingu právě nedostatek jasných informací a jeho kompletní pochopení. Pro jeho přijetí by MSP potřebovaly být jasněji seznámeny s jeho přínosy nebo důkazy o jeho účinnosti. Podle Hospodářské komory České republiky (2024) „...je nutné zjednodušit a racionalizovat požadavky na podávání zpráv. Podniky by měly být povinny poskytnout informace pouze jednou, a to ve formě, která je pro ně snadno proveditelná.“

Mezi respondenty se objevuje také obava z toho, že reporty mohou být zkreslené nebo nespolehlivé, což podkopává jejich hodnotu a legitimitu. Několik z respondentů se domnívá, že z důvodu omezené schopnosti patřičných regulačních orgánů kontrolovat správnost

⁶ ve volném překladu *pozdní většina* a *opozdilci*

výkazů je mohou společnosti upravovat tak, aby navenek působily jako více udržitelné a sociálně odpovědné, než skutečně jsou. Se stejným přesvědčením přichází i Diouf a Boiral (2017), kteří tvrdí, že podnikatelé a manažeři firem mají tendence se dopouštět pouze symbolického podávání zpráv o ESG nebo selektivního zveřejňování či zdůrazňování pouze příznivých ukazatelů ESG, aby legitimizovali své firemní kroky. Toho mohou dosáhnout například předkládáním zejména kvalitativně podložených obecných, neinformativních či vágních sdělení. (Lang & Stice-Lawrence, 2015)

Oproti negativnímu přístupu k povinnému ESG reportování výzkum odhaluje větší otevřenost vůči dobrovolnému ESG reportingu, zejména pokud je vnímán jako nástroj k posílení obchodního profilu nebo k zajištění konkurenční výhody. Respondenti však tyto dobrovolné výkazy nepraktikují a ani to v blízké době neplánují. Na svědomí to má zejména nespokojenost s nedostatkem jasných a dostupných informací o tom, co přesně ESG reporting obnáší a jaké jsou jeho požadavky, ale také nedostatek financí. Nedostačné množství potřebných zdrojů jakožto potenciální překážku při zveřejňování svých aktivit v oblasti ESG také uvádí i jiní autoři. (Gholami et al., 2022) Výzkumy, které by do větší hloubky zkoumaly, proč stávající MSP dobrovolně faktory ESG nevykazují, zde chybí. Průzkum Eurobarometer (Evropská unie, 2023), který nebyl realizován v bezprostřední spojitosti s ESG, se však ptal více než 13 000 evropských (včetně českých) MSP na to, které oblasti jsou v současné době pro jejich podnikání nejproblematičtější. Na první tři příčky evropské společnosti řadily potíže s hledáním zaměstnanců s vhodnou kvalifikací (53 % mikropodniků, 65 % malých podniků a 68 % středních podniků), regulační překážky nebo administrativní zátěž (34 % mikropodniků, 30 % malých podniků a 29 % středních podniků) a omezený přístup k financím (21 % mikropodniků, 19 % malých podniků a 13 % středních podniků). Nechuť k praktikování změn v rámci podniků může být podpořena i tím, že tuzemské prostředí se obecně nejeví být pro podnikatele nejpríznivějším. Podle Indexu prosperity a finančního zdraví (2024) se v minulém roce Česko umístilo v podmínkách pro podnikání v EU mezi 27 unijními státy až na 20. místě. Dá se tak předpokládat, že čeští podnikatelé nemají k dispozici dostatečně kvalitní podnikatelské zázemí na to, aby do něj implementovali nové praktiky.

Většina respondentů v podávání zpráv o ESG navíc necítí naléhavost. A to ani tehdy, kdy jim je sděleno, že k ESG reportingu mohou být v řádu nadcházejících let vázáni legislativně. Podle Kottera (1995) je právě tato naléhavost prvním a nejpodstatnějším z bodů k přijímání

změn v organizacích. Jeho osmi krokový model zdůrazňuje význam vytvoření pocitu naléhavosti, vytvoření vůdčí koalice, sdělení vize, zmocnění k akci, dosažení krátkodobých úspěchů, upevnění zisků a zakotvení nových přístupů v kultuře organizace. Ze strany EU, ale i národních organizací by tak v komunikaci směrem na MSP proto mělo panovat vyšší úsilí o zvyšování povědomí o významu podávání zpráv o ESG a jeho možných důsledcích pro ně. Využitím odborných znalostí a zdrojů různých stakeholderů lze navíc vyvinout takové iniciativy, které budou MSP poskytovat na míru šité pokyny, školení a technickou pomoc s implementací ESG do jejich podnikání. O podobné iniciativy projevují zájem i někteří respondenti. Ze strany EU by pro rozvoj ESG oceňovali nejen expertízu, ale i finanční podporu.

Díky získaným datům je možné zodpovědět obě výzkumné otázky. První výzkumná otázka se zabývá tím, jak majitelé/jednatelé/ředitelé českých MSP vnímají ESG reporting. Na základě rozhovorů lze konstatovat, že většina respondentů vyjadřuje ohledně ESG reportingu určitou míru skepticismu a nejistoty. Existuje nedostatek informací a porozumění těmto procesům, což vede k obavám z administrativní zátěže a nejasnostem ohledně významu a užitečnosti ESG reportingu pro jejich podnikání. Toto zjištění odpovídá predikci č. 1, která předpokládala, že čeští majitelé/jednatelé/ředitelé českých MSP budou ESG reporting spíše vnímat negativně z důvodu nedostatku informovanosti.

Druhá výzkumná otázka se zaměřuje na to, zda majitelé/jednatelé/ředitelé českých MSP dobrovolně vykazují faktory ESG. Z analýzy rozhovorů vyplývá, že přestože existuje otevřenost vůči dobrovolnému ESG reportingu, většina respondentů momentálně ESG faktory dobrovolně nevykazuje. Tato odpověď odpovídá predikci č. 2, která předpokládala, že čeští majitelé/jednatelé/ředitelé českých MSP faktory ESG dobrovolně nevykazují, což je dáno zejména nedostatkem povědomí o ESG a jeho požadavcích.

Zajímavým zjištěním realizovaného výzkumu je značný rozpor mezi pozitivním pohledem respondentů na udržitelnost v podnikání, zejména v oblasti životního prostředí, a jejich skeptickým, spíše negativním, postojem k ESG. Zatímco udržitelnost a sociální odpovědnost považují všichni respondenti za neodmyslitelnou součást fungování svých podniků, zaštiťující pojem ESG vnímají jako svazující termín, podle kterého se nechtějí řídit. Bližší dotazování výzkumníků na roli udržitelnosti v jejich podnicích navíc odhaluje, že většina MSP ve skutečnosti realizuje kroky minimálně ve dvou, ne-li všech třech, sférách ESG.

Možným vysvětlením tohoto nesouladu je teorie kognitivní disonance (Festinger, 1957), která tvrdí, že zažíváme nepříjemné pocity, pokud jsou naše přesvědčení nebo postoje v rozporu s naším chováním nebo zkušenostmi. Přestože MSP sice mohou ze své podstaty oceňovat udržitelnost a uznávat její dlouhodobý význam pro své podnikání i společenský blahobyt, dotázání na konkrétní rámec ESG, o kterém respondenti ví, že ho nepraktikují, v nich může vzbuzovat nepříjemné pocity. Po položení otázky mohou mít najednou pocit, že v této oblasti nedělají dost nebo nemají dostatečný přehled o tom, jak udržitelnost vést ve svém podniku „správně“. Kromě toho by rozpor mezi lišícími se postoji k udržitelnosti a vykazování ESG mohl odrážet širší systémové problémy.

Lze tvrdit, že o vnímané kontroverzi a negativním vnímání tématu svědčí i značné trable, které se vyskytly při náboru respondentů pro výzkum. Navzdory počátečnímu úsilí o identifikaci vhodných účastníků byla míra odpovědí poměrně nízká a mnoho potenciálních respondentů vyjádřilo váhavost nebo nezájem o účast. Tato neochota může odrážet širší nedostatek povědomí, pochopení nebo vnímání relevance ESG mezi MSP, což může pramenit z nedostatečné komunikace a vzdělávání o tomto tématu.

Zatímco praktikám ESG ve velkých korporacích je věnována velká pozornost, perspektivy MSP jsou často ve výzkumech opomíjeny. Pomocí využití hloubkových rozhovorů jako hlavního metodologického přístupu nabízí tento výzkum hlubokou sondu do postojů, vnímání a výzev, kterým čelí MSP v souvislosti s podáváním zpráv o ESG. Tato metodologická volba oproti jiným realizovaným výzkumům zvyšuje bohatost shromážděných údajů a poskytuje komplexní vhled do relativně málo prozkoumané oblasti. Tento výzkum představuje zejména v akademické sféře významnou hodnotu a jedinečnost. Vyplňuje zásadní mezeru v dostupných publikacích a nabízí praktická zjištění pro stakeholdery a tvůrce ESG politik v českém prostředí.

Výzkum svými poznatky přispívá k diskurzu o udržitelném podnikání a může sloužit jako základ pro další výzkum i pro praktická opatření na podporu ESG praktik v rámci menších podniků. V budoucnu by bylo vhodné realizovat obdobný výzkum s větším vzorkem respondentů, který by zahrnoval širší spektrum, velikostně i zaměřením, MSP. Obzvláště pohledy větších podniků z řad MSP by mohl přinést zajímavé poznatky. Jsou to totiž právě ony, kterých se legislativa v příštích letech pravděpodobně dotkne nejdříve či v nejvyšší míře.

9.1 Limitace výzkumu

Přestože lze provedený výzkum hodnotit jako přínosný, v jeho průběhu i po jeho vyhodnocení bylo identifikováno několik limitací, které by bylo záhodno brát v potaz při navrhování dalších tematicky podobných výzkumů.

První z limitací se týká velikosti zkoumaných firem. Přestože vzorek šesti realizovaných hloubkových rozhovorů lze považovat za dostatečně velký pro dosažení saturace výpovědí, reprezentoval pouze velikostně drobné a malé podniky. Práce s respondenty z řad středních podniků by mohla přinést rozmanitější výsledky a nabídnout komplexnější vhled do zkoumaného tématu. Dá se předpokládat, že do výzkumu by tak byly zahrnuty takové české firmy, které budou s větší pravděpodobností přímo nebo v rámci subdodavatelské ekonomiky vykazováním standardů ESG nejvíce či nejdříve dotčeny. O předejití této limitace bylo usilováno v rámci rekrutace respondentů. Právě větší firmy z kategorie MSP však měly procentuálně větší tendenci na průvodní zprávu s nabídkou rozhovoru nereagovat vůbec či reagovat negativně. Jelikož mohou být poznatky z tohoto výzkumu relevantní jak pro drobné, tak i větší podnikatele, tato limitace výzkumnicí není považována za zcela stěžejní. Dá se však předpokládat, že by se poznatky získané z rozhovorů při širším rozpětí vzorku, lišily.

Za další limitaci výzkumu lze považovat rozdílný způsob sběru odpovědí v testovací fázi výzkumu. Během této fáze byli respondenti kontaktováni telefonicky, zatímco druhá fáze výzkumu byla uskutečněna skrz videohovory na platformách Zoom a Google Meet. Výpovědi respondentů v obou fázích výzkumu se liší zejména svou délkou a obecně lze tvrdit, že dotazovaní zástupci MSP byli v rámci druhé fáze výzkumu, která zahrnovala osobnější kontakt, více rozmluvní. Dá se proto předpokládat, že kdyby rozhovory už v rámci první fáze výzkumu probíhaly online, výpovědi respondentů by se mohly lišit. Za limitující lze považovat však i fakt, že rozhovory nebyly realizovány skrz osobní setkání. V první fázi výzkumu osobní kontakt nebyl z důvodu studijního pobytu výzkumníka v Austrálii možný. Ve druhé fázi výzkumu byl pak osobní kontakt preferován, což bylo ve všech případech obsaženo v průvodní zprávě respondentům. I přesto se však kvůli časové vytíženosti respondentů nepodařilo osobní setkání realizovat.

Potenciální limitaci je také možné spatřovat v použitém kvalitativním výzkumu. Ten do

tématu umožnil proniknout hlouběji, než by bylo dosaženo kvantitativními metodami. To lze předpokládat, jelikož respondenti měli o tématu jistou spontánní znalost, na základě které byli schopni po čas rozhovoru rozvíjet vlastní myšlenky, navazovat na ně jinými a v mnohých případech rozhovor desítky minut vést jednostranně. Přestože byla tak vybrána vhodná metoda, reliabilita kvalitativního výzkumu může být nižší. Sběr dat navíc proběhl pouze z jednoho zdroje, kterým byly hloubkové rozhovory. Komplexnost scénáře a pokládaných otázek však dokázala poskytnout hlubší pochopení jednotlivých percepčí respondentů. Pro ověření těchto výsledků a identifikování potenciálních zkreslení v datech by v dalších výzkumech mohla být aplikována triangulace dat.

Závěr

Tato práce si klade za cíl prozkoumat postoje českých malých a středních podniků (MSP) k dobrovolnému ESG reportingu. Práce přinesla nový pohled na vnímání ESG reportingu, ale i ESG jako celku, zástupci českých MSP. Také odhalila, jakou roli udržitelnost v současnosti hraje v podnikání MSP i jaké překážky českým podnikatelům k implementaci ESG do jejich podnikání brání.

V teoretické části práce došlo k představení teoretického rámce pilířů faktorů ESG, ESG reportování a jejich legislativního uchopení na evropské i národní úrovni. V této části práce bylo taktéž ESG zasazeno do konceptu cirkulárního hospodářství a vysvětlena jeho spojitost s koncepty CSR nebo DEI. Teoretická část práce taktéž zahrnuje vhled do komunikace ESG a vysvětluje propojenost zejména environmentální složky ESG s praktikami greenwashingu.

V praktické části práce byla představena kvalitativní metoda sběru dat a popsána technika zkoumání pomocí polostrukturovaných hloubkových rozhovorů. Byly zde taktéž stanoveny dvě výzkumné otázky a predikce vycházející s předchozích výzkumů. V této části práce byl také vysvětlen výběr respondentů a popsána metoda sběru a analýzy dat. Byl zde taktéž osvětlen přesný postup v rámci přípravné fáze i samotného výzkumu. Dále byly představeny výsledky výzkumu.

Prostřednictvím kvalitativní metody polostrukturovaných rozhovorů výzkum zjišťuje, jaká jsou vnímání, motivace a potenciální výzvy spojené s dobrovolným vykazováním ESG mezi českými MSP. Zjištění mezi nimi odhalují vysokou míru skepse vůči ESG reportingu, která je často spojena s nedostatkem informací a porozumění procesům ESG reportingu. Nejasnost toho, jak ESG reporting vypadá, jak se tvoří nebo co přesně dokládá zvyšuje jejich nejistotu a zároveň snižuje jejich motivaci k dobrovolnému vykazování ESG faktorů. Navzdory větší otevřenosti vůči dobrovolnému reportingu ve srovnání s povinnými požadavky MSP v současné době dobrovolný reporting nepraktikují a v blízké budoucnosti jej ani neplánují. Tato neochota je přičítána především nespokojenosti s nedostatkem jasných pokynů a informací o požadavcích na podávání zpráv o ESG. Výsledky tak nastiňují souvislost mezi postoji českých podnikatelů k ESG reportingu a celkovým vnímáním Evropské unie. Právě evropské, a zejména pak české, podnikatelské prostředí je charakterizováno obavami z rostoucích regulací a administrativní zátěže ze strany EU. Samotné členství a rozšiřující se regulace vůči menším firmám tak ovlivňuje jejich postoj k ESG i ESG reportingu.

Z výpovědí respondentů je například znát rozpor mezi jejich postoji k udržitelnosti a sociální odpovědnosti a vnímání ESG. Zatímco většina respondentů uznává důležitost a praktikuje zásady udržitelného a sociálně odpovědného podnikání, pojem ESG, který má představovat shrnující pojem pro takové podnikání, v nich vyvolává negativní reakci. Tento kontext přibližuje nuance vnímání legislativních požadavků EU a jejich dopadu na podnikatelské prostředí českých MSP. Výsledky výzkumu podtrhávají potřebu vzdělávacích iniciativ a podpory, které by edukovaly a řešily problémy, s nimiž se malé a střední podniky potýkají při chápání a efektivní implementaci postupů ESG.

Realizovaný výzkum přináší nová zjištění, která doposud v České republice v této oblasti chyběla a přispívá do diskurzu o dobrovolném, ale i povinném ESG reportingu. Tato práce svými poznatky o porozumění perspektivám a motivacím českých malých a středních podniků ve vztahu k ESG může poskytnout cenné vhledy nejen pro další české MSP, ale i poradenské, neziskové firmy a další tvůrce vzdělávacích iniciativ o ESG na českém trhu. Může taktéž sloužit jako odrazový můstek pro další výzkum v této oblasti.

Summary

This thesis aims to explore the attitudes of Czech small and medium-sized enterprises (SMEs) towards voluntary ESG reporting. The thesis brought a new perspective on the perception of ESG reporting, but also ESG as such by representatives of Czech SMEs. It also revealed what role sustainability currently plays in the business of SMEs as well as what barriers Czech entrepreneurs face to implement ESG in their business.

In the theoretical part of the thesis, the theoretical framework of the pillars of ESG factors, ESG reporting and their legislative grasp at the European and national level were presented. In this part of the thesis, ESG was also placed in the concept of circular economy and its connection with the concepts of CSR or DEI was explained. The theoretical part of the thesis also includes an insight into the communication of ESG and explains the interconnectedness of the environmental component of ESG with greenwashing practices.

In the practical part of the thesis, the qualitative method of data collection was introduced, and the research technique of semi-structured in-depth interviews was described. Two research questions and predictions based on previous research were also set out. This section of the paper also explained the selection of respondents and described the method of data collection and analysis. The exact procedure within the preparation phase and the research itself was also explained. Furthermore, the results of the research were presented.

Through a qualitative method of semi-structured interviews, the research investigates the perceptions, motivations and potential challenges associated with voluntary ESG reporting among Czech SMEs. The findings reveal a high level of skepticism towards ESG reporting among them, which is often associated with a lack of information and understanding of ESG reporting processes. The lack of clarity about what ESG reporting looks like, how it is created or what exactly it documents increases their uncertainty and reduces their motivation to voluntarily report ESG factors. Despite greater openness to voluntary reporting compared to mandatory requirements, SMEs do not currently practice voluntary reporting and do not plan to do so soon. This reluctance is mainly attributed to dissatisfaction with the lack of clear guidance and information on ESG reporting requirements. The results thus outline a link between the attitudes of Czech entrepreneurs towards ESG reporting and the overall perception of the European Union. The European, and particularly the Czech, business

environment is characterized by concerns about increasing regulation and administrative burden from the EU. Thus, the EU membership itself as well as the expanding regulation towards smaller companies affects their attitude towards ESG and ESG reporting. For example, the respondents' statements show a discrepancy between their attitudes towards sustainability and social responsibility and their perceptions of ESG. While most respondents recognize the importance and practice the principles of sustainable and socially responsible business, the term ESG, which is meant to be a summary term for such business, evokes a negative reaction in them. This context brings out the nuances of perceptions of EU legislative requirements and their impact on the business environment of Czech SMEs. The research results underline the need for educational initiatives and support to educate and address the challenges SMEs face in understanding and effectively implementing ESG practices.

The conducted research brings new findings that have been missing in the Czech Republic in this area so far and contributes to the discourse on voluntary as well as mandatory ESG reporting. With its findings on understanding the perspectives and motivations of Czech SMEs in relation to ESG, this thesis can provide valuable insights not only for other Czech SMEs, but also for consultancies, non-profit firms, and other developers of ESG education initiatives in the Czech market. It can also serve as a basis for further research in this area.

Použitá literatura

ABHAYAWANSA, S., ELIJIDO-TEN, E., & DUMAY, J. (2019). *A practice theoretical analysis of the irrelevance of integrated reporting to mainstream sell-side analysts*. Accounting and Finance, 59(3), 1615–1647. Dostupné z: <https://doi.org/10.1111/acfi.12367>

ADAMS, C. & ZUTSHI, A. (2004). *Corporate social responsibility: why business should act responsibly and be accountable*. Australian Accounting Review, 14(34), 31-39. Dostupné z: <https://doi.org/10.1111/j.1835-2561.2004.tb00238.x>

AHI, P. & SEARCY, C. (2015). *Assessing sustainability in the supply chain: a triple bottom line approach*. Applied Mathematical Modelling, 39(10-11), 2882-2896. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.apm.2014.10.055>

AKSOY, L. & BUOYE, A. & FORS, M. & KEININGHAM, T. & ROSENGREN, S. (2022). *Environmental, Social and Governance (ESG) metrics do not serve services customers: a missing link between sustainability metrics and customer perceptions of social innovation*. Journal of Service Management. 33. 10.1108/JOSM-11-2021-0428.

AMIN, Marian H.; MOHAMED, Ehab KA; ELRAGAL, Ahmed. (2021) *CSR disclosure on Twitter: Evidence from the UK*. International Journal of Accounting Information Systems, 2021, 40: 100500.

ASOCIACE SPOLEČENSKÉ ODPOVĚDNOSTI. *ESG rating 2022: jak si vedou české firmy v udržitelnosti?* [online]. 2023 [cit. 2023-07-18]. Dostupné z: <https://www.spolecenskaodpovednost.cz/esg-rating-2022-jak-si-vedou-ceske-firmy-v-udrzitelnosti/>

AURELI, S. & GIGLI, S. & MEDEI, R. & SUPINO, E. (2019). *The value relevance of environmental, social, and governance disclosure: Evidence from Dow Jones Sustainability World Index listed companies*. Corporate Social Responsibility and Environmental Management. 27. 10.1002/csr.1772.

BACKES-GELLNER, U. AND VEEN, S. (2012). *Positive effects of ageing and age diversity in innovative companies - large-scale empirical evidence on company productivity*. Human Resource Management Journal, 23(3), 279-295. Dostupné z:

<https://doi.org/10.1111/1748-8583.12011>

BANG, S., CHOI, M., & AHN, J. (2022). *Human resource practices for corporate social responsibility: evidence from Korean firms*. *Frontiers in Psychology*, 13. Dostupné z: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.893243>

BARKER, R., & ECCLES, R. G. (2019). *Should FASB and IASB be responsible for setting standards for nonfinancial information?*. Saïd Business School, University of Oxford. Dostupné z: <https://doi.org/10.2139/ssrn.3272250>

BAUER, R., DERWALL, J. & OTTEN, R. (2007). *The Ethical Mutual Fund Performance Debate: New Evidence from Canada*. *J Bus Ethics* 70, 111–124. Dostupné z: <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9099-0>

BIONDI, L., DUMAY, J. AND MONCIARDINI, D. (2020). *Using the international integrated reporting framework to comply with EU directive 2014/95/EU: can we afford another reporting façade?* *Meditari Accountancy Research*, Vol. 28 No. 5, pp. 889-914.

BODE, C., SINGH, J., & ROGAN, M. (2015). *Corporate social initiatives and employee retention*. *Organization Science*, 26(6), 1702-1720. Dostupné z: <https://doi.org/10.1287/orsc.2015.1006>

BRAMMER, S., BROOKS, C., & PAVELIN, S. (2006). *Corporate social performance and stock returns: UK evidence from disaggregate measures*. *Financial Management*. Dostupné z: <https://doi.org/10.1111/j.1755-053X.2006.tb00149.x;97-116>

BRAUN, V. & CLARKE, V. (2006). *Using thematic analysis in psychology*. *Qualitative Research in Psychology*, 3, s. 77–101. Dostupné z: <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>

BRYL, L., & SUPINO, E. (2022). *Sustainability Disclosure in Social Media—Substitutionary or Complementary to Traditional Reporting?*. *Journal of Intercultural Management*, 14(3), 41-62.

CAMILLERI, M. A. (2015). *Environmental, social and governance disclosures in Europe*. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 6(2), 224-242. Dostupné z: <https://doi.org/10.1108/sampj-10-2014-0065>

CARROLL, A.B. (1979). *A Three Dimensional Conceptual Model of Corporate Social Performance*. The Academy of Management Review, 4, 497-505. <https://doi.org/10.5465/amr.1979.4498296>

CORDAZZO, M. & LAURA, B. & MARZO, G. (2020). *Does the EU Directive on non-financial information influence the value relevance of ESG disclosure? Italian evidence*. Business Strategy and the Environment. 29. 3470–3483. 10.1002/bse.2589.

CORTEZ, M.C., SILVA, F. & AREAL, N. (2009). *The Performance of European Socially Responsible Funds*. J Bus Ethics 87, 573–588. Dostupné z: <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9959-x>

CUELLAR N. G. (2021). *Diversity, Equity, and Inclusivity in Peer-Reviewed Journals*. Journal of transcultural nursing : official journal of the Transcultural Nursing Society, 32(5), 449–450. Dostupné z: <https://doi.org/10.1177/10436596211034902>

DAILY, C. M., DALTON, D. R., & CANNELLA, A. A. (2003). *Corporate Governance: Decades of Dialogue and Data*. The Academy of Management Review, 28(3), 371–382. Dostupné z: <https://doi.org/10.2307/30040727>

DAHLSTRUD, A. (2008). *How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions*. Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 15(1), 1-13. Dostupné z: <https://doi.org/10.1002/csr.132>

DAWKINS, J. (2004). *Corporate responsibility: the communication challenge*. Journal of Communication Management, 9(2), 108-119. Dostupné z: <https://doi.org/10.1108/13632540510621362>

DELMAS, M. A. AND BURBANO, V. (2011). *The drivers of greenwashing*. California Management Review, 54(1), 64-87. Dostupné z: <https://doi.org/10.1525/cm.2011.54.1.64>

DILLARD-WRIGHT, J. & GAZAWAY, S. (2021). *Drafting a diversity, equity, and inclusion textbook inventory: Assumptions, concepts, conceptual framework*. Teaching and Learning in Nursing. 16. 10.1016/j.teln.2021.02.001.

DIMITRIESKA, S. & STANKOVSKA, A. & EFREMOVA, T. (2017). *The Six Sins Of Greenwashing*. Economics and Management, Faculty of Economics, SOUTH-WEST UNIVERSITY "NEOFIT RILSKI", BLAGOEVRAD, vol. 13(2), pages 82-89.

DIMSON, E., MARSH, P., & STAUNTON, M. (2020). *Divergent ESG Ratings*. *The Journal of Portfolio Management*, 47(1), 75. Dostupné z: <https://doi.org/10.3905/jpm.2020.1.175>

DIOUF, D. & BOIRAL, O. (2017). *The quality of sustainability reports and impression management*. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 30(3), 643-667. Dostupné z: <https://doi.org/10.1108/aaaj-04-2015-2044>

DUMROSE, M. & RINK, S. & ECKERT, J. (2022). *Disaggregating confusion? The EU Taxonomy and its relation to ESG rating*. *Finance Research Letters*. 48. 102928. 10.1016/j.frl.2022.102928.

DYLLICK, T. AND MUFF, K. (2015). *Clarifying the meaning of sustainable business*. *Organization & Environment*, 29(2), 156-174. Dostupné z: <https://doi.org/10.1177/1086026615575176>

ECCLES, R., IOANNOU, I., & SERAFEIM, G. (2012). *The impact of corporate sustainability on organizational processes and performance*. Dostupné z: <https://doi.org/10.3386/w17950>

ECCLES, R., & MICHAEL KRZUS. (2010) *One Report: Integrated Reporting for a Sustainable Strategy*. New York: John Wiley & Sons, 2010.

ECCLES, R. & IOANNOU, I. & SERAFEIM, G.. (2014). *The Impact of Corporate Sustainability on Organizational Processes and Performance*. *Management Science*. 60. 2835-2857. 10.1287/mnsc.2014.1984.

ELIWA, Y., ABOUD, A., & SALEH, A. I. (2021). *ESG practices and the cost of debt: evidence from EU countries*. *Critical Perspectives on Accounting*, 79, 102097. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2019.102097>

ELKINGTON, J. (1994). *Towards the Sustainable Corporation: Win-Win-Win Business Strategies for Sustainable Development*. *California Management Review*, 36(2), 90-100. Dostupné z: <https://doi.org/10.2307/41165746>

ELKINGTON, J. (1998). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. New Society Publishers

EVROPSKÁ KOMISE. *Corporate sustainability reporting*. [online]. 2023 [cit. 2023-09-22]. Dostupné z: https://finance.ec.europa.eu/capital-markets-union-and-financial-markets/company-reporting-and-auditing/company-reporting/corporate-sustainability-reporting_en

EVROPSKÁ KOMISE. *European Climate Pact*. [online]. 2023 [cit. 2023-09-23]. Dostupné z: https://climate.ec.europa.eu/eu-action/european-green-deal/european-climate-pact_en

EVROPSKÁ KOMISE. *EU taxonomy for sustainable activities*. [online]. 2023 [cit. 2023-10-13]. Dostupné z: https://finance.ec.europa.eu/sustainable-finance/tools-and-standards/eu-taxonomy-sustainable-activities_en

EVROPSKÁ KOMISE. *The European Green Deal*. (2023). [online]. 2023 [cit. 2023-11-26]. Dostupné z: https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en

EVROPSKÁ KOMISE. *What is sustainable finance?* [online]. 2023 [cit. 2023-11-22]. Dostupné z: https://finance.ec.europa.eu/sustainable-finance/overview-sustainable-finance_en

EVROPSKÁ KOMISE. *Interinstitutional File: 2022/0051(COD)* <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-6145-2024-INIT/en/pdf> [online]. 2024 [cit. 2023-04-21].

EVROPSKÁ UNIE. (2014). *Directive 2014/95/EU of the European Parliament and of the Council of 22 October 2014 amending Directive 2013/34/EU as regards disclosure of non-financial and diversity information by certain large undertakings and groups Text with EEA relevance*. [online]. 2023 [cit. 2023-10-24]. Dostupné z: <http://data.europa.eu/eli/dir/2014/95/oj>

EVROPSKÁ UNIE. (2017). *Sdělení Komise – Pokyny pro vykazování nefinančních informací (metodika vykazování nefinančních informací)*. [online]. 2017 [cit. 2023-10-24]. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=CELEX%3A52017XC0705%2801%29>

EVROPSKÁ UNIE. (2019). *SDĚLENÍ KOMISE EVROPSKÉMU PARLAMENTU, EVROPSKÉ RADĚ, RADĚ, EVROPSKÉMU HOSPODÁŘSKÉMU A SOCIÁLNÍMU*

VÝBORU A VÝBORU REGIONŮ Zelená dohoda pro Evropu. [online]. 2019 [cit. 2023-10-25]. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/cs/TXT/?uri=CELEX%3A52019DC0640>

EVROPSKÁ UNIE. (2022) *Directive (EU) 2022/2464 of the European Parliament and of the Council of 14 December 2022 amending Regulation (EU) No 537/2014, Directive 2004/109/EC, Directive 2006/43/EC and Directive 2013/34/EU, as regards corporate sustainability reporting (Text with EEA relevance.* [online]. 2022 [cit. 2023-10-23]. Dostupné z: <http://data.europa.eu/eli/dir/2022/2464/oj>

EVROPSKÁ UNIE. (2022). *Proposal for a DIRECTIVE OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL on Corporate Sustainability Due Diligence and amending Directive (EU) 2019/1937.* [online]. 2022 [cit. 2023-10-26]. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52022PC0071>

EVROPSKÁ UNIE. (2023). *SMEs and skills shortages.* [online]. 2022 [cit. 2024-04-21]. Dostupné z: <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2961>

EVROPSKÝ PARLAMENT (2024). *Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) In "A European Green Deal".* [online]. 2024 [cit. 2023-10-28]. Dostupné z: <https://www.europarl.europa.eu/legislative-train/theme-a-european-green-deal/file-review-of-the-non-financial-reporting-directive>

FERRARO, C., HEMSLEY, A., & SANDS, S. (2022). *Embracing diversity, equity, and inclusion (DEI): Considerations and opportunities for brand managers.* Business Horizons, S0007681322001240. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2022.09.005>

FESTINGER, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance.* Stanford University Press.

FINK, L. (2020). *A fundamental reshaping of finance.* [online]. 2023 [cit. 2023-09-03]. Dostupné z: <https://www.blackrock.com/au/individual/larry-fink-ceo-letter>

FLAMMER, C. (2015). *Does corporate social responsibility lead to superior financial performance? a regression discontinuity approach.* Management Science, 61(11), 2549-2568. Dostupné z: <https://doi.org/10.1287/mnsc.2014.2038>

FLAMMER, C. & KACPERCZYK, A. (2019). *Corporate social responsibility as a defense against knowledge spillovers: Evidence from the inevitable disclosure doctrine.* Strategic

Management Journal. 40. 10.1002/smj.3025.

FLAMMER, C. & LUO, J. (2015). *Corporate social responsibility as an employee governance tool: Evidence from a quasi-experiment*. Strategic Management Journal. 38. 10.1002/smj.2492.

FRANCO, M. A. (2017). *Circular economy at the micro level: a dynamic view of incumbents' struggles and challenges in the textile industry*. Journal of Cleaner Production, 168, 833-845. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.09.056>

FREEMAN, R. (2010). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Cambridge: Cambridge University Press.

FRIEDE, G., BUSCH, T., & BASSEN, A. (2015). *ESG and financial performance: aggregated evidence from more than 2000 empirical studies*. Journal of Sustainable Finance & Investment, 5(4), 210-233. Dostupné z: <https://doi.org/10.1080/20430795.2015.1118917>

GHOLAMI A, MURRAY PA, SANDS J. (2022) *Environmental, Social, Governance & Financial Performance Disclosure for Large Firms: Is This Different for SME Firms?* Sustainability. 2022; 14(10):6019. Dostupné z: <https://doi.org/10.3390/su14106019>

GOODMAN, H. (2001). *In-depth interviews*. The Handbook of Social Work Research Methods, 308-319. Dostupné z: <https://doi.org/10.4135/9781412986182.n17>

GOVINDAN, K. AND HASANAGIC, M. (2018). *A systematic review on drivers, barriers, and practices towards circular economy: a supply chain perspective*. International Journal of Production Research, 56(1-2), 278-311. Dostupné z: <https://doi.org/10.1080/00207543.2017.1402141>

GUO, R., ZHANG, W., WANG, T., BINGXIN, L., & TAO, L. (2019). *Timely or Considered? Brand trust repair strategies and mechanism after greenwashing in China — from a legitimacy perspective*. Industrial Marketing Management. 72. 10.1016/j.indmarman.2018.04.001.

HART, S. & MILSTEIN, M. (2003). *Creating Sustainable Value*. Academy of Management Executive. 17. 10.5465/AME.2003.10025194. 56-67.

HARTE, M. (1995). *Ecology, sustainability, and environment as capital*. *Ecological Economics*, 15, 157-164. 10.1016/0921-8009(95)00043-7.

HARTING, D. (1994). *Wertschöpfung auf neuen Wegen*. In *Beschaffung aktuell* 7/1994.

HATZITHOMAS, L., BOUTSOUKI, C., THEODORAKIOGLOU, F., & PAPADOPOULOU, E. (2021). *The link between sustainable destination image, brand globalness and consumers' purchase intention: a moderated mediation model*. *Sustainability*, 13(17), 9584. Dostupné z: <https://doi.org/10.3390/su13179584>

HENDL, J. (2008). *Kvalitativní výzkum: Základní teorie, metody a aplikace* (2., aktualizované). Portál.

HENISZ, W., KOLLER, T., & NUTTALL, R. (2019). *Five ways that ESG creates value*. [online]. 2023 [cit. 2023-11-05]. Dostupné z: <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Business%20Functions/Strategy%20and%20Corporate%20Finance/Our%20Insights/Five%20ways%20that%20ESG%20creates%20value/Five-ways-that-ESG-creates-value.ashx>

HOMAN, A. & GÜNDEMİR, S. & BUENGELER, C. & VAN KLEEF, G. (2020). *Leading Diversity: Towards a Theory of Functional Leadership in Diverse Teams*. *Journal of Applied Psychology*, 105. 10.1037/apl0000482.

HOSPODÁŘSKÁ KOMORA ČESKÉ REPUBLIKY. (2024) *Bleskové šetření HK ČR: překážky na jednotném trhu EU – pohled českých podnikatelů*. [online]. 2024 [cit. 2024-04-25]. Dostupné z: https://storage.googleapis.com/businessinfo_cz/2024/01/ba45a0ab-vyhodnoceni-prekazky-na-jednotnem-trhu-eu.pdf

HUMPHREY, J. E., LEE, D. D., & SHEN, Y. (2012). *Does it cost to be sustainable?* *Journal of Corporate Finance*, 18(3), 626–639. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2012.03.002>

CHEN, YI-R.R., HUNG-BAESECKE, CH.-JU F., BOWEN, S.A., ZERFASS, A., STACKS, D.W., BOYD, B. (2020). *The role of leadership in shared value creation from the public's perspective: A multi-continental study*. *Public Relations Review*, Vol. 46, pp. 1-11

CHEN, Y. S. & CHANG, C. H. (2012). *Greenwash and green trust: the mediation effects of*

green consumer confusion and green perceived risk. Journal of Business Ethics, 114(3), 489-500. Dostupné z: <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1360-0>

CHO, C. H., LAINE, M., ROBERTS, R. W., & RODRIGUE, M. (2015). *Organized hypocrisy, organizational façades, and sustainability reporting*. Accounting, Organizations and Society, 40, 78–94. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.aos.2014.12.003>

CHONG, L. L., ONG, H., & TAN, S. (2018). *Corporate risk-taking and performance in malaysia: the effect of board composition, political connections and sustainability practices*. Corporate Governance: The International Journal of Business in Society, 18(4), 635-654. <https://doi.org/10.1108/cg-05-2017-0095>

IAMANDI, I., CONSTANTIN, L., MUNTEANU, S. M., & CERNAT-GRUICI, B. (2019). *Mapping the ESG behavior of European companies. A holistic kohonen approach*. Sustainability, 11(12), 3276. Dostupné z: <https://doi.org/10.3390/su11123276>

IPSOS PRO AMSP. *Udržitelnost a ESG* [online]. 2023 [cit. 2023-10-29]. Dostupné z: https://amsp.cz/wp-content/uploads/2023/06/Ipsos-pro-AMSP_ESG-a-MSP.pdf

ILINITCH, A. Y., SODERSTROM, N. S., & THOMAS, T. E. (1998). *Measuring corporate environmental performance*. Journal of Accounting and Public Policy, 17(4-5), 383-408. Dostupné z: [https://doi.org/10.1016/s0278-4254\(98\)10012-1](https://doi.org/10.1016/s0278-4254(98)10012-1)

INDEX PROSPERITY A FINANČNÍHO ZDRAVÍ. (2024). *Prostředí pro podnikatele*. [online]. 2024 [cit. 2024-03-28]. Dostupné z: <https://www.indexprosperity.cz/2024/prostredi-pro-podnikatele-2/>

JIN, D., CHEN, H. AND QI, R. (2023). *Diversity, equity and inclusion in employee-queer customer interactions in the hospitality service setting: including multiple stakeholders' perspectives*. International Journal of Contemporary Hospitality Management. Dostupné z: <https://doi.org/10.1108/IJCHM-02-2023-0188>

JOHNSON, John M.; ROWLANDS, Timothy. *The interpersonal dynamics of in-depth interviewing*. The SAGE handbook of interview research: The complexity of the craft, 2012, 99-113.

KIM, E. AND LYON, T. P. (2015). *Greenwash vs. brownwash: exaggeration and undue modesty in corporate sustainability disclosure*. Organization Science, 26(3), 705-723.

Dostupné z: <https://doi.org/10.1287/orsc.2014.0949>

KOLOUCHOVÁ, K. (2022). *Co je Zelená dohoda pro Evropu? Fakta o klimatu.* [online]. 2022 [cit. 2023-11-26]. Dostupné z: <https://faktaoklimatu.cz/explainery/zelena-dohoda-pro-evropu>

KOTTER, J. P. (1995) *Leading Change: Why Transformation Efforts Fail.* Harvard Business Review, 73, 59-67.

KUMAR, R. (2013). *Green Marketing. A Brief Reference to India.* Asian Journal of Multidisciplinary Studies, 1, 191-203.

LANG, M. H. & STICE-LAWRENCE, L. (2015). *Textual analysis and international financial reporting: large sample evidence.* Journal of Accounting and Economics, 60(2-3), 110-135. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2015.09.002>

LEONG, S., & HAZELTON, J. (2019). *Under what conditions is mandatory disclosure most likely to cause organisational change?* Accounting, Auditing & Accountability Journal, 32(3), 811–835. Dostupné z: <https://doi.org/10.1108/AAAJ-12-2015-2361>

LI, T., WANG, K., SUEYOSHI, T., & WANG, D. (2021). *Esg: research progress and future prospects.* Sustainability, 13(21), 11663. Dostupné z: <https://doi.org/10.3390/su132111663>

LINS, K. V., SERVAES, H., & TAMAYO, A. (2016). *Social capital, trust, and firm performance: the value of corporate social responsibility during the financial crisis.* SSRN Electronic Journal. Dostupné z: <https://doi.org/10.2139/ssrn.2555863>

LYON, T. P. & MAXWELL, J. W. (2011). *Greenwash: corporate environmental disclosure under threat of audit.* Journal of Economics & Management Strategy, 20(1), 3-41. Dostupné z: <https://doi.org/10.1111/j.1530-9134.2010.00282.x>

MARGOLIS, J. & WALSH, J. (2003). *Misery loves companies: rethinking social initiatives by business.* Administrative Science Quarterly, 48(2), 268-305. Dostupné z: <https://doi.org/10.2307/3556659>

MARGOLIS, J. D., ELFENBEIN, A. H., & WALSH, J. P. (2009). *Does It Pay to Be Good...and Does It Matter? A Meta-Analysis of the Relationship between Corporate Social and Financial Performance.* SSRN Electronic Journal, 1-68. Dostupné z:

<https://doi.org/10.2139/ssrn.1866371>

MASON, C. AND SIMMONS, J. (2013). *Giving as good as they get? Organization and employee expectations of ethical business practice*. Business and Society Review, 118(1), 47-70. Dostupné z: <https://doi.org/10.1111/basr.12002> 2015

MATUSZAK, L. AND ROZANSKA, E. (2017). *CSR disclosure in Polish listed companies in the light of Directive 2014/95/EU requirements: empirical evidence*. Sustainability, Vol. 9 No. 12, p. 2304.

MÁLEK, J., ROUČKOVÁ, K. & KOUKLÍKOVÁ, R. (2023). *CSRD – čím se zabývá nová směrnice EU?*. Asociace společenské odpovědnosti [online]. 2023 [cit. 2023-11-28]. Dostupné z: <https://www.spolecenskaodpovednost.cz/csrd-cim-se-zabyva-nova-smernice-eu/>

MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU. (2023). *Definice malého a středního podnikatele* [online]. 2023 [cit. 2023-08-02]. Dostupné z: <https://www.mpo.cz/assets/cz/podnikani/zivnostenske-podnikani/2020/3/Definice-maleho-a-stredniho-podnikatele-osetrovneOSVC.pdf>

MCDONOUGH, WILLIAM & BRAUNGART, MICHAEL. (2000). *A World of Abundance*. Interfaces. 30. 55-65. 10.1287/inte.30.3.55.11668.

MION, G. AND ADAUI, C.R.L. (2019). *Mandatory nonfinancial disclosure and its consequences on the sustainability reporting quality of Italian and German companies*. Sustainability, Vol. 11 No. 17, p. 4612.

MIOVSKÝ, M. (2006). *Kvalitativní přístup a metody v psychologickém výzkumu*. Praha: Grada Publishing. s. 161.

NEWELL, G. (2023). *Real estate insights: The increasing importance of the “S” dimension in ESG*. Journal of Property Investment & Finance, ahead-of-print(ahead-of-print). Dostupné z: <https://doi.org/10.1108/JPIF-01-2023-0003>

NIELSEN H, VILLADSEN K. (2023). *The ESG Discourse Is Neither Timeless Nor Stable: How Danish Companies ‘Tactically’ Embrace ESG Concepts*. Sustainability; 15(3):2766. Dostupné z: <https://doi.org/10.3390/su15032766>

- NYAHUNA, T. AND DOORASAMY, M. (2021). *Application of environmental management accounting by small and medium enterprises in South Africa*. Environmental Economics, 12(1), 103-111. Dostupné z: [https://doi.org/10.21511/ee.12\(1\).2021.09](https://doi.org/10.21511/ee.12(1).2021.09)
- NYILASY, G., GANGADHARBATLA, H., & PALADINO, Á. (2013). *Perceived greenwashing: the interactive effects of green advertising and corporate environmental performance on consumer reactions*. Journal of Business Ethics, 125(4), 693-707. Dostupné z: <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1944-3>
- ORLITZKY, M., SCHMIDT, F., & RYNES, S. (2003). *Corporate social and financial performance: a meta-analysis*. Organization Studies, 24(3), 403-441. Dostupné z: <https://doi.org/10.1177/0170840603024003910>
- PACCES, AM. (2021) *Will the EU Taxonomy Regulation Foster Sustainable Corporate Governance?* Sustainability. 2021; 13(21):12316. Dostupné z: <https://doi.org/10.3390/su132112316>
- PATTON, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods: Integrating theory and practice* (4th ed.). SAGE Publications, Inc.
- PILHOFER, K. & HOLGERSSON, Ch. (2015). *Diversity at work – The practice of inclusion*, B.M. Ferdman, B.R. Deane (Eds.), Jossey-Bass, San Francisco, USA 622 pp. Scandinavian Journal of Management. 31. 10.1016/j.scaman.2015.02.004.
- POPKOVA, Elena G. a Bruno S. SERGI. *Current Problems of the Global Environmental Economy Under the Conditions of Climate Change and the Perspectives of Sustainable Development*. Volume 73. Springer, 2023. ISBN 978-3-031-19978-3.
- PORTER, M. E. (1985). *The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. NY: Free Press, 1985. (Republished with a new introduction, 1998.) s. 75
- PORTER, M. & KRAMER, M. (2011). *The Big Idea: Creating Shared Value. How to Reinvent Capitalism—and Unleash a Wave of Innovation and Growth*. Harvard Business Review. 89. 62-77.
- RAHMAN, I., PARK, J., & CHRISTINA, G. (2015). *Consequences of “greenwashing”*. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 27(6), 1054-1081. Dostupné z: <https://doi.org/10.1108/ijchm-04-2014-0202>

REALI, P., GRZECH, J. & GARCIA, AL. (2021). *ESG: Investors Increasingly Seek Accountability and Outcomes*. Nuveen. Dostupné z: https://www.tiaa.org/public/pdf/2021_proxy_season_preview.pdf

REICHEL, Jiří. (2009). *Kapitoly metodologie sociálních výzkumů*. Havlíčkův Brod: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3006-6.

ROGERS, E. M. (1995). *Diffusion of innovations*. New York, 12.

RUBIN, H. J. AND RUBIN, I. (2005). *Qualitative interviewing (2nd ed.): the art of hearing data*. Dostupné z: <https://doi.org/10.4135/9781452226651>

RYAN, F., COUGHLAN, M. P., & CRONIN, P. (2009). *Interviewing in qualitative research: the one-to-one interview*. *International Journal of Therapy and Rehabilitation*, 16(6), 309-314. Dostupné z: <https://doi.org/10.12968/ijtr.2009.16.6.42433>

SÁNCHEZ, I. & MARTÍNEZ-FERRERO, J. & GARCÍA BENAÚ, M. (2018). *Integrated reporting: The mediating role of the board of directors and investor protection on managerial discretion in munificent environments*. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. 26. 10.1002/csr.1655.

SCHMUCK, D., MATTHES, J., & NADERER, B. (2018). *Misleading consumers with green advertising? an affect–reason–involvement account of greenwashing effects in environmental advertising*. *Journal of Advertising*, 47(2), 127-145. Dostupné z: <https://doi.org/10.1080/00913367.2018.1452652>

SEARCY, C., & BUSLOVICH, R. (2014). *Corporate perspectives on the development and use of sustainability reports*. *Journal of Business Ethics*, 121(2), 149–169.

SEDLÁKOVÁ, R. (2014). *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2014. 539 s. ISBN 978-80-247-3568-9.

SEELE, P. AND GATTI, L. (2015). *Greenwashing revisited: in search of a typology and accusation-based definition incorporating legitimacy strategies*. *Business Strategy and the Environment*, 26(2), 239-252. Dostupné z: <https://doi.org/10.1002/bse.1912>

SEN, S., & BHATTACHARYA, C. B. (2001). *Does Doing Good Always Lead to Doing Better? Consumer Reactions to Corporate Social Responsibility*. *Journal of Marketing*

Research, 38(2), 225–243. Dostupné z: <https://doi.org/10.1509/jmkr.38.2.225.18838>

SENADHEERA, S. S., WITHANA, P. A., DISSANAYAKE, P. D., SARKAR, B., CHOPRA, S. S., RHEE, J. H., & OK, Y. S. (2021). *Scoring environment pillar in environmental, social, and governance (ESG) assessment*. *Sustainable Environment*, 7(1), 1960097.

SHALHOOB, H., & HUSSAINEY, K. (2022). *Environmental, Social and Governance (ESG) Disclosure and the Small and Medium Enterprises (SMEs) Sustainability Performance*. *Sustainability*, 15(1), 200. Dostupné z: <https://doi.org/10.3390/su15010200>

SHLEIFER, A., & VISHNY, R. W. (1997). *A survey of corporate governance*. *The Journal of Finance*, 52(2), 737-783.

SCHALTEGGER, S. AND BURRITT, R. (2010). *Sustainability accounting for companies: catchphrase or decision support for business leaders?.* *Journal of World Business*, 45(4), 375-384. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2009.08.002>

STATMAN, M., & GLUSHKOV, D. (2009). *The wages of social responsibility*. *Financial Analysts Journal*, 65(4), 33–46. Dostupné z: <https://doi.org/10.2469/faj.v65.n4.5>

STAWICKA, Ewa; PALISZKIEWICZ, Joanna. (2021) *Social media in communicating about social and environmental issues—non-financial reports in Poland*. *Information*, 2021, 12.6: 220.

SVAZ PRŮMYSLU A DOPRAVY ČESKÉ REPUBLIKY. (2024) *20 let českého byznysu v EU*. [online]. 2024 [cit. 2024-04-22]. Dostupné z: https://www.spcr.cz/images/Prezentace_pruzkum_EU_20_let_2024_04_09.pdf

TAN, Y. and ZHU, Z. (2022). *The effect of ESG rating events on corporate green innovation in china: the mediating role of financial constraints and managers' environmental awareness*. *Technology in Society*, 68, 101906. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2022.101906>

TANGARI, A. H., BURTON, S., & SMITH, R. J. (2015). *Now that's a bright idea: the influence of consumer elaboration and distance perceptions on sustainable choices*. *Journal of Retailing*, 91(3), 410-421. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2015.05.002>

TREVIÑO, L. & BROWN, M.E.. (2005). *The Role of Leaders in Influencing Unethical Behavior in the Workplace*. 10.4135/9781452231105.n3.

WADDOCK, S. A., & GRAVES, S. B. (1997). *The Corporate Social Performance-Financial Performance Link*. *Strategic Management Journal*, 18(4), 303–319. Dostupné z: <http://www.jstor.org/stable/3088143>

WALWEMA, J., & BAY, J. (2024). *The Rhetorical Function of Corporate DEI Reports*. *Business and Professional Communication Quarterly*, 87(1), 34-59. Dostupné z: <https://doi.org/10.1177/23294906231208415>

WOLBRING, G., & NGUYEN, A. (2023). *Equity/Equality, Diversity and Inclusion, and Other EDI Phrases and EDI Policy Frameworks: A Scoping Review*. *Trends in Higher Education*, 2(1), 168–237. Dostupné z: <https://doi.org/10.3390/higheredu2010011>

XINGQIANG, DU. (2014). *How the market values greenwashing? Evidence from China*. *Journal of Business Ethics*, 128(3), 547-574. Dostupné z: <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2122-y>

YU, E. P., LUU, B. V., & CHEN, C. H. (2020). *Greenwashing in environmental, social and governance disclosures*. *Research in International Business and Finance*, 52, 101192. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2020.101192>

ZERFASS, A., MORENO, Á., TENCH, R., VERČIČ, D., & BUHMANN, A. (2022). *European Communication Monitor 2022. Exploring diversity and empathic leadership, CommTech and consulting in communications. Results of a survey in 43 countries*. Brussels: EUPRERA/EACD.

ZIOLO, M. & SPOZ, A. (2022). *Sustainable Adaptation of Companies Through Financial Markets*. In: Ziolo, M., Escrig-Olmedo, E., Lozano, R. (eds) *Fostering Sustainable Business Models through Financial Markets. Strategies for Sustainability*. Springer, Cham. Dostupné z: https://doi.org/10.1007/978-3-031-07398-4_7

Teze diplomové práce

SCHVÁLENO

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce	
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:	
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: Vítová Lucia	Razítko podatelny Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd Došlo dne: 14-09-2023 -1- Čj: 318 Příloh: Přidělena:
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 2019/2020	
E-mail diplomantky/diplomanta: 62383433@fsv.cuni.cz	
Studijní obor/forma studia: Strategická komunikace/prezenční	
Název práce v češtině: Vnímání dobrovolného ESG reportingu ze strany českých malých a středních podniků	
Název práce v angličtině: Czech SMEs' perception of voluntary ESG reporting	
Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013): (diplomovou práci je možné odevzdat nejdříve po dvou semestrech od schválení tezí) LS 2023/2024	
Základní charakteristika tématu a předpokládaný cíl práce (max. 1000 znaků): Cílem této práce je zjistit, jak malé a střední podniky (MSP) vnímají dobrovolný ESG reporting. Ačkoli malé a střední podniky v současné době nepodléhají povinným požadavkům na ESG reporting, jsou nepřímo ovlivněny prostřednictvím svého napojení na větší podniky a dodavatelské řetězce, ke kterým se legislativa v následujících dvou letech bude vztahovat. Prostřednictvím hloubkových rozhovorů se zástupci malých a středních podniků budu zjišťovat, jak se k dobrovolnému ESG reportingu staví, a zda ho vnímají zjednodušující rámec, který pro ně zároveň představuje jistou obchodní příležitost, nebo k němu naopak zaujmají kritičtější postoj. Pomocí výzkumu budu také zjišťovat, zda MSP v současné době na dobrovolném ESG reportingu podílejí, mají v plánu jej v budoucnu zavést, nebo zda to nemají v úmyslu. Shromáždění informací, které přiblíží postoj MSP k reportingu zároveň poskytne hlubší vhled do vnímání ESG českými MSP. Vzhledem k tomu, že lze očekávat rychlý vývoj legislativy, který by mohl v budoucnu učinit ESG reporting povinným i pro malé a střední podniky, mohou zjištění a poznatky z tohoto výzkumu posloužit jako cenný základ pro zhodnocení současné situace a identifikaci oblastí pro zlepšení.	
Předpokládaná struktura práce: I. Úvod II. Teoretická část 1. ESG – teoretický rámec 1.1. Společenská odpovědnost firem (CSR) 1.2. Definice a význam ESG faktorů 1.3. Environmentální aspekty (E) a jejich vliv na podnikání 1.4. Sociální aspekty (S) a jejich vliv na podnikání 1.5. Aspekty správy (G) a jejich vliv na podnikání 2. ESG reporting 2.1. Význam a principy ESG reportingu 2.2. Metodiky a standardy ESG reportingu 2.3. Výhody, výzvy a úskalí spojená s ESG reportingem 3. Legislativní rámec 3.1. Současné a očekávané legislativní požadavky na ESG reporting	

<ul style="list-style-type: none"> 3.2. Dopad legislativy na podniky a jejich ESG reporting 3.3. Mezinárodní a národní přístupy k ESG reportingu 4. Význam ESG faktorů pro finanční výkonnost a tržní hodnotu podniků <ul style="list-style-type: none"> 4.1. Empirické studie a důkazy o vztahu mezi ESG faktory a finančními výsledky 4.2. Vliv ESG faktorů na rozhodovací proces investorů 5. Implementace ESG do strategického řízení podniků <ul style="list-style-type: none"> 5.1. Vazba mezi ESG a strategickým řízením 5.2. Integrace ESG faktorů do podnikové strategie a hodnotového řetězce 5.3. Nástroje a postupy pro implementaci ESG 6. Role komunikace a transparentnosti v ESG reportingu <ul style="list-style-type: none"> 6.1. Stakeholder engagement a dialog v ESG reportingu 6.2. Komunikační kanály a nástroje pro ESG reportování 6.3. Limity komunikace ESG reportingu 6.4. Komunikace ESG a greenwashing <p>II. Praktická část</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Cíle výzkumu 2. Metodika výzkumu 3. Analýza a interpretace dat 4. Vyhodnocení výzkumu 5. Návrhy pro další výzkum <p>III. Závěr</p>
<p>Vymezení zpracovávaného materiálu: V teoretické části práce budu zpracovávat níže zmíněnou odbornou literaturu společně s odbornými články a online zdroji. V praktické části práce využiji hloubkových rozhovorů se zástupci vybraných MSP, které působí v České republice.</p>
<p>Postup (technika) při zpracování materiálu: Pomocí rešerše odborné literatury práce v teoretické části ukotví ESG a ESG reporting z teoretického, legislativního a komunikačního rámce. Praktická část prostřednictvím hloubkových rozhovorů se zástupci českých malých a středních podniků nabídne vhled do vnímání a implementace ESG reportingu ze strany MSP.</p>
<p>Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a způsobu jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):</p> <p>BROCKETT, Ann a Zabihollah REZAEI. Corporate Sustainability: Integrating Performance and Reporting. John Wiley & Sons, 2012. ISBN 9781118122365. Autoři zkoumají způsoby vykazování udržitelnosti a odpovědnosti podniků a jejich integraci do strategie, řízení, hodnocení rizik a řízení výkonnosti podniků. Zaměřují se také na způsoby, jakými lidé, podniky a zdroje spolupracují v modelu udržitelnosti a odpovědnosti podniků.</p> <p>CRANE, Andrew, Dirk, MATTEN. Business Ethics: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization. Fifth edition. New York, NY: Oxford University Press, 2016. ISBN 9780199697311. Autoři v kontextu podnikatelské etiky zkoumají hlavní výzvy, kterým podniky čelí při přijímání etických rozhodnutí. Autoři v knize nabízí globální přístup s výraznou evropskou perspektivou i příklady z rozvíjejících se ekonomik. Text také obsahuje případové studie, pomocí nichž porovnávají teorii s praxí.</p> <p>HILL, John. Environmental, Social, and Governance (ESG) Investing: A Balanced Analysis of the Theory and Practice of a Sustainable Portfolio. Elsevier, 2020. ISBN 9780128186923.</p>

Autor v knize představuje důkladnou a věcnou analýzu faktorů ESG, které jsou začleněny do investičního procesu. ESG představuje nezkráceným způsobem a zkoumá jak teorii, tak i jeho praktické důsledky. Autor v knize například představuje historické argumenty pro maximalizaci výnosů nebo osvětluje investování založené na víře.

KROSINSKY, C., & ROBINS, N. (Eds.). Sustainable Investing: The Art of Long-Term Performance. Routledge, 2008. ISBN 9781136547409

Tato kniha představuje udržitelné investování jako způsob pro dosahování dlouhodobých výnosů. Pomocí vhledu předních odborníků na udržitelné investování z celého světa mapuje, jak se tato agenda vyvíjela, jaký má dopad dnes, i jaký dopad lze očekávat do budoucna.

O'CONNOR, Becky. The ESG Investing Handbook: Insights and developments in environmental, social and governance investment: Insights and developments in environmental, social and governance investment. Harriman House Limited, 2022. ISBN 9780857199522.

Autorka se v knize zabývá velkými otázkami a klíčovými tématy, jako je účinnost divestice oproti strategiím angažovanosti při prosazování pozitivních změn, a také obtížnými tématy, jako je greenwash. Pomocí rozhovorů s předními byznysovými osobnostmi přináší komplexní přehled o historii, vývoji i nejnovější úvah o budoucnosti investování do ESG.

WAGNER, Sigrun M. Business and environmental sustainability: foundations, challenges and corporate functions. London: Routledge, Taylor & Francis Group, 2021. ISBN 9781138632424.

Kniha poskytuje teoretické základy z oblasti vědy, ekonomie, politiky a strategie. Autor se zabývá environmentálním aspektem udržitelnosti a představuje tři environmentální výzvy. Pomocí integrujících případových studií ukazuje, jak mohou podniky snížit svou ekologickou stopu a pozitivně přispět k environmentální udržitelnosti.

REZAEI, Zabihollah. Business Sustainability: Performance, Compliance, Accountability and Integrated Reporting. Routledge, 2015. ISBN 9781351284288.

Kniha je praktickou příručkou pro úspěšné udržitelné vedení podniku. Autor v knize identifikuje strategie udržitelnosti pro vytváření inovací v oblasti nových produktů, služeb, energetické účinnosti, ekologických zařízení a ekologických iniciativ. Přibližuje zde EGSEE dimenze výkonnosti v oblasti udržitelnosti a vysvětluje jejich integrované a interaktivní účinky na dosažení byznysových cílů podniků.

Diplomové práce k tématu

GUAN, Yanqi. *Analyzing the link between Environmental, Social and Governance (ESG) and sovereign bond spreads: an empirical analysis of CEE countries*. Praha, 2022. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra ruských a východoevropských studií. Vedoucí práce Baxa, Jaromír.

KANDAKOVA, Eva. *Problematika udržitelného rozvoje a její projevy v rámci financí podniků vybraných odvětví*. Praha, 2020. Diplomová práce. Vysoká škola ekonomická v Praze. Vedoucí práce Ing. František Poborský, Ph.D.

KUBÍČKOVÁ, Klára. *Vliv ESG na tržní hodnotu společnosti během pandemie COVID-19*. Brno, 2022. Bakalářská práce. Masarykova Univerzita. Vedoucí práce Ing. Lucie Staněk Gyönyör.

PINTEKOVÁ, Aneta. *Corporate Social Responsibility and Stock Market Performance: CSR Impact After the Financial Crisis and the Role of Primary CSR Activities*. 2017. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut ekonomických studií. Vedoucí práce Kukačka, Jiří.

<p>PROKŠ, Petr. <i>Effect of Green New Deal on investment funds</i>. Praha, 2022. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut ekonomických studií. Vedoucí práce Pečená, Magda.</p> <p>SVOBODNÍK, Ondřej. <i>Pohled občanů ČR na etiku investování v období ekonomické krize</i>. Olomouc, 2023. Diplomová práce. Moravská vysoká škola Olomouc. Vedoucí práce doc. Ing. Adam Pawliczek, Ph.D.</p> <p>VLČKOVÁ, Ivana. (2022). <i>Analýza a návrh optimalizace reportingu o udržitelném rozvoji na příkladu konkrétního podnikatelského subjektu</i>. Plzeň, 2022 Diplomová práce. Západočeská univerzita v Plzni. Vedoucí práce Ing. Lucie Vallišová, Ph.D.</p>
<p>Datum / Podpis studenta/ky</p> <p>12. 9. 2023</p>

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:	
Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:	
Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:	
Potvrzuji, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.	
Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.	
Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga	Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

<p>TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO V HARMONOGRAMU PŘÍSLUŠNÉHO AKADEMICKÉHO ROKU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNÝ FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO OBOU VÝTISKU DIPLOMOVÉ PRÁCE.</p> <p>TEZE SCHVALUJE GARANT PŘÍSLUŠNÉHO STUDIJNÍHO OBORU.</p>
--

Seznam obrázků

Obrázek 1: Porterův hodnotový řetězec (Porter, 1985)

Obrázek 2: Intenzita diskuze a sledování trendů DEI v evropských zemích podle studie European Communication Monitor (Zerfass et al., 2022)

Obrázek 3: Ukázka kódování (autorka práce, 2024)

Obr. 5: Výsledky průzkumu SP ČR (Svaz průmyslu a dopravy České republiky, 2024)

Seznam tabulek

Tabulka 1: Základní informace o respondentech a jejich označení ve výzkumu (autorka práce, 2024)

Seznam příloh

Příloha č. 1: Průvodce strukturou hloubkových rozhovorů

Příloha č. 2: Informovaný souhlas respondenta

Příloha č. 3: Informovaný souhlas výzkumníka

Příloha č. 4: Přepis pre-testovacího rozhovoru s R1 (6. 11. 2023)

Příloha č. 5: Přepis pre-testovacího rozhovoru s R2 (10. 11. 2023)

Příloha č. 6: Přepis pre-testovacího rozhovoru s R3 (14. 11. 2023)

Příloha č. 7: Přepis hloubkového rozhovoru s R4 (8. 4. 2024)

Příloha č. 8: Přepis hloubkového rozhovoru s R5 (11. 4. 2024)

Příloha č. 9: Přepis hloubkového rozhovoru s R6 (15. 4. 2024)

Příloha č. 1: Průvodce strukturou hloubkových rozhovorů

Část 1

Uvítání respondenta. Vzájemné představení. Poděkování za účast. Představení průběhu rozhovoru.

Část 2 - Otázky týkající se postojů

- 1) Víte, co je ESG? Říká vám tento pojem něco? Pokud ne, troufnete si odhadnout, o co se jedná?
- 2) Kde jste se s tímto pojmem setkal/a?
- 3) Máte nějaký zdroj, ze kterého čerpáte informace o ESG?
- 4) Máte pocit, že o ESG máte dostatek informací?
- 5) Setkal/a jste se s tímto pojmem ve vašem oboru podnikání? Jak přesně?
- 6) Jaký je váš obecný postoj k této iniciativě?

Část 3 - Otázky týkající se procesů

- 1) Víte, co je ESG report?
- 2) Setkal/a jste se s pojmem ESG reporting ve svém podnikání?
- 3) Máte pocit, že máte o ESG reportování dostatek informací?
- 4) Vykazujete ESG report ve vaší firmě?
 - a) Pokud ano, přibližte mi prosím bližší detaily. Jakým způsobem ho vykazujete? Jaké máte výdaje za vykazování ESG?
 - b) Pokud ne, zavádíte nějaké jiné udržitelné iniciativy? Jaký máte případně názor na to, zda by konkrétně vaše firma měla zavést ESG reporting jako součást svého podnikatelského procesu?
- 5) Kdo ve vaší firmě je zodpovědný za řízení a monitorování otázek souvisejících s ESG?
 - a) Pokud nikdo, zvažil/a byste najmutí osoby odpovědné v těchto záležitostech? Proč ano/ne?
- 6) Víte, že se připravuje nová legislativa, která pro některé malé a střední podniky zavede povinné vykazování ESG?
- 7) Co si o tomto kroku myslíte?

Část 4

Poděkování za účast. Rozloučení s respondentem.

Příloha č. 2: Informovaný souhlas respondenta

Potvrzuji, že souhlasím se zvukovým nahráváním rozhovoru a následným využitím zvukového záznamu pro potřeby výzkumu v rámci diplomové práce.

V dne

Podpis respondenta:

Příloha č. 3: Informovaný souhlas výzkumníka

Výzkumník se zavazuje, že získaná nahrávka bude využita pouze k výzkumným účelům v souladu s etickými zásadami.

V dne

Podpis výzkumníka:

Příloha č. 4: Přepis pre-testovacího rozhovoru s R1 (6. 11. 2023)

V: Ahoj, moc ti děkuji, že sis na mě udělal čas. Už jsme o tom spolu hovořili, ale ať to máme i zde na záznamu, možná bych se tě na začátku zeptala na stručné představení tvojí firmy.

R1: Ahoj, já moc díky, a určitě. Jsem spolumajitel a spolujednatel v produkční firmě, kde se soustředíme na foto, video a vlastně jakoukoliv postprodukci pro různé klienty. Ty máme zejména teda tady z Čech, a jsou to jak menší, tak velké firmy.

V: Super, moc díky. A ještě se zeptám znovu na počet zaměstnanců?

R1: Jo, jasně, to jsem zapomněl zmínit. Jsme malá firma. Stálých zaměstnanců máme méně než 10. Plánujeme se ale v příštím roce hodně rozrůstat. Asi to není úplně tak, že bychom šli do stovek zaměstnanců najednou. Ale myslím, že v rámci několika desítek by to mohlo být v příštím roce. Nabíráme hodně klientů, tak budeme potřebovat určitě nové posily.

V: Super, moc děkuji. Tak už se tedy přesuneme k otázkám. Nejprve bych se tě chtěla zeptat, zda ti ESG něco říká takhle na první dobrou? Aníž by sis cokoliv hledal.

R1: No, musím se přiznat, že si teď úplně nevzpomenu. Nebo takhle, vím že je to akronym, nebo zkratka teda. Mám to podvědomně tak spojený s udržitelností, určitě jsem to už někde viděl zmíněný. A mám právě tušení, jestli E není jako ekologie, nebo teda možná environment. Jsem úplně mimo?

V: Určitě nejsi. A žádná odpověď pro mě není špatná. Jak jsem ti zmiňovala, mě v tuto chvíli upřímně zajímá, zda o tom spontánně něco víš. A nejsi úplně mimo, je to opravdu zkratka a jednotlivé iniciály představují environmental, social a governance. V češtině bychom se tedy nejspíš odkazovali na správu o životní prostředí, společenskou odpovědnost a správu, nebo řízení podniku. Teď ti to možná řekne víc?

R1: Jo, jasně! No, to jsem myslel tak nějak tou udržitelností, jak se mi vybavovalo.

V: Určitě, to i z minulých výzkumů ti můžu říct, že není vůbec nic neobvyklého. Mnoho lidí si vybaví, že to je letmo spojené s udržitelností, ale neví kam dál. Nicméně předtím jsi zmínil, že jsi se s termínem někde setkal. Vzpomeneš si kde?

R1: Hele, upřímně asi ne. Nebo mám pocit, že jsem to možná viděl na Instagramu. Je možný, že by mi to vyskočilo jako reklama? Mám pocit, že jsem to vždycky viděl v kontextu jako kdyby “Investujte do ESG” nebo něco takového. Právě si myslím, že jsem o to možná takhle zavadil několikrát, ale ne vždy ta písmenka asi byla vysvětlená. Proto mi to možná nikdy neutkvělo v paměti.

V: Super, jasně, to je určitě možné. A je to určitě moc zajímavý insight, děkuji za něj. Zrovna na Instagramu jsem se s ESG asi nesetkala, ale na sítích jako celku to určitě není nic neobvyklého. Na LinkedInu se k tomu vyjadřuje například hodně organizací i osobních účtů.

R1: No ajo, hele to máš pravdu, jak o tom mluvíme, tak se mi toho vybavuje určitě víc. Já ve své síti mám hodně lidí, co sdílejí novinky jako kdyby k různým udržitelným iniciativám. Takže to jsem se s tím určitě taky setkal. Ale musím říct, že to je asi jediný místo upřímně. Není to tak, že bych měl informace z nějakých odborných časopisů nebo webů, to vůbec. Asi je to protože jsem nikdy detaily k ESG asi nevyhledával.

V: Jasně. To dává určitě smysl. Informací je dostupných opravdu hodně, ale člověk je musí hledat. ESG je de facto způsob, jakým můžou firmy hodnotit svou kolektivní odpovědnost firmy v oblasti sociálních a environmentálních otázek. Trochu jsi to nakouzl, ale řekl bys, že máš o téhle iniciativě dostatek informací?

R1: Řekl bych, že spíš nemáme. Když to takhle zmiňuješ, tak už jsi toho víc uvědomuju, ale musela jsi to ze mě tahat trochu, že? Ne, ale vlastně mi teď spíná, jak zmiňuješ ty sociální otázky, tak to může být i to, že přispívám na charitu nebo ve firmě, že jak se chovám k zaměstnancům, vid’?

V: Přesně tak. Rovné příležitosti zaměstnanců by například spadaly pod pilíř social. Předpokládám tedy, že ESG faktory ve firmě přímo nevykazujete, že?

R1: Ne, to určitě ne. Ale určitě děláme jiný věci, který do toho asi i spadají.

V: Super! Přiblížil bys mi je, prosím? Zajímají mě vesměs jakékoliv udržitelné iniciativy, které zavádíte. Tvůj příklad s přístupem k zaměstnancům může být třeba jeden příklad. Napadá tě ještě něco?

R1: Jo, určitě, skrz mnohý se takhle snažíme. Kromě toho, že teda určitě nediskriminujeme na základě pohlaví, národnosti, rasy, náboženství, nebo nevím co by ještě vůbec šlo, tak mě napadá teď asi třeba i víc k tomu ekologickému. Aktuálně sledujeme třeba naši spotřebu energie, a snažíme se minimalizovat odpad skrz to, že třídíme hodně u nás. Máme vlastně malé kanceláře a není nás moc, jak jsem zmiňoval, ale máme tendence se hlavně v tomhle ekologickým ohledu snažit, i vlastně jako jednotlivci spíš i než firma. Jo a taky mě napadá třeba, že si zakládáme na bezpečnosti práce třeba. Všichni jsou vlastně školení pravidelně o tom, jak se vším tady zacházet, elektronikou a tak. Takže asi takhle. Jsou to spíš menší věci, ale není to tak systematické, jak by možná bylo ideální. Na to bychom potřebovali někoho, kdo by se tomu mohl plně věnovat a dal tomu nějaký řád, víš, jak to myslím? Trochu mi přijde, že to je hrozně široká oblast, víš? Trochu bych sám nevěděl, kde začít a co do toho spadá, a co pak ne. Vím, že jsem vlastně sám přišel s tím příkladem jako kdyby respektu k zaměstnancům a kolegům, ale to je třeba něco, co mají podle mě firmy dělat automaticky, nebo třeba já nad tím už takhle ani nepřemýšlím. Mě by ani nenapadlo, že třeba to, že platím chlapům a ženám na stejných pozicích stejné peníze, by bylo něco, co bych měl někam vykazovat a prezentovat se tím. Protože to je prostě automatický. Stejně tak asi i nějaký ekologický věci. Asi chápu, že když firma investuje hodně peněz dejme tomu do solárních panelů, tak to je něco úctyhodného. Nebo to je blbý příklad, že třeba pošle peníze na charitu nebo dá vysadit stromy, jo. Tím se dá asi chlubit, ale právě mi přijde, že třeba to, jaká panuje někde firemní kultura, je trochu něco jiného.

V: Skvělé, moc ti děkuji za všechny tyto informace. Tohle jsou pro mě moc zajímavé insighty.

R1: Jsme se docela posunuli, co? Že jsem ani nevěděl, a teď mě vlastně toho napadá víc. Asi to není úplně něco, co je dobře komunikovaný na nás jako podnikatele nebo možná já nejsem cílovka. Přitom bych asi měl být.

V: Myslíš, že kdybys byl víc informovaný, tak je to oblast, které by ti dávalo smysl dát víc pozornosti?

R1: Jo, to určitě. Nevím úplně, jak moc bychom se tomu měli čas a finance věnovat, ale určitě si dokážu představit, že to je něco, o co je větší zájem teď, vid'? Vlastně i že o tom teď píšeš diplomku i takhle na komunikačním oboru, to o něčem svědčí. Takže určitě myslím, že bychom toho třeba dělali víc, kdybychom věděli, jak to dát všechno dohromady a uskupit

třeba. Hlavně asi mi to přijde takový pátý přes devátý, jak jsem říkal. Ono se těžko něco rozvíjí, když pořádně ani nevíš, co v té dané oblasti už děláš, protože prostě to, že třídíš bereš jako automaticky. Takže asi kdybych měl buď člověka nebo nějaký tool, jak tomu dát fakt ten řád, tak bych se do toho třeba pustil víc. Ale nevím, jestli v tom vidím ten smysl moc, víš? Nevím, proč bych musel nějak dokládat něco co dělám pro dobrou pocit.

V: Super, moc díky. Poslední otázka, kterou ti i možná trochu odpovím. Víš, že se připravuje nová legislativa na Evropské úrovni, která by mohla zavést povinné vykazování ESG pro některé malé a střední podniky? A to už od roku 2026. Šlo by napřímo o kótované malé a střední firmy, ale nepřímou se očekává, že se legislativa dotkne mnohem více podniků, které budou skrze dodavatelské řetězce napojené na větší firmy, které pak budou muset vyhledávat takové dodavatele, které jim vlastní ESG reporty dejme tomu nepokazí. Co si o tom myslíš?

R1: Tyjo, tak to jsem nevěděl vůbec. No vidíš, to se ale dostáváme znovu k tomu, co jsem říkal. Pro nás jako produkční firmu to asi není až tak relevantní, protože to asi není naše odvětví co by tím bylo nejvíc zasáhlý si dokážu představit. Víš, že jako jiný určitě budou víc, plácnu FMCG segment a tak. Nebo dodavatelé elektřiny třeba. Všechny tyhle víc k tomu napojené obory. Ale jako je to na nic, co si budeme povídat, že já o tom sotva něco vím a třeba to za pár let bude něco, co musím dělat. Je to pro mě novinka, a asi bych musel být líp informovaný na to, abych ti řekl, jestli to je dobře nebo ne. I když to vlastně není ani na mě k posouzení. Jen ti můžu říct, že se jako jednotlivec ani firma necítím být připravený na nic takovýho, takže se o tom určitě nekomunikuje dobře nebo dostatečně nebo třeba i cíleně na vysoko postavený manažery a tak. Kdyby se to mělo dotknout i nás, tak budeme potřebovat určitě o hodně víc informací, abychom to nějak mohli plně posoudit, co to pro nás znamená.

V: Úžasný. Tak jo, moc ti děkuju ještě jednou. Víím, že musíš běžet, ale opravdu jsem ti moc vděčná, že sis na mě takhle udělal čas i přes časový posun. Tak se měj moc hezky a třeba se zase brzy uslyšíme.

Příloha č. 5: Přepis pre-testovacího rozhovoru s R2 (10. 11. 2023)

V: Dobrý den, moc vám děkuji, že jste si na mě udělala čas i takto na dálku. Moc si toho vážím. Hned na začátku, bych vás chtěla poprosit, zda byste mi na záznam stručně nepředstavila vaši firmu

R2: Dobrý den, Lucío, já moc děkuji, že jste mi vyhověla i v tuto hodinu, když už máte tak pozdě. A určitě firmu vám ráda představím. My jsme tedy malá účetní firmička, kterou jsem vlastně založila bude tomu rok. Jste zatím ještě opravdu malí a teprve se pouštíte pořádně do marketingu, aby bylo o nás vůbec vědět. Máme ale několik klientů, hlavně teda malé podnikatele, co jsou na OSVČ, nebo i menší firmy. Ale žádné velikány, no. Já jsem totiž vlastně dříve fungovala jako účetní, tedy pořád funguji, ale chci říct, že jsem měla nějaké své klienty, a vlastně jsem se jen rozhodla pro založení vlastní firmy. Fungujeme tedy ale v severních Čechách, a máme i včetně mě dohromady 6 zaměstnanců. Ale vlastně to ani není tak, že bychom měli úplně nějaké zázemí pořádné, jo. Vlastně je to dost remote role účetních, takže i klienty máme třeba hodně z Prahy a Středních Čech. Takhle vám to stačí, Luci?

V: Takhle to je úplně dostačující. Moc vám děkuji. A zeptala bych se vás rovnou na jednu z otázek. Říká vám něco zkratka ESG?

R2: ESG? No, upřímně řečeno, nemám úplně jasno, co to znamená. Zkratka říkáte, že? To jsem asi upřímně neslyšela. To jsem se měla lépe připravit, že?

V: To vůbec ne. Není to tak, že když nevíte, odpověď je špatná. Mě právě toto totiž zajímá, zda pojem znáte, co se vám pod ním vybaví a tak. A když nic, tak i to je pro mě důležité vědět.

R2: No tak to se obávám, že já mám opravdu prázdko. Připomnělo mi to EKG na první poslech, ale to si myslím, že vůbec nehledáte, že.

V: To ne, to je od významu daleko. Za zkratkou ESG stojí slova environmental, social a governance. V češtině bychom nejspíš řekli, že jde správu o životní prostředí, společenskou odpovědnost a řízení podniku. Jsou to jakési faktory, nebo můžeme říct oblasti, které kolektivně hodnotí udržitelnost a společenskou odpovědnost firem. Řekne vám to takto něco víc?

R2: Aha, tak to je pro mě opravdu novinka. A Luci, já si vám stejně nedokážu pod tím představit o co by šlo. Dala byste mi nějaký příklad? Anž byste samozřejmě toho příliš prozradila.

V: Samozřejmě, ráda. Pod ESG faktory zahrnují například to, jak firmy sledují svůj vliv na planetu, jakým způsobem jsou vedené, jaké mají pro své zaměstnance pracovní podmínky a prostředí. Je to takový celkový pohled na odpovědnost firem.

R2: Luci, děkuji, rozumím.

V: A když si tedy vezmete tento konkrétnější příklad, řekla byste, že se nějakým způsobem zajímáte o tyto oblasti ve vaší firmě?

R2: Ano, no, hned, jak jste to zmiňovala, tak mě napadlo, že určitě pracovní podmínky se snažíme všem zaměstnancům poskytovat co nejlepší. I když jsme menší firmička, tak toto je něco, co pro nás je důležité. Sice jsme odvětví obecně dominované více ženami například, a s tím toho člověk moc neudělá, ale my zrovna máme i jednoho pána zaměstnance například. No a teď vám možná odběhnu od tématu, kdyžtak mě utněte, ale napadá mě například, že v účetnictví se obecně o udržitelnosti dnes mluví opravdu hodně. Konkrétně tedy se soustředíme například hodně na digitalizaci. To je něco, co já svým klientům doporučuji určitě neustále, že proč mít vše na papírech, když to můžete mít uložené na cloudu. A tedy samozřejmě pro nás účetní je to otázka praktičnosti a i toho, jak se se všemi doklady lépe pracuje digitálně, ale svou roli v tom hraje i jak je to ekologické. To množství papírů a šanonů, co člověk musí u sebe mít, je opravdu obrovské A sice je musí uchovávat, tak to není úplně tak, že by se vše hned vyhodilo, ale o to víc nedává smysl to vše hromadit, že? Protože uchovávat jde opravdu snadněji. Takže to mě tak napadlo, že vlastně digitalizace by možná s tím mohla souviset. Vlastně používáme i digitální nástroje všichni a není to jen tak, že my bychom to doporučovali klientům, ale všímám si i toho, že je o to zvýšený zájem z jejich strany

V: To je skvělý příklad! Určitě s ESG souvisí. Napadá vás ještě něco?

R2: Luci, upřímně myslím, že toho víc neděláme. Jsme takový malý rodinný kolektiv, tak u nás denní komunikace společná není žádný strašák, že bychom museli mít nějaké normy. A obávám se, že nemáme žádné takovéhle velké iniciativy. Na to jsme opravdu malí.

V: Jasně, to dává smysl. Moc vám děkuji. Zeptala bych se vás ještě, zda víte že Evropskou Unií byla připravena nová legislativa, která zavede povinné vykazování ESG pro některé malé a střední podniky? Dotkne se tak mnoha malých a středních firmy, které jsou kótované, nebo napojené na dodavatelské řetězce větší firem, které ESG budou muset taktéž vykazovat. Co si o tom myslíte?

R2: Tak je pro mě úplná novinka. A v současnosti tedy firmy nemusí dělat nic, Luci? To je přecijen velký skok, že?

V: No, ne tak docela. Momentálně je to spíše dobrovolné, a mnoho společností ESG i tak vykazuje. Zejména těm, které jsou napojené například na banky nebo jiné velké instituce, to pomáhá zlepšovat reputaci, a udržet si například investory. Momentálně povinně ESG budou vykazovat velké firmy, ze kterých to taktéž mnohé již dělají. Je to něco, co se dá očekávat, že se pomalu krůček po krůčku bude aplikovat na drtivou většinu firem. Nebo taková je vize. Jak byste na toto reagovali ve vaší firmě, kdyby se vás to mělo dotknout?

R2: Páni, no to bychom museli zjistit více informací, abychom mohli posoudit, co to pro nás znamená, a co musíme tedy udělat. Ale je dobré, že mi o tom říkáte, budu si muset o tom načíst. Vůbec jsem nevěděla, že se něco takového ve firmách jako kdyby sleduje, natož kontroluje. Nebo samozřejmě vím, že hodně firem se snaží být ekologických, ale nenapadlo mě, že by to bylo takto komplexní. Dokážu si představit, že právě některé obory, jako jste například zmiňovala, to hodně zasáhne.

V: Přesně tak. Přestože v tuto chvíli to není něco, co by fungovalo plošně stejným způsobem a ovlivnilo opravdu každou společnost, předpoklad mezi mnoha odborníky je takový, že časem se z této iniciativy může právě stát jakýsi plošný standard.

R2: Ano, ano. To je opravdu zajímavé.

V: Soudím tedy, že byste řekla, že o ESG nemáte dost informací, je to tak?

R2: No to máte pravdu. Nasetkala jsem se s tím u klientů vůbec, a vlastně ani nikdy jinde. Opravdu myslím, že jsem tento pojem slyšela dnes poprvé. Udržitelnost a sociální odpovědnost, to samozřejmě ano, to je mi známé. Ale že by existovalo nějaké takové zastřešující slovíčko, nebo termín, to jsem opravdu nevěděla.

V: Tak jo. Myslím, že takto to pro mě bude v tuto chvíli dostatečné. Já vám ještě jednou moc děkuji za váš čas. Mějte se moc hezky.

Příloha č. 6: Přepis pre-testovacího rozhovoru s R3 (14. 11. 2023)

V: Dobrý den. V první řadě bych vám moc ráda poděkovala za to, že jste si na mě udělal čas.

R3: Dobrý den, já vám moc děkuji.

V: Ještě než začneme, mohla bych vás poprosit o stručné představení vaší firmy?

R3: Ano, určitě. Jsme malá pražská firma, konkrétně spíš tedy agentura, která klientům nabízí full service v oblasti sociálních médií. Máme menší i větší klienty napříč Českou republikou. Z těch větších by asi stálo za to zmínit jednoho z největších poskytovatelů energie u nás.

V: Moc děkuji. A můžu se zeptat ještě na váš počet zaměstnanců?

R3: Jak zmiňují, jste spíše drobní. V tuto chvíli máme 4 stálé zaměstnance, nepočítám-li sebe, ale najímáme často podle konkrétního klienta a jobu i mnoho externích posil. Takže jsou i období, kdy nás funguje například 20.

V: Super. Tak teď už bych se přesunula k otázkám. Říká vám něco zkratka ESG?

R3: Ano, určitě říká.

V: Skvělé! Přiblížíte mi, co o tomto pojmu víte nebo co si pod ním představujete? Co se vám vybaví, když se řekne ESG?

R3: Tak ESG je momentálně ve světě korporací, ale i na akademické půdě velké téma. Zním význam environmental, social, governance a to, že je to způsob jak podniky měří svou odpovědnost právě v těchto třech oblastech.

V: Přesně tak, to je skvělé. Zdá se mi, že máte v této oblasti celkem přehled. Zeptám se, odkud o ESG čerpáte informace?

R3: Krom diskuzí s kolegy a klienty se o jeho různých požadavcích, novinkách, metrikách, realizacích a tak dál dozvídám asi hlavně z médií.

V: Skvělé. A máte pocit, že o ESG máte dost informací?

R3: Myslím si, že informací o něm mám dost, a kdybych neměl, nemyslím si, že by bylo příliš složité je získat.

V: A vykazujete ve vaší firmě faktory ESG?

R3: Ne, ESG momentálně nevykazujeme.

V: Přiblížil byste mi, proč ne? Zavádíte například jiné udržitelné iniciativy?

R3: Jakožto malá firma nepodnikající s průmyslovými výrobními kapacitami máme jen malé možnosti realizace ESG. Vzhledem k tomu, že momentálně nepotřebujeme čerpat „levné“ peníze, nepotřebujeme řešit mandatorní checklist. Nicméně je to spíše o dobrovolném mindsetu společnosti, který se realizuje například rovnými příležitostmi jak pro muže, tak ženy se stejným ohodnocením, chuť pracovat spíše pro klienty, kteří se v rámci svého podnikání chovají zodpovědně k planetě a sami považují ESG za důležité.

V: Skvělé, moc děkuji. Zmiňujete právě dobrovolnost, která v ohledu ESG doposud mezi malými a středními společnostmi panovala. Víte ale, že se připravuje nová legislativa, která pro některé malé a střední podniky zavede povinné vykazování ESG?

R3: Ano, slyšel jsem o tom.

V: Co si o tomto kroku myslíte?

R3: Upřímně záleží na tom, jaké bude praktické legislativní vyjádření norem. Pokud půjde, možná v naivním ideálním scénáři, o drobnou administrativní zátěž s pozitivním dopadem na společnost, nemám žádný problém. Pokud naopak půjde o zbytečnou administrativu s fakticky žádným přínosem, budu nerad.

V: A dobrovolné reportování ESG byste zvážil?

R3: V tuhle chvíli bych to ani dobrovolně nepodstupoval. Nemyslím si, že to pro nás má smysl.

V: Skvělé, moc vám děkuji za váš čas. Mějte se moc hezky.

Příloha č. 7: Přepis hloubkového rozhovoru s R4 (8. 4. 2024)

V: Tak spouštěno. Moc díky ještě jednou, že sis na mě udělal čas. Já mám samozřejmě nějaký otázky, ale kdyby jsi chtěl mluvit spíš sám nebo tě napadlo cokoli nad rámec toho, na co se tě zeptám, tak to je úplně OK.

V: Takže nejdřív bych se tě zeptala úplně obecně. Víš, co je ESG? Říká ti ten pojem něco? Kde jsi s tím pojmem případně setkal?

R4: Chtěl bych teda na začátek říct, že jsem se vůbec na tenhle rozhovor nějakým způsobem nepřipravoval. A vím teda, že ESG ... Teda nevím konkrétně, co to znamená, mám jenom takovou představu, že je to o udržitelnosti firem. Je to prostě o tom, podle cílů udržitelného rozvoje, jak máme, tak, že si firmy podle toho vybírají, v jakých oblastech se konkrétně budou orientovat. To se zároveň propisuje do jejich fungování, ať už do fungování, jaký produkty a jaký služby nabízejí, jaký cílový skupiny oslovují, jaký stakeholdery se snaží oslovit a celkově si vybírají takový to hezký na tom, jak k tomu světu přispějou, dejme tomu, v jaký oblasti. A tohleco je, dejme tomu, za mě to ESG. Tak jako laicky asi řečeno je to nejenom udržitelnost, ale obecně jakože si ta každá firma vybere pár bodů, dejme tomu jeden, dva, tři body, podle kterých se bude ve svých snahách orientovat, v jaký oblasti vlastně co chce zlepšit. A to je za mě to ESG teda. Ale konkrétně, co ta písmenka znamenají, to asi netuším. Bude to asi nějaká social responsibility a něco environmental nebo social responsibility bych řekl.

V: No paráda. Vůbec to nebyl laický popis, bylo to super. A je to vlastně tak, že jsou to ty písmenka, jsou environmentalní, jak říkáš, potom sociální faktory a faktory správního řízení. To je z anglického governance. A tyhle tři oblasti představují, přesně jak říkáš, ty tři pilíře, dejme tomu, z jakých si můžou firmy vybrat, co budou dělat za udržitelné iniciativy. A je to tak tedy, že můžou něco dělat v těchto třech ohledech nebo třeba jen dvoum nebo jednom.

R4: Já jsem v rámci téhle té problematiky, když jsem se to snažil nějakým způsobem zařadit i do fungování právě Dakysu, tak jsem úplně nekoukal přesně na to, co to přesně pod tím je. Já jsem si spíš jen vybral, jaké oblasti jsou pro mě osobně důležité, nehledě na to, že vůbec takového označení vlastně existuje a z čeho se vlastně skládá. Takže máš tady možná takovej, nevím jestli unikátní, nevím, jak to dělají ostatní, vhléd. Možná to dělají úplně stejně, že k tomu přijdou tak trochu jako slepej k houslím, ale nějak takhle to bylo.

V: To je zajímavý proces. A třeba v tuhle chvíli mě napadá, když říkáš, že jsi vyhledával, připravoval se na to, jak budeš vlastní firmu směřovat, tak kde jsi čerpal informace? Měl jsi k dispozici nějaké zdroje, když jsi vybíral, na co by si chtěl zaměřit a jak bys chtěl být třeba udržitelnější?

R4: Já jsem primárně předtím, než jsem vstoupil na trh, tak jsem si vůbec řekl, jaké ty oblasti by mi by dávaly smysl. Jestli je to nějaká péče o duševním zdraví, jestli je to nějaká nerovnost a nakonec mi prostě největší smysl stejně dává právě to, co se týče přírody a co se týče mentálního zdraví, obyvatelstva. A to jsem si začal učit vlastně jenom, když jsem šel na stránky Asociace společenské odpovědnosti a tam jsem si začal pročitat jenom ty cíle, co to konkrétně znamená. Tam jsem to ale bral jenom tak jako, aha, tak to asi znamená, že spadám teda do téhle trojky, do téhle šestky třeba a takhle podle toho jsem postupně začal.

Pak jsem se díval na konkurenci, co vlastně ona zrovna aplikuje všechno v rámci těch oblastí, ve kterých dělám já. Takže jsem si říkal, ty už to mají taky jako poměrně, asi i lépe zjištěný, než mám já. A to byl taky další takový odrazový můstek, že pak jsem začal číst různé články na internetu, blogy, když jsem si hledal například, že jsem chtěl mít udržitelný obaly. Udržitelný obaly, který ale zároveň budou snadno recyklovatelný, ale zároveň budou úplně ochraňovat funkci toho produktu. To proto, aby prostě, když už si někdo kupuje drahý čaj, aby mu opravdu vydržel, co nejdéle čerstvej. A to bylo docela jako boj. Takže tam jsem jako četl různé články ze zahraničí o tom, jak jsou daný materiály správně nebo dobře rozložitelný. A nakonec právě jsem vybrat tak, že mám třeba celou papírovou tubu s kovovým dnem, nebo s plechovým dnem a s plechovým víčkem, který je snadno oddělitelný. A pak vlastně mám ještě polypropylenovej plastovej sáček, ve kterém je tam ten čaj. Protože standardem na trhu je to, že je tam třeba taková tuba, ta je třeba papírová, je tady plech, je tady plech a vevnitř je to ještě pohliněný. A to už je ultra nerecyklovatelný, už vůbec kvůli tomu hliníku. A to se mi třeba nelíbilo, takže jsem hledal různé články a českých i zahraničních zkušeností ostatních podnikatelů jsem se ptal, co doporučujou v rámci balení. A pak nějak si to dal dohromady a vzniklo tohleto. Používáme polypropylenové sáčky a jednovrstvý plast. Takže stoprocentně recyklovatelný.

V: To je super insight, že jsi takhle rozmýšlel nad firmou, ale i tím produktem už od začátku. To je pro mě zajímavé slyšet. Zmínil jsi, že ses třeba i s ostatními podnikateli ve tvém nebo podobném oboru radil. Přijde ti, že u té tvé konkurence se na udržitelnost obecně zaměřují a

smýšlí nad ní takto i jiné podniky? Jestli to dokážeš nějak posoudit z toho, jakou míru jsi si od nich zjišťoval informací.

R4: Záleží asi, koho považuju všechno za konkurenci. V rámci takové té přímé konkurence co se týče třeba Sonnentor, Kusmi Tea, který tvoří čaje, tak tam si myslím, že pokud už nabízíte takovýhle prémiový produkt, to jedno jestli to je káva nebo jestli to je čaj, tak tam už je poměrně i dost vyžadovaný takovýhle udržitelnější přístup od zákazníků. Takže si myslím, že pouštět se do takového podnikání bez toho, aniž byste vůbec byli s nějakou udržitelností obeznámení, to nejde. Jo, že ti zákazníci už opravdu chtějí něco víc a ta udržitelnost a to, že to není jenom prostě pro profit, tak je zcela zásadní pro ně. Musí tam být vlastně něco navíc. Oni to možná nedokážou pojmenovat akorát. Podle mě spotřebitel se nerozhoduje přímo podle toho jestli si koupí udržitelnou věc nebo ne, nebo jako minimálně ne většina. Ale když to tam je, tak je to takový to nice to have. Ale primárně si myslím, že firmy by neměly být udržitelný jen kvůli tomu, že to je třeba zrovna cool, a že by si v něm mohli přidat nějaké další body. Prostě musíme si říct na rovinu, každý udržitelný krok, tak prostě ty firmy fakt obírá na zisku a získat ten zisk je fakt jako ultra těžký. Takže to musí fakt jako ten podnikatel, to vedení toho podniku fakt cítit a být o tom rozhodnutí přesvědčenější, protože jinak fakt to lehce skouzne i ke greenwashingu. A to si myslím, že dlouhodobě nebude udržitelný a nebude to pro tu firmu dobrý a vlastně by to bylo poměrně brzy průhledný, si myslím. Všechno to musí jít zkrátka z toho podniku, z těch hodnot, který uznává.

V: Super, mě k tomuhle napadá otázka, kterou jsem tu měla přímo napsanou. A chci se tě zeptat, protože ty jsi to tak jako docela správně pojmenoval, že je to něco nice to have, ale je tady i ta druhá stránka, kdy právě, dejme tomu ten rámec ESG, i když umí být přínosný a mít smysl, a to zejména pro větší firmy, které na to mají peníze a lidi a můžou se opravdu ve všech těch třech oblastech zaměřit na spoustu věcí, tak ale zároveň třeba spoustu výzkumů ukazuje, že i pro ty menší podniky to může být právě něco jakoby stěžujícího, a proto je to třeba něco, co zatím mohly dělat dobrovolně. Nebo jsou i studie na to, že jsou například obory, ve kterých ta udržitelnost nejde nějak efektivně komunikovat, aniž by působila jako greenwashing, jak jsi nakoušl. Tak to mě právě vede k mé otázce. Myslíš, že tenhle celý rámec ESG je něco co mají společnosti mít povinné nebo dělat pouze dobrovolně, jak jsi zmínil, pokud je to něco, co tak cítí? Jaký je tvůj obecný postoj k tomu tuhle iniciativu plošně přijímat?

R4: Já půjdu postupně. Abych řekl, co se týče mého oboru čajů, nebo i kávy, to je fakt jako jedno, tak tam si myslím, že tam se může aplikovat fakt spoustu možností právě z oblastí ESG a taky se to tam jako děje. Vlastně i ty nejprémiovější značky, i ty naopak nejdostupnější snaží v tomhle. Myslím si, že třeba u těch čajů to tak je právě kvůli tomu, jak je to spojený s tou přírohou, jak je to hodně spojený s lidma, který to prostě musí zpracovávat a ty bylinky, ten čaj prostě sbírat. Tak proto možná se na to hodně tlačí. Takže já jsem trošku ovlivněnej, že pro mě to je vlastně jako normální, protože se v tom ve své oblasti jako dost v rámci okolí pohybuju. Ale pak na druhou stranu zároveň věřím, že je to přijímání a zaměřování na ESG poměrně poslední dobou, dejme tomu posledních pět let, i dost tlačeny. Je to dobře, že to je takhle tlačeny, protože ty firmy, leč jsem přesvědčený, že to nemyslej jako vážně jako třeba 95% z nich, tak je to obecně dobře, protože je tam aspoň nějaká změna a snaha tý společnosti. Když to ale nemyslí vážně, a o tom jsem přesvědčenej, tak je to zároveň bohužel prostě jenom cesta k tomu, že to je skoro jako čistý greenwashing, si myslím. A je to dost tlačeny, ve většině oborech si myslím, ale zase pro většinu oborů je to fakt aplikovatelný. Každá firmička, i ta nejmenší, si může vybrat něco, ať už v oblasti environmentální, sociální a nebo politický. Jako vždycky tam může být něco. Líbí se mi poměrně tady web Slušnafirma.cz, pokud si dobře pamatuju. Česká iniciativa, nějaká neziskovka, která se tím zabývá tam a šířej taky tyhle poselství. Takže ta dostupnost v rámci toho, jak jde začít tady je. Začít může fakt i klidně živnostník i podnikatel, vždycky tam může být něco, co si může toho vzít. Takže je to super dostupný i pro malé firmy.

Samozřejmě nebudu úplně zachraňovat svět, nebudu zachraňovat africkou vesnici a dodávat jim tam jako vodu, pokud jsem živnostník nebo malá firma. Ale už jenom to, že jestli si zvolíš papírový lepenky versus obyčejný lepenky, tak je to náklad pár korun v uvozovkách. A to opravdu může aplikovat každá firma, která je na trhu klidně pár dní a prostě v pohodě. Je to jenom o tom, jak jsem říkal, jestli ten člověk fakt chce. A nebo může vlastně, i kdyby jako třeba někam ty zaměstnanci chodili sami alespoň jednou za rok třeba pomáhat jenom na Den Země, třeba přece sbírat odpadky. Nebo aby prostě třeba si v rámci žárovek třeba si koupili úsporný nějaký LEDky. Nebo aby třídili, nebo aby si třeba pořídili biocertifikace. Fakt jako, je to hodně dostupný, se myslím. A dneska, pokud někdo jako udržitelný vůbec není, tak je to poměrně asi ve většině případech nějakým způsobem výmluva. Ale musí to být, opět, součástí toho podniku, jako nejprioritnější je vize toho podniku. Tak jestli prostě jako někdo tady těží ropu, no tak asi si nebude hrát úplně na udržitelnost a na super pracovní

podmínky. Prostě tam to jako nejde, no.

Ale to se bavíme prostě o tom, že to je ta světlá strana té síly. A pak ta stinná strana síly a prostě to zrovna ropní hráči třeba, tak fakt jako nechtějí nějakou udržitelnost a nebudou řešit nějaký ESG. Takže tak. Jsem se rozpovídal, je to takový pro mě široký téma, nevím jak ho úplně uchopit, takže snad z toho něco jako si vezmeš. Nevím, úplně jak to uchopit.

V: Úplně v pohodě. Líbí se mi, že k tomu máš ze své zkušenosti, ale i takhle obecně, co říct. Přesně takhle mě to zajímá a čím více se rozpovídáš sám, tím si myslím, že líp. Když mi odběhneš, tak já tě nasměřuju, to neboj. Ale takhle mi třeba zodpovíš i několik otázek najednou, takže to je vlastně paráda.

Chtěla jsem se tě zeptat, bavili jsme se o tom, jak to máš v Dakysu. Seš na tu udržitelnost ve firmě sám? Víš, že je to tvoje firma samozřejmě, ale jde mi o to, jestli v téhle oblasti se informuješ, rozhoduješ i věci děláš tynebo máš někoho, kdo ti s tím pomáhá? Někjaké konzultace třeba využíváš, co se toho týče?

R4: Žádného konzultanta ani žádnou konzultaci jsem si nikdy nezaplátil. Většinou mi stačí ty informace, které se sám najdu právě na webu těch daných iniciativ nebo právě firem. Například to je jako Asociace společenské zodpovědnosti, nebo jak to tam mají, pak Slušnáfirma.cz, jak jsem zmiňoval. Tak tam si prostě postupně vyzobávám, vždycky mě něco zajímá, tak si řeknu, no ok, co to vlastně znamená, tak pak jdu prostě na Google, tam si přečtu dalších pět článků. A pak si říkám, ale dává to smysl, nedává to smysl? Je to uvěřitelný, není? Dává mi to fakt jako smysl nebo to je prostě jenom nějaká, jenom na sílu být udržitelný? Takže v mém případě je to taková fakt mravenčí práce, ale vyloženě jako za konzultanty a tak nechodím. V rámci mé velikosti si myslím, že si to dokážu schopně zařídit sám, bez toho aniž bych potřeboval tvořit nějaký jako větší ESG plán do budoucna a jeho aplikaci. Zároveň je to na dané velikosti té firmy, protože jsem prostě já sám plus mám tady jako pár pomocníků, ale rozhoduju nad tím furt sám, tím pádem pro mě je ta změna okamžitá.

Plácnu, když prostě chci sázet stromy v českých lesích, tak prostě během půl dne se kontaktuji s tou iniciativou Aázíme Česko, nasadíme to na e-shop, no a prostě už to tam hnedka je. Mě to jenom musí dávat smysl, musím tomu projektu věřit a jestli třeba z těch 85 korun, kolik jde fakt asi na ty stromky a kolik jde fakt za tu práci té organizace. Takže to je pro mě důležité.

V: Rozumím. A ještě se zeptám, protože jsem na začátku zapoměla, promiň. Už jsme to do nějaké míry probrali, ale jestli bys nepředstavil tvou firmu co se týče velikosti, oboru, co děláš a tak. Už jsi něco z toho zmiňoval místy nebo na to aludoval, ale nějak komplexně, jenom ať to v přepisu. To jsem měla udělat na začátku, ale zapoměla jsem, promiň.

R4: Výborně, tak já udělám takové intro. Jmenuji se [REDACTED] a založil jsem tady společnost Dakys s.r.o., kde vlastně se specializujeme na výrobu premiových čajů. Nechtěli jsme totiž být další výrobci chutných čajů jako všichni ostatní, kdy se všichni zaměřují jenom na tu chuť, jenom na tu vůni, jenom na různé kombinace, jenom aby to prostě bylo dobrý. Mně šlo spíš o to, že aby ty čaje fungovaly tak, jak mají. To znamená, sám jsem měl z doby covidu různé problémy se zdravím. Naštěstí to zařukám, nebylo to nic hrozného, ale cítil jsem se furt, že mi ta hlava furt jede, neuměl jsem moc odpočívat a hledal jsem nějaké řešení, které by mi pomohlo se trošku zklidnit, se trošku uvolnit. Kromě, samozřejmě nejlepší je spánek, vyvážená strava a pohyb, to je bezkonkurenční, ale občas ani to nestačí a holt některý dny potřebujete nějakou podporu.

Koukal jsem v té době na trh, co existuje a vyzkoušel jsem různé kapky, CBD kapky, různé gumíky, oleje, suplementy stravy. A vlastně mě u nich vždycky štválo, že to je ve většině případech extrémně chemický. Když to fungovalo, tak fakt jenom krátkodobě a spíš si to vždycky dřív nebo později vezme tu daň. A nějak jsem takhle proplouval, nějak jsem to pak přestal řešit a potom jsem se o tomhle problému začal bavit s přáteli, s rodinou a zjistil jsem, že ty mají ještě horší problémy než já. Ty kolikrát mají diagnostikované úzkosti, deprese, že mají permanentní únavu, že se probudí a jsou prostě úplně bez energie. Tak podle toho vypadá celý ten den. A nebo mají problémy se spánkem. A to jsem si právě říkal, že ty bláho, tak to mě překvapilo. Tak jsem si začal hledat různé informace na internetu. Ty jsi z Karlovy univerzity, že?

V: Jo, jo, jo, jsem. Z Fakulty sociálních věd.

R4: Tak já jsem právě vyšel ze studie od druhé lékařské fakulty Univerzity Karlovy, kde asi v roce 2018 taky zkoumali právě spotřebu antidepressiv, spotřebu léků nebo prášků na spaní, na úzkosti a zjistil jsem, jaké enormní počty lidí to berou a jsou na tom jako, dejme tomu, závislí. Nebo to, kolik lidí spotřeává cigarety. Tak vlastně jaký je ten důvod cigarety? No tak nějaký prostě snížení úzkosti, nějaký snížení stresu, okamžitý uvolnění, nějaký dopamin levnej. A to jsem si říkal a uvědomil najednou, že ten problém je větší, než jsem si myslel a

trošku jsem chvilku přemýšlel, jestli fakt existuje řešení. Hledal jsem řešení, který by bylo zdravý, ideálně přírodní a dlouhodobě udržitelný. A teď ne ve smyslu přírody, ale ve smyslu pro toho člověka. Když bude něco konzumovat po dobu měsíce, dvou, tří, roku, aby to pro ně mělo jenom ty prospěšný účinky a nemělo to nějaký pak jojo efekt, dejme tomu, pro ně. Protože stejně jako alkohol, energy drinky, no prostě drogy, prášky na spaní, tak ony vám krátkodobě pomůžou, ať s uvolněním, ať s nabitím energie, k uklidnění, a pak to hnedka znovu přijde a člověk se pak cítí ještě hůř. A tam jsem právě hledal něco, co by pomohlo. A to byly bylinky a čaje.

Takže jsem se postupně do toho začal víc a víc prohrabávat. Navázal jsem jak na tradiční bylinářství, ale zároveň jsem byl člověk, kterému nestačí jenom to, co například dělaly naše babičky. Začal jsem sledovat i vědecké studie, takže jsem si četl různé články o tom, jak na nás bylinka funguje, co se pak už prokázalo, proč by to mělo fungovat a proč ne. Spoustu těch vědeckých studií třeba poukazuje na ty pozitivní účinky, ale třeba měly hrozně málo respondentů, malý výzkumný prvek, tak jsem si říkal, OK, tak to radši úplně ne. A pak jsme postupně vytvořili tři bylinné směsi na podporu energie, spánku a na uvolnění. A to je vlastně celý Dakys. Zaměřujeme se na čaje, snažíme se to všechno dělat ručně nedaleko tady hory Říp. Takže veškerý sběr, veškerý balení, zpracování a pak odeslání, všechno se dělá ručně.

V České republice máme to certifikované bio, protože jsem právě chtěl, když už sám jsem přesvědčený, že to nejlepší, co člověk do sebe může dát, pochází z přírody, v té nejčistší formě. A to jediné, co by to mohlo trochu potvrzovat, tak je právě bio certifikace, takže to bez zaváhání jsem hned do ní šel. Navíc taky vybíráme jen dodavatele, kteří jsou právě bio, což je taky háček a taky to je přesně to, že asi by mi ta značka i fungovala, kdyby nebyla bio a zároveň bych na tom mohl mít mnohem větší marži, protože každá biopotravina průměrně je třikrát až čtyřikrát dražší než nebio a to je prostě brutální. Ale je to nějaké moje vnitřní přesvědčení, je to to, jak tu značku chci směřovat a zároveň jenom takhle tomu dokážu věřit já sám, takže proto třeba takhle jsme si zvolili to bio. Takže to bylo takové dlouhé shrnutí příběhu Dakysu a vzniku Dakysu.

V: Ok, ok, super. Díky za krásný intro. Myslím, že takhle to dává větší kontext třeba i k nějakým tvým pohledům. No nicméně zase půjdu zpátky k tomu ESG. Chtěla jsem se tě zeptat už jenom na pár věcí. Jak jsem ti říkala, moje diplomka, já se věnuju ESG reportování. Říká ti něco nebo výkazy nebo reporty ESG?

R4: Vím, že to můžou dělat jenom asi velké firmy, že to dává smysl, například pro Sonnentor v rámci čajů. Tipuji, že to asi dají do výroční zprávy a tam pak budou vlastně vyhodnocovat, co se jim povedlo z těch cílů, co se jim nepovedlo a jaký by to asi mělo třeba být do budoucna. Takže třeba si představuji, kolik ušetřili odpadů, kolik ušetřili vody, kolik ušetřili energie a podobně takhle bych tipoval, že asi toto je přímo ten výkaz ESG.

V: Přesně tak, ve své podstatě to říkáš správně. Je to vlastně popsání toho, co už jsme si říkali, že tyhle faktory, všechno, co v těch oblastech děláš, ideálně teda v těch všech třech, tak potom dáš dohromady a vlastně vykážeš kromě finančního reportu, který běžně děláš, i nefinanční report. No a je to tak, že hodně průzkumu ukazuje, že právě tyhle nefinanční ESG reporty, nebo výkazy, mají stále větší vliv například tak, že k tomu přiblíží různé stakeholderi. Podle některých výzkumů to může mít vliv až na 80% investičních rozhodnutí. A v tuto chvíli, jak jsi správně řekl na začátku, tak momentálně to mají podle legislativy Unie vlastně povinné velké společnosti. Když říkáme velké společnosti, tak jsou tam nějaké parametry, že mají více než 500 zaměstnanců, nějaký obrat v eurech a další věci. Ale vlastně ta legislativa se bude měnit, respektive přidávají se k těmhle gigantům i další společnosti, upravují se trochu ty podmínky a bude se to týkat postupně i menších podniků. Zatím teda, když říkám postupně, tak se bavíme v řádu příštích x let nějaké střední společnosti, to tam je od roku fiskálního 2026, ale třeba jen na ty kótované. Pořád tam je spousta faktorů, který musí splňovat, takže to není jako namátkou tak, že by úplně každá společnost, ať je sebevíc drobná, v příštích třech letech musela najednou dělat celý jeden report navíc, ale ten předpoklad, že výhledově to může být povinné, nebo jen velmi silně vyžadované od maličkým firem, tu je. Už v tuhle chvíli to vlastně i malé a střední podniky můžou dělat i jako dobrovolně, kdyby chtěly nebo kdyby si právě chtěly nějak zlepšit jméno třeba v těch očích investorů. Nebo i právě některých podniků se to dotkne skrz dodavatelský a subdodatelský řetězce, jak si třeba i říkal ty, že už vybíráš prostě takový dodavatele, který splňují ty podmínky, co ty máš nastavený, tak přesně takhle se můžeme domnívat, že to bude mít efekt i na ty menší podniky v příštích letech.

Takže taková je současná situace. A já se tě chci vlastně zeptat. Nebo ještě předtím, nějak jsem z naší konverzace vydedukovala, že tyhle výkazy neděláš, je to tak?

R4: Je to tak, nedělám.

V: Jasně. Tak jak ty bys nahlížel na to, kdybych se tě zeptala, jestli to dobrovolně nechceš

dělat?

R4: No, OK. Já už jsem tušil, na co se mě chceš zeptat, a už jsem tady trochu se začal vrtět na židli, protože já chápu, že to asi jako... Ve mě se perou dvě osobnosti teďka. Já jsem rozhodně pro zelenou politiku, určitě. Zároveň chápu, že se do toho trochu musí ty firmy nutit, aby vůbec k té změně a naplnění nějakých cílů, aspoň z padesáti, šedesáti procent, vlastně jako v ideálním případě, jako došlo k naplnění těch cílů dřitelního rozvoje. No, ale takže chápu, že tam je tlak na ty korporace, tam bych se jich asi úplně jako neptal. Ale pak u malých, středních podniků bych rozhodně zůstal na nějaký dobrovolné bázi, protože ty úplně nejsou tolikrát závislí jako na investorech, takže tam, kdybych už byl ve fázi třeba střední firmy a nebyl jsem přesvědčený o tom, že chci nějakým způsobem přispívat v rámci ESG k něčemu, tak bych to fakt jako nechtěl dělat. Protože vezmi si, tady jsem zase jako poměrně dost liberální a to podnikání má být liberální akce a myslím si, že by to stejně mělo jenom efekt, pokud ty firmy jsou fakt o tom samy přesvědčený, že to mají dělat, tak se nemá nic jako nařizovat. To jsem jako přesvědčený. Asi edukovat, pomáhat to zavádět, vlastně ukazovat těm firmám, že to je super jako jednoduchý, že vlastně můžou začít téměř ze dne na den. Tak vlastně jako asi různý poradní orgány můžou jako existovat, můžou být dotované asi nějaký poradnické organizace pro každou firmu jednou ročně, že si na vás uděláme část. Ale určitě bych to nějakým způsobem na tom nelpěl, akorát pro ty malé střední podniky. Ani do budoucna. To si myslím, že by se akorát uškodilo.

To je stejné jak s tou třicítkou v Praze, to je stejné jak prostě akorát by to jako mělo opačný efekt, jo, v rámci týchletý udržitelnosti a ESG. Protože ti podnikatele prostě, někomu to fakt nedává smysl, tak proč ho do toho nutit. Akorát bude naštvaný na Evropskou unii a přispěje tady akorát do ohně takovým těm tvrzením, že je diktát Evropské unie a podobně, jo. Já jsem demokrat, evropský volič, zelený vyznavač, ale do určitý míry. Především jsem jako liberál, největším jako to, takže hlavně nič nenařizovat.

V: Super. Určitě to není tak, že jedna odpověď je dobrá, druhá je špatná. Pro mě je právě důležitý zjistit tohle a je pro mě je přínosný takhle vědět, že třeba to je něco, co vůbec nedává smysl pro ty malé podniky, nebo naopak jo.

Takže je to tak, chápu správně, že bys do tohodle reportování dobrovolného spíše nešel?

R4: Teď ne, možná, kdybych byl větší, tak je to něco, na čím bych se zamyslel, a pokud by mi to do mého podnikání dávalo smysl, proč ne. Ale jak říkám, nechal bych to určitě na týchle

dobrovolný bázi, nic nenařizovat. To je pak na škodu.

V: Chápu.

R4: Myslím, že to dává, kort ESG reporting, na který píšeš tu diplomku, tak si fakt myslím, že dává smysl tam, kde už fakt se točí poměrně velké peníze a jsou tam nějaké velké mezinárodní obchodní operace. Tam, kde už to vyžaduje například nějaký investory, jak jsi říkala. Ale pro malé a střední podnik, tam bych jim nechal co nejvíce rozvázaný ruce, vůbec bych je tímhle někde otravoval. Nějaká doporučení možná, víc to protlačovat jako přes nějaké možná „dotace“. Ted' si vymyslím, ale jsou různé programy, kterých jde takhle využít. Ted' jsem třeba přihlásil se na dotaci o ochrannou známku od Evropské unie, takže to byla paráda. A umím si představit, že by tam právě byla dotace třeba nějaký poradenství v rámci toho ESG reportingu nebo nějakého nasazení do těch podniků. Protože vezmi si, já jsem mladej, mám vysokoškolský vzdělání, pohybuju se mezi prostě mladýma a mezi touhletou vlnou zelenou, takže pro mě to není tak těžký získat ty informace. Ale zároveň chápu, že pro nějakého dědu, který podniká od 90. let a je prostě v nějakém tradičním oboru, třeba nějakém strojitelství nebo nějakém železářství, tak tam bych to chtělo právě jenom tu edukaci a ukázat jim vlastně, že to má vlastně i benefit pro ně, ale musí jim to dávat smysl. Ten benefit si tam musí najít oni sami. V čem? Co chtěj podpořit? Co jim dává smysl?

V: To je moc fajn insight vlastně ty dotace, i když je to hypotetická myšlenka. No tak paráda. Koukám na to, a máme už třicet minut a já myslím, že mám všechno. Napadá tě něco ještě k tomu?

R4: Možná bych ještě zmínil, možná to bude mimo jo, ale abych ti třeba ještě přiblížil ... Nebo jak mluvím o tom, že si každej může najít to svoje, tak takový malý důkaz z praxe. Vlastně nás čeká, že jedeme do Indie, kde je fakt to nejlepší, co se vůbec dělá ze světa v z oblasti černého čaje, a schválně tam budu hledat tu čajovou zahradu, kde ideálně budou mít certifikaci něco podobného jako Fairtrade. Čaj je Ethical Tea Partnership. To znamená, že když si od nich budete kupovat ten čaj, tak vlastně je tam nějaká určitá garance, že ty lidi dostávají více než minimální mzdu, že jejich děcka chodí do školy a že mají všechno jako učebnice, že mají boty, že mají takový ty základní úplně nejdůležitější potřeby. Takže to mi předává smysl velký a tohle bych si chtěl orientovat do budoucna.

V: Ježiš, to zní úplně krásně ■■■. Super. To přeju hodně štěstí na cestě, ať se podaří. No tak jo, paráda. Já si myslím, že za mě je úplně všechno, už tě nebudu zdržovat.

R4: Tak jo, tak super. Paráda.

V: Tak ti ještě jednou moc děkuji, bylo to moc moc příjemný, a myslím, že pro můj výzkum opravdu moc přínosný.

R4: Super. Tak jo, paráda. Já moc díky, bylo to moc fajn, a hodně štěstí s diplomkou. Teď jsem jí taky odevzdával, takže vím, jaký to je. Tak hodně sil do zdárného konce.

Příloha č. 8: Přepis hloubkového rozhovor s R5 (11. 4. 2024)

V: Tak jo, tak to jede. Tak ještě jednou moc děkuji, že jste si udělal čas. A teda mám na vás určitě nějaké otázky, kterých se můžeme, ale nemusíme nutně držet v dané struktuře. Takže pokud třeba budete k něčemu mluvit sám, třeba mi na nějaké odpovíte sám, tak to je úplně v pohodě. Vlastně čím víc toho budete mít, co říct, tím lépe pro mě, ať do toho můžu zasahovat co nejméně. Samozřejmě kdybyste mi odbíhal, tak vás zastavím a nasměřuju, ale určitě se nebojte takhle sám mluvit.

R5: Jo, já až pochopím vlastně přesně, co vás zajímá, tak třeba budu k tomu mít ještě nějaký poznámky. Ale jinak, jinak se ptejte a já se pokusím odpovědět co nejlíp.

V: Super, děkuju moc. Tak můžu se jenom na začátek zeptat, jestli byste mi nějak představil Retail Monkeys, vaši firmu vlastně? Klidně i vás a jakou pozici ve firmě zaujímáte, co jako firma děláte, ať to mám pohromadě.

R5: Já jsem majitel, takže já se snažím to držet v chodu ještě s kolegou. Nicméně, co my děláme? My dodáváme všechno fyzické, co se dá najít v krámech, případně i jako v jiných prostorech, jako mohou být třeba officeové prostory nebo něco takového. Děláme čistě B2B segment, ale děláme jak nábytek, tak fyzickou marketingovou komunikaci, tištěný materiály, všeho druhu pro, z 90 % pro retailový prostor. S tím, že my nemáme žádnou výrobu, naše přidaná hodnota je vlastně v organizaci toho celého. To znamená pro klienty, kteří jsou veliký, mají krámy po celé Evropě a případně globálně, tak nejsou schopni si sami interně, nebo nemají oddělení, které by samo vyvíjelo ty koncepty toho nábytku a těch marketingových komunikací. A už vůbec nemají vlastně oddělení, které by to dokázalo nakupovat, distribuovat a dodávat do těch krámů. A na to si najímají firmy jako je Retail Monkeys. Nebo kromě nás takových firem je po Evropě je víc, větších, menších. A to je vlastně to, co děláme. To znamená sbíráme informace od klienta o tom, co potřebuje, a pak skrz síť našich dodavatelů a díky tomu, že máme nějaký zázemí skladu a distribuci a logistiky po Evropě a instalačních týmů, tak potom jsme schopni to i dodávat. Takže tohle vlastně děláme. Běžně si to člověk nepředstaví, když přijde do krámu, tak ho nenapadne, že kromě toho zboží je tam ještě něco jiného, ale to všechno ostatní, co si nejde koupit, tak to dodáváme my, dá se říct.

V: Super. Zmiňoval jste, že máte nějakou logistickou síť po Evropě. Tak mě napadá, zeptám

se, klienty teda máte po Česku i mimo Česko po Evropě?

R5: Pro Českou republiku více méně nedodáváme. I když tenhle rok jsme získali klienta Storck, což je německá firma, která distribuuje cukrovinky, jako je Toffe a Mercy a tyhle, takže pro ně dneska děláme marketingový materiály pro FMCG sektor, což je krámy s rychlou obrátkovým zbožím, ale jinak doteď jsme měli z 99 % jenom zahraniční klienty a jsou to značky jako ty největší, North Face, Vans, Calvin Klein, pro Tommy Hilfigera jsme dělali, teďka děláme nově Karl Lagerfeld. Prostě většinou jsou to fashion lifestyle značky a nějaké digitál, jako třeba Sonos, to děláme pro španělskej region, a pak jsou tam nějaké architektonické věci, kanceláře a takovýhle jsou to potom jako menší zákazníci.

V: Super, děkuju moc. Tohle intro mi slouží k tomu, abych měla nějak všechny ty různé zaměření firem, kterých se optávám, hezky pohromadě. Aby to bylo v té práci jasné. A teď bych se teda vrhla na tu část, která se už týká tématu mé práce. To znamená, začneme tím, co se ESG týče. Říkám vám ten pojem ESG něco takhle spontánně? Jestli byste měl sám dokázat popsat, co si pod tím představíte?

R5: Tak pod tím si představím celý kolotoč, který kolem toho je a ten reporting, který nějakým způsobem by jednoho dne asi i pro nás měl být výstupem na konci roku. S tím, že pro nás je to poměrně téma, protože ty západní klienti, pro ně sustainabilita jako taková je poměrně dost důležitá interně, a navenek reálně o tom jako nic moc neví. Česká republika je samozřejmě ještě jiná, tady na to víceméně každé dlabe, ale na tom západě je to pro všechny strašně důležitý, všechny ty velké korporáty na to mají interní týmy, ale ty interní týmy tam mají jenom z toho důvodu, že pro certifikaci právě pro ESG a pro různé certifikáty jako dělá, jak se to jmenuje, my taky máme jeden, vzpomenu si... Tak vlastně potřebují mít v určitý velikosti ty firmy, potřebují mít třeba interní tým, který se o to stará. Takže vlastně z našeho pohledu všechny ty jejich snahy v tuto chvíli jsou čistě účelový, protože to třeba po nich už někdo chce a protože prostě musí už být nějakým způsobem certifikovaný.

To nic nemění na tom, že oni nějaká data vykazovat musí a aby nějaká data vykazovaly, tak jim je musí poskytnout ve svém podstatě jejich dodavatelé. Všechny ty firmy nakonec veliký nejsou samy výrobní, často nemají výrobní závody a všechno, co mají, jim někdo dodává a ta data od někoho musí získat. A my víme, že jednoho dne po nás budou chtít poměrně přesný data, prostě zblázní se to. Dneska oni to dělají dobrovolně, řekněme, na nějaký úrovni, která i tak z toho, jak my jsme to navníkali, slouží k tomu, aby se vůbec vytvořil

nějaký základ v té Evropě. K tomu, aby Evropa jako taková měla nějaký základ dat, na základě kterého může říct, hehe, OK, tak dobrý, tohle víme, vypadá to asi takhle a příští rok by to mohlo být třeba trošku lepší.

Ted' abych se do toho úplně nezamotal. I my vlastně v současné chvíli potřebujeme nejdřív vědět, jak vůbec na tom jsme. Tohle je ten největší problém, který ty všechny firmy mají. Ty firmy se nemůžou jako vydat směrem a říct, tak jo, tak od příštího roku budeme jezdit elektronickými autama a nebudeme vyrábět z toho a toho materiálu. Tak to nefunguje, protože ten výsledek by stejně nebyl měřitelný, protože nevíme, kde jsme. A to je problém té Evropy a těch velkých firem. A i my to pocítujeme, že když se nás zeptá někdo, jestli je tohle dostatečně sustainable, tak my mu můžeme jako odpovědět jenom na základě našich nějakých dohadů a předpokladů, který jsou často mylný. Jo, jeden příklad ze všech, který je takový nějaký veřejně známý, papírový kelímky nakonec asi nejsou tak sustainable, nebo tak udržitelný jako plastový prostě. Vyrábí se to hůř, dopravuje se tam jinak materiál, nedá se to potom recyklovat třeba a tak dále a tak dále. Takže ty předpoklady těch lidí jsou mnohdy mylný a jediný, jak to uchopit a nebrodit se v tom a totálně se ztratit je vůbec vědět, kde jsme. A to je třeba to, co my dneska děláme. Já vám vysvětlím i potom, jak.

Možná jsem trošku odběhnul od vaší první otázky, jestli mi něco říká ESG. Říká, je to pro nás téma a je to pro nás téma z toho důvodu, že si myslíme, že v následujících pěti, deseti letech se to bude týkat i nás. Ať už budeme větší, nebo budeme stále braný jako malá nebo střední firma třeba. A víme, že ten náklad spojený s tím, to začít řešit pozdě, je strašlivý. Že když se to naučíme v průběhu času, tak ty náklady budou nějakým způsobem nižší, než když to potom budeme muset dělat v rychlém okamžiku. Budeme si na to muset najmout někoho mnohem dražšího.

V: Skvělý, moc díky. Vlastně tady nemám vůbec co doplnit. Napadá mě, můžete třeba jenom procentuálně říct, jestli byste dokázali odhadnout, kolik z těch vašich klientů už se ESG nějak aktivněji zabývá? Nebo jaké procento od vás požaduje jakékoliv takhle udržitelná řešení nebo se s vámi o tom radí, jak jste zmínil?

R5: Požadují je dlouhý roky. Víceméně všichni to zmiňují, ať už jsou malý nebo velký, ty velký hodně, protože samozřejmě to potom nějakým způsobem se snaží prezentovat dál. Všichni o tom dneska mluví. Všichni, když chtějí nový nábytek, nový tiskový materiály, cokoliv, tak se vždycky ptají, a nebo my jim to samozřejmě nějakým způsobem na začátku

aktivně nabízíme, a oni to potom řeší. Jak moc je to pro ně důležitý, nebo pro ty lidi, kteří to napřímo řeší s námi, je nejasný, ale řeší to všechny ty západní firmy. A ty veliký, protože třeba ta skupina, která má North Face nebo Vans, tak to jsou veliký firmy, který točí miliardy dolarů, a tyto podle mě už třeba v rámci ty Evropy i mají nařízený. Jenom vím, jak to je, jo. I ta Evropa sama neví, co vlastně musí chtít, takže ono je to sice nařízený, ale je to formou pořád nějaký dobrovolnosti. A až se po pár letech seberou nějaký data, tak jim řeknou, OK, třeba tohle přesně po vás chceme, protože vidí, že to ty firmy jsou schopný dodat.

Ale v tuhle chvíli po nás chtějí jenom takový ten... to povrchní odsouhlasení toho, že je to udržitelný. Protože když my se za nima vrátíme, i když se potkáme s těma jiných zelenýma týmama a zeptáme se OK, jaký data od nás chcete, protože my je můžeme začít sbírat, tak nejsou schopný odpovědět. Oni totiž neví ani sami interně, co po nich na konci roku budou chtít, výstupem pořád od nich je nějaký jako kus papíru, který hezky zaobalí nějaký designer a budou tam něco tvrdit, ale nebude to podložený čísly. V tuhle chvíli vlastně po nás nikdo nechce čísla bych asi řekl. Přitom my dokonce už máme jednu značku, což je mladá švýcarská značka s premiovým dětským oblečením. Zase je to Namuk, psáno tak, jak slyšíte s K na konci. A pro to máme dokonce celý ten nábytkový koncept, ten nábytek, co je v tom obchodě, tak máme změřený, co se týče uhlíkový stopy. Teď nevím, jestli nemáte mezi tím další otázky, které tam máte napsané na papíru, abych neutekl.

V: Ne ne, klidně utíkejte. Tohle je moc zajímavý a do nějaké míry mi na hodně toho, co potřebuju vědět, odpovídáte.

R5: Jo, super. A tam třeba zase my jsme sami nevěděli, jak k tomu přistoupit. Shodou okolností jsme kontaktovali firmu, kde pracuje můj bývalý šéf, což je [REDACTED]. Ten dělá ve firmě Adastra, která se tímhle nově poměrně zaobírá. Mají na to jeden separátní department. On je specificky jako firma, která dodává digitální řešení, portály, interní systémy, ERP systémy a tak dále. Jsou partnerem Microsoftu a myslím si, že jako jediný v České republice dodávají Microsoft Sustainability Management System, což je vlastně ERP systém, který je vydesignovaný ve spolupráci s Evropskou Unií dneska už věřím, i když je to americký nástroj. V Americe nikomu nezajímá sustainability a ještě dneska na té vrcholový úrovni. Oni se si snaží inspirovat tady v Evropě, takže vyvinuli ten nástroj a ten už dneska v Evropě i v Americe, dá se koupit, není to levný. My jsme chvíli přemýšleli nad tím, že bychom si to koupili, protože to je fakt nástroj, který dokáže, to je místo, kde by se měly sbírat všechny informace, který ta firma je schopná skolektovat o tom, kolik spotřebují

jejich officy, lidi, dají se tam dělat cestování, jak lidi lítají po světě, jezdí autama, co se vyrábí, co se prostě nakupuje a tenhle systém by to měl být schopný dělat. Tak to možná je i zajímavý, možná je kontaktovat ještě Adastru jako takovou, jestli se vám někdo bude bavit, doufám, že jo, nicméně ty mají takovýhle tool.

No, ale abych se vrátil k tomu, co jsem chtěl říct. My jsme v nějaké fázi hledali někoho, kdo nám s tím pomůže, protože je to naprosto neuchopitelný a jelikož jsme dělali nějaké investice v Dánsku, jezdíme tam poměrně pravidelně i na nějaké výstavy a to, tak jsme se tam potkali s firmou Málbar, psáno M a s takovým kroužkem, já vám to když tak potom i pošlu, nebo když mi pošlete pak nějaký dotazy, tak já vám to napíšu.

V: Jasně, super.

R5: A to je dánská firma, která vytvořila nástroj, dneska teda běží to celý ještě na excelovský databázi, ale už se k tomu vyvíjí pěkný prostředník tý databázi. A je to nástroj, kde se dá opravdu zadávat, používám takovej a makovej materiál, zpracovávám ho ve Španělsku, pak to vozím do Německa, tam se to laminuje tímhle materiálem, kdy oni jsou schopní udělat audits i v těch fabrikách, zjistit, odkud oni berou surovej materiál. Takže díky tomuto nástroji jsme dneska byli schopní vytvořit velmi jednoduchý, to je zatím celý složitý, ale jsme schopní dát klientovi CO2 footprint na ty jednotlivý výrobky, který se může kupovat s tím, že to má nějaké své omezení. My jim tvrdíme, že to může být třeba na 80 % přesný, protože ty situace jsou pokaždý jiný, dopravuje se to jinak atd. Ale na to zboží, které by bylo v našich dveřích našeho skladu a jelo by to pryč, tak v tu chvíli jsme to schopní dát. A potom třeba na tu dopravu k tomu klientovi už to zase ty dopravci taky umí dodat. Jsou na tom líp ty velký dopravci, kurýrní, jako třeba DHL, to má dokonce i službu Green něco⁷, na webu byste to určitě našla. Tam se dá připlácet nějaký drobný a oni garantují, že offsetují nějak ten footprint tý dopravy, kterou my používáme. A ještě navíc jsou schopni nám zpětně reportovat, kolik CO2 jsme spotřebovali na těch dopravách s nimi.

A na nějaký náklad, když prostě tady máme plný návěs, nebo je to kontejnerem, někam to vezeme, tak tam už je to jednoduché dopočítat, to už jako není těžké. Ale ta naše snaha dostat se do té fáze, aby jsme věděli vůbec, kolik spotřebováváme, tak na to jsme si prostě museli najít partnera, ten nám s tím pomáhá. S tím, že spousta naší výroby je hodně customovaná, jsou to standardizovaný věci, pokaždý je to jiný. A tam třeba je poměrně už běžná praxe, že

⁷ poznámka výzkumníka: GoGreen Solutions

se vypočítá v rámci toho byznysu na x nějakých výrobcích, kolik CO2 odpovídá a hodnotě v eurech. A ta metrika, to je i metrika, kterou budeme používat my na 90 % výrobků, kde je to rychle obrátkový zboží, který se vyrobí, dodá a příště vypadá jinak, má jiný rozměr. Je to prostě nějaká jednoduchá tiskovina.

Takže od vaší otázky, jestli nám to něco říká, tak ano, setkáváme se s tím u klientů, vyžadují to do nějaké míry, protože se chtějí prezentovat jako sustainable firmy, i když se toho strašně bojí. Hrozně se bojí prezentovat potom, co třeba dokázali, to, že použili recyklované materiály a tak. Protože s tím mají samozřejmě špatné zkušenosti, někde něco řekli, pak jim někdo polil výlohu červenou barvou, protože řekl, vy lžete a šijou vám to někde děti z nějakého strašného sajrajtu. Takže jsou opatrní a potřebují strašné záruky toho, že to opravdu je sustainable. Když říkáme, že není to sustainable, je to case, na kterém chcete ukázat cestu, jste první. A to je možná další část toho našeho plánu. My dneska spolupracujeme s Matériem⁸, což je česká firma, možná jí znáte, sídlí v Praze, možná ještě někde. A ty mají obrovskou materiálovou knihovnu. Slouží to primárně pro architekty a návrháře, ale my jsme se s nimi potkali a dali jsme dokupy asi 10 materiálů, kromě jiných, které dneska jsou ze Španělska nebo z Holandska, které jsou zrecyklované, ale jsou už ve fázi, kdy na to existuje fabrika a dá se to kupovat v dostatečném množství. A to jsou materiály, které nabízíme klientům. Dokonce tady za mnou, tato skříňka, třeba celá je vyrobená kromě železných prvků a kování na ty dvířka taky z recyklovaných materiálů. Jako je recyklovaná kůže, jsou tam recyklované plasty, všechny deskové materiály jsou tam z recyklovaného papíru, ze zbytků z výroby kapesníků a toaletáku, které byly jinak už opravdu nemohly být použity. Velice pěkný španělský materiál, který se jmenuje Honext.

A vlastně jsme vytvořili databázi nějakých materiálů, které, když je ten klient chce, tak jsme schopni dodávat. Je totiž hrozný problém v tomhle celém sustainable byznysu, že je tu spousta krásných materiálů, a když přijde někdo a chce to použít, tak je to všechno jenom koncept. Ale už se tady objevují věci, které nejsou jenom koncepty. Opravdu se to dá používat i v relativně velkém měřítku. Teď třeba vyrábíme pro North Face kampaň, a za dva týdny to bude v krámech, kde část toho výrobku je ze zrecyklovaných plastů. Teď je to od firmy Polygood, kteří jsou Němci. Ale je na to pěkná česká firma, třeba Good Plastic⁹.

⁸ poznámka výzkumníka: materiO' Prague

⁹ poznámka výzkumníka: The Good Plastic Company

Myslím, že jsou tady v Čechách. Takže objevuje se to.

V: Super, úplně úžasný. Myslím, že jste mi odpověděl na spoustu věcí a udělal dobrý obrázek. Jenom bych se zeptala, abych se ujistila, že jestli jsem pochopila správně. Říkal jste teda, že se nějak připravujete a počítáte, že se vás ESG bude týkat ještě víc, než doposud se týká v příštím zhruba desetiletí. Je to tak, počítáte, že se vás bude týkat ten reporting jako takový, vykazování přímo toho všeho možného, udržitelného, co děláte v těch třech sférách E, S a G? Nebo jste to spíš myslel tak, že budete muset ještě implementovat víc věcí, než děláte teď, abyste skrz... abyste pro ty klienty vlastně mohli být potom dál jako relevantní a ideální partner.

R5: Jo, já úplně ten tlak necítím jako třeba z té Evropský unie, protože pochybuju o tom, že oni to dokážou pojmout prostě nějak systémově a že budou schopni říct, že jim někdo lže třeba. Myslím si, že bylo fér spíš, aby ty státy nebo tyhle úskupení potom poskytly vlastně ty nástroje na to, protože ty nástroje jsou jako extrémně drahý, no. Jenom ta jedna licence prostě na ten Microsoft, to je 40 tisíc euro ročně.

Já spíš si myslím, že ten tlak je jakoby ze strany těch klientů, no, že teďka to nechtěj, ale až to budou chtít, tak my musíme být připravený. Prostě my nemůžeme tam potom jako půl roku, rok, rok a půl blekotat, že už to budeme mít. My to i vnímáme jako naši konkurenční výhodu. Ve chvíli, kdy tohle jim dáme a oni interně už to tam někde mají, jako hele, kdyby náhodou se to dokázalo z těch klientů dostat, dodavatelů dostat, tak je to obrovská výhoda. A oni, když to potom najednou budou chtít v tendru, tak budeme mít, nebudeme tam fabulovat, blafovat, ukážeme jim nástroj. No a ty ostatní budou více nebo méně jako, nebudou konkurenceschopní. A my se nechceme do té situace dostat jako na té druhé straně, no.

A jo, v rámci všech sfér, no dneska už třeba my máme nástroj, jmenuje se to Payhawk. To je vlastně virtuální banka, která nám poskytuje karty a tak dále, ale oni třeba mají placenej nástroj, kdy jsou schopní nám dávat CO2 v rámci těch plateb zase. Oni jako podle toho, kolik eur se utratí a podle toho, co to je za typ byznysu, jestli je to kafe, jestli je to počítač nebo tak, jsou schopní nám to dávat. A myslím si, že i Alza to tam teďka začíná mít, protože my máme třeba všechnu elektroniku, většinu elektroniky pro netu od Alzy a myslím si, že i oni to začínají jako mít. Takže i tu sféru vlastně toho, že nám někdo něco dodá a tam prostě my to nějak používáme, my bychom měli mít pokrytou. Nebo pak to, co děláme my, to je to z

toho asi to nejjednodušší, nejtěžší je vlastně ta sféra toho, my jsme to někde dodali a teď, co se s tím stane. A tam vím, že to je možná to, co přijde nejdřív v EU a to je, že ty značky budou muset garantovat, co se vlastně stane s tím zbožím nebo s tím vybavením těch plateb potom a to je to, co vlastně my jim chceme dát. A proto my musíme vědět, z čeho to je a jak to třeba potom recyklovat a na tom se prostě pracuje. Aby lepidla třeba na laminaci materiálu na nějaký desky byly takový, aby se pod infračerveným zářením daly zase odlepit, aby se to dalo rozdělat, poslat prostě do těch různých míst a recyklovat. Je to extrémně komplexní téma, který ani my nemáme jako vymafaný úplně perfektně. A nikdy ani mít nebudeme.

V: Říkal jste teda, že necítíte tlak úplně z té Evropské unie. Zaregistroval jste i přesto tu poměrně novou legislativu, která právě rozšiřuje počet podniků, který budou mít ty povinnosti?

R5: To ne, určitě ne. V posledních měsících jsem to neřešil. On se o to navíc ještě stará trošku víc jako kolega. Ale nemyslím si, že bychom do toho ještě spadli.

V: Ne ne, to si myslím, že vůbec ne. Ale to rozšíření tu je a vedou se debaty o tom, jak moc je tohle něco, co má platit i pro menší firmy, které jsou oproti těm velkým gigantům v mnohém omezené.

R5: Ale jak říkám, já si myslím, že oni můžou dělat i nakonec bububu a cokoliv, ale oni opravdu nebudou mít šanci vůbec vědět, jestli je to skutečně tak nebo není. To je trochu blbý, že v rámci celého toho byznysu nás ta sustanaibilita baví, chceme to dělat správně, ale nakonec je to něco, co se často dělá jen kvůli penězům. Je to in, lidi se tak potřebují prezentovat ať říkají, co chtějí, tak prostě tímhlectím lidstvo nezachráníme. Pořád jsme konzumní svět. Takže já, je mi to líto, ale myslím si, že to v mnoha případech bude probíhat tak, že to prostě někdo dá dokupy tak, aby to vypadalo hezky a vlastně to vůbec nemůže odrážet realitu, protože v tomto kosmickém celém běhu to nemá žádný význam, nebo nevím, jak to říct.

V: Chápu, co říkáte.

R5: V mnoha odvětvích si to asi dovedu představit, naše odvětví tím, že často jsou to designové věci, tak ten prostor má, lidem se to líbí, ale prakticky to ne. Prakticky by bylo mít jedny boty 15 let a nechat si je opravovat, ale pak bychom museli žít úplně jinak. Lidstvo se nikdy neohne, takže musíme dělat nějakou úlitbu v Evropské unii.

V: Rozumím.

R5: Já se hrozně omlouvám, já mám další call teď v jednu, ale pokud by vám to nestačilo, tak já se s váma můžu spojit ještě po tom callu.

V: Jasně, v pohodě. Já myslím, že klidně stačit bude. Já už jsem se teď tak chtěla doptávat spíš ze zajímavosti, co jste zmínil a tak, ale myslím si, že ty podstatné body mám určitě odškrtnutý. A kdyby ne, tak bych se vám ještě kdyžtak ozvala. Takže klidně takhle.

R5: Tak doufám, že to k něčemu bylo.

Příloha č. 9: Přepis hloubkového rozhovoru s R6 (15. 4. 2024)

V: Tak spuštěno a už se jede. Tak moc děkuji ještě jednou, [REDAKCE]. Já mám teda nějaké otázky. Obvykle mi to zabere tak do 30 minutek úplně v pohodě. Mám něco připraveného, co chci zjistit, ale samozřejmě kdybys mluvila sama od sebe, tak klidně vždycky můžeš i povídat navíc, co k těm otázkám ti napadne, a rozmluvit se. Pro mě je to jenom lepší. Kdybys odběhla, tak tě zas stáhnu tam, kam potřebuju.

R6: Dobře, pokusím se. Uvidím, jestli k tomu tématu budu mít tolik, co říct.

V: I kdyby ne, tak i to je zjištění. Takže v pohodě. Možná na začátek bych se tě zeptala, jestli bys mohla nějak popsat teda Spektodu? Třeba tvoji pozici v ní, jak je to velká firma, co přesně děláte, nějak obecně, ať to tu mám pak černý na bílým.

R6: Jasně. Děláme vlastně systém řízení světla. Zjednodušeně systém řízení světla znamená, že ze světel, které jsou on off-ové, tak nějakým způsobem je automatizujeme, digitalizujeme. Říkáme, že z nich děláme světla pro 21. století. To znamená, propojujeme je se senzorama. Dáváme do nich takový kontrolery, takový mozečky, který dovolují ty světla stmívat. Stmívat je včas, ovládat je z mobilní aplikace nebo z dalších různých chytrých deviců a propojovat je mezi sebou. A pak je třeba propojovat i na další systémy řízení budov. A děláme to nějakým čtvrtým rokem.

S tím, že teď momentálně má ta firma takové tři subdivize, které se historicky vlastně vyvíjely, protože to, co se teď popisuje, tak je spíš té třetí divize. Ale náš systém, který vyvíjeme, tak využíváme i na eventy. To je jedna taková divize, druhá jsou nějaké scénická světla. To znamená, spojíme ten systém do světel, která jsou hezká a mají působit nějakým způsobem efektně. To znamená třeba bary, kluby, restaurace, fasády a tak. A třetí segment je vlastně průmysl, administrativní prostory, továrny, školy, školky, nemocnice, kde vlastně nejde o design, ale jde přesně o tu funkčnost těch světel a o tu úsporu. Vyvíjeme vlastně hardware svůj vlastní, zároveň integrujeme hardware třetích stran a do toho si vyvíjeme nějaký vlastní softwarový portfolio, který pak umožňuje ten hardware dál modifikovat a přizpůsobovat a zároveň nějaké uživatelské rozhraní. A pak kromě toho se dá samozřejmě i tu firmwareovou vrstvu, která zařizuje tu komunikaci těch hardwarových prvků mezi sebou. A to jsem zašla tak, že už je moc technický.

No a v týmu je nás nějakých šest lidí na fulltime a dohromady i s nějakými externisty, třeba

co máme na Slacku lidí, tak je nás třeba kolem 13 nebo 14, něco takovýho. Furt se to tak nějak přejevává podle toho, kdo má jaký kapacitu.

V: A ty jsi teda jedna ze dvou zakladatelů. Je to tak?

R6: Jo, přesně tak, to jsem zapoměla změnit.

V: Jo, super.

R6: Detail. Detail.

V: Maličký detail! Super, tak jo. Tak já už se přesunu k těm otázkám. V první řadě bych se tě velmi obecně chtěla zeptat, jestli víš, co znamená ESG? Když ti takhle řeknu ten pojem, co se ti klidně vybaví, kam si myslíš, že to směřuje.

R6: Jo. Hele, přiznám se, že jsem se na tu schůzku moc nepřipravovala, nebo na ten call záměrně, ať to není jako bias. Ale myslím se, že to je nějaký environment, social a governance. Tak zkratka. A teď nevím, jestli to vychází z nějaký úmluvy OSN nebo jako i Evropská unie do tohoto. Každopádně je to nějaký soubor nástrojů, jak to tady dýl přežít na té planetě, pokud to správně chápu. Jak dělat ty věci líp a v souladu s přírodou a inkluzivitou, diverzitou a tak dále. Každý ten z těch třech segmentů, si myslím, že je zaměřenej trošku na něco jiného.

V: Jo, vlastně to je přesně tak. To jsi popsala docela dobře. Jsou to vlastně tři pilíře oblastí, ve kterých se firmy můžou snažit být udržitelný. Ty oblasti jsou fakt ty, co jsi popsala, to jsi řekla správně písmenka. Takže jsou to dejme tomu nějaký pilíře, na který se firmy by se měly nebo mohly zaměřovat, pokud chtějí trochu víc vyhovovat nějakému udržitelnému podnikání. A jak jsi zmínila, je to pokrytý na úrovni Evropské unie a jsou tam další věci, ale k tomu se ještě dostaneme. Když takhle máš o tom docela dobrý přehled za mě, tak kde jsi se s tím pojmem setkala, jestli si vzpomeneš? Kde se o ESG třeba informuješ?

R6: Myslím si, že třeba minimálně v nějaký mojí bublině lidí nebo těch firem, o kterých se bavíme, tak to nějakým způsobem už rezonuje. Samozřejmě vím, že přesně, myslím si, že pro banky, pro ty už to všechno jakoby platí. A samozřejmě třeba jsme v nějaké části věci jakoby subdodavatelem nějakých bank. A to znamená, že ono nějakým způsobem by se to mělo částečně vázat i na ty subdodavatele, kteří pak tvoří ten celek. Což musím říct, že ještě se mi nestalo, že by na Spektodu měl někdo nějaký požadavky, co se týče ESGička, že

bychom něco museli reportovat nebo takhle. Samozřejmě je to věc, kterou si snažíme mít nějakým způsobem jako v hledáčku, protože celý tým, že je to téma, ale je to téma, o kterým zatím nikdo moc neví a začíná to až teď nějakým způsobem rezonovat.

A i to je důvod, proč jsem říkala, tak to bude super, když si zavoláme, pokud o tom ty víš víc. Protože další z věcí, který, to je ten jeden pohled, to, co se týká mě jako mojí firmy, že já bych musela nějaké výkazy dělat a takhle, to se přiznám, že zatím my moc neřešíme. A to protože za prvý jsme fakt malá firma. A myslím si, že pro ty malé firmy, jako já si upřímně moc nedokážu představit, jak to pak bude fungovat u těch malých firm, protože si myslím, že svých problémů máme dost. Jo, jako nevím, jak budeme onboardovat někoho, zaškolovat, dělat tyhle výkazy. Bude to další administrativa, jakoby za mě navíc docela složitá, ale uvidíme, jak postupem času se to vykrytalizuje, co vlastně budeme my malé firmy na konci dne povinni reportovat a nebudeme.

Ale spíš pro nás je to vlastně i zajímavé, co já bych chtěla uchopit, tak uchopit to i byznysově, protože vzhledem k tomu, že v tom našem třetím pilíři, kterým my se jako spektra věnujeme, tak vlastně vyvíjíme nějaký nástroj, který díky tomu, že ty firmy vlastně používají, tak tím pomáhají šetřit jak CO₂, tak spotřebu elektrický energie, což si myslím, že do toho nějakým způsobem spadá. Zároveň máme nějaké reportingové nástroje, které pak přes nějaké API se dají napojit na nějaké nadřazené systémy, které pak ten reporting můžou zpracovat. Tak proto mě to nějakým způsobem okrajově zajímá, ale spíš narážím na to, že nikdo moc nemá velké ucelené informace o tom a ani nemám nějaký přehled o těch produktech, které by na tom trhu byly, protože chápu, že to všechno vzniká. Takže vnímám kolem toho jako velký buzz, ale zároveň docela jako zmatek, že zatím moc jsem si nevytyčila žádné jasné kroky, co proto udělat nebo jak tomu jít naproti.

V: Jasně, to je určitě zajímavý slyšet. A zmiňovala si tedy, že vy jste subdodavatelé některých bank, které, jak jsi správně řekla, už z drtivé většiny tyhle nefinanční výkazy musí dělat povinně. Je ještě kromě toho bankovníctví nějaká třeba další oblast, kde se v tom svým oboru podnikání s větším uchopením ESG setkala? Ať už mezi klienty, tak klidně i třeba možná jako mezi konkurencí?

R6: Jo, hele konkurence, která už je dostatečně velká na to, aby měla nějaké komunikační oddělení a nějakým způsobem sofistikovaně řešila marketing, tak to samozřejmě jako komunikační téma taky rezonuje. Jo, to je asi tak stejné, že to rezonuje, že vlastně řízení

světla je v souladu prostě s SDG goals, nebo s takový těch, to je zase od, to nevím, jestli to je taky Evropská unie, nebo to je OSN zase pro změnu možná, takových těch 30 udržitelných cílů, který bychom měli dosáhnout do roku 2030 nebo něco takového.

V: Jojo, to je OSN.

R6: Jo. No, takže vnímám to tak, že jako mezi konkurencí je to asi tak nějak jako na podobný úrovni, že hele je to něco, nás se to zatím nějak extra moc netýká, ale pojďme být chytrí a pojďme to jako komunikovat, abychom vypadali jako dobře, aby jsme si budovali dobrý PR. Takže asi takhle. Ale musím říct, že já jsem třeba, my jsme vlastně se Spectodou v rámci nějakým takových, teď nevím, jak to pojmenovat, já tomu vždycky říkám klubík. Nicméně v rámci takových jako seskupení vlastně jako podnikatelů, jako malých, středních firem, hodně jako rodinný firmy tam jsou, kde se pořádají jednou za měsíc nějaké jakoby setkání, kde se nějakým způsobem jakoby diskutuje. A je třeba pravda, že na tohle téma jsme tam už třeba přesně měli jako by nějakou specialistku, která se přesně zaměřuje na to, že radí už firmám, jakým bychom byli udržitelnější a takhle. Takže tam to téma bylo a musím říct, takže tam se o tom jako bavíme. Musím říct, že třeba u těch větších firm, který už třeba mají nad těch sto dvěstě zaměstnanců, tak je cítit, že vědí, že jsou jako kdyby další na řadě. Tak a tam ten postoj k tomu je jako hlavně negativní, že jako je to zase prostě další integrace, další jako buzerace, další administrativa, co vykazovat a tak no.

V: To je určitě zajímavé pro mě takhle vědět. A říkala jsi, že vy v současnosti nic nevykazujete teda. To je vlastně ta věc, kterou já zkoumám, je přímo ten ESG report, protože, jak jsi zmínila, tak ta legislativa už teda nějaká je. Je to ale tak, že se neustále posouvaly data, kdy vejde v platnost, a taky konkrétní podmínky, jak a které by to mělo zasáhnout jako střední a menší společnosti. Ale už za nějakých určitých podmínek prostě to na stole je a právě, jak zmiňuješ nějaké ty maličko větší střední podniky, které ty podmínky splňovat budou, to zasáhne jako další. A dá se do jisté míry předpokládat, že takhle to třeba půjde i dál. A to mě vede k otázce, slyšela jsi někdy o tom, že vlastně to můžete v současnosti vykazovat i dobrovolně?

R6: Ne, popravdě ne. A vlastně, když takhle jsi jako začala tohle téma, tak já vlastně nevím, co všechno mám měřit. Já vím, že přesně v nějaký tý prezentaci někdy, kde se jsem to jako... Takže já zase zaprvý moc nevím, kde hledat ty informace. Co všechno tedy by se mělo mít a hlavně, jak to měřit. A jak to pak vykazovat. A komu to vlastně vykazovat. Je to takové,

že možná bych byla asi v jiné situaci, kdybych měla jasnější přehled, že bych se k tomu třeba víc přikláněla. Já nevím, třeba teď mě napadá, jak se na to dívají už banky. Jestli to nějakým způsobem hraje nějakou roli, když jde třeba žádat o úvěr, což my jsme teď v poslední době nemuseli ani nemáme v blízké budoucnosti asi tohle v plánu. Věřím, že možná je to nějaký téma už. Nevím, jen tak odhaduju na základě toho, jak to teče ten rozhovor.

V: S tím úvěrem se přiznám, že teď z patra nevím, jak to je. To se ti můžu pak mrknout. Nicméně chápu z toho, že v tuhle chvíli v tom spíš nemáš natolik ty jasné informace na to, abys ty nefinanční reporty dělala dobrovolně. Je to tak? Že by ses v tuhle chvíli by se spíš k tomu ani nepřikláníla tohleto dělat? Protože vlastně netušíš jak, když to tak řeknu.

R6: Jo. Úplně ale neříkám, že se k tomu nepřikláním. Třeba prostě je to easy a možná mi to uniká. A já věřím, že třeba komunikačně se to dá nějakým způsobem uchytit nebo zvýšit si tu kredibilitu třeba přesně pak u těch bank nebo u dalších těch potenciálních zákazníků. Ale musím říct, že momentálně to po nás vlastně nikdo nechce. Ani z těch našich zákazníků. Ani mě to vlastně, nikdy jsem na to nenarazila, že by mě to dalo stopku v nějakém třeba přesně jednání s bankou. Ale z toho důvodu, že žádné takové jednání neprobíhá ani jako by neprobíhalo v úplně druhé době. Takže jo, takže tak.

V: Asi můžu objektivně říct, že to easy určitě není, to je právě ono. Spoustu výzkumů o tomhle svědčí, že je to složitá praktika. Nicméně, zaujalo mě, co jsi řekla, tak bych se optala. Takže třeba od zákazníků jsi se nesetkala přímo s požadavky na ESG. Možná jsme to do určité míry nakously v tom, co už teď třeba děláte, třeba to CO2, ale setkala jsi se nějakýma jinýma požadavkama na co se v udržitelnosti jako takový?

R6: Hele, pokud budu svůj obor brát jako světlařinu, jako světla jako takový. Jo, protože asi bych to rozdělila na dvě části, kde když řešíme ty víc architektonické prvky, kde to je víc o tom designu. Nebo ty eventy, u těch eventů to vnímám hodně jako rychloobrátku. A my vlastně, je pravda, že se nám třeba stalo, že za náma přišla agentura a řekla, hele, my tam chceme vaše světla a nějaký světelný prvky, protože my vlastně chceme pro toho korporátního klienta postavit akci, která je udržitelná. To znamená, že chceme co nejmíň tisknout. To znamená, potřebujeme tam jiný dekorace než ty tisky, tím pádem si pronajmeme vaše světla, které tam budou sloužit jako ta dekorace. Což pro nás je jenom, že můžu si říct, OK, tak to je super, hraje nám to do karet, protože jasně, nejsou to jednorázové věci, je to prostě věc, která nějakým způsobem, jasně, není jednorázová, to asi chápeš z podstaty věci.

Takže takhle jsem se s tím potkala v těch eventech. V té architektonické designové části si troufám říct, že se na žádnou udržitelnost moc nehraje, že to se spíš řeší jako materiály různé a takhle, ty světla až tak ani ne, zvlášť když jde o ten design. A co se týče toho světlařského průmyslu, tak on je hodně konzervativní a pořád se vede takový spor, že třeba je jedna řada světlařů, který třeba i ty světla nechávají vlastně vyrábět tady v Česku, snaží se snížit tu uhlíkovou stopu, že vlastně ty materiály nejezdí po celém světě, ale samozřejmě narážejí na to, že ty náklady výrobní jsou trojnásobný.

A teď, je to hezký a hodnotově se setkávám přesně s takovými firmami, které mají tuhle filozofii, že prostě přesně říkají, ale my nejsme nejlevnější, blablabla. Ale na konci dne přesně narážejí na to, že třeba i ty velké zakázky, typu vyměnit světla na centrále celé banky, kde je třeba nevím, 15 000 světel, což je zakázka za desítky milionů. Tak stejně ty banky, i který se tváří, jak jsou hrozně ESG friendly a takhle, tak to objednájí od nějaký firmy, která ty světla stejně nechává vyrábět a dováží z Číny, protože na konci dne je to pořád ještě o ceně. Takže pořád si myslím, že ten marketing za tím, že my jsme hrozně udržitelní, tak jsou ty věci, které jsou vidět na povrch, ale když jdeš pod pokličku nebo na spodek toho ledovce, na čem vlastně ty firmy stejně stojí, což jsou takovéhle věci, typu spotřební zboží světla, tak stejně jdou ty lidi po ceně. Takže vnímám na tom trhu takovou zvláštní náladu, že se to trochu rozevírá do dvou směrů. Že jsou prostě lidi, kteří stejně na to vlastně nehleděj, ani si na to často nehrajou a prostě to sypou v Číně a prodávají to ve velkém. A pak jsou tam firmy, které jsou v tomhle z toho uvědomělejší a mají ty hodnoty trochu někde jinde, ale hrozně na tom trhu momentálně bojují, co se týče výrobních náhledů a toho. Protože ten koncový uživatel za to zatím ještě pořád za ty světla takový není ochotný platit. Na konci dne, vlastně i to je paradoxní, to už možná fakt moc zabíháme do detailů, když tak se mě zastav...

V: Dobrý, dobrý, klidně povídej. Tohle mě zrovna zajímá, jak to je ze strany zákazníků. I oni hrají v tomhle celém velkou roli.

R6: Světla jsou specifický v tom, že ten trh je obrovský. On to nikdo moc nevidí, protože o světlech se velice málo lidí baví. Když už někdo ví, tak třeba zná Hynka Medřického, který jede úplně brutální kampaně, co se týče světel, což je super. Ale paradoxní je, že my třeba trávíme 90% času v interiéru pod nějakým umělým světlem a to světlo vůbec není téma. To už i to, jaký máš pracovní stůl nebo jaký máš monitor, jaký máš cokoliv, se řeší víc než to, pod jakými sedíš světly. To znamená, že my jsme tak málo edukovaní a tak málo nám na těch světlech záleží, že stejně na konci dne ty lidi jdou někam do Hornbachu a koupíš tam

nějaké trashové světlo za 600,- Kč a to možná přeháním, které vyráběly nějaké čínské děti za úplně příšerných podmínek a nikdo to vlastně neřeší.

A ve všech, kterých ty přijdeš a řekneš, že mám světlo, který má skvělé vlastnosti, má 2 % odchylku od slunce, vyrábí se tady v Česku, je to prostě změřený, že to má celý nějaký vliv pro kognitivní výkony, že se ti pod tím prostě jako líp pracuje, líp se soustředíš, má to na tebe pozitivní vliv, ale stojí to prostě třeba jako 6x, 10x tolik, tak i firmy, který se celou dobu tváří jako, že jo, my jsme hrozně jako ESG compliant a všechny tyhle věci jsou pro nás hrozně důležité, tak vlastně ty firmy, který tenhle přístup mají jako pošlou většinou do háje. Zase je to takový ten na oko, vlastně OK, tak nám to dejte do téhle jedné zasedačky, my se tím budeme jako chlubit, ale ve všech dalších tisíci místnostech budou ty trashová světla za těch 600,- Kč, že je to takový celý vlastně jenom jako na oko. Tak to je takováhle podle mě situace v tom světlařském průmyslu.

V: To mi přijde hrozně zajímavé, protože to zní trošku i jako, že dejme tomu, i kdyby vy jste o tom měli hromadu informací, lidi, peníze na to všechno, tak že by to stejně jako tak nefungovalo, protože o to není ten nebo zájem za to ty peníze dát.

R6: Jako víš co. Je to možná přesně, jako marketingově to funguje tak, že když to máš, protože pro nás je to takový, že naše zákazníci jsou ty světlaři, protože ty nikdy neprodáš systém řízení jako končákovi do nějaký průmyslový haly, protože tam se vždycky prodají světla a to řízení je balíček k těm světům. To znamená, ty vlastně potřebuješ přesvědčit toho světlaře, kterýho zase přesvědčíš jako na konci dne jenom jako cenou. Tomu je úplně jedno, jestli to prostě jako eco-friendly nebo není. Pokud nenarazíš přesně na nějakého takovýhlehého jako osvětleného světlaře, pro kterého je třeba fajn, že jsi jako česká firma (když my se teďka bavíme o českém trhu a tak dál), ale to je spíš kvůli jako jejich pohodlnosti, že vědí, že pro ně budeš jako víc flexibilní, než to, že by tam byl nějaká jako nějaký zamyšlení nad nějakou ekologií a dalšíma věcmi.

Potom další jakoby stakeholder v té komunikaci pro tebe je vlastně ten koncový zákazník, což znamená dejme tomu majitel té továrny, který vlastně dělá pak to rozhodnutí, jestli ano nebo ne, pro kterého je třeba fajn, když se podívá na naše stránky, tak si řekne, to vlastně vypadá jako progresivně, dejme tomu přesně, když tam máš nějaký něco, že jsi prostě ESG compliant, tak to pro ně může být jeden jako z rozhodujících, nebo je to takový jako nice to have, ale na konci dne se stejně vlastně v tomhle stavu všichni rozhodují na základě jako

ceny.

V: Ty jsi zmínila nebo mluvili jsme tady o českém trhu. Tak jenom to ve mně vyvolalo, pro zajímavost chci jenom si ověřit, vy působíte i mimo český trh, nebo jenom na českém?

R6: Hele primárně fakt z 99 % jako Česko. Máme pár zakázek, prostě třeba v Dubaji třeba dvě, tři, teďka tři. A nějaký věci jsme dělali na Slovensku, jednu myslím třeba ve Francii, a to je jako všechno, fakt jenom jako velice okrajové, velice specifické věci, což je toho jako tak fakt 99 % vlastně Česko.

V: Takže asi je to příliš malý průnik na ten trh na to, abys třeba dokázala říct, jestli v té Dubaji, Slovensko předpokládám, že asi podobný přístup, ale jestli třeba v té Dubaji se k tomu nestaví nějak jinak, vid'?

R6: My vlastně do Dubaji jsme dělali jakoby řízení do designovejch lustrů, do fakt drahých vlastně lustrů a tam si myslím, taky zase pro nás se ten zákazník nebo ten koncový uživatel nebyl náš zákazník, takže nevím do jaké míry třeba pro ně hrálo roli ten výběr, kdo jim ten lustr doručí. Nicméně co se týče řízení, tak třeba my jsme měli jako jeden projekt třeba 2-3 roky zpátky, myslím, kde my jsme jako nahrazovali nějaký úplně příšerný čínsko-polský jako řešení, který do toho Dubaje mělo vlastně vodit jako za nás. Takže si myslím, že na tohleto se vlastně asi moc nehledí. Minimálně co se týče, ale zase říkám, my jsme ten balast uvnitř, takže je dost možný, že to je něco, co tím spíš neřešíš, jako ten koncový zákazník.

V: Jasný, jasný.

R6: Myslím si, že nemám relevantní data k tomuto.

V: Jo, jo, jenom mě to tak napadlo, jestli náhodou z tama nemáš nějakou zkušenost. No tak už mám pár jenom posledních otázek. Možná se zeptám, nakousla jsi to, že teda z těch vašich setkání jsi navnímal pocit o tom, že ty maličko větší firmy už jsou asi další na řadě legislativně. Ale zaznamenala jsi přímo to, že je ve schvalování legislativa, která vlastně plánuje rozšířit to spektrum těch firem, pro které vlastně bude to ESG vykazování povinné?

V: Vůbec nezaregistrovala. Takhle jsem to přímo asi nezaregistrovala.

R6: OK. V pohodě. Tak já ti to možná jenom v rychlosti shrnu, at' se k tomu pak můžeme třeba pobavit dál. Vlastně je to tak, že je to už schválená směrnice, která podle velikosti firmy povinné vykazování ESG má dát v povinnost i menším firmám, který mají ale stále ve

stovkách zaměstnanců a jako obrovský obrat. Ale je to tu. Stejně tak je teď ale také ve schvalování směrnice, která zas upravuje tohle, a dělá ty podmínky pořád trochu rozvázanější, že jde třeba do tisíců zaměstnanců a tak. A to je protože na to vlastně byla špatná odezva a několik členských států se proti tomu ohradilo, že je to až příliš v požadavku, a pojme to najednou velmi brzo příliš firem, které na to nejsou ready. To znamená, přestože se spousta věcí změnilo, podle té jedné směrnice by tu ta povinnost byla pro některý kótovaný menší, střední firmy byla už za fiskální rok 2026. No právě proto se začínalo už bavit o tom třeba i dobrovolném reportingu, kdy to ty firmy mohou přijmout za své předtím, než se jich do dotkne legislativně nebo skrz subdodavatelské řetězce, jak už jsme se na začátku bavily. A to dobrovolné reportování je něco, co právě takhle zajímalo mě. Bavily jsme se o tom, že nemáš dost informací asi na to, abyste ho realisticky dělali, ale jak vnímáš tuhle legislativu a povinnost jako takovou?

R6: Jo, jako určitě, tak je to takový, že prostě, víš co, znám to z té roviny přesně toho člověka, který prostě s nějakým způsobem tu firmu buduje a je tolik byrokratických administrativních překážek, který ty musíš vlastně dodržovat. Ty informace o tom nejsou ucelené, to znamená, že z celou přímě správního hlediska, ty nikdy nemůžeš být úplně čistý ve všem, jo? A je to podle mě jako jakýkoliv další takové to nařízení, který nějakým způsobem byť je myšlený dobře, já věřím, že je to myšlený dobře, tak je to prostě bič. A na konci dne je to bič na ty malé a střední podniky, protože v těch velkých korporátech, ok, tak si na to uděláš oddělení, jo? Jako banky, jako ČEZ, všechny tyhle obrovské firmy s miliardovými zisky, no tak co? Tak si najmeš prostě oddělení lidí, kteří ti to budou řešit, máš to jako oškrtnutý a jsi v pohodě. Ale jakoby pro mě, jako pro malej tým lidí, kde bylo, že mě se jako lidi zaměřují fakt na ten produkt a na ten jako prodej a na to budování té hodnoty, který ta firma má jako budovat za mě, tak je to prostě... Je to jako práce navíc a zase je to jako, stojí to peníze, stojí to jako čas, teď ty informace k tomu jako vlastně za mě nejsou nebo nejsou dobře komunikované. Já vlastně ani nevím, kdo by tohle třeba měl komunikovat, jako kdo tohle má jako v gesci za Českou republiku, kdo tohle musí komunikovat, že jak to má třeba vůbec i vypadat, jestli je to jako Ministerstvo průmyslu a obchodu, nebo nevím vlastně, za koho to spadá.

V: No, tohle asi můžu říct. Že na akademické půdě například je v mnoha publikacích ohledně tohoto častá skepse. Vlastně v tom, že jak se ptáš, kdo určuje, jak to vypadá, tak prakticky nikdo. Ten report, jasně ty pilíře mu dávají nějaký rámec, ale nemá jednu jednotnou podobu, jak měl to vypadat. V několika studiích se zkoumalo třeba to, jak vlastně se ty jednotlivý

věci budou bodovat, jestli teda teď to řeknu laicky, nemám to otevřené před sebou. Nicméně jestli je lepší, že firma vysadila stromy, nebo že používá prostě recyklovatelné materiály k výrobě, nebo že tolik netopí, chápeme se. Řeší se vlastně, jaká aktivita má dostat vůbec jaký bod a jak to vůbec porovnávat, to prostě v tuhle chvíli plošně jednotný bohužel není. Jsou k tomu samozřejmě nějaké jako guidelines, dejme tomu, a třeba konzultační firmy se k tomu snaží poskytovat pomocný materiály. Takže to jede tak nějak ta každá firma za sebe tak trochu, co uváží.

R6: Jo, tak to je přesně jako ty lidi to budou fejkovat samozřejmě ty věci, že budou hledat cesty, jak to jako, jak s tím mít co nejvíc práce a získat co nejvíc bodíků, jako podle mě lidi jsou v tomhle stavu furt stejný, takže jo. Hele, mě to třeba fakt upřímně říct, mě to zajímá, jakoby nejenom z toho, jasný, kdyby se mě to dotýkalo jenom jako ta buzerace, když to tak řeknu jako otevřeně, tak jako jsem taková, že mě to určitě zajímá a zajímalo by v tu chvíli ještě víc asi. Ale tím, že ten, jako náš produkt nějakým způsobem cítím, že do toho jako spadá, že je to jako jeden z nástrojů, který když máš, tak si můžeš jako odškrtnout nějaký věci, jako k dobru, tak mě to zajímá samozřejmě i z toho jako byznysovýho jako potenciálu, jak toho využít, aby nám to jako nahrálo jako obchodně.

Jo, ale říkám, jakoby já bych vlastně strašně ráda... No, my musíme určitě počkat, až to povědomí bude jakoby širší, protože teď, když řekneš lidem, jo, prostě nechte si ty světla odřídít, budete prostě víc jako ESG friendly, tak ti řeknou, hm, že to vlastně neřeší a není to pro ně téma. Téma pro mě jsou jako peníze. Což si myslím nebo věřím, že třeba za dva, za tři roky už to bude jakoby trošku jinak, možná. Doufám, nevíme. Zároveň ale já s nimi vlastně tuto konverzaci ani jako moc vést nemůžu, protože sama moc nevím, jako co oni jsou povinni reportovat, jak ten report vypadá, komu se reportuje. Jenom tak jako mezi námi, komu se ten report jako dává?

V: No. Počkej, teď jsi mě zaskočila, protože si nejsem jistá, jak moc to reálně je třeba na té úrovni Unie kontrolovaný. No. Ale je to tak, že zodpovědná je firma za to, a dává ten report třeba k výroční zprávě, na web... Vykazuje to stakeholderům prostě, zaměstnancům třeba i a veřejnosti.

R6: Hm. No, jakoby, no. No, to je přesně prostě ono, no. Takže říkám, jako mě to vlastně to téma jakoby zajímá, ne zase úplně tak, že bych jako od rána do večera nedělala nic jenom, než řešila jako ESG a nebo byla v tom nějak jako extrémně jako proaktivní, ale snažím se

aspoň nějakým způsobem chápeš, jako be in touch.

Jsi na to ready. Jak z toho jako jednoho pocitu, že se to bude týkat svojí firmy, tak vlastně víc nějak patrnosti, že se týká dalších firm až ten tvůj produkt nějakým způsobem do toho jakoby principiálně zapadá. Ale prostě, jo, protože přesně, my třeba máme jako analytický nástroj, který vlastně ti měří, když máš nasazený to řízení v těch světlech. Třeba v těch kancelářích, tak ti to vlastně vypočítává tvoji to, kolik svítíš, kolik prosvítíš energie a rovnou ti to porovnává s tím stavem, který jsi tam měl předtím. Vypočítává ti to tu úsporu na kilowatty a tím pádem si to přepočítá na peníze. No a kdybychom věděli, z jakého zdroje oni odebírají tu energii, tak jim dokážeme rovnou vypočítávat i tu jejich úsporu CO2, kterou pak, předpokládám, můžou nějakým způsobem reportovat. Ale, jakoby říkám, za prvním, zatím to pro moc těch firem, i když ten nástroj máme, zatím akutní téma. Je to takový, že je to nice to have a možná se za rok potkáme a něco s tím uděláme, ale teď to není třeba. Takhle to vnímají si myslím. Zároveň prostě oni sami nevědí. A já taky nevím, takže o tom nemůžu edukovat. Takže každopádně, pokud máš nějaké typy na nějaké neziskovky, nebo na nějaké cokoliv, tak budu mega ráda, když mi naposíláš něco, ať si můžu to vzdělat.

V: Určitě, teďka z hlavy si vzpomenu za Změnu k lepšímu třeba. Oni vedou celý vlastně edukativní program pro firmy, buď jako jsi ty, že by jen chtěly vědět víc a dozvědět se, proč byznysově je to něco fajn pro ně nebo i firmy, kterých se ta legislativa má dotknout a neví si rady. Jmenuje se to ESG Academy, což jak to chápu, je takovej rychlokurz, nějaký lekce, setkání, právě spíš jako pro menší, střední podniky. Máš z toho pak i certifikát a měla bys z toho mít prostě víc znalostí, od těch lektorů a organizací, který to vedou. Určitě vím o víc podobných společnostech, jen teď si nevzpomenu, ale poslala bych ti určitě.

Vlastně i pro mě je to takový docela velký learning téma, protože třeba co se... Já jsem na strategický komunikaci, takže tohle jde trochu i v té teorii maličko i mimo mě. Nebo teda to není úplně ryze můj obor. No ale přišlo mi to aktuální a zajímavé to zkusit zpracovat. Je to trochu challenge ale no. Třeba popisovat už jenom tu legislativu, co zatím je docela oříšek, že se s tím taky probrhávám už pár měsíců. A vlastně furt nacházím nový a nové věci, taková nekonečná smyčka.

R6: Chápu, chápu. No tak držím palce.

V: Děkuji moc. Tak jo, [REDACTED], za mě to bylo asi všechno, si myslím. Takže paráda takhle.

Už tě nebudu zdržovat. Já to teda vypnu.