



# Nové možnosti rozvoje vzdělávání na Technické univerzitě v Liberci

Specifický cíl A2: Rozvoj v oblasti distanční výuky, online výuky a blended learning

NPO\_TUL\_MSMT-16598/2022



## Inovativní marketing a řízení prodeje

Ing. Roman Knížek, Ph.D., MBA





# Inovativní marketing

# Udržitelnost

Roman Knížek

Roman Knížek @tul.cz

# Udržitelnost - pojem

Udržitelnost nebo-li také odpovědnost vůči životnímu prostředí je velmi diskutována. Jedná se o dobrovolnou integraci sociálních aspektů a životního prostředí, tak aby se z toho staly každodenní aktivity firmy. To znamená dělat firemní aktivity odpovědně, tak aby bylo vše v harmonii k životnímu prostředí, ale také k zákazníkům, zaměstnancům a dalším zainteresovaným stranám.

# Chápání udržitelnosti

Udržitelnost v širším kontextu nelze chápat pouze chování firmy a jejich zaměstnanců k životnímu prostředí, často používaný termín uhlíková stopa, ale jsou zde další témata jako:

- Inovace
- Komunikace
- lidské zdroje
- sociální přístup

# Chápání udržitelnosti II

Sociální přístup lze chápat jako například rovný přístup vůči všem bez ohledu na pohlaví, věku atd. Také udržitelnost lze chápat jako nevyhazování nespotřebovaného jídla z restaurací a fastfoodů, které se dá darovat potřebným, to ale ovšem naráží na hygienické předpisy. V širším kontextu je také nutné koukat na udržitelnost jako na investici do budoucna, nikoliv jako na nákladovou položku. Nutné je, aby firma byla schopna dlouhodobě fungovat a generovat zisky, ale vše zodpovědně co nejmenším dopadem na životní prostředí.

# Procesy k vytvoření udržitelnosti ve firmě

Nejprve je potřebná vnitřní analýza v každé firmě a detailněji se podívat na své aktivity a činnosti, které mají dopad na životní prostředí, zákazníky, zaměstnance atd. Díky tomuto kroku je možné zjistit zda dochází k poškozování životního prostředí, ale také do jaké míry. Zjistili firma, organizace atd., že její činnost má negativní dopady na životní prostředí, měla by se pokusit snížit negativní dopad na tolik, aby postupem času přestal existovat. Samozřejmě mohou být činnosti, kde aktuálně např. i díky technologiím není možné snížit např. CO<sub>2</sub>, ale může nalézt jiné aktivity v rámci firmy, které mohou mít dopad např. na společenskou udržitelnost.

# Udržitelný život

Pozornost byla věnována udržitelnosti z pohledu firmy/organizace, ale pokud chce být firma úspěšná v udržitelnosti je důležité, aby se tím řídili i samotní zaměstnanci. Co si lze představit pod pojmem udržitelný život z pohledu jedince?

- Kvalitní životní styl v podobě konzumace čerstvých a kvalitních potravin
- Cestování, tedy, že místo automobilu použijeme např. městskou hromadnou dopravu, vlak atd. nebo ještě lépe pokud je to možné, použijeme kolo či dojdeme do práce pěšky. Ale také se více budeme ve své volném času věnovat např., sportovním aktivitám
- Snížíme množství odpadu, tím, že např. bude více dbát na kvalitu nad kvantitou a omezíme konzumní způsob života
- Vyměníme elektrospotřebiče a žárovky za úspornější, ale i velikost domů a bytů hrají svoji roli v udržitelnosti.
- Práce ve firmě, která dbá o životní prostředí, o udržitelnost např. využívají zcela nové technologie atd.
- a mnoho dalších aspektů, jako jsou čisticí prostředky, jednorázové pomůcky atd.

# Přechod firmy na udržitelnost životního prostředí

Jedná se zejména o:

- emise skleníkových plynů
- energetická náročnost
- informační činnost oblasti se zvýšeným rizikem dopadů na klima atd.
- jasné podklady o udržitelnosti a plánech k udržitelnosti
- sociální hledisko
- atd.

Pro malé a střední firmy je nezbytné, aby se tímto problémem zabývaly a byly v těchto standardech zahrnuty (zatím se týkají velkých firem). Protože se dá předpokládat, že velké firmy budou požadovat klimatickou neutralitu i u svých dodavatelích, kterými jsou právě malé a střední firmy .



# Udržitelnost životního prostředí na KHT

- tříděný odpad
- snížení energií
- aktivní zapojení členů KHT do udržitelnosti prostředí (den bez aut, schody atd.)
- změna prostředí katedry



# Firemní kultura

Každá firma/podnik má firemní kulturu - dobrou nebo špatnou, ale má!

Existuje velké množství definic na téma firemní kultura, ale obecně se většina definic shodují na tom, že firemní kulturu lze definovat jako způsob vykonávání práce, pracovní prostředí a týmové spolupráce včetně komunikace managementu s podřízenými a naopak.

# Korporátní image

Korporátní image představuje souhrnnou představu vnějšího prostředí (veřejnosti) o určité společnosti, firmě, značce atd., která vznikla na základě svého chování. Pod pojmem chování zde rozumíme představy, postoje, názory, informace a zkušenosti. Korporátní image může být vnímána jak pozitivně, tak i negativně. Nutné je si také uvědomit, že corporate image není záležitostí jedné osoby, většinou jednatele, manažera firmy atd., ale je to záležitost celé společnosti, značky, firmy atd.

# Korporátní image II

Image lze chápat jako produkt komunikace mezi společností a vnějším okolím. Image je sdělitelná, měnitelná a analyzovatelná. Snaží se ovlivňovat chování a názory. Image můžeme rozlišovat na základě určitých znaků, ale nejdůležitější z pohledu vnějšího prostředí je rozlišení pozitivní a negativní.

# Tým

Týmem lze označit pracovní skupinu, která je flexibilní a má především svého vedoucího (team leader), který je zvolen na základě rozhodnutí členů týmu. Hlavním prvkem týmu je společenská odpovědnost za výsledky týmu, přijímají kolektivní normy a cíle, vnímají společnou identitu, uvědomují si jeden druhého. Tým, který je z anglického slova team lze rozdělit na: **Together, Everybody, Achieves, More**, to se může volně přeložit jako společně dosáhneme více. Je to stejné jako ve sportu, kdy v týmu má každý hráč předem určitou pozici a má svoji odpovědnost vůči spoluhráčům. Jestliže nejlepší hráč špatně přihrává a nekooperuje se svými spoluhráči, bývá nahrazen hráčem, který se na danou pozici hodí více.

# Budování týmu

V původním významu se teambuilding se zabýval především budováním týmu. Soustředil se na efektivní práci a komunikaci, rozvoj spolupráce, zvládání obtížných situací s cílem zvýšit efektivitu týmu. V dnešní době je pojem teambuilding velmi populární a může si ho představovat cokoli od narozeninové oslavy, vánočního večírku až po sportovní aktivity. Právě nejpoblárnější nástroje pro týmovou spolupráci jsou v současné době workshopy a již zmíněné teambuildingy