Masarykova univerzita
Ekonomicko-správní fakulta

Studijní obor: Podniková ekonomika a management

K PROBLÉMU BIOFILNÍHO PODNIKÁNÍ V TERCIÁRNÍM SEKTORU

Problem of biofil business in tertiary sector

Diplomová práce

Vedoucí diplomové práce:
prof. PhDr. Ing. Josef Šmajs, CSc.

Autor:
Robert HRUŠKA

Brno, 2014

Masarykova univerzita
Ekonomicko-správní fakulta

Katedra podnikového hospodářství

Akademický rok 2012/2013

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Pro:	**HRUŠKA Robert**
Obor:	**Podniková ekonomika a management**
Název tématu:	**K PROBLÉMU BIOFILNÍHO PODNIKÁNÍ V TERCIÁRNÍM SEKTORU**
	Problem of biofil business in tertiary sector

Zásady pro vypracování:

Cíl práce:
Zpracování návrhu environmentálního programu podnikání v technologii a obchodování firmy HUDYsport, a.s.
Postup práce a použité metody:
Při konkretizaci problému biofilního podnikání se diplomant zaměří na sportovní firmu HUDYsport, a.s., která sice bere v úvahu ekologický aspekt podnikání, avšak z velké části jen jako komerční trik. Bude proto nezbytné této firmě nabídnout vhodný způsob aplikace environmentálních technologií a hodnot.

Rozsah grafických prací: dle pokynů vedoucího práce

Rozsah práce bez příloh: 60 – 80 stran

Seznam odborné literatury:

- KACETL, Jaroslav. *Obchodní a podnikatelská etika*. 1. vyd. Hradec Králové: Gaudeamus, 2011. 98 s. ISBN 9788074350955.
- LATOUCHE, Serge. *Malé pojednání o poklidném nerůstu*. Translated by Petr Fischer. 1. vyd. Beroun: 2012. 108 s. ISBN 9788090433571.
- SCHUMACHER, E. F. *Malé je milé :aneb ekonomie, která by počítala i s člověkem*. 1. vyd. Brno: Doplněk, 2000. 284 s. ISBN 80-7239-035-X.
- ŠMAJS, Josef, Bohuslav BINKA a Ivo ROLNÝ. *Etika, ekonomika, příroda*. Praha: Grada Publishing, 2012. 192 s. neuveden. ISBN 978-80-247-4293-9.
- ŠMAJS, Josef, Bohuslav BINKA, Marie PUTNOVÁ a Pavel SEKNIČKA. *Podnikatelská a environmentální etika*. Brno: Masarykova univerzita, 2008. 184 s. Pořadové číslo 4642/ESF-6/08-17/99. ISBN 978-80-210-4561-4.
- ŠMAJS, Josef. *Filosofie - obrat k Zemi*. Praha: Nakladatelství Academia, 2008. 440 s. 10460. ISBN 978-80-200-1639-3.

Vedoucí diplomové práce: **prof. PhDr. Ing. Josef Šmajs, CSc.**

Datum zadání diplomové práce: **5. 3. 2013**

Termín odevzdání diplomové práce a vložení do IS je uveden v platném harmonogramu akademického roku.

…… ……

vedoucí katedry děkan

V Brně dne 5. 3. 2013

Jméno a příjmení autora:	Robert Hruška
Název diplomové práce:	K problému biofilního podnikání v terciárním sektoru
Název práce v angličtině:	Problem of biofil business in tertiary sector
Katedra:	Podnikové hospodářství
Vedoucí diplomové práce:	prof. PhDr. Ing. Josef Šmajs, CSc.
Rok obhajoby:	2014

Anotace

Diplomová práce „K problému biofilního podnikání v terciárním sektoru „ se zabývá problematikou vlivu člověka, zejména obchodních subjektů na přírodní prostředí. Teoretická část je věnována vymezení problému, a to na základě relevantní literatury. Důraz je kladen na definování dnešní ekologické krize a jejích účastníků, na etiku a morálku a na evoluční ontologii, která má potenciál stát se základem nové biofilní morálky. Praktická část je zaměřena na dotazníkové šetření v rámci vybraného podniku, který podniká v terciární sféře. Cílovou skupinou pro dotazníkové šetření jsou zákazníci podniku, protože ti zpravidla rozhodují o úspěchu prováděných změn ve firmách.

Annotation

The thesis „Problem of biofil business in tertiary sector“ deals with the issue of .the human impact, especially of the business entities on the environment. The teoretical part is focused on the problem definition, based on relevant literature. Emphasis is placed on defining today´s ecological crisis and its participants, ethics and morality and evolutionary ontology that has the potential to become the basis for a new biophile morality. The practical part is focused on the questionnaire within the selected company, wich operates in the tertiary sector. The target group for the survey are customers of the enterprise, because they generally determine the succes of the amendments in companies.

Klíčová slova

Morálka, podnikatelská etika, evoluční ontologie, příroda, kultura, člověk, terciární sektor

Keywords

Morality, business ethics, evolutionary ontology, nature, culture, human, tertiary sector

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci *K problému biofilního podnikání v terciární sféře* vypracoval samostatně pod vedením prof. PhDr. Ing. Josefa Šmajse, CSc. a uvedl v ní všechny použité literární a jiné odborné zdroje v souladu s právními předpisy, vnitřními předpisy Masarykovy univerzity a vnitřními akty řízení Masarykovy univerzity a Ekonomicko-správní fakulty MU.

V Brně dne 14. května 2014

vlastnoruční podpis autora

Poděkování

Na tomto místě bych rád poděkoval prof. PhDr. Ing. Josefu Šmajsovi, CSc. za cenné připomínky a odborné rady, kterými přispěl k vypracování této diplomové práce. Dále děkuji firmě HUDY Jihlava za poskytnuté informace a spolupráci.

OBSAH

ÚVOD 9

1 PROBLEMATIKA PODNIKATELSKÉ ETIKY 10

1.1 Báze etiky a podnikatelská etika 12

1.2 Problém usměrňování etiky 16

2 EVOLUČNÍ ONTOLOGIE A BIOFILNÍ TRANSFORMACE 19

2.1 Substance versus evoluce 19

2.2 Evolučně ontologický přístup 20

2.3 Opozice přírody a kultury 21

3 ONTOLOGIE PŘÍRODY 23

3.1 Příroda jako proces evoluce 24

3.2 Význam planety Země a průběh evoluce 24

3.3 Informační hodnota přírody a role člověka v ní 27

4 ONTOLOGIE KULTURY 30

4.1 Kulturní evoluce 30

4.2 Způsob vytváření kultury 32

4.2.1 Nepřímý způsob 33

4.2.2 Přímý způsob (informačně předepsaný) 34

4.3 Problémy protipřírodního zaměření kultury 36

5 EKOLOGICKÉ PROBLÉMY A EKONOMIE 38

5.1 ekonomické teorie 38

5.2 Problematika očima dnešních ekonomů 44

5.2.1 Neobnovitelné zdroje 44

5.2.2 Ubývání přirozeného bytí 47

5.2.3 Expanze abiotické techniky 48

6 EKOLOGICKÉ PROBLÉMY A ROLE TERCIÁRNÍHO SEKTORU 51

7 ÚVOD DO VÝZKUMNÉ ČÁSTI 55

7.1 Představení firmy HUDYsport, a.s. 55

7.1.1 Vztah HUDYsportu k přírodě 57
7.2 Cíl práce 58
7.3 Specifikace výzkumného problému 58
7.4 Použitý metodologický přístup 58
8 CHARAKTERISTIKA VÝZKUMNÉHO VZORKU 60
8.1 Metoda sběru dat 61
8.2 Interpretace výzkumných dat 62
8.3 Statistické postupy pro analýzu výzkumných dat 62
8.4 Testování hypotézy č. 1 63
8.4.1 Statistické testování hypotézy č. 1 66
8.5 Testování hypotézy č. 2 69
8.5.1 Statistické testování hypotézy č. 2 71
8.6 Testování hypotézy č. 3 74
8.7 Testování hypotézy č. 4 75
8.7.1 Statistické testování hypotézy č. 4 76
8.8 Environmentální program u konkurence HUDYsportu 80
8.9 Doporučení pro praxi 81
8.9.1 Omezené využívání zdrojů 82
8.9.2 Minimalizace množství netříděných odpadů 84
8.9.3 Eco labeling 84
8.9.4 Školení zaměstnanců 84
8.9.5 Oznámení zákazníkům 85
9 ZÁVĚR 86
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ 91
SEZNAM GRAFŮ 94
SEZNAM TABULEK 94
SEZNAM OBRÁZKŮ 94
SEZNAM PŘÍLOH 95

ÚVOD

Pro někoho je místem, kde rád tráví volný čas. Pro jiného je pouze volnou plochou pro jeho podnikatelský záměr. Pro dalšího je neznámem či pouhým vnějším prostředím. Každý člověk má na přírodu svůj vlastní pohled, který může být založený na racionální úvaze či pouhém pocitu. V obou případech však bývá lidmi často přehlížena jedna důležitá vlastnost přírody.

Pozemská příroda je jediný systém, který umožnil člověku fylogenetický rozvoj až do dnešní podoby, a který mu nadále umožňuje zdravou reprodukci. S člověkem, jako onticky aktivním biologickým druhem, vyvstal přírodě vážný konkurent. Tím je myšlena kultura, pomocí které se člověk na přírodní podmínky adaptuje. Avšak vzhledem k omezenému prostředí v rámci naší planety Země přírůstek kultury nutně znamená úbytek přírody. Mnoho lidí, jejichž pohled na přirozené prostředí bývá zprostředkován kulturou, zapomíná na zásadní fakt. Na to, že kultura se na úkor přírody nemůže rozvíjet donekonečna.

Až by expanze kultury překročila únosnou mez, stal by se tento umělý systém neperspektivním, protože by byly ohroženy podmínky reprodukce člověka, který je jediným tvůrcem kultury. Můžeme si tak dovolit vykořisťovat přírodu záborem stále nových území či výrobou nekonečného počtu umělých produktů, které člověka nijak nezlepšují, a jejichž velkou část není příroda schopna zpětně přijmout a strávit v přijatelně dlouhé době?

Základem ohleduplného chování nemůže být jakési přesvědčení či víra. Může jím být pouze racionalita, která se opírá o skutečné poznání našeho reálného světa. Poučený člověk nemůže tvrdit, že příroda je mravně neutrální stejně jako zisk. Dopad lidské činnosti na přírodu musí být rovněž předmětem etických úvah. V konkrétním případě lidského jednání lze vždy identifikovat, co je pro přírodu správné nebo špatné. Tuto otázku by si měla pokládat každá osoba, ale také každý obchodní subjekt. Jsou to totiž firmy, kdo hraje vůdčí roli v dnešní expanzi kultury na úkor přírody.

Výstupem těchto firem nemusí být nutně hmotný statek. Podniky, které nabízejí služby, mají rovněž nemalý vliv na přírodní prostředí. Tento vliv však bývá vzhledem k nehmotnému charakteru služeb přehlížen. Služby se ale často vážou na produkt a při jejich poskytování zpravidla dochází ke spotřebě hmotných statků. Proto jsem se rozhodl zaměřit svoji pozornost na problém biofilní transformace v terciárním sektoru.

1 PROBLEMATIKA PODNIKATELSKÉ ETIKY

Otázku, co je dobré a co zlé, si lidé pokládají nepřetržitě již po staletí. Aby byli s to rozlišit tyto dva protikladné pojmy, jejichž obsahy se i přes jasnou opozici mohou v určitých vzájemných bodech prolínat, opírají se o morálku jako o sociokulturní regulativ. Ta v minulosti vznikala samovolně a přetvářela se v hodnoty, normy a pravidla mravného života. Morálka bývá od doby vzniku filosofického myšlení (za doby Sokrata[1]) určitým způsobem zkoumána, zdůvodňována a obhajována pomocí etiky.[2]

„Vztah etiky a morálky je proto ve smyslu teorie a praxe. Tato filosofická disciplína tak opouští empirickou rovinu, přičemž se nesoustředí na fakt, jak se lidé chovají, ale na to, jak se chovat mají.“[3]

Etické problémy však nejsou soustavně řešeny pouze v rámci historické činnosti lidstva, ale denodenně se s nimi setkává každé lidské individuum během celého období svého života. Tyto etické otázky se již od počátku týkají především interakcí jednotlivců, přičemž jejich „správné“ rozuzlení (ve prospěch dobra) zpravidla slouží pro upevnění společenství, jehož jsou jednotliví účastníci členy. Na základní problém (a stále aktuální) v rámci etického rozhodování jednotlivců poukazuje J. S. Trojan:

„Etické rozhodování se opírá o to, co je správné, co má být, co má člověk učinit právě proto, že je to správné. Existují však i situace, v nichž se neptáme po tom, co je správné, co má být či jak se odpovědně a správně rozhodnout. Ptáme se spíše na to, co jej pro nás výhodné, co nám přinese užitek.“[4]

Předmět etických úvah zahrnující pouze vztah dvou a více lidí se však od doby průmyslové revoluce, kdy začaly vznikat velké průmyslové podniky, stal příliš úzkým. Bylo potřeba do něj zahrnout další dva typy vztahů, a to člověk a podnik a vztah mezi podniky navzájem. I když tento vztah mezi podniky samotnými nebo mezi podniky a lidmi navzájem již nabývá odlišného charakteru, než tomu je u vztahu dvou a více lidí, základní etická otázka, tak jak ji definoval J. S. Trojan, platí stále.

---

[1] REMIŠOVÁ, Anna. *Dejiny etického myslenia v Európe a USA*. 1. vyd. Bratislava: Kalligram, 2008, 894 s. ISBN 9788081011030., s. 44.
[2] ŠMAJS, Josef a kol. *Podnikatelská a environmentální etika*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2008. ISBN 978-802-1045-644., s. 6.
[3] TROJAN, Jakub S. *Etické vztahy v ekonomice*. Praha: OIKOYMENH, 2012, 215 s. ISBN 978-80-7298-480-0., s. 15.
[4] Tamtéž, s. 13.

To dokládají také slova Věry Plhoňové, která poukazuje na skutečnost, že podnikům se naskýtá řada příležitostí, jak se obohatit především na úkor třetí strany, kterou reprezentují daňoví poplatníci.[5] Pro doplnění je třeba uvést, že se ve zmíněném případě nemusí jednat pouze o vztah s poplatníky, ale také o vztah k zákazníkům a k jiným subjektům.

I když by se mohlo zdát, že rozšíření předmětu etiky o problematiku podniků pomáhá uplatnit etiku jako univerzální mravní regulativ, opak může být pravdou. V poslední době se stále více stává patrnou skutečnost, že zařadit zmíněné problémy do předmětu etiky není v dnešní době dostačující. Rozličné důkazy o tom explicitně předkládá Josef Šmajs, který poukazuje na skrytý ontický konflikt kultury a přírody a z toho vyplývající potřebu nové morálky v podnikání.

„Tradiční, spontánně vznikající morálka, jak se dnes ukazuje, byla skrytě antropocentrická, tj. přehlížela širší a vzdálenější okolnosti lidského života, nekriticky stranila člověku. Aniž by to věděla, vycházela z vrozené lidské přirozenosti (z konzervativního genomu člověka), respektovala zvláštnosti té které kultury a žádnou ontologickou teorii pro své zdůvodnění nepotřebovala.“[6]

Proto nemůžu jinak než souhlasit s rozšířením předmětu etických úvah, který by obsahoval nejen individua, sociální skupiny, podnikatelské subjekty a další instituce v rámci kulturního systému, ale také globalizovanou kulturu jako celek. Jednání jednotlivých subjektů z pohledu dobra a zla je tak třeba hodnotit také na úrovni interakce kulturních subsystémů i kultury jako celku a pozemské přírody jako celku.

„Oprávněnost takového rozšíření morální aktivity je dána protipřírodním působením systému globalizované kultury, tj. faktem, že všichni lidé a téměř všechny subsystémy kultury se dnes podílejí na destrukci hodnotově nadřazené přírody.“[7]

V určitém případě se tak může konkrétní osoba střetávat hned s několika dílčími částmi předmětu etiky. Člověk musí být z hlediska etiky vždy odpovědný za správnost svého vlastního jednání, a pokud náleží do nějaké sociální skupiny, stává se spoluodpovědným za vystupování tohoto celku. Konkrétní osoba se jako zaměstnanec podniku či státní instituce stává spoluodpovědnou také za výsledek této kolektivní činnosti, a v poslední řadě jako člen

---

[5] PLHOŇOVÁ, Věra. *Etické jednání a společenská odpovědnost*. 1. vyd. Znojmo: Soukromá vysoká škola ekonomická Znojmo, spol. s r.o., 2013, 184 s. ISBN 978-80-87314-35-7., s. 7.
[6] ŠMAJS, Josef a kol. *Podnikatelská a environmentální etika*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2008. ISBN 978-802-1045-644., s. 6.
[7] ŠMAJS, Josef. Proč etika nestačí - K ontologickému základu a revitalizaci morálky. *Filosofický časopis*, 61, 2013, č. 6, s. 803.

celosvětové populace nese odpovědnost i za poškozování biosféry, která reprodukuje podmínky existence lidské civilizace. V podobném rozsahu, co se týče předmětu etiky, se vyjadřuje J. S. Trojan. Ten zdůrazňuje vztah k sobě, vztah k druhým v rodině a přátelství, vztahy v instituční sféře a vtah k přírodě.[8]

Co se týče rozsahu předmětu etiky jako filosofické disciplíny, lze konstatovat, že v této rozšířené podobě by měl být její předmět adekvátní. Jenomže rozšíření předmětu etiky na všechny onticky aktivní skupiny nemůže samo o sobě znamenat žádoucí změnu v řešení problému dnešního konfliktu kultury a přírody. Minimálně stejně důležitou roli hraje rovněž právo, politika a hodnoty, které určují, co je z hlediska dobra a zla správné.

Pro podnikatelskou etiku, jejíž systém hodnot je de facto totožný s tím, který je obsažen v etice tradiční, vyvstává zásadní otázka: Jsou hodnoty, na kterých stojí podnikatelská etika, vyhovující pro komplexní řešení dnešních problémů podniků z hlediska dobra a zla?

Tato otázka bude podrobně řešena v následující subkapitole.

1.1 Báze etiky a podnikatelská etika

Pro řešení problematiky morální regulace v rámci terciárního sektoru je vhodné (na rozdíl od právě definované tradiční etiky) využívat etiku podnikatelskou. Určité náznaky této odnože etiky se zřídka objevovaly již ve středověku, avšak byla to především až druhá polovina 20. století, kdy došlo k rozvoji podnikatelské etiky jako aplikované filosofické disciplíny.[9] Rozvoj tohoto druhu etiky doprovázela idea, že pro podnik již není důležitá jen ekonomická činnost, ale rovněž způsob, jakým je tato činnost vykonávána a jaké důsledky způsobuje jiným subjektům. Podnikatelská etika přitom není zaměřena proti zisku, protože ten je z hlediska etiky neutrální. Je zaměřená proti nespravedlivému nabytí a alokaci zisku, které lze z hlediska morálky hodnotit.[10]

Již v počátcích podnikatelské etiky, tedy v 60. letech, byly položeny různé otázky, kterými by se měly podniky při své činnosti zabývat. Ty lze rozdělit do 3. skupin:

1) Ekologické problémy
2) Sociální problémy

---

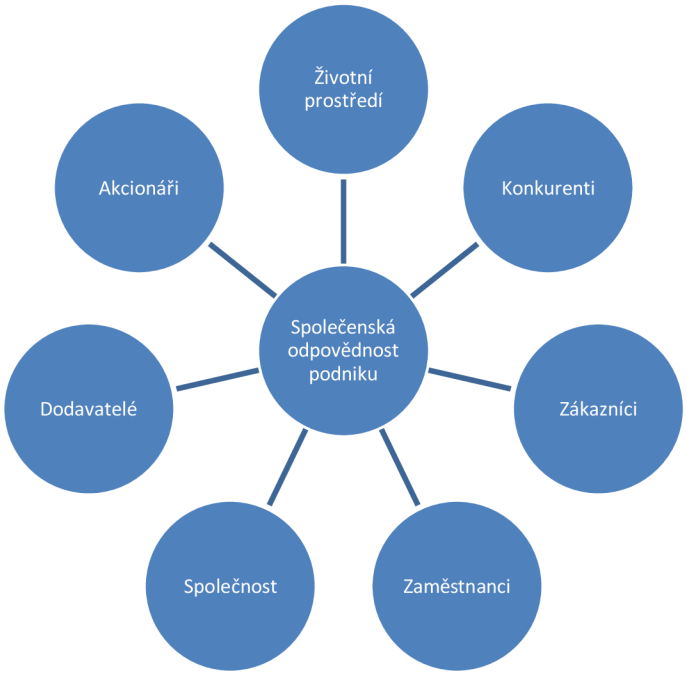
[8] TROJAN, Jakub S. *Etické vztahy v ekonomice*. Praha: OIKOYMENH, 2012, 215 s. ISBN 978-80-7298-480-0., s. 103.
[9] ŠMAJS, Josef a kol. *Podnikatelská a environmentální etika*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2008. ISBN 978-802-1045-644., s. 11.
[10] REMIŠOVÁ, Anna. *Etika médií*. 1. vyd. Bratislava: Kalligram, 2010, 310 s. ISBN 978-808-1013-768., s. 265.

3) Problémy vztahu člověka k sobě samému[11]

Jelikož se podnikatelská etika začala rozvíjet přibližně ve stejnou dobu s etikou ekologickou, můžeme kromě problémů běžně řešených pomocí tradiční etiky nalézt v jejím předmětu působnosti také ekologické problémy. Zmíněné vymezení obecných etických problémů víceméně odpovídá vymezení, které na základě tradiční etiky provedl J. S. Trojan.

Pro dnešní podnikovou praxi nabízí komplexnější vymezení předmětu podnikatelské etiky Anna Remišová, která poukazuje na teorii zájmových skupin (stakeholderů), jež rozšířila klasický výčet subjektů podnikatelské etiky. Podnik je dle Remišové umístěný do konkrétního sociálního, ekonomického, politického a kulturního kontextu a do přírodního okolí. V rámci tohoto prostředí lze identifikovat konkrétní zájmové skupiny, které na sebe s podnikem vzájemně působí.

Obrázek 1: Společenská odpovědnost podniku



Zdroj: REMIŠOVÁ, Anna. *Etika médií*. 1. vyd. Bratislava: Kalligram, 2010, 310 s. ISBN 978-808-1013-768., s. 266.

Podnikatelská etika je v porovnání s onou tradiční nesrovnatelně mladší, což vedlo logicky k osvojování hodnot, norem a pokynů zdůvodňovaných především touto, od

[11] KACETL, Jaroslav. *Obchodní a podnikatelská etika*. Vyd. 1. Hradec Králové: Gaudeamus, 2011. ISBN 978-807-4350-955., s. 24.

antických dob se rozvíjející, etikou jako filosofickou disciplínou. To ostatně potvrzuje Arthur Rich, který upozorňuje na skutečnost, že dnešní podnikatelská etika je ve skutečnosti pouhou aplikací sociálně etických formulací problémů, hledisek a principů na konkrétní hospodářské problémy.[12] Podnikatelská etika ve své podstatě vznikla ze dvou hlavních důvodů, které nijak výrazně nevybočují z pole působnosti tradiční etiky.

1) *„V souvislosti s technickým pokrokem vznikají pro lidskou účast méně deterministické výrobní a obchodní provozy, než jakými byly tradiční strojové továrny s přísnou mechanickou technologií a pracovní kázní, ale také tradiční obchodování s materiálními komoditami.“*
2) *„…osvobození podnikání od omezení daných původní lokalitou firmy, tj. možnost podnikat na jiném místě a v jiném sociokulturním prostředí.“*[13]

Je tedy zřejmé, že i podnikatelská etika postrádá jakékoliv explicitní uspokojivé obhájení hodnot týkajících se vztahu člověka, kultury a přírody, nebo tyto vztahy nepřiměřeně redukuje či deformuje. To v rámci specifikace etické odpovědnosti podniku dokazuje A. Remišová:

„Etická odpovědnost říká, že podnik se ve svých ekonomických aktivitách, vytvářením zisku, jeho přerozdělováním, ale také kvalitou svých výrobků a působením na přírodu, řídí univerzálními etickými principy, ze kterých stojí na prvním místě princip Neškodit jiným!“[14]

Pokud by byl tento princip důsledně dodržován, znamenalo by to naprosté paralyzování produktivní činnosti podniků. U převážné většiny podniků by docházelo k omezování jiných (přirozených) struktur už jen v rámci předmětu podnikání, kterým může být výroba či poskytování služeb. Bez všeobecného přijetí teoretického konceptu, který by definoval vztah přírody, kultury a člověka, nelze spolehlivě určit, kdy škodíme přírodnímu prostředí. Názory na tento elementární problém se mohou značně lišit. Tradiční přístup, ač může být velmi účinný při interakci s ostatními stakeholdery, nemůže platit pro etické zdůvodňování vztahu k přírodnímu okolí.

Jako ještě větší problém, kdy podnikatelská etika způsobuje deformaci vztahu člověka, kultury a přírody, se může jevit nepřesná definice účastníků etického zdůvodňování. Jako

[12] ŠMAJS, Josef a kol. *Podnikatelská a environmentální etika*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2008. ISBN 978-802-1045-644., s. 11.
[13] Tamtéž, s. 12.
[14] REMIŠOVÁ, Anna. *Etika médií*. 1. vyd. Bratislava: Kalligram, 2010, 310 s. ISBN 978-808-1013-768., s. 267.

konkrétní příklad můžu uvést špatné pochopení přírodního systému, kterého se dopustil J. S. Trojan. Ten v rámci ekologické etiky, kterou řadí do etiky podnikatelské, uvádí:

„Příroda v našem světě už nežije sama sebou a pro sebe. Na všech kontinentech je v rostoucí míře vystavena lidské činnosti, a stává se v důsledku toho rovněž etickým prostředím.“[15]

Příroda žije sama sebou a pro sebe. Příroda je autonomní.[16] Je svébytným ontickým jsoucnem a člověk jako biologický druh je jeho součástí. Souhlasím s tím, že přírodu je třeba považovat rovněž za etické prostředí. Správné pochopení tohoto prostředí však považuji za esenciální pro vytváření jakéhokoliv morálního úsudku. J. S. Trojan odebírá přírodě její subjektivitu, jakoby jí odkázal na lidskou vůli. Tímto se však staví do zásadní opozice vůči Remišové. Výsledek důsledné aplikace Remišovou zmíněných nástrojů tradiční etiky na problematiku přírodního prostředí by vedl k co nejmenšímu zasahování do přirozeného systému. Závěr J. S. Trojana však implikuje nutnost lidské intervence v rámci přírody. Jako by se již sama příroda nedokázala sama o sebe postarat.

Nabízí se tak otázka, proč etika jako taková nedokázala řešit otázky týkající se soužití člověka a přírody, nebo proč na řešení této problematiky neaspirovala? Proč lidé, sociální skupiny a také podniky uznávají podřízenost kulturnímu systému, kdežto ten přírodní, podstatně důležitější (jak bude ukázáno), ignorují?

Zřejmě nejuspokojivější odpověď nabízí J. Šmajs, který poukazuje na přirozenost člověka, jako živočišného druhu s útočnou adaptivní strategií, jež výrazně ovlivňuje způsob našeho smýšlení ve prospěch druhové sobeckosti.

„Zdá se, že už v řecké mytologii, filosofii a vědě vznikaly způsoby myšlení a hodnoty, které určily povahu našich představ o přírodě, charakter dnešních technologií a materiální kultury. Hlavní způsoby abstrakce v řecké geometrii, matematice a filosofii, které později posílila novověká přírodní věda, nám nasazovaly brýle, jimiž i dnes vidíme přírodu nejen redukovaně, ale především deformovaně, druhově sobecky, často jen technologicky.“[17]

Je tak naprosto zjevné, že základ morální regulace lze najít především v lidském genomu, respektive z něj vycházejících predispozic. Tentýž autor však dospěl postupem času k dalšímu

---

[15] TROJAN, Jakub S. *Etické vztahy v ekonomice*. Praha: OIKOYMENH, 2012, 215 s. ISBN 978-80-7298-480-0., s. 40.
[16] ŠMAJS, Josef. *Evoluční ontologie kultury a problém podnikání*. Brno: Doplněk, 2012. ISBN 978-80-7239-298-8., s. 69.
[17] ŠMAJS, Josef. Nemůžeme růst do nekonečna. *Muni.cz*. 2013, listopad.

závěru, že v dnešní době rozvinuté kultury to není pouze genom člověka, který ovlivňuje lidskou morálku.

„… lidské jednání je stále více ovládáno druhou determinační základnou morálky: nadosobním systémem kultury, který se od přírody liší strukturou a směřováním. Morálka se přizpůsobuje tlaku duchovních, organizačních i věcných forem kultury, které sice vyrůstají z téže genetické predispozice, ovšem již historicky přetavené působením neviditelného duchovního paradigmatu příslušné kultury.“[18]

1.2 Problém usměrňování etiky

Právě citované skutečnosti mají zásadní vliv nejen na strukturu dnešní etiky, ale také na vědomou regulaci morálky, která je prováděna prostřednictvím etiky. Nové hodnoty tak nemohou být přijaty a zdůvodňovány etikou instantně. K nevratné změně hodnot může dojít především prostřednictvím světské autority nebo vlivné teorie.[19] Nahodilé zahrnutí přírody do teoretických úvah tak problém nedostatečné reflexe vztahu k přírodě řešit nedokáže.

Zdá se, že tento postup byl uplatněn v rámci podnikatelské etiky, do které byl zahrnut vztah k přírodě. Problematiku přírodního okolí řeší v rámci podnikatelské etiky společenská zodpovědnost podniků. Tu však Remišová označuje jako normativní teorii.[20] A zde je právě kámen úrazu.

„Normativní snahy etiky jako teorie nové morálky končí obvykle jen málo účinným přemlouváním:“[21]

Snažit se o normativní nařízení ve vztahu k přírodnímu prostředí je tak neúčinné. Tento fakt je navíc podpořen zmíněnými genetickými predispozicemi člověka, které vedly k přijetí druhově sobeckých hodnot. Lidé budou těžko přijímat na základě nařízení ty hodnoty, které se příčí těm již dříve osvojeným. A to neplatí jenom v případě vztahu člověka a přírody.

K normativnímu doporučení se uchýlil J. Kacetl, který uvádí nejčastější výhrady proti zavádění podnikatelské etiky jako takové:

1) *„je zbytečný luxus, až nadstavba, která navíc omezuje*

---

[18] ŠMAJS, Josef. Proč etika nestačí - K ontologickému základu a revitalizaci morálky. *Filosofický časopis*, 61, 2013, č. 6, s. 805-806.
[19] ŠMAJS, Josef a kol. *Podnikatelská a environmentální etika*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2008. ISBN 978-802-1045-644., s. 7.
[20] REMIŠOVÁ, Anna. *Etika médií*. 1. vyd. Bratislava: Kalligram, 2010, 310 s. ISBN 978-808-1013-768., s. 265.
[21] ŠMAJS (2013, str. 805-806).

2) *je pouhé teoretizování, idealismus, létání v oblacích, avšak praxe je jiná*
3) *není důležitá, stačí legislativa*
4) *zvyšuje náklady.*"[22]

Na uvedené odpovědi tentýž autor reaguje slovy:

„*Proti zmíněným názorům lze namítnout, že etika se nám ukazuje jako nedílná součást ekonomiky, protože – jak již bylo zmíněno – pravidla neoddělitelně patří k lidskému životu ve všech jeho podobách.*"[23]

V tomto případě je třeba zopakovat, že normativní použití etiky za účelem změny chování, které je založené na hlubokých základech (lidské genetické predispozice, duchovní paradigma kultury), v naprosté většině případů selhává. Zmíněné názory proti etické regulaci v podnikání přitom pouze respektují zažité principy. Prvním z nich je velmi dobře známý „zákon", že cílem podniku je vytvářet co největší zisk. Pokud nevlastníme prostředky, kterými bychom přesvědčili podnikatele, že chovat se eticky je nejen správné, ale také ziskové, útočíme na zažitý princip existence podniků, protože při aplikaci etické regulace jsou nejlépe viditelné přímé náklady s ní spojené. Na další a závažnější princip, který se začal zažívat v době vzniku podnikatelské a ekologické etiky, upozorňují slova G. Lipovetského:

„*V té době totiž podle G. Lipovetského dochází k renesanci etické problematiky, k postupnému opouštění staré etiky odříkání a povinnosti a vzniká potřeba řídit se „… slabou a minimální etikou, jež nezná povinnosti ani sankce.*"[24]

Minimální etika je naprosto komplementární s převládajícím a dobře zažitým kapitalistickým tržním systémem, který se opírá se o liberalismus, proto se nelze divit, že snahy o jakékoliv další vědomé regulování lidského jednání naráží na přímý odpor nejen ekonomů. V minulosti tak činil například F. A. von Hayek, když předložil kritiku jakékoliv formy socialismu[25], přičemž nezřídka se stává, že direktivní etická nařízení bývají kritizována jako stranění socialismu. Jako příklad aktuálního odporu proti pokusům o normativní etiku lze

---

[22] KACETL, Jaroslav. *Obchodní a podnikatelská etika*. Vyd. 1. Hradec Králové: Gaudeamus, 2011. ISBN 978-807-4350-955., s. 24.
[23] Tamtéž, s. 25.
[24] ŠMAJS, Josef a kol. *Podnikatelská a environmentální etika*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2008. ISBN 978-802-1045-644., s. 11.
[25] VOLEJNÍKOVÁ, Jolana. *Moderní kompendium ekonomických teorií: od antických zdrojů až po třetí tisíciletí*. Praha: Profess Consulting, 2005. ISBN 80-725-9020-0., s. 177.

uvést profesora ekonomie Václava Klause, který považuje vědomou snahu environmentalistů regulovat lidské jednání ve prospěch soužití s přírodou za omezování lidské svobody. [26]

Z principiálního hlediska tak není ani třeba studovat, kdo stojí v rámci zmíněných konfliktů na straně dobra a kdo na straně zla. Je naprosto zřejmé, že pokud chceme prosadit určitou změnu v etickém chování, tak tato cesta patrně postrádá veškerou perspektivu. Proto se vraťme k ideji, že kýžený převrat může být dosažen pouze za pomocí světské autority, či vlivné teorie. První zmíněnou možnost považuji v dnešních podmínkách globální kultury, kdy je uznáváno rozličné množství autorit, za velmi komplikovanou. Navíc v dnešní protipřírodní kultuře nemají autority prosazující přírodní hodnoty takovou váhu, jako ty, které stojí na straně hospodářského růstu. Nabízí se tak druhá možnost, a to vlivná teorie…

[26] KLAUS, Václav. *Modrá, nikoli zelená planeta: co je ohroženo: klima, nebo svoboda?*. 1. vyd. Praha: Dokořán, 2007. ISBN 978-80-7363-152-9.

2 EVOLUČNÍ ONTOLOGIE A BIOFILNÍ TRANSFORMACE

Poměrně mladou a ambiciózní teorii, která aspiruje na to, být východiskem nové etiky, předkládá Josef Šmajs. Jedná se konkrétně o evoluční ontologii, která je výjimečná tím, že do svého předmětu začlenila vedle přirozené evoluce dosud uspokojivě nedefinovanou evoluci kulturní. Jelikož je dnešní ekologická krize patrně vyvolána konfliktem těchto dvou ontických systémů, žádná teorie, která by aspirovala na řešení ekologické krize, se očividně neobejde bez explicitního definování přírody a kultury.

„Novou ontologickou argumentaci etika potřebuje proto, že rozpoznání dobra a zla už nemůže vycházet jen z intuitivního uznání univerzální lidské přirozenosti, kterou by měl kulturní systém chránit, ale také z poznání toho, co prospívá, či škodí přírodnímu sytému, který tuto přirozenost vytvořil a dosud spolehlivě reprodukuje“[27]

Aby tento ontologický koncept splnil citovaný požadavek na správnou identifikaci vztahu mezi kulturou (včetně ekonomiky) a přírodou, musí být zbaven veškerého antropocentrického pohledu na svět ve prospěch žádoucí objektivity. Pouze správné ontologické pochopení reálného světa by se mělo stát základem nové morálky a etiky.

2.1 Substance versus evoluce

Jak už z názvu evoluční ontologie vyplývá, jejím základem je evoluční pohled na svět, který je nezbytný pro správné pochopení dvou ontických řádů na zemi, přírody a kultury. Evoluční pohled je rovněž potřebný pro pochopení role člověka na tomto světě a také role ekonomiky, jako dominantní vědecké disciplíny.

V antice, kdy došlo ke vzniku filosofie, jako vědy o životě, se formoval náš pohled na okolní svět. Neschopnost lidského intelektu přiměřeně chápat aktivitu, procesy, paměť, život a evoluci způsobila, že jsme byli schopni rozpoznávat skutečnost pouze jako pevná tělesa. [28] Byli jsme tak schopni postihnout pouze jistý typ obecnosti, jako je stálost, konstanty a invarianty. Dokázali jsme tedy postihnout jenom to, co trvá uprostřed změn. Proto není divu, že antičtí filosofové podlehli určité sociokulturní iluzi, kterou je:

[27] ŠMAJS, Josef. Proč etika nestačí - K ontologickému základu a revitalizaci morálky. *Filosofický časopis*, 61, 2013, č. 6, s. 806.
[28] ŠMAJS, Josef. *Evoluční ontologie kultury a problém podnikání*. Brno: Doplněk, 2012. ISBN 978-80-7239-298-8., s. 11.

„…všeobecně rozšířená představa o tom, že svět má neměnnou podstatu (substanci, strukturu) a že čas plyne v kruhu.“[29]

Jako konkrétní příklad lze uvést slova Parmenidova, který jako první definoval pojem bytí:

„Jen smyslům se jeví svět jako dění, kdežto rozum ví, že jen to, co trvá, je poznatelné, pravé.“[30]

Substanční pohled na svět však dalekosáhle přesáhl období antiky. Byl bezmezně uznáván také velkými mysliteli - Svatým Augustinem či Tomášem Akvinským. Navíc výrazně zasahuje i do období novověku, kdy se stal podkladem pro způsob karteziánského myšlení. I přes podstatný časový rozdíl jsou si myšlenky Parmenida a Descartese značně podobné:

„Vše, co svými smysly přijímám z vnějšího světa, by mohl být klam, vše co mohu myslet, může být nesprávné – avšak v pochybování jsem si jist sebou jako myslící bytostí.“ [31]

Iluzorní pohled na svět, jako na jakýsi koloběh věcí, zastávají i někteří myslitelé v současné době. Na základě nejnovějších poznatků, především v oblasti biologie, však vyvstal substačnímu pohledu na svět více než vážný konkurent. A to evoluční pohled na svět, který není jen jakousi hříčkou našeho intelektu a představivosti, ale snaží se respektovat objektivní skutečnost.

2.2 Evolučně ontologický přístup

Evoluční ontologie tak v jasné opozici k zastáncům neměnného bytí zastává fakty podložený názor, že jakékoliv bytí na naší planetě je aktivitou, respektive děním. To se týká nejen systému přírodního, ale právě tak i kulturního. U přírodního bytí poskytují důkazy o evoluci paleontologické nálezy ve spojení se zkoumáním biologů. Dosud nedostatečně definovaná kultura však rovněž zahrnuje vývoj od jednoduššího ke složitějšímu. Totéž lze pozorovat i u ekonomie jako u dominantní vědecké disciplíny. Na jakýsi vývoj v rámci ekonomie poukazuje v předmluvě k učebnici P. A. Samuelsona, i když ne v souvislosti s evolučním pohledem na svět, Václav Klaus.

---

[29] ŠMAJS, Josef. *Evoluční ontologie kultury a problém podnikání*. Brno: Doplněk, 2012. ISBN 978-80-7239-298-8., s. 11.
[30] ŠPŮR, Josef. *Úvod do systematické filosofie: gnoseologie*. 1. vyd. Dobrá Voda: Aleš Čeněk, 2002, 159 s. ISBN 80-86473-17-1., s. 67.
[31] STÖRIG, Hans Joachim a Petr REZEK. *Malé dějiny filozofie*. Praha: Zvon, 1991, 510 s. ISBN 80-711-3041-9., s. 167,229.

„Ekonomie je vědní disciplínou a jako každá věda je budována kumulativním způsobem. I když se můžeme mnoha nezastupitelným věcem naučit při studiu dějin ekonomických teorií, daleko více se naučíme z poslední učebnice.“[32]

I přes určité zjednodušení, V. Klaus totiž respektuje jako vědní pouze proud vycházející z klasické ekonomie. I v případě ekonomické disciplíny jednotliví autoři navazovali na myšlenky svých předchůdců či současníků, nebo s nimi polemizovali, a tudíž postupem času vytvářeli stále sofistikovanější teoretické modely. To mělo za následek, že se předmět mikroekonomického a makroekonomického zkoumání postupně rozšiřoval.

Na potřebu oprostit se od starého neměnného bytí ve prospěch evoluce rovněž poukazují poněkud odvážná slova Teilharda de Chardina:

„Evoluce, to není teorie, systém ani hypotéza, nýbrž daleko víc: je to od nynějška obecná podmínka, jíž se musí podřizovat a jíž musí vyhovovat všechny teorie, hypotézy i systémy, mají-li být myslitelné a správné.“[33]

2.3 Opozice přírody a kultury

Substanční pohled na svět je v dnešní době naprosto neudržitelný, tento pohled se navíc jeví jako nepřekonatelná překážka pro správné objasnění konfliktu kultury a přírody. Evokuje totiž existenci nesprávných hodnot, přinejmenším těch, které se týkají přírodní skutečnosti. Evoluční ontologie poukazuje na skutečnost, že přírodní struktury, bez výjimky ať už jsou biotické či abiotické, i struktury kulturní jsou různě uspořádané i různě svébytné a ontické. Pokud je z abiotického (na první pohled umrtveného) kamene vyroben například památník, nelze ho již považovat za součást přírodní skutečnosti. Ani neviditelná ruka trhu, na kterou jako první poukázal Adam Smith[34], nemůže být jako kulturní konstrukt, i přes patrnou analogii k přírodní skutečnosti, její součástí. Kultura rovněž nemůže být jakýmsi vylepšením přírody, jak se někteří autoři v minulosti mylně domnívali. Kulturní bytí je v podstatě vytvářeno lidskou aktivitou. [35] Je to jen a pouze člověk jako jediný biologický druh, který je s to reprodukovat umělé a onticky opoziční bytí vůči bytí přírodnímu, které je starší, širší a svébytnější.

---

[32] SAMUELSON, Paul Anthony. *Ekonomie.* Vyd. 1. Praha: Svoboda, 1991, 1011 s. ISBN 80-205-0192-4., s. 852., s.vii.
[33] ŠMAJS, Josef. *Evoluční ontologie kultury a problém podnikání*. Brno: Doplněk, 2012. ISBN 978-80-7239-298-8., s. 39.
[34] Viz. SMITH, Adam. *Pojednání o podstatě a původu bohatství národů*. Nové, přepracované vyd. opatřené margináliemi. Praha: Liberální institut, 2001, xv, 986 s. ISBN 8086389154.
[35] ŠMAJS, Josef. *Filosofie - obrat k Zemi: Evolučně ontologická reflexe přírody, kultury, techniky a lidského poznání*. Praha: Academia, 2008. ISBN 978-80.200-1639-3., s. 23.

V čem spočívá rozdíl kultury od přírody? Rozdíl je nejvíce patrný ve formě geneze, respektive formování. Kulturní systém není jako ten přírodní generován vesmírem, čili zbytkovou aktivitou velkého třesku, nýbrž člověkem jako biologickým druhem s vymezeným časem své existence na naší planetě.[36] Kulturní bytí je, kromě toho, bytím jiného řádu, které jakoby parazituje na celku bytí přírodního, respektive dočasně vzniká na jeho úkor. Tzn. jeho rychlý růst je směřován proti tvořivosti přirozené evoluce, kdy vytváření nových kulturních struktur způsobuje ubývání a destabilizaci struktur přírodních.[37] Pro zjednodušené postižení problému konfliktu kultury a přírody je příhodná metafora, kterou předložil Josef Šmajs:

„Přirozená i kulturní evoluce, byť každá jiným způsobem, směrem i tempem, jsou v plném slova smyslu onticky konstitutivní procesy. Probíhají na téže Zemi, ale také – obrazně řečeno – pečou z téže mouky, prachu dávných hvězd... Podstata problému spočívá ovšem v tom, že veškerá tato pomyslná mouka, která je tvořena chemickými prvky periodické soustavy, byla už před vznikem kultury vpečena ve vysoce uspořádaných neživých a živých strukturách Země.“[38]

Je tak zřejmé, že základem nové etiky by měla být ontologie, která tento konflikt dvou onticky opozičních řádů řadí do svého předmětu působení. Naopak by neměla mylně tvrdit, že dnešní ekologická krize je způsobena nesvárem člověka a přírody.

„Evolučně ontologická reflexe skutečnosti proto na jedné straně ukazuje, že člověk i dnes systémově náleží do biosféry a že ekologická krize nemůže být rozporem člověka s přírodou (tj. přírody vně a uvnitř člověka) – přírody s lidskou přirozeností. Lidskou biologickou přirozenost, z níž vyrostla i útočná adaptivní strategie kultury, formovala už kdysi dávno sama příroda.“[39]

Přesto je třeba vzít v potaz skutečnost, že i když člověk jako biologický druh není přímou příčinou probíraného problému, je za jeho řešení, jako tvůrce kultury, odpovědný.

---

[36] ŠMAJS, Josef. *Filosofie - obrat k Zemi: Evolučně ontologická reflexe přírody, kultury, techniky a lidského poznání*. Praha: Academia, 2008. ISBN 978-80.200-1639-3., s. 19-20.
[37] Tamtéž, s. 28.
[38] ŠMAJS, Josef. *Evoluční ontologie kultury a problém podnikání*. Brno: Doplněk, 2012. ISBN 978-80-7239-298-8., s. 26.
[39] ŠMAJS, Josef a kol. *Podnikatelská a environmentální etika*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2008. ISBN 978-802-1045-644., s. 21-22.

3 ONTOLOGIE PŘÍRODY

Na základě zásadních objevů v oboru biologie ve 20. století je zřejmé, že historické pokusy rozličných autorů nemohly vést k adekvátnímu vymezení přírody. Vlivem substančního pohledu na svět v rámci filosofie se o přírodě vesměs mluví jako o souboru věcí a organismu, jako o rozprostraněnosti. V této podobě se o přirozeném systému učí žáci na základních i středních školách.

Internetové vyhledávače, které jsou v poslední době velmi oblíbeným zdrojem lehce dostupných informací, nabízejí také několik definicí, které si jsou ve své podstatě velmi podobné. Lze uvést například:

„Příroda, je veškerá hmota a energie a to hlavně v základní, člověkem neovlivněné formě… Příroda živá a neživá se od sebe liší, neživá příroda je složena např. z hornin a minerálů, vzduchu, tepla a světla apod.“[40]

Stejně jako v případě školní výuky, i tato definice nepochybně stojí na základech dnes již překonaného substančního pohledu na přírodu. Pokud tak mluvíme o informaci velmi dobře dostupné, rozhodně nemůžeme tvrdit, že je relevantní.

Z pohledu ekonoma by bylo možné namítnout, že nemá s problematikou adekvátního objasnění pojmu příroda nic společného, ale tento názor naráží na jedno zásadní úskalí. Uvedená nepravdivá definice přírodního systému podporuje určitou iluzi o její podřízenosti člověku, protože příroda:

„… se pak jeví jako nižší sféra bytí, kterému je člověk díky svému rozumu nadřazen.“[41]

Neschopnost správně definovat přírodu tak vede k posílení našeho sobeckého jednání vůči tomuto přirozenému systému. Je to přitom příroda, která je jako majoritní část okolí podniku, determinující pro jakoukoliv lidskou činnost, včetně té hospodářské.

„… pojmový aparát novověké newtonsko-galileovské vědy – a do jisté míry i pojmový aparát novověké filosofie – byl vhodný pro ovládání a exploataci přírody, ale nikoli pro úctu, pokoru a respekt člověka vůči ní.“[42]

---

[40] Příroda - Hledat Googlem. *Google* [online]. 2013 [cit. 2014-02-07]. Dostupné z: https://www.google.cz/#q=p%C5%99%C3%ADroda

[41] ŠMAJS, Josef. *Filosofie - obrat k Zemi: Evolučně ontologická reflexe přírody, kultury, techniky a lidského poznání*. Praha: Academia, 2008. ISBN 978-80.200-1639-3., s. 83.

Správné definování přírody by mělo být jedním ze základních kamenů, na kterých by měla nová etika, včetně podnikatelské, stát. Bez správného pochopení přírody nemůže dojít k žádoucí změně v hodnotovém systému lidí, která by vedla k ochraně tohoto přirozeného systému.

3.1 Příroda jako proces evoluce

Nejnovější poznatky speciálních věd připravily půdu pro přijetí nového ontologického konceptu přírody. Přírodu je potřeba chápat jako proces vesmírné tvořivé aktivity, který zahrnuje Zemi včetně člověka a lidského jednání.

„Příroda představuje velkolepou onticky tvořivou strukturu, spontánní proces přirozené evoluce, který vytvořil nejen člověka, nýbrž i všechny ostatní přírodní předpoklady kultury.“[43]

Je patrné, že příroda již nemůže být definována jako pouhá rozprostraněnost, není to žádný objekt. Jedná se o aktivní a vyvíjející se systém, který obsahuje svoji vlastní evoluční logiku a svoji vynalézavou protientropickou tvořivost. Příroda je tak ve skutečnosti subjektivita.[44]

3.2 Význam planety Země a průběh evoluce

V návaznosti na správné pochopení přírodního systému je třeba přejít ke konkrétnější otázce a tudíž objasnit, co je hostitelským prostředím nejen člověka a kultury, ale vůbec co je to planeta Země. S přihlédnutím k poznatkům biologů, jako například Charlese Darwina či na něj navazujícího Stephena J. Goulda, je zřejmé, že člověk jako biologický druh je kompatibilní pouze s podmínkami, ve kterých se vyvíjel.[45] Nemůže tak dlouhodobě přežívat a vykazovat hospodářskou činnost na žádném jiném místě, než je právě Země. Předtím, než budou analyzovány důsledky lidské činnosti na naši planetu, je tak třeba v návaznosti na správné pochopení přírodního systému jako takového správně objasnit také toto hostitelské prostředí, které působení člověka nejen umožňuje, ale také determinuje.

---

[42] ŠMAJS, Josef a Erazim V KOHÁK. *Ohrožená kultura: od evoluční ontologie k ekologické politice*. 3., upravené a rozšířené vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2011, 269 p. ISBN 80-729-4458-4., s. 51.
[43] ŠMAJS, Josef. *Filosofie - obrat k Zemi: Evolučně ontologická reflexe přírody, kultury, techniky a lidského poznání*. Praha: Academia, 2008. ISBN 978-80.200-1639-3., s. 84.
[44] ŠMAJS, Josef. *Evoluční ontologie kultury a problém podnikání*. Brno: Doplněk, 2012. ISBN 978-80-7239-298-8., s. 69-70.
[45] Viz. GOULD, Stephen Jay. *Pandin palec: Malá tajemství evoluce*. Praha: Mladá fronta, 1988. ISBN 23-027-88 03/16.

Prvním a naprosto zásadním bodem je uvědomění si, jaké postavení má naše planeta ve vesmíru. Obecně je velmi dobře známo a používáno poměrně letité fyzikálně mechanické vysvětlení, které zní:

„Země je planetou Slunce, tj. hvězdy druhé generace; není nepohyblivým středem sluneční soustavy, středem galaxie, ani kosmu; není vůbec žádným prostorově významným bodem vesmíru (takový bod totiž neexistuje). Také Slunce je jen nepatrnou a nevýznamnou součástí kosmu, který je jako celek, tj. ve velkém měřítku, homogenní a izotropní (ve všech směrech stejný) a který se skládá nejen z vodíku a helia, ale i nepatrného množství dalších prvků periodické soustavy, jaké nacházíme na Zemi; okolní kosmos však není oživený; dosud poznaný vesmír je bez života.“[46]

Tato velmi dobře pochopitelná definice řeší dávno překonaný antický a středověký geocentrismus, avšak debaty o postavení Země ve vesmíru ve smyslu místa, ať už ve prospěch jakékoliv teorie, jsou pro pochopení hostitelského prostředí naprosto nepodstatné. Navíc z hlediska ekologie a axiologie důležitost naší planety neoprávněně snižuje. Stejně jako dřívější pokusy o interpretaci přírody opomíjely její spontánní evoluci, tak tento pohled opomíjí jedinečnost Země. J. Šmajs tak předkládá evolučně ontologické řešení, které má za cíl hodnotu naší planety rehabilitovat:

„… jakkoli není Země důvodem existence vesmíru a ani cílem jeho divergentní (rozbíhavé) evoluce, musíme uznat její jedinečnost. Jedinečnost danou nikoli její polohou v prostoru, místem, které ve vesmíru zaujímá, ale něčím, co filosofie i vědy přehlížely: dosaženou úrovní přirozeného a dnes i kulturního vývoje. Pozemská příroda nemá totiž jen dějiny v prostoru, jak to kdysi formuloval velký teoretik vývoje G. W. F. Hegel, ale má i skutečné nevratné dějiny v čase. Jako součást vesmíru, o jehož vývoji už také nepochybujeme, je zvláštní tím, že s jejím prostorově nevýznamným postavením bylo spojeno ono povážlivě úzké pásmo podmínek, jež umožnily vznik života a jeho dostatečně dlouhý a nikdy nepřerušený vývoj.“[47]

Tento vývoj umožnilo sluneční záření, které je esenciálním energetickým zdrojem existence, reprodukce i rozvoje živých organizmů na naší planetě. Díky dostatečně dlouhému vystavení tomuto omezenému příkonu zářivé sluneční energie funkční složitost organismů postupně narůstala. Toto omezení příkonu, vysoká spolehlivost přenosu genetické informace a

[46] ŠMAJS, Josef a Erazim V KOHÁK. *Ohrožená kultura*: *od evoluční ontologie k ekologické politice*. 3., upravené a rozšířené vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2011, 269 p. ISBN 80-729-4458-4., s. 52.
[47] Tamtéž, s. 52-53.

dosažená organizační struktura živých systémů způsobily, že zmíněný proces evoluce i přes určitou změnu k rychlejšímu nemohl dosáhnout ještě vyššího tempa. Biotický vývojový proces byl tak z počátku velmi pomalý, přičemž k nárůstu rychlosti v něm začíná docházet až ve fázi dostatečné organizační složitosti.[48] K vývojovému procesu přírody je do určité míry analogický proces vývoje kultury:

„Z tohoto hlediska se prudký nárůst disparity a diverzity biosféry v kambrickém období jakoby podobá expanzi abiotické techniky po průmyslové evoluci.“[49]

I přes určitou analogii k umělé evoluci, se však od ní přirozená evoluce liší tím, že probíhá o několik řádů pomaleji. Přirozený řád totiž většinu své výživy potřebuje na pouhé udržení stávající uspořádanosti, přičemž pouze malou část může využít i na vznik a proměnu nových struktur. Je tomu tak z důvodu, že kromě procesu evoluce je na planetě Zemi přítomný také protichůdný proces entropie, který rozkládá stávající struktury. Na základě pozorování na naší planetě (narůstání diverzity) je však zřejmé, že po určitou omezenou dobu dokáže být proces evoluce tím majoritním.

Z tendence k postupnému narůstání rozmanitosti biosféry lze vypozorovat důležitý fakt, že nově vzniklé organismy nejsou do přirozeného systému včleněny jako jakási samostatná jednotka. Tím je myšleno, že jsou nutně propojeny se svým hostitelským prostředím, respektive biotopem. Jsou závislé na existenci jiných organismů, které jim mohou sloužit jako potrava, nebo na nich parazitují, či dokonce s nimi žijí v symbióze atd. Přirozený systém je tak charakteristický také tím, že mezi makroskopickými objekty, které je s to člověk postihnout svými smysly, existují také méně viditelné jemné souvislosti.

Pokud například Antonín Stehlík mluví v rámci ekonomiky o logistice, jako o systémové nauce[50], taktéž příroda je určitým řádem, či systémem. V případě, že v rámci logistiky vypadne jeden článek systému, s největší pravděpodobností to znamená jeho selhání jako celku. Přírodní řád nemusí být nutně takto fragilní. V případě, že způsobená zátěž překročí přípustnou mez, a tudíž dojde k narušení přirozeného systému, scénář může nabýt dvou různých podob. Po vzoru příkladu z logistiky může dojít rovněž k zániku systému, anebo tento systém přejde skokově do nového rovnovážného stavu. Tato druhá varianta však pro člověka není o nic méně závažná, protože při směřování do nového stavu se přírodní

[48] ŠMAJS, Josef. *Filosofie - obrat k Zemi: Evolučně ontologická reflexe přírody, kultury, techniky a lidského poznání*. Praha: Academia, 2008. ISBN 978-80.200-1639-3., s. 90-91.
[49] Tamtéž, s. 91.
[50] STEHLÍK, Antonín. *Logistika pro manažery*. 1. vyd. Praha: Ekopress, 2008. ISBN 978-80-86929-37-8., s. 23.

systém zbavuje nejvyspělejších forem organismů, které bývají zpravidla také nejkřehčí. Vzhledem ke skrytým souvislostem může přírodní systém narušit i vyhynutí pouhopouhého jediného klíčového druhu.[51]

3.3 Informační hodnota přírody a role člověka v ní

Živé organismy, které dnes žijí na planetě Zemi, jsou velmi důležitým zápisem vývoje celé biosféry. Tyto organismy jsou v podstatě otevřenými systémy s vnitřní informací. Vnitřní informace živých systémů se zhmotňuje v jejich tělesné struktuře. Fenotypy živých systémů jsou tak nepřímým i přímým záznamem spontánní konstitutivní funkce evolučních podmínek a času. Jsou to právě čas a podmínky, které se zpředmětnily a informačně zapsaly ve specifických strukturách dnešních organismů.

„Evoluční hodnota živých organismů je proto přímo úměrná neopakovatelnosti vývojových podmínek a délce proběhnutého času.“[52]

Živé organismy vznikly samovolně v již neexistujících podmínkách, proto je zničení těchto organismů nevratné. Při teoretické úvaze, zda by při druhém evolučním vývoji na planetě Zemi došlo k výskytu totožných organismů jako nyní, je vzhledem k existenci evolučních nahodilostí nemožné dojít ke kladné odpovědi. Navíc je téměř jisté, že za stejně dlouho trvající evoluci života (4 miliardy let) by nedošlo k vývoji dnešního člověka, ani jiného živočišného druhu s podobně pozoruhodně vyvinutým mozkem, který by byl s to zapálit kulturní evoluci.[53] V pojmu evoluční nahodilost (variace) je však třeba zdůraznit, že se nejedná o nahodilost v matematickém smyslu, kdy se evoluce může stejnou pravděpodobností ubírat jakýmkoliv směrem. Tento pojem je spolu s výběrem, označovaným též jako selekce, základním kamenem Darwinovy teorie přírodního výběru. Specifikum nahodilosti spočívá především v tom, že k variaci v evoluci dochází bez předchozí orientace organismu v adaptivních možnostech.[54]

Tyto biologické poznatky jsou klíčové pro pochopení role člověka v přírodě. Ten v minulosti podlehl velmi zvláštní iluzi. Díky četným dílčím úspěchům při přetváření přírody k vlastnímu obrazu došlo k posílení mylného názoru, vědecky nepodloženého a naprosto odporujícího zjištění biologů, že moderní člověk stojí vně přírody (nikoliv uvnitř), kterou si

---

[51] ŠMAJS, Josef. *Filosofie - obrat k Zemi: Evolučně ontologická reflexe přírody, kultury, techniky a lidského poznání*. Praha: Academia, 2008. ISBN 978-80.200-1639-3., s. 93-94.
[52] Tamtéž, s. 91.
[53] Tamtéž, s. 91.
[54] GOULD, Stephen Jay. *Pandin palec: Malá tajemství evoluce*. Praha: Mladá fronta, 1988. ISBN 23-027-88 03/16., s. 59.

pomocí vlastních sil podmaňuje a dobývá. Člověk je přitom naprosto obyčejný biologický druh, jehož pozoruhodná inteligence vznikla pouhou shodou náhod. V souvislosti se slovy S. J. Goulda je tak třeba zařadit člověka do živočišné říše a v rámci té ho navíc zprostit jakéhokoliv neopodstatněného sebestředného pohledu.

„Člověk není výsledkem nějakého předem daného vývojového procesu, ale souhry náhod, je nepatrná větévka na košatém stromu života, který kdyby se začal vyvíjet znovu od samého začátku, téměř jistě by v této podobě a s touto drobnou větvičkou už nevyrostl.“[55]

Člověk tak i přes svoji inteligenci není v žádném případě nejvyšším stupněm dosažené evoluce. Další přesvědčivý důkaz o tom předložil opět S. J. Gould, který se zabýval také možným grafickým znázorněním evoluce biosféry, kdy považuje za tradiční fylogenetické schéma obrácený kužel, který představuje vzrůstající diverzitu. Respektive ještě vhodnějším přirovnáním je vánoční stromek, jehož kmen symbolizuje společného předka a každá z několika spodních větví pak primitivního předchůdce linie, která se později rozkvétá. Zbytek stromu tak představuje zvyšující se počet linií, které se opět zhušťují pomocí horizontálního větvení. Pokud jde o postavení primátů včetně člověka v tomto pomyslném stromku, v žádném případě se nenachází, jak již bylo zmíněno, na jeho nejvyšším bodě jako nejvyšší možný stupeň dosažené evoluce (z hlediska anatomie). Primátům naopak náleží místo ve fylogenetickém schématu relativně nízko a nad nimi se vyskytují například prasata, sloni nebo sirény a další.[56]

Díky tomuto exkurzu do oboru biologie je možné poukázat na několik absurdit zakořeněných v myšlení či jednání lidí, které však lidé považují za samozřejmost nebo v ně bezmezně věří. Můžeme si dovolit, jak to dosud děláme, účelově měnit jakékoliv přírodní bytí na planetě Zemi na kulturní? Na základě právě zmíněných faktů by se však tato otázka dala formulovat také jinak, více radikálně, ale ne v zavádějícím smyslu: můžeme si dovolit provádět změny vnějších hostitelských podmínek člověka, na které se jeho fenotyp nedokáže adaptovat? Závislost člověka na prostředí, ve kterém probírala jeho fylogeneze, dokonce zakazuje smělé plány přesídlení na jinou planetu, protože takovou, jaká by poskytovala stejné hostitelské prostředí jako Země, nejspíše nenajdeme.

---

[55] GOULD, Stephen Jay. *Dinosauři v kupce sena: úvahy o povaze přírodních věd*. Praha: Academia, 2005. ISBN 80-200-1338-5., s. 462.
[56] Tamtéž, s. 359-363.

J. Šmajs tyto myšlenky shrnuje do dvou stěžejních bodů, proč by člověk neměl přírodu jako takovou ničit, na základě kterých je více než patrné, že tomuto přirozenému systému neprávem přisuzujeme příliš nízké hodnoty.

1. *„Kultura jako výtvor a prostředek expanze jednoho biologického druhu přírodní struktury nevytvořila. Lidé nechápou jejich složitost, jemnost a funkci v evolučním procesu biosféry, nemohou jejich hromadnou ztrátu ani nahradit, ani se vlivu změněných podmínek biologicky přizpůsobit.*
2. *Kultura existenčně závisí na člověku, ale také na biosféře. Jen prostřednictvím člověka a dalších živých systémů může po jistou dobu existovat jako cizorodý subsystém biosféry. Pouze biosféra jako celek ... je patrně nejmenším relativně autonomním systémem schopným dlouhodobého vzestupného vývoje v čase. Všechny její subsystémy, jedinci, populace, biocenózy i cizorodá kultura jsou dočasné a nesamostatné, závislé na prosperitě biotického celku.*“[57]

[57] ŠMAJS, Josef. *Evoluční ontologie kultury a problém podnikání*. Brno: Doplněk, 2012. ISBN 978-80-7239-298-8., s. 72.

4 ONTOLOGIE KULTURY

Když už bylo poukázáno na zřejmý konflikt přírody a kultury a byla objasněna přírodní skutečnost, je zapotřebí pro podrobnou interpretaci vztahu přírodního a kulturního řádu, jako základu nových hodnot tento umělý řád uspokojivě definovat v plné šíři. K tomuto účelu může posloužit opět pouze evoluční ontologie, protože kulturu poprvé vřazuje do předmětu ontologie. Tato ontologie může jen velmi omezeně navázat na filosofickou tradici, protože ta problematiku kultury po vzoru přírody reflektovala značně nedostatečně, nebo v rozporu se skutečností.

„I přes rozdílná východiska a jiné akcenty novověcí autoři pojímají lidské dějiny (kulturu) jako vzestup moci člověka nad přírodou, jako společenský pokrok spojený s růstem humanity, produktivity lidské práce, techniky, vzdělanosti a individuální svobody člověka.“[58]

Z axiologického hlediska došlo ke značnému nárůstu role člověka a nedocenění přírodní skutečnosti. Tradiční přístup k člověku a dějinám naráží na různá úskalí, protože jedincům připisuje i to, co je produktem a vlastností systému. Jinak řečeno nedoceňují se nejen spontánní konstitutivní aktivity nadosobního systému kultury, ale ani skryté ontické podmínění kultury jejím hostitelským prostředím. Tímto hostitelským prostředím je myšlena pozemská příroda, které je třeba přiznat subjektivitu. Z velmi patrného nadhodnocení individuální lidské aktivity plyne nemožnost přiměřeného tematizování procesu entropizace a poškozování evolučně konstituované přírody expanzí kulturního systému. Nedochází také ani ke zkoumání vlivu v zcela opačném gardu, kdy destabilizovaná biosféra ohrožuje kulturu prostřednictvím člověka, jehož přílišným povýšením se snižuje existenciální význam přírody pro jeho reprodukci a zdraví.[59]

4.1 Kulturní evoluce

Ve stručném vymezení lze kulturu považovat za proces i výsledek lidské aktivity. Lze ji rozdělit na kulturu materiální a duchovní, přičemž se jedná o dvě stránky téhož otevřeného umělého systému, které proto patří neodmyslitelně k sobě. Tento umělý systém je závislý na aktivitě člověka jako biologického druhu. Z tohoto důvodů se jedná o relativně mladé, ale co je důležitější, časově ohraničené jsoucno. Jiné druhy však kulturu nevytvářejí, a to i přes námitky některých autorů, že kultura je přítomna i u více biologických druhů. Pavučiny, bobří

[58] ŠMAJS, Josef. *Filosofie - obrat k Zemi: Evolučně ontologická reflexe přírody, kultury, techniky a lidského poznání*. Praha: Academia, 2008. ISBN 978-80.200-1639-3., s. 100.
[59] Tamtéž, s. 101.

hráze nebo včelí úl a podobné úkazy však lze považovat pouze za rozšířený fenotyp, který je prokazatelně potřebný pro přežití konkrétního druhu.[60]

Kulturní evoluce je po vzoru té přirozené objektivně konstitutivní proces, který produkuje všechny formy pozemského bytí, jež právě evoluce přirozená nevytvořila.[61] Je však třeba zopakovat slova ze subkapitoly o opozici kultury a přírody, kdy oba tyto systémy vytvářejí své struktury z téže pomyslné mouky, kterou jsou chemické prvky vzniklé v nitru dávných hvězd. Člověkem iniciovaná kulturní evoluce může probíhat pouze uvnitř starší evoluce přirozené a její rozmach proto způsobuje ubývání přírody. Naskýtá se tak otázka, na jakých základech stojí, k přírodě opoziční, kulturní ontická tvořivost?

„Vůči přírodě opoziční ontická tvořivost kultury však organizuje pozemské bytí nejen podle jiných pravidel, ale také účelově, omezeně a dočasně. Existence kulturní evoluce je totiž podmíněná fyzickou a mentální aktivitou člověka jako biologického druhu. Tato evoluce je tedy vůči evoluci přirozené druhově sobecká, opírá se o jiný zdroj evoluční aktivity a o jinou konstitutivní informaci.“[62]

Na základě genetické výbavy je člověk jako každý jiný organismus nastaven tak, aby jednal pouze ve svůj vlastní prospěch, tedy druhově sobecky. Tento fakt se v průběhu vývoje kulturního řádu vtiskl do jeho duchovní složky. Ta však v dnešní době, kdy je kulturní řád značně rozvinutý, slouží jako samostatné médium a zmíněné lidské genetické predispozice svým způsobem filtruje. Lidský genom tak již nemůže ovlivňovat kulturu přímo, avšak pouze prostřednictvím jejího skrytého duchovního základu, který se nazývá duchovní paradigma.[63]

„Duchovním paradigmatem kultury máme na mysli základní (geneticky podmíněné a kulturou posílené) nastavení lidské kulturní aktivity vůči okolní přírodě. Metaforu nastavení můžeme však obecně chápat ve třech různých významech: 1. individuální apriorní nastavení genetické; 2. apriorní nastavení kulturní (skrytým duchovním paradigmatem vycházejícím z predispozic lidského genomu); 3. evoluční nastavení celého vesmíru.“[64]

---

[60] ŠMAJS, Josef, Bohuslav BINKA a Ivo ROLNÝ. *Etika, ekonomika, příroda*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2012. ISBN 978-80-247-4293-9., s. 43.
[61] ŠMAJS, Josef. *Evoluční ontologie kultury a problém podnikání*. Brno: Doplněk, 2012. ISBN 978-80-7239-298-8., s. 78.
[62] Tamtéž, s. 78-79.
[63] ŠMAJS, Josef. Proč etika nestačí - K ontologickému základu a revitalizaci morálky. *Filosofický časopis*, 61, 2013, č. 6, s. 804.
[64] ŠMAJS, Josef. *Evoluční ontologie kultury a problém podnikání*. Brno: Doplněk, 2012. ISBN 978-80-7239-298-8., s. 79.

V tomto bodě není od věci přerušit studii kulturní evoluce a připomenout důležitost vžitých hodnot, které ovlivňují způsob našeho chování z morálního hlediska. Tu si uvědomuje i Fritjof Capra:

„Hodnoty, jež společnost vyznává, určují její světový názor a podobu náboženských institucí, její vědecké iniciativy a technologie, její politické i ekonomické uspořádání.“[65]

Vzhledem ke zmíněnému faktu, že dnešní duchovní paradigma je jako skrytý základ kulturního systému ovlivněno druhově sobeckými genetickými predispozicemi člověka, je zřejmé, že v průběhu historie lidstva vybudovaný hodnotový systém nemůže hájit nic jiného, než sobecké zájmy lidí

4.2 Způsob vytváření kultury

Pokud je člověk geneticky nastaven ve prospěch druhově sobeckého jednání, je zřejmé, že jeho činnost nabývala protipřírodního charakteru už v dávných dobách. Proč tak vyvstává potřeba řešení konfliktu přírody a kultury až nyní? Na tuto otázku je možné odpovědět pomocí způsobu, jakým je umělý systém vytvářen. Způsob vytváření kultury může být pouze dvojí, a to přímý či nepřímý. Ten nepřímý, jak si ukážeme méně invazivní vůči přírodě, vévodil při vzniku umělého systému odjakživa. Jenže s průmyslovou revolucí se misky vah posunuly ve prospěch přímého způsobu. Pro žádoucí biofilní transformaci je tak třeba identifikovat oba dva zmíněné způsoby vzniku kultury a zvážit, zda je dnešní proporce mezi těmito způsoby vzniku umělého systému udržitelná. Zdá se, že J. Šmajs preferuje nepřímý způsob vytváření kultury, protože ten odpovídá umírněnému růstu kultury jako umělého systému v nitru systému přirozeného. Mezi vznikem kultury pomocí nepřímého způsobu a vznikem přirozených ekosystémů na planetě Zemi lze najít určitou analogii. Ekosystémy vznikaly na naší planetě osidlováním území a sukcesí, což je specifické také pro vznik kultury nepřímým způsobem.

„Je to sice způsob záměrné adaptivní změny přírodního prostředí, ale systémová podoba kultury tu vzniká jako předem informačně nepředepsaná.“[66]

Kdežto přímý způsob se vyznačuje racionálním předjímáním, na jehož základě člověk vytváří abiotické kulturní struktury, které jsou neustále otevřené pro novou informaci[67]

[65] CAPRA, Fritjof. Bod obratu: věda, společnost a nová kultura. Vyd. 1. Praha: DharmaGaia a Maťa, 2002, 514 s. ISBN 80-85905-42-6., s. 207.
[66] Tamtéž, s. 207.

4.2.1 Nepřímý způsob

V minulých dobách, ještě než se plně prosadilo predátorské duchovní paradigma, byly málo rozvinuté kultury charakteristické svým atechnickým zaměřením. K prosazení predátorského paradigmatu patrně došlo v momentě oddělení duševní práce od fyzické, tedy v době povýšení abstraktní myšlenkové činnosti nad ostatní potřeby běžného života. V této době byly kultury zaměřeny primárně na reprodukci tradicí vytvořených poznatků, hodnot a pravidel sociálního chování. Materiální báze těchto kultur byla založena na procesu malé přeměny přírody, proto docházelo k poškozování přirozených ekosystémů slabě a především lokálně. Kultury byly charakteristické pomalým rozvojem založeným na empirickém hledání, které spočívalo ve využívání a sdílení osvědčených postupů lidské praktické činnosti. Nedílná součást kultury, duchovní složka, procházela v této době po vzoru materiální kultury také pomalými změnami.[68]

Avšak ideje, které lze zaznamenávat jinak než genetické informace, tedy pomocí média duchovní kultury, jsou ihned srozumitelné každému (kdo zná konkrétní jazyk nebo písmo).[69] Proto byl tento velmi pomalý proces rozvoje (v porovnání s dnešní duchovní kulturou) stále o poznání rychlejší než proměna vnitřní informace živých systémů. Jelikož tyto kultury respektovaly přirozený řád přírody a nepustošily svou lokální ekologickou niku, byly schopné udržovat přírodní podmínky své dlouhodobé existence. Určitou obdobou těchto regionálních kultur, kterou můžeme najít v dnešním světě, jsou usedlé primitivní národy, které se vyznačují naprostou úctou k okolním rostlinám a živočichům.[70]

Zpočátku převážně biotická materiální kultura nepotřebovala příkon dodatečné energie získávané z fosilních paliv. Naopak byla reprodukována a saturována samotnou biosférou. Jednalo se především o domestikovaná zvířata, kulturní rostliny a enzymatické procesy při zpracování potravin. Mimo reprodukci zprostředkovanou biosférou samozřejmě stály složitější artefakty, k jejichž vzniku bylo zapotřebí lidské aktivity. Tyto artefakty však byly charakteristické pomalým tempem fyzického a morálního opotřebení. Jejich výroba a užívání sice podmiňovaly existenci příslušné strukturní informace, avšak k praktickému použití této techniky nebylo zapotřebí nějaké širší umělé funkční struktury. Nástroje tak byly používány

---

[67] ŠMAJS, Josef. *Evoluční ontologie kultury a problém podnikání*. Brno: Doplněk, 2012. ISBN 978-80-7239-298-8., s. 86-87.
[68] Tamtéž, s. 88.
[69] WUKETITS, Franz M. *Přírodní katastrofa jménem člověk: vývoj bez pokroku*. Praha: Granit, 2006, 207 s. ISBN 80-729-6047-4., s. 102.
[70] ŠMAJS (2012, str. 88.)

za pomocí lidských bytostných sil, bez potřeby vlastního umělého technického nosiče, přičemž o jejich funkci rozhodovalo zpravidla individuum.[71]

I přes dlouhodobou kompatibilitu s přirozeným prostředím je zřejmé, že účelově orientovaný řád kultury si lokálně podřizoval struktury přirozeného řádu přírody. Názornou ukázkou může být období neolitu, kdy lidé vyšlechtili hospodářská zvířata a zasadili se o vyšší úživnost půdy, což způsobilo účelově orientované změny lokálních přírodních krajin. Přesto vzhledem k elasticitě přirozených ekosystémů nemohlo aktivitou málo početné lidské civilizace dojít k narušení globální dynamické rovnováhy biosféry. Tato civilizace totiž neuměla využívat dodatkové energetické zdroje. Zmíněnou myšlenku lze rekapitulovat slovy F. M. Wuketitse:

„Předkové v naší fylogenezi nebyli rození ochránci přírody, nýbrž rození kořistníci. Víc toho nemohli napáchat prostě proto, že tenkrát neměli technické možnosti, jaké dnes máme my, a protože jich bylo poměrně málo.“[72]

Již zmíněné období neolitu bylo pozoruhodné procesem částečného vyřazení člověka z přírodního řádu, protože přestal být striktně závislý na omezení plynoucí z potravního řetězce. Rozvíjející se sféra zemědělství a neolitická kultura však nadále těžily jako součást biosféry z její přirozené produktivní schopnosti.[73]

„Tradiční zemědělství se na několik tisíciletí stalo snesitelným organickým parazitem původních ekosystémů. Patrně vznikalo současně na několika místech planety a spolu s biosférou sladilo svůj metabolismus tak, že dokázalo reprodukovat předpoklady své dlouhodobé existence.“[74]

4.2.2 Přímý způsob (informačně předepsaný)

Pro tento způsob formování kulturních struktur je převratné období průmyslové revoluce, po kterém se stává přímý způsob tím majoritním způsobem, který vede ke vzniku dnešní technické kultury. Tato zásadní změna je způsobena odklonem západní kultury, která je orientována predátorským duchovním paradigmatem, od zemědělství k záměrné aplikaci dílčích poznatků přírodní vědy, a to za účelem rozvoje umělé technické tvořivosti.

---

[71] ŠMAJS, Josef. *Filosofie - obrat k Zemi: Evolučně ontologická reflexe přírody, kultury, techniky a lidského poznání*. Praha: Academia, 2008. ISBN 978-80.200-1639-3., s. 118.
[72] WUKETITS, Franz M. *Přírodní katastrofa jménem člověk: vývoj bez pokroku*. Praha: Granit, 2006, 207 s. ISBN 80-729-6047-4., s. 148.
[73] ŠMAJS, Josef. *Evoluční ontologie kultury a problém podnikání*. Brno: Doplněk, 2012. ISBN 978-80-7239-298-8., s. 90.
[74] Tamtéž, s. 90.

Technologická podstata průmyslové revoluce spočívá ve složitém společenském procesu přeměny manufaktur ve strojové továrny, který způsobil na přelomu 18. a 19. století prudký samovolný vývoj abiotické techniky.

„Technologicky aplikovaný mechanický princip poprvé v lidské historii umělým způsobem oživil také tu část lidských artefaktů (nástroje a makroskopické části strojů vytvořené z relativně pasivních přírodních látek), které již nemohl funkčně integrovat a dynamizovat člověk-řemeslník.“[75]

Nástroj sice dokáže přijímat novou sociokulturní informaci ve srovnání s živými systémy výrazně jednodušeji, ale tato schopnost je do značné míry omezena materiálem, ze kterého je stvořen. Dnešní kovové nástroje jsou však mnohem otevřenější pro převzetí požadovaného tvaru nežli dřívější nástroje ze dřeva, kamene, či kostí. Právě rozličné možnosti formování kovových nástrojů jsou jednou z podmínek diferenciace a specializace těchto produktů. [76]

Je třeba upozornit také na počátek využívání dodatkové energie pocházející z fosilních paliv, což umožňovalo rychlé šíření techniky po průmyslové revoluci. Je tak zřejmé, že právě v této době došlo poprvé k hromadnému čerpání neobnovitelných přírodních zdrojů naší planety.

„A již někde zde byla také zahájena další vlna frontálního útoku na rozmanitost života.“[77]

Doba průmyslové revoluce je tedy charakteristická počátkem takového způsobu počínání člověka, který vede k vývoji vysoce diferencované globální abiotické technosféry. Toto počínání také způsobuje přetváření přirozených struktur, které byly již dříve vytvořeny v průběhu přirozené evoluce, a vede tak k destabilizaci biosféry. Dochází k rozsáhlému odlesňování, zastavování či zamořování krajiny, což vede v rámci ubývání přirozeného bytí k poklesu diverzity a k ohrožení možnosti reprodukce stávajících druhů.

Jak bylo zmíněno v subkapitole o nepřímém vzniku kultury, k tomuto způsobu vzniku umělého systému docházelo v dobách před průmyslovou revolucí, kdy byl člověk ekonomicky závislý na zemědělské produkci. Prostřednictvím této produkce byl také závislý

---

[75] ŠMAJS, Josef. *Filosofie - obrat k Zemi: Evolučně ontologická reflexe přírody, kultury, techniky a lidského poznání*. Praha: Academia, 2008. ISBN 978-80.200-1639-3., s. 120.
[76] ŠMAJS, Josef. *Evoluční ontologie kultury a problém podnikání*. Brno: Doplněk, 2012. ISBN 978-80-7239-298-8., s. 91.
[77] Tamtéž, s. 92.

na samotné přírodě, což způsobovalo nutnost s ní udržovat přibližnou rovnováhu. Vzhledem ke skutečnosti, že kultura, která vznikala nepřímým způsobem, procházela velmi pomalou evolucí, biosféra a kultura měly dostatek času, jako optimalizačního faktoru všech nově vznikajících útvarů uvnitř spontánně aktivního prostředí Země. To však nelze tvrdit o dnešní technické spotřební kultuře, která se vyznačuje rychlým rozmachem, podníceným nekritickým požadavkem neustálého ekonomického růstu. J. Šmajs v této souvislosti upozorňuje, že je zapotřebí kompenzace nedostatečné optimalizační funkce času pomocí teoretického a praktického způsobu:

„…měl by protipřírodní technologický samopohyb dočasně usměrňovat příslušný subsystém tradičního společenského řízení – demokratická politika. Bez vzniku skutečné ekologické politiky, práva, vzdělání a výchovy v novém biofilním paradigmatu však může jít jenom o řešení dočasné, částečné a nouzové.“[78]

4.3 Problémy protipřírodního zaměření kultury

Na základě objasnění přímého způsobu vytváření kultury lze identifikovat tři konkrétní druhy problémů, které z dominance tohoto způsobu vyvstávají.

První spočívá v čerpání neobnovitelných zdrojů Země, konkrétně fosilních paliv či například železných rud aj. Pomocí metafory pozemského podniku se k tomuto problému interesantně vyjádřil E. F. Schumacher.

„Podnikatel by se nedomníval, že jeho firma vyřešila otázku výroby a dosáhla životaschopnosti, kdyby viděl, že tato firma rychle znehodnocuje svůj kapitál. Jak je tedy možné, že tento stěžejní fakt přehlížíme u ekonomiky oné firmy, vesmírné lodi jménem Země?“[79]

Jádro problému spočívá ve skutečnosti, že člověk těží a spotřebovává neobnovitelná fosilní paliva a jiné neobnovitelné zdroje, jako by se jednalo o položky důchodu. Ve skutečnosti je však zřejmé, že vzhledem ke konečné zásobě těchto zdrojů a nemožnosti jejich znovuobnovení, je nutné o nich mluvit spíše jako o kapitálu. Pochopení fosilních paliv či jiných neobnovitelných zdrojů jako kapitálu by pak implikovalo snahu opačnou, která by spočívala v podpoře zachování těchto, v rámci dlouhého časového úseku vzniklých, struktur.

---

[78] ŠMAJS, Josef. *Evoluční ontologie kultury a problém podnikání*. Brno: Doplněk, 2012. ISBN 978-80-7239-298-8., s. 93.
[79] SCHUMACHER, E. *Malé je milé: aneb ekonomie, která by počítala i s člověkem.* 1. vyd. Brno: Doplněk, 2000, 284 s. ISBN 807239035x., s. 18.

Druhý problém je způsoben rozmachem, v předchozí subkapitole zmíněné, vysoce diferencované globální technosféry, čímž dochází k citelnému ubývání přírodního bytí na úkor toho kulturního. Pod tímto problémem si lze představit buďto rostoucí zástavbu, která vytlačuje původní biotopy, nebo intenzivně využívanou zemědělskou půdu ve prospěch několika málo plodin. J. Lovelock odhaduje, že z dlouhodobého hlediska je nezbytné ponechat přibližně 50% plochy na naší planetě přírodnímu bytí. Avšak než o přesnou identifikaci, jaký poměr přírody a kultury je ještě únosný, jde především o uvědomění si jednoho podstatného faktu: kultura, i když nám pomáhá adaptovat se na rozličné přírodní podmínky, nedokáže je dlouhodobě suplovat. Umělý systém tak nemůže spontánně bujet donekonečna. Než by narazil na prostorové hranice naší planety, byl by ohrožen prostřednictvím člověka jako jeho tvůrce. Úbytek přirozeného bytí by totiž citelně ohrozil základy zdravé reprodukce lidí i jiných biologických druhů.

Jako poslední je třeba zmínit problém, který je dle autorů evoluční ontologie v poslední době nejvíce urgentní. Tím je dosud přehlížený jev, který spočívá v konečné lidské spotřebě. Její abiotická podoba se dnes stává novým a zároveň velmi vážným nebezpečím pro stále rychlejší kulturní evoluci. Konečnou spotřebou se tu rozumí především materiálově a energeticky náročná spotřební technika, která vzniká výhradně za pomoci přímého způsobu utváření kultury. Z důvodu rychlého morálního zastarávání se pak těla technických struktur poměrně brzy stávají pro přírodu špatně stravitelným odpadem.

„A tato nová forma abiotické zátěže, často smíšená se zátěží biotickou, v podobě skládek obtížně recyklovatelného komunálního odpadu podléhá přirozené entropizaci, plíživě kontaminuje vodu, půdu a přirozené potravní cykly živých systémů.“[80]

Aby mohl přírodní systém, dnes již značně zdevastovaný a znečištěný, znovu přijímat a v relativně rychlém čase recyklovat produkty kulturní evoluce, musela by být dle J. Šmajse lidská aktivita, stejně jako v dobách minulých, převážně biotická. Z tohoto důvodu dnes stojí převážně abiotická kultura před dvěma zásadními problémy týkajících se její dlouhodobé perspektivy:

1. *„Důsledně separovat a recyklovat své amortizované produkty.*
2. *Intenzivně hledat cestu ke své biofilní transformaci.“*[81]

[80] ŠMAJS, Josef. *Evoluční ontologie kultury a problém podnikání*. Brno: Doplněk, 2012. ISBN 978-80-7239-298-8., s. 81.
[81] Tamtéž, s. 80.

5 EKOLOGICKÉ PROBLÉMY A EKONOMIE

Následující subkapitoly jsou věnovány rozboru závažných problémů souvisejících s expanzí kultury (těžba přírodních zdrojů, ubývání přírodního bytí, abiotický odpad) z pohledu minulých i současných ekonomů. Poznatky těchto autorů jsou dále posuzovány z hlediska evoluční ontologie.

Jako první je třeba zmínit závěry významných ekonomických teorií, které velmi značně ovlivňují ekonomické smýšlení lidí v dnešní době. Ekonomické teorie jsou praktickým příkladem, který poukazuje na vliv predátorského paradigmatu na tvorbu hodnot. Díky tomuto paradigmatu se ekonomie postupně začala zaobírat hlavně problémem zvyšování blahobytu a na ekologické problémy rezignovala. Proto není v ekonomických teoriích explicitně řešena ochrana přírody, která umožňuje veškerou produktivní lidskou činnost. Přesto je možné identifikovat minimálně dílčí postoje jednotlivých ekonomických teorií k životnímu prostředí.

5.1 ekonomické teorie

Prvním směrem, který lze v souvislosti s vývojem dnešní ekonomie a problematiky přírodních zdrojů uvést, je Merkantilismus. Zásadní merkantilistická myšlenka, že větší vývoz než dovoz zvyšuje bohatství země, byla pozdějšími teoretickými směry odmítnuta. Přesto lze nezávisle na této skutečnosti vypozorovat v rámci merkantilistické teorie určitý přístup k přírodním zdrojům a abiotické výrobě, který se příliš neliší od toho dnešního.

„Země, která sama netěžila zlato a stříbro, musela více vyvážet, než dovážet, a aktivní saldo obchodní bilance se vyrovnávalo přílivem zlata.“[82]

Merkantilistický přístup k bohatství podněcoval jak těžbu drahých kovů, tak průmyslovou výrobu produktů. Vzhledem k nastavení pravidel mezinárodního obchodu přitom nemohla mít těžba drahých kovů výrazný vliv na skutečné bohatství země. Problém výroby produktů (vznikajících přímým způsobem) v merkantilistickém systému spočívá v míře jejich spotřeby. Pokud se všechny země zaměřovaly na podporu exportu a omezení importu, míra směny a využití průmyslově vyrobených produktů za účelem vývozu musely být velmi nízké.

Další relevantní ekonomická teorie, která byla uznávaná především v době jejího vznikání, ale která zároveň určitým způsobem ovlivnila dnešní ekonomické smýšlení, je

[82] VOLEJNÍKOVÁ, Jolana. *Moderní kompendium ekonomických teorií: od antických zdrojů až po třetí tisíciletí*. Praha: Profess Consulting, 2005. ISBN 80-725-9020-0., s. 29.

Fyziokratismus. Tento ekonomický směr představoval vládu přirozeného řádu. Jako zdroj skutečného bohatství uznával pouze zemědělství a půdu, které je třeba chránit.

„Fyziokrati nahlíželi na renty jako na výsledek jakési tajemné hodnototvorné produktivní síly přírody…“[83]

Jednalo se tak v podstatě o raně ekologický postoj.[84] Důraz na zemědělství jako na jediné odvětví, které je produktivní a zároveň vytváří větší hodnotu, než spotřebovává, zahrnoval také těžbu. I když z axiologického hlediska povýšili fyziokrati důležitost zemědělství a především přírodních zdrojů, nikde se jejich konečnost nesnažili zdůraznit. Naopak i přes zmíněnou inklinaci k ekologickému postoji je třeba zdůraznit vliv na chápání blahobytu, který spočívá ve hmotných statcích. Takový přístup k blahobytu je v neměnném stavu mnohými lidmi uznáván až doposud.

„Bohatství podle nich spočívalo v množství spotřebního zboží, nikoli v množství nahromaděného kapitálu či zlata.“[85]

Toto zboží díky důrazu na zemědělskou produkci nabývalo z velké části biotického charakteru Avšak myšlenka, že čím víc společnost spotřebuje, tím se bude mít lépe, je víceméně jasná.

Fyziokraty prosazovaný přirozený řád se stal filozofickým základem klasické školy, která odrážela okolnosti nastupujícího kapitalismu. Vystupovala značně v zájmu průmyslového kapitálu za pomocí svého liberálního zakotvení a má patrně největší vliv na dnešní ekonomické myšlení. Klasičtí ekonomové se zajímali především o makroekonomické otázky, konkrétně o zdroje, vznik a růst společenského bohatství a jeho rozdělování mezi společenské třídy.

„Protože zdroj bohatství spatřovali ve výrobě, soustředili svůj zájem na nabídkovou stranu trhu…“[86]

Stejně jako v případě fyziokratů je v rámci klasické ekonomie dosahováno blahobytu za pomocí růstu produkce spotřebního zboží. Avšak toto zboží je již po vzoru merkantilismu

---

[83] SOJKA, Milan. *Dějiny ekonomických teorií*. Praha: Havlíček Brain Team, 2010. ISBN 978-80-87109-21-2., s. 40.
[84] CAPRA, Fritjof. Bod obratu: věda, společnost a nová kultura. Vyd. 1. Praha: DharmaGaia a Maťa, 2002, 514 s. ISBN 80-85905-42-6., s. 217.
[85] SOJKA (2010, str. 52.)
[86] VOLEJNÍKOVÁ, Jolana. *Moderní kompendium ekonomických teorií: od antických zdrojů až po třetí tisíciletí*. Praha: Profess Consulting, 2005. ISBN 80-725-9020-0., s. 46.

vyráběno především v průmyslových podnicích. Rychlost těžby zdrojů pro průmyslovou výrobu je však oproti období merkantilismu podstatně větší, protože dříve byla produkce patrně usměrňována skutečností, že příslušný stát nemohl být schopný vyvézt libovolné množství výrobků, kdežto v rámci klasické ekonomie již nejde o export, ale o to vybavit co nejvíce lidí co nejvíce statky. Jelikož se lidské potřeby neustále mění a přizpůsobují novým podmínkám, je, v mnohých případech, velikost saturace lidí statky omezena pouze jejich kupní sílou a limity produkce. To vedlo příslušníky probíraného ekonomického směru, v rámci teorie rozdělování, k zabývání se teorií přebytku:

„…je založená na skutečnosti, že práce nabyla v průběhu historického vývoje schopnost vytvářet takové množství produkce, které přesahuje reálnou osobní spotřebu.“[87]

Je tak zřejmé, že nároky na těžbu surovin pro průmyslovou výrobu a její dopad na životní prostředí jsou v dobách klasické ekonomie podstatně větší než kdykoliv v dobách dřívějších. Ekonomické teorie navíc inklinují k nadprodukci po vzoru klasické ekonomie i v dalších směrech, které po ní následovaly, a to až do současnosti.

Poměrně stěžejním prvkem, který ovlivnil hodnotový pohled na zdroje, bylo vypracování teorie nákladů, která byla později Ricardem rozvinuta v pracovní teorii hodnoty. V rámci této teorie byly určeny faktory, které se podílí na tvorbě hodnoty produktu (práce, půda, kapitál). Zdálo by se, že již bude přírodním zdrojům v rámci termínu „půda“ vtisknuta důstojná role při tvorbě hodnoty produktu, avšak opak je pravdou. V pracovní teorii hodnoty došlo k povýšení pracovního výkonu nad ostatní činitele, kdy je především jemu přičítán vliv na vnitřní hodnotu zboží. Při snaze o stanovení objektivní ceny zboží se tak patrně jednalo, i přes opomenutí charakteristiky vykonané práce, o velmi logický krok, protože jen čas lidského výkonu bylo možné bez intervence subjektivní složky lidské psychiky bezpečně kvantifikovat, a tím tak „objektivně“ ocenit rozličné produkty a služby.

„Může-li člověk dostat z peruánského ložiska do Londýna unci stříbra za stejný čas, za který může vyrobit bušl obilí, pak jedno je přirozenou cenu druhého.“[88]

Tyto slova Williama Pettyho dokumentují opět jen nicotnou roli omezených přírodních zdrojů na tvorbu hodnoty statků, protože neobnovitelné zdroje stály ve stínu lidské produktivní práce. Dříve zmíněnou tezi E. F. Schumachera, který poukazoval na fakt, že lidé

---

[87] SOJKA, Milan. *Dějiny ekonomických teorií*. Praha: Havlíček Brain Team, 2010. ISBN 978-80-87109-21-2., s. 59.
[88] VOLEJNÍKOVÁ, Jolana. *Moderní kompendium ekonomických teorií: od antických zdrojů až po třetí tisíciletí*. Praha: Profess Consulting, 2005. ISBN 80-725-9020-0., s. 46.

zacházejí s přírodními zdroji jako s důchodem, nikoli jako s kapitálem, lze v tomto případě doplnit o skutečnost, že role kapitálu jakoby přešla právě na lidskou práci. Je tak patrné, že v rámci klasické ekonomie došlo k upevnění pozice neobnovitelných zdrojů ve smyslu důchodu.

Na klasickou ekonomii navazuje rakouská a neorakouská škola, do kterých se řadili proslulí ekonomové jako například Menger, Von Mises, Hayek a Schumpeter. Všichni byli horlivými zastánci liberalismu a kapitalismu, a proto svým dílem přispěli k dnešnímu stavu, kdy dochází k ohrožení kultury jejím hostitelským systémem. Zmínění ekonomové se zabývali především problémy volného trhu a svobody, přičemž problematika vlivu ekonomické činnosti na biosféru stála mimo jejich pozornost. Kapitalismus a liberalismus slouží jako velmi účinné nástroje pro ekonomický růst, na jehož přeceňování spolu s technickým pokrokem jako klíčovým faktorem růstu blahobytu měla rakouská a neorakouská škola značný vliv.

I když jsou myšlenky zástupců rakouské školy uznávány majoritní částí lidské populace, je třeba dodat, že jejich kontroverze ve vztahu k přírodě spočívá v posílení myšlenky, že lidského blahobytu je možné dosáhnout pouze větší spotřebou v kombinaci s technologickým pokrokem, což je jako přístup kritizováno ze strany ekologicky smýšlejících vědců a filosofů. Inklinací k větší spotřebě je podněcován růst nároků na produkci spotřebního zboží, těžbu obnovitelných i neobnovitelných zdrojů či na zábor půdy.

Posledními relevantními ekonomickými teoriemi jsou Keynesiánství a Neokeynesiánství. V rámci těchto teorií je třeba v první řadě zmínit vůdčí osobu, která hledala východiska z Velké deprese. Touto osobou je J. M. Keynes, který je považovaný za jednoho z nejvýznamnějších ekonomů 20. století. I když se Keynes původně hlásil k liberálům, později v rámci ekonomické revoluce zdůraznil nezbytnost státních zásahů do ekonomiky, které slouží (především makroekonomické instrumenty) jako proticyklická opatření. I když Keynes řešil jiné problémy než jeho předchůdci z klasické a neoklasické školy, od kterých nicméně převzal pracovní teorii hodnoty, jeho přístup k ekonomice je v souladu s jeho předchůdci značně prorůstový. Je však třeba dodat, že i v případě Keynese nelze pozorovat jakoukoliv teorii, která by se týkala vlivu hospodářské činnosti na přírodu.

Nyní je vhodné opět připomenout lidské druhově sobecké jednání, které je zakořeněno v našich genech, a které způsobilo odklon ekonomie od zaobírání se přírodními problémy. To lze pozorovat i ve vyjádření S. Latoucheho:

„Veškeré odkazy na biofyzický podklad ekonomické činnosti zmizely. Ekonomická produkce tak, jak ji formuluje většina neoklasických teoretiků, nenaráží na žádné ekologické hranice.“[89]

S ním přímo souhlasí J. Šmajs, který dodává, že od konce 19. století se ekonomická teorie zbavila všech souvislostí s přírodou.[90]

P. A. Samuelson přední postava neokeynesovství se zapsal do podvědomí ekonomicky vzdělaných občanů vydáním (spolu s W. D. Nordhausem) rozsáhlé učebnice ekonomiky, která je jakýmsi sborníkem v té době platného ekonomického poznání. V rámci učebnice je samozřejmostí existence kapitoly věnované ekonomickému růstu. Ten autoři z formálního hlediska definují jako zvýšení potenciálního GNP.[91] Zároveň však poukazují na důležitost uvědomění si, jaké důsledky má ekonomický růst pro obyčejného člověka.

„Aby bylo patrné, co ekonomický růst přinesl Americe, vraťme se o jedno století zpět do roku 1888 a podívejme se na každodenní existenci tehdejší rodiny. Většina lidí pracovala na farmách 10 až 12 hodin denně, 6 až 7 dní v týdnu. Průměrný pracovník si obvykle vydělával asi 1 dolar na hodinu v dnešních cenách. Jaké statky a služby se za tak hubený výdělek daly koupit?“[92]

Z hlediska kvantitativního v rámci spotřeby a z hlediska kvalitativního v rámci techniky je zřejmé, že jsme skutečně jako civilizace prošli neuvěřitelným procesem růstu, který nám umožňuje používat věci, o kterých se nám dříve ani nezdálo.[93] Jak už však bylo zdůrazněno v subkapitole týkající se Rakouské školy, takto úzce zaměřený růst na lidskou spotřebu s sebou nutně nese problém rostoucího čerpání přírodních zdrojů, hromadění abiotického odpadu a také vytlačování přírodního systému kulturou. J. Šmajs ovšem poukazuje i na podstatný fakt - na dramatický úbytek hospodářské potřeby živé lidské práce, která je nahrazována produktivní technikou. Tento faktor je přitom neslučitelný s touhou po plné zaměstnanosti.

---

[89] LATOUCHE, Serge. *Malé pojednání o poklidném nerůstu*. Vyd. 1. Beroun: Za tratí, 2012, 108 s. ISBN 978-809-0433-571., s. 21.
[90] ŠMAJS, Josef. *Evoluční ontologie kultury a problém podnikání*. Brno: Doplněk, 2012. ISBN 978-80-7239-298-8., s. 116.
[91] SAMUELSON, Paul Anthony. *Ekonomie.* Vyd. 1. Praha: Svoboda, 1991, 1011 s. ISBN 80-205-0192-4., s. 852.
[92] Tamtéž, s. 852.
[93] Zdá se být zavádějící vyvolávat ve čtenářích emoční pohnutky odkazováním se v rámci ekonomického růstu na „chudobu“ našich předků. Ti sice nemohli spotřebovávat statky a služby v takovém množství a kvalitě jako my, ale s nastávajícími generacemi to samozřejmě porovnávat nemohli. Obyvatelé 50. let 20. století se zajisté netrápili myšlenkami, že nevlastní domácí počítač.

„Potřeba lidské produktivní práce je přitom biologicky zakotvená, zdá se, že je funkční náhradou lidské námahy našich předků při obstarávání potravy a udržování života ve volné přírodě.“[94]

Pokud Samuelson a Nordhaus zdůrazňují, že lidé dříve pracovali na farmách podstatně déle než tomu tak činíme my v našich zaměstnáních, vyvolají zajisté u značného počtu čtenářů pocit úlevy. Ti by totiž nemohli v takové míře trávit volný čas pomocí zábavy (ne zřídka plytké). Autoři se však v tomto případě staví naprosto neutrálně k charakteristice práce, která hraje nutně důležitou roli pro spokojenost člověka. Je dnešní práce lepší, než ta dřívější jen z toho důvodu, že trvá kratší dobu? Nebo je dnešní práce lepší díky tomu, že je usnadněná pomocí techniky?

„Dnes sice už práce nezajišťuje jen fungování hospodářských procesů, tj. nejde již primárně o zemědělskou, řemeslnou a průmyslovou práci produktivní. Stále více jde o zvláštní neproduktivní práci kulturně podpůrnou a správní, kterou si vynucuje umělá povaha kulturního systému, a v níž se proto nejedná o kultivující interakci člověka s vnějšími přírodními silami.“[95]

Charakter dnešní práce tak očividně není plně kompatibilní s tím biologicky zakotveným u našeho druhu:

„Dnešní administrativně obslužná práce ztratila někdejší kreativitu lidských technologických dovedností, udržuje v chodu globalizovanou společnost, podporuje její expanzi v biosféře… Omezená nabídka produktivní i kulturně obslužné práce však jednu část populace zbavuje pracovní seberealizace a hromadí v ní potenciál společenské křivdy a destruktivity, druhou část vystavuje tlaku enormní psychické zátěže. “[96]

Autoři ekonomické učebnice navíc explicitně poukazují na fakt, že v době průmyslové revoluce byli rolníci vyháněni z venkova a nuceni odcházet do měst, kde se stávali dělnickou třídou. K tomuto faktu přistupují opět neutrálně ve smyslu rčení „účel světí prostředky“, jako by je nezajímalo, čím vším byla v minulosti naše úroveň spotřeby vykoupena, natož pak jaké negativní důsledky v biosféře způsobuje. [97]

---

[94] ŠMAJS, Josef. *Evoluční ontologie kultury a problém podnikání*. Brno: Doplněk, 2012. ISBN 978-80-7239-298-8., s. 201.
[95] Tamtéž, s. 201.
[96] Tamtéž, s. 201.
[97] SAMUELSON, Paul Anthony. *Ekonomie.* Vyd. 1. Praha: Svoboda, 1991, 1011 s. ISBN 80-205-0192-4., s. 853.

5.2 Problematika očima dnešních ekonomů

V poslední době se probíranými tématy (přírodní zdroje, ubývání přírodního bytí a abiotický odpad) zaobírá větší množství ekonomů. Děje se tomu tak většinou na popud jejich ekologicky smýšlejících současníků, ke kterým se nezřídka staví do opozice. V rámci České Republiky je velmi aktivním emeritní prezident a liberál klasického typu Václav Klaus (čerpající z široké škály zahraniční literatury), který se zabývá nejen problematikou globálního oteplování, ale také mnou probíranými ekologickými problémy. Jeho práce jsou zaměřeny především na vyvracování myšlenek environmentalistů, kteří se mnohdy uchylují k normativním nařízením.[98] Není tak divu, že Klaus svojí opozici k environmentalistům označuje jako boj o svobodu. K probíraným tématům také přispěli z ekonomického pohledu L. Čamrová a spol., kteří přeložili hrstku statí zahraničních autorů o vztahu ekonomiky a životního prostředí.

5.2.1 Neobnovitelné zdroje

V oblasti neobnovitelných přírodních zdrojů se V. Klaus zásadně staví proti jakémukoliv pokusu o regulaci jejich čerpání. A to díky názoru, že na přírodní zdroje nelze pohlížet substančním či stacionárním pohledem. Při této příležitosti cituje slova P. H. Aransona při vystoupení na konferenci Montpelerinské společnosti ve Washingtonu:

„Zásoba zdrojů se zvětšuje spolu s naší zásobou vědomostí.“[99]

Klaus dle vzoru J. Simona tvrdí, že na planetě Zemi existují v podstatě pouze potenciální zdroje, konečnými je činí až člověk pomocí jeho invence a úsilí.

„Omezeným, budoucnost lidstva případně – dlouhodobě – limitujícím zdrojem tak může být jen a jedině onen lidský zdroj, a jeho schopnost transformace potenciálních zdrojů ve zdroje skutečné. “[100]

Jako určitý indikátor vyčerpávání zdrojů používá jejich ceny, které slouží jako pravdivé vyobrazení vzácnosti těchto zdrojů:

„… klesající ceny zdrojů dokazují, že se vzácnost zdrojů nezvyšuje a že vyčerpanost zdrojů v čase nenarůstá.“[101]

---

[98] Do této skupiny řadí veškeré propřírodně orientované autory.
[99] KLAUS, Václav. *Modrá, nikoli zelená planeta: co je ohroženo: klima, nebo svoboda?*. 1. vyd. Praha: Dokořán, 2007. ISBN 978-80-7363-152-9., s. 44.
[100] Tamtéž, s. 44.
[101] Tamtéž, s. 45.

Naprosto souhlasné stanovisko zastává s V. Klausem další český ekonom Vladimír Tomšík, který považuje cenový mechanismus trhu za klíčový v řešení otázky vzácných zdrojů.[102] Určité rozdíly však lze nalézt v pohledu na problematiku zdrojů, který nabízí J. F. Chant a spol. Ti v souladu s Klausem doceňují důležitost cen a především tržní ekonomiky v rámci problematiky zdrojů, avšak za jiným účelem. Pokud se Klaus snaží vysvětlit důležitost cen jako indikátoru vzácnosti přírodních zdrojů, tak zmínění autoři se na rozdíl od Klause staví k problematice vyčerpanosti zdrojů neutrálně. Respektive se zabývají problémem alokace těchto surovin, které jsou nárokovány pomocí peněžních prostředků:

„Předností tržní ekonomiky je, že ti kdo si cení určitého zdroje nejvíce, se formou peněžních hlasů přihlásí o slovo a získají určité právo používat tento zdroj. Základním problémem každého ekonomického systému je vzácnost.“[103]

Problém vzácnosti přírodních zdrojů je tak dle autorů vyřešen tím, že jeden subjekt je ochotný[104] za určitý zdroj zaplatit více. Staví se zásadně proti nesouhlasu se systémem založeným na principu „peněžních hlasů“ a po vzoru Klause, i když v mírně odlišném kontextu, považují jakoukoliv intervenci týkající se hodnot obyvatel (především pomocí státních zásahů) za omezování svobody.[105]

Stejně jako Václav Klaus si uvědomuje důležitost lidské invence při převádění potenciálních zdrojů na dostupné i J. Šmajs, ten považuje lidského činitele za zásadní subjekt, který ovlivňuje rozvoj kultury. Velký rozdíl však nastává v pohledu na přirozené limity, které nám poskytuje planeta Země a především v pohledu na vztah kultury a přírody. Je patrné, že je Václav Klaus poučený o evolučním pohledu na svět:

„… zapomíná se na to, že celé dějiny naší planety, stav a tvar souše, vodstva, struktura živočišných a rostlinných druhů, vývoj atmosféry atd. jsou předmětem permanentního procesu změn…“[106]

Jeho závěry, které se týkají nejen problematiky přírodních zdrojů, jsou však s evolučním pohledem nekompatibilní. Vraťme se ke Klausovým slovům, že se na přírodní

---

[102] TOMŠÍK, Vladimír. *Ekonomie a zdravý rozum*. 1. vyd. Praha: Fragment, 2011. ISBN 978-802-5313-930. s. 125.
[103] ČAMROVÁ, Lenka a spol. *Ekonomie a životní prostředí: nepřátelé, či spojenci?*. 1. vyd. Praha: Alfa Publishing, 2007, 399 s. ISBN 978-80-86389-47-9., s. 29.
[104] Je otázkou, zda lze považovat slovo „ochotný“ za vhodný termín ve společnosti s nerovnoměrně alokovanými peněžními prostředky.
[105] ČAMROVÁ a spol. (2007, str. 29.)
[106] KLAUS, Václav. *Modrá, nikoli zelená planeta: co je ohroženo: klima, nebo svoboda?*. 1. vyd. Praha: Dokořán, 2007. ISBN 978-80-7363-152-9., s. 19.

zdroje nedá pohlížet substančním či stacionárním způsobem.[107] Tento přístup však nabízí spíše evoluční ontologie, která respektuje přirozené limity planety Země. Přestože se Šmajs s Klausem shodnou, že přírodní zdroje ve skutečnosti neexistují, autor konceptu evoluční ontologie k tomuto zjištění dochází naprosto odlišným způsobem.

„Materiální kultura vzniká totiž z látky a energie již nejméně jednou zformované přirozenou evolucí. Není vytvářena z tzv. přírodních zdrojů, protože žádné neuspořádané zdroje (struktury) na evolučně vytvořené Zemi neexistují.“[108]

To se týká i abiotické přírody, kterou Klaus rozdělil na zdroje potenciální a konečné. Jenže tato abiotická příroda na rozdíl od biotické neprochází procesem narůstání diverzity. Prvky obsažené v Zemi zůstávají od období velkého třesku neměnné. A to jak do počtu jejich druhů, tak i v míře zastoupení každého druhu. Pokud se určitý potenciální zdroj stane zdrojem konečným, přírůstek v jedné skupině se rovná úbytku ve skupině druhé. Klausův pohled na přírodní zdroje je tak evoluční pouze v „mikro“ rozlišení, protože změny poměru mezi potenciálními a konečnými zdroji nemohou vést k žádným přírůstkům zdrojů jako celku. Naopak zdroje, které byly vytěženy, podléhají silným procesům amortizace. Lidská invence nemůže zajít až za hranice hostitelského prostředí. Na tyto hranice upozorňují například J. Lovelock či E. F. Schumacher:

„růst k určitému omezenému cíli má své opodstatnění, ale neomezený všeobecný růst existovat nemůže.“[109]

Úloha cen tak problém zdrojů jako takový vyřešit neumí. Otázka cenové dostupnosti zdrojů vede pouze k redukci problému nebo k jeho úplnému přehlížení.[110] V souvislosti s omezenými přírodními zdroji je třeba uvést spornou myšlenku N. G. Mankiwa, autora hojně využívané ekonomické učebnice:

„Zdroje se vyčerpávají pomaleji, než se zvyšují naše schopnosti jimi šetřit.“[111]

Toto tvrzení nejen že postrádá smysl, ale navíc vůbec nevypovídá o podstatě problému. Mankiw rovněž tento problém nebezpečně zlehčuje, jako by byl již vyřešený. Aby tento výrok měl pro člověka, jenž se ocitá na začátku své 5 miliónů let dlouhé existence na

---

[107] Evoluční pohled na přirozené bytí neimplikuje evoluční pohled na problematiku přírodních zdrojů.
[108] ŠMAJS, Josef. *Evoluční ontologie kultury a problém podnikání*. Brno: Doplněk, 2012. ISBN 978-80-7239-298-8., s. 23.
[109] SCHUMACHER, E. *Malé je milé: aneb ekonomie, která by počítala i s člověkem.* 1. vyd. Brno: Doplněk, 2000, 284 s. ISBN 807239035x., s. 35.
[110] ŠMAJS (2012, str. 81).
[111] MANKIW, N. *Zásady ekonomie*. 1. vyd. Praha: Grada, 1999, 763 s. ISBN 80-7169-891-1., s. 508.

planetě Zemi, váhu, musely by zdroje na této planetě postupně narůstat. Tento nárůst zdrojů by však nesměl být překonán objemem jejich spotřeby. Nárůst zdrojů by musel být absolutní, nikoliv ve smyslu transformace potenciálních zdrojů na skutečné, na kterou poukázal prof. Klaus.

5.2.2 Ubývání přirozeného bytí

V případě problému vytlačování přirozeného bytí kulturou je třeba přednostně zmínit opět V. Klause. Ten považuje kulturu za běžnou součást přírody:

„Environmentalisté ignorují i ten fakt, že ve stejném pohybu jako člověk, který stále hledá a vytváří podmínky pro svůj život, je i příroda. Zatímco pro jedny druhy živočichů a rostlin se činností člověka podmínky zhoršují, pro jiné naopak vhodné podmínky vznikají a příroda sama se těmto změnám velmi pružně přizpůsobuje.“[112]

Patrně tak nechápe, anebo nechce chápat, že kultura je systém onticky opoziční k přírodě. Tento umělý systém rovněž není s to nahradit přirozené podmínky reprodukce člověka. Pokud se Klaus dopouští nedocenění umělého systému, zajisté naopak přeceňuje ten přirozený, konkrétně jeho plasticitu. Příroda, jak vidno, na vyvolané změny reagovat dokáže, ale pouze do určité míry. Jak bylo zmíněno v souvislosti s evoluční ontologií, rozhodně nedokáže v krátké době přijmout umělé struktury abiotické techniky nebo se vhodně doplňovat s kulturou. Není tak plastická, jak bychom si přáli.

Významný český ekonom v této problematice pokračuje pomocí kritiky, která se týká toho, že vlivem člověka dochází k nebývalému úhynu živočišných druhů:

„Živočišné druhy vznikají a zanikají jen a jedině proto, že se příroda permanentně přizpůsobuje měnícím se podmínkám. Neexistuje žádný předem daný optimální stav světa, který máme povinnost chránit. Stav světa je spontánním výsledkem interakce obrovského počtu faktorů… “[113]

Takovéto vysvětlení problematiky úhynu živočišných druhů nemohu považovat za uspokojivé. Samozřejmě, že jedním z faktorů, který ovlivňuje stav světa je rovněž člověk, avšak jeho role nemůže být považována za běžnou. Musím opět zopakovat důležitost evoluční ontologie, která definuje kulturu, protože V. Klaus naprosto přehlíží fakt, že na planetě Zemi již nedominuje pouze jeden řád. Člověk v současné době nevyužívá přírodu, aby zajistil své

[112] KLAUS, Václav. *Modrá, nikoli zelená planeta: co je ohroženo: klima, nebo svoboda?*. 1. vyd. Praha: Dokořán, 2007. ISBN 978-80-7363-152-9., s. 21.
[113] Tamtéž, s. 21.

přežití, ale s využitím vědy a techniky ji přetváří účelově, dnes nejvíce pro svůj ekonomický prospěch. Z evolučního pohledu na přírodu vyplývá jeden podstatný závěr, který byl již dříve zmíněn. Příroda je subjektivita, je to aktivní tvořivý systém, který se samovolně reprodukuje. Není to tedy žádný objekt, jak ji vidí V. Klaus, i přesto, že je evolučně poučený. Příroda tak není pouhým předmětem změn, které donekonečna probíhají na popud člověka.

„*Vykácení pralesů na našem území bylo z dnešního pohledu environmentalistů strašlivou ekologickou katastrofou, ale jejich nahrazení nás dnes obklopující kulturní krajinou vytvořilo krajinu jinou a přiznejme si, že ta je – nejen z estetického hlediska – více než přijatelnou náhradou.*“[114]

Závěrečná slova našeho emeritního prezidenta nemá význam hodnotit z hlubšího filosofického pohledu, protože tato slova z hlubšího zamyšlení se rozhodně nepocházejí. Argument o estetické přijatelnosti je velmi sporný, troufám si říct, nepřijatelný. Nejen, že zakrývá závažný skrytý ontický konflikt kultury a přírody, ale na to, co je estetické, se mohou názory různit. Problém těchto subjektivních názorů spočívá v tom, že není snadné vyhodnotit, který z nich je více objektivní. Opoziční názor ke Klausovi nabízí Konrad Lorenz:

„*Všeobecné a rychle se šířící odcizení civilizovaného člověka živé přírodě nese velký díl viny na jeho vzrůstajícím estetickém a etickém úpadku… Objektivně nahlíženo a matematicky namísto esteticky vzato spočívá rozdíl v zásadě ve ztrátě informace.* “[115]

Klaus i Lorenz mají samozřejmě každý svojí dílčí pravdu, ale kdo z nich má pravdu absolutní? A jak to poznat?

5.2.3 Expanze abiotické techniky

Poslední rozebíraný způsob ohrožení přírody kulturou je patrně nejzávažnější. Souvisí s prudkým nárůstem abiotických produktů, vytvářených přímým informačně předepsaným způsobem, které již není přírodní systém s to opětovně přijmout a využít, nebo v pro člověka přijatelném časovém úseku rozložit.

V souvislosti s nárůstem výroby těchto statků, byl ekologicky smýšlejícími autory podroben kritice vliv reklamy. Ta v dnešní době opustila pouze informační charakter, přičemž aspiruje na možnost namísto reflektování současných potřeb občanů vyvolávat potřeby nové.

---

[114]KLAUS, Václav. *Modrá, nikoli zelená planeta: co je ohroženo: klima, nebo svoboda?*. 1. vyd. Praha: Dokořán, 2007. ISBN 978-80-7363-152-9., s. 20.
[115] LORENZ, Konrad. *8 smrtelných hříchů*. Vyd. 1. Praha: Panorama, 1990, 99 s. ISBN 80-703-8212-0., s. 22-23.

S tím nesouhlasí trio zahraničních ekonomů J. F. Chant, D. G. McFetridge a D. A. Smith, jejichž článek přeložili a vydali Lenka Čamrová a spol. v knize Ekonomie a životní prostředí. Zmínění zahraniční autoři převádí kritiku výrobců, kteří se snaží pomocí reklamy prodat své produkty, na kritiku spotřebitelů.

„Za předpokladu existence suverenity spotřebitelů je kritika struktury výroby zároveň i kritikou přání a preferencí spotřebitelů… Označovat zboží a služby, které si jiní lidé přejí spotřebovávat, za okázalou nebo zbytečnou spotřebu znamená zpochybňovat hodnoty, jimž tito lidé dávají přednost.“[116]

Dle Chanta a spol. existuje suverenita spotřebitele, který určuje, co se má vyrábět. Činí tak prostřednictvím nákupu od firem, jejichž výrobky nejvíce vyhovují jejich přáním a potřebám.[117] Pomocí různých argumentací na připomínky ekologů tak dochází k dílčímu závěru:

„Tvrzení, že lidé nepotřebují určité věci, vede k chybnému závěru, že by je tedy neměli chtít.“[118]

Rozliční ekologové se dopustili zásadní chyby, že se snažili své závěry vnutit lidem ve formě normativních nařízení. Nejen že, jak již bylo zmíněno, tyto normy jsou v konečném výsledku degradovány na pouhé přemlouvání, navíc ekonomové liberálního smýšlení často dochází k rovněž zmíněným závěrům, že tato normativní doporučení jsou útokem na lidskou svobodu. Do určité míry se jedná o námitku oprávněnou, avšak tyto pře značně bagatelizují skutečné jádro problému.

Nemohu, ba odmítám ze své pozice hodnotit, do jaké míry lze považovat biofilní transformaci (ať už na základech normativních nařízeních či teoretických úvah) za omezování lidské svobody, či soudit, zda tuto kýženou svobodu dokáže každému zaručit volný trh. Z teorie, která má potenciál stát se základem nových hodnot, evoluční ontologie, jasně vyplývá několikrát zmiňovaný závěr, že člověk je v podstatě obyčejný živočišný druh, který je vázaný na své vnější podmínky. Tento vnější svět, který nás obklopuje má bezpochyby své hranice. Pokud se snažíme po Schumacherovsku řečeno o neomezenou expanzi v omezeném prostředí, je patrné, že v daleko větší míře, než chybné normativní snahy některých ekologů, budou naši svobodu omezovat právě tyto hranice našeho vnějšího prostředí.

---

[116] ČAMROVÁ, Lenka a spol. *Ekonomie a životní prostředí: nepřátelé, či spojenci?*. 1. vyd. Praha: Alfa Publishing, 2007, 399 s. ISBN 978-80-86389-47-9., s. 25.
[117] Tamtéž, s. 25.
[118] Tamtéž, s. 25.

V případě vlivu reklamy na člověka, nelze předloženou interpretaci Chanta a spol. považovat za uspokojivou. I v řadách ekonomů do značné míry převládá názor, že dnes již spotřebitelé neurčují to, co se má vyrábět. Suverenita spotřebitele v určitých případech samozřejmě existuje. Je to on, kdo si vybírá, co si koupí. Chtěl bych zdůraznit slovo „koupí“. Tento proces může být patrně ovlivňován nejen endogenními faktory uvnitř člověka, ale také faktory exogenními (například vliv reklamy). Problém vnucování produktů spotřebitelům nemusí nutně kolidovat s jejich suverenitou. Tato suverenita však nemůže být chápána jako absolutní moc zákazníka nad výrobcem.

V průběhu posledního století došlo k neuvěřitelnému pokroku v technologii skrze inovace. Je však možné tvrdit, že inovativní produkty jsou také výsledkem přání spotřebitelů? Pokud ano, znamenalo by to, s trochou nadsázky, že se lidé na přelomu 1. a 2. vlny[119] nemohli dočkat, až koupí stolního počítače uspokojí svojí potřebu. Samozřejmě potřeby lidí se vyvíjí, ale role exogenních faktorů je v tomto vývoji jasná.

Tyto úvahy přesto nevysvětlují problematiku výroby dostatečně. Nesrovnatelně důležitější je fakt, že abiotické výrobky jsou pro přírodní systém cizorodé. Přírodní systém oplývá určitou mezní kapacitou tyto cizorodé produkty přijímat a odstranit. Zdá se tak bláhové naivně tvrdit, že výroba může být determinována pouze přáním spotřebitelů.

[119] viz. TOFFLER, Alvin a Heidi TOFFLEROVÁ. *Nová civilizace: třetí vlna a její důsledky*. 1. vyd. v českém jazyce. Praha: Dokořán, 2001, 124 s. ISBN 8086569004.

6 EKOLOGICKÉ PROBLÉMY A ROLE TERCIÁRNÍHO SEKTORU

Pro ujasnění je třeba poznamenat, že terciárním sektorem je v tomto případě myšlen tzv. „sektor služeb“. Službu jako takovou, která je základem terciárního sektoru, je složité přesně definovat. Existuje nepřeberná řada definic, jejichž vyjmenování by k žádoucímu vymezení pojmu služba nevedlo. Jako přínosnější považuji zaměřit se na charakteristiky služeb. V první řadě je třeba uvést dvě základní, které bývají zpravidla v definicích autorů obsaženy:

- služba je nehmatatelná,
- spotřeba služeb je simultánní, tedy v okamžiku jejich výroby.[120]

K lepšímu pochopení, co to vlastně služba je, přispívá Cimler, který služby názorně rozděluje dle jejich vtahu ke zboží:

- pouze hmatatelné zboží – není doprovázeno dalšími službami,
- hmatatelné zboží s doprovodnými službami – tyto služby zvyšují přitažlivost zboží pro spotřebitele,
- služba s doprovodnými menšími výrobky a službami,
- pouze služba, která není doplněna zbožím.[121]

Podobně, jako to provedl Cimler, rozdělil služby dle určitých charakteristik A. Wilson. Ten již řadí do jednotlivých skupin praktické příklady:

Tabulka 1: Rozdělení služeb

Stupeň nehmotnosti	Služby pro výrobu	Služby pro spotřebitele
Služby, které jsou zásadně nehmotné	Bezpečnost, komunikační systémy, franchising, fúze, akvizice	Muzea, aukční síně, zaměstnavatelské agentury, zábava, vzdělávání, cestovní ruch
Služby poskytující přidanou hodnotu k hmotnému produktu	Pojištění, údržba, poradenství, inženýring, reklama, obalový design	Prádelny, čistírny, opravy, osobní služby (holičství…), pojištění
Služby zpřístupňující hmotný produkt	Velkoobchod, doprava, skladování, financování,	Maloobchod, prodejní automaty, poštovní zásilky,

[120] FITZSIMMONS, James A. a kol. *Service Management: Operations, Strategy, Information Technology*. Vyd. 8. New York: The McGraw Hill, 2014, 524 s. ISBN 978-0-07-802407-8., s. 4.
[121] TUČKOVÁ, Zuzana. *Ekonomika služeb: Distanční studijní opora.*Vyd. 1. Znojmo: Soukromá vysoká škola ekonomická Znojmo s.r.o., 2009, 112. s. ISBN 978-80-87314-03-6., s. 9.

	architektura, faktoring, smluvní výzkum a vývoj	půjčovny, hypotéky, charity

Zdroj: TUČKOVÁ, Zuzana. *Ekonomika služeb: Distanční studijní opora.* Vyd. 1. Znojmo: Soukromá vysoká škola ekonomická Znojmo s.r.o., 2009, 112. s. ISBN 978-80-87314-03-6., s.22

Nyní je patrné, že služba jako taková nepředstavuje výrobu určitého produktu. Přesto je třeba v našem případě vnímat terciární sektor jako významný přinejmenším ze dvou důvodů. Za prvé dle Cimlerovy charakteristiky služeb je zřejmé, že se služba často váže na výrobky. Služba doprovází výrobky nebo tento vztah platí opačně. Proto je třeba služby rovněž podrobovat kritice z hlediska ekologických problémů. Je totiž zřejmé, že se poskytovatelé služeb společně s výrobci produktů na těchto problémech značnou měrou podílí. Za druhé terciární sektor představuje v ekonomikách vyspělých států - v rámci hrubého domácího produktu - majoritní část. Podíl terciární sféry na HDP vyspělých států činí přibližně 60 % a má nadále rostoucí trend. V České republice byl v roce 2012 podíl terciárního sektoru na hospodářství přesně 60,3 %, přičemž 37,3% připadalo na sektor sekundární a 2,4 % na primární.[122]

Služby již nemohou být brány ve vztahu k přírodě jako málo významná část hospodářského systému. Podobný postoj zastává Alena Hadrabová, která služby povyšuje přibližně na úroveň výroby:

„Většina negativních dopadů na životní prostředí a jeho částí souvisí s výrobními aktivitami a na ně navazujícími službami.“[123]

Je tak nasnadě zabývat se negativním vlivem služeb jako součástí kulturního systému na systém přirozený a možnostmi zmírnění tohoto vlivu. Dále se pokusím blíže specifikovat roli obchodu a zprostředkování, na které je tato práce zaměřena. Obchod a zprostředkování patří v rámci terciárního sektoru mezi jedny z majoritních činností. Jsou spojeny s hmotnými statky a navíc jsou značně propojeny s dalšími službami.

V dnešní době, kdy naprostá většina transakcí probíhá pomocí univerzálního platidla, je středem zájmu nepřímý obchod, respektive směna komodit mezi jednotlivci či skupinami prostřednictvím peněz. Problematika vztahu maloobchodníka k životnímu prostředí začíná hned u jeho sortimentu, u prodávaného zboží. V dnešní době si téměř každý obchodník může

[122] GDP - COMPOSITION, BY SECTOR OF ORIGIN. *The World Factbook* [online]. 2014 [cit. 2014-04-09]. Dostupné z: https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/fields/2012.html

[123] HADRABOVÁ, Alena. *Environmentální aspekty podnikání*. Vyd. 1. Praha: Oeconomica, 2010, 119 s. ISBN 978-80-245-1709-4., s. 5.

vybírat ze široké škály produktů, které bude prodávat. Tato škála již delší dobu neobsahuje pouze produkty tuzemské výroby. Na volbu prodávaného zboží tak přímo navazuje, kromě obchodu další důležitá součást terciárního sektoru, přeprava. V případě povýšení přírodního systému (z axiologického hlediska) vyvstávají před obchodníkem dvě základní otázky, které se týkají volby jeho sortimentu:

- otázka složení,
- otázka místa výroby.

Prodejce by se tak musel v první řadě rozhodnout, jaké výrobky prodávat. Musel by řešit otázku, co je bází výrobku a jakým způsobem byl vyroben. Také by se měl zabývat místem výroby, které je spojeno s délkou přepravy výrobků. Tyto otázky v dnešní době řeší především výnosové ukazatele, které jsou však z hlediska jakýchkoliv hodnot neutrální. Tyto ukazatele však probírané ekologické problémy nedokážou řešit tak, jak řeší perspektivu podnikatelské činnosti konkrétního subjektu. V tomto případě vše komplikuje zákazník, jehož suverenitu spatřuji především ve výběru mezi nabízenými produkty či službami v určitém čase a místě. Vzhledem ke konkurenčnímu prostředí na trhu, prodávat méně nešetrné produkty k životnímu prostředí, co se týče složení i délky přepravy, nemusí nutně korelovat s dlouhodobou perspektivou podniku.

Na tyto zmíněné problémy pak navazuje další, a to velmi markantní problém, kterým je propagace produktů. Na nabízené produkty je zvykem zákazníka upozornit a zaujmout jeho pozornost. Stává se tak požadavkem na reklamní prvky, že musí být dobře viditelné, barevné a esteticky přijatelné. Tyto požadavky málokdy dokážou splnit reklamní banery vyrobené z plně recyklovatelných materiálů, proto podniky vesměs využívají abiotických materiálů, konkrétně umělých hmot.

Vyjma reklamních materiálů projde podnikem, jenž je zaměřený na služby, také velké množství dalšího odpadu (plast, papír, sklo). Tento odpad je v převážné míře spojen s přepravou zboží a jeho skladováním. Podnik by tak měl vzniklý odpad nejen v co největší míře využít, ale také důsledně třídit.

Hawken a spol. vidí v sektoru služeb potenciál pro řešení ekologických problémů, což dokazují následujícím tvrzením:

„Produktivita zdrojů a uzavřené smyčky poskytují po dlouhou dobu lepší služby s nižší spotřebou materiálu, nižšími náklady a s menšími komplikacemi.“[124]

Zmínění autoři tak mají na mysli možnost nahrazení prodeje určitého zboží, od kterého zákazník očekává určitou službu, právě poskytnutím příslušné služby. Poskytovatel této služby by dosáhl nejvyššího zisku díky tzv. zeštíhlujícímu myšlení, které by vedlo k efektivitě poskytnuté služby a k minimálnímu, nejlépe nulovému odpadu.[125]

Při využití zmíněného nápadu nemohu vyvracet pozitivní dopad na zatížení přirozeného systému naší činností. Avšak tento návrh lépe slouží účelu, pro který nebyl vytvořen. Tedy pro vysvětlení, že na základě poznatků, které shrnuje evoluční ontologie, nestačí jenom vědomě šetřit. Za prvé služby patrně nikdy zcela nedokážou nahradit dnešní abiotickou výrobu. Za druhé jádro problému nespočívá pouze v kvantitě vyráběných abiotických statků, která by se musela rapidně snížit, ale v samotném složení těchto předmětů. Proto je zapotřebí nové morálky a etiky, které mohou pomoci ke změně hodnot a především ke strukturální změně námi vytvářené kultury.

[124] HAWKEN, Paul, Amory B LOVINS a L LOVINS. *Přírodní kapitalismus: jak se rodí další průmyslová revoluce*. Vyd. 1. Praha: Mladá fronta, 2003, 476 s. Myšlenky (Mladá fronta). ISBN 80-204-1078-3., s. 167.
[125] Tamtéž, s. 167.

7 ÚVOD DO VÝZKUMNÉ ČÁSTI

7.1 Představení firmy HUDYsport, a.s.

HUDYsport, a.s. je společnost, která se přednostně zabývá prodejem a poradenstvím v úzce specializovaném odvětví outdoorových aktivit. V roce 1990 ji založil Jindřich Hudeček, který je významnou osobou českého lezení. Hudeček byl častým praktikantem v prodejnách s vybavením pro pobyt v přírodě, a proto se po sametové revoluci rozhodl pro vytvoření svého vlastního obchodu. Tento obchod vybudoval v blízkosti svého bydliště ve městečku Hřensku, které je významnou lezeckou oblastí s vysokou koncentrací pískovcových skal na relativně malé rozloze. V následující dekádě po otevření prvního obchodu, čili v průběhu 90. let 20. století, se firma těšila eminentnímu zájmu zákazníků, což vyústilo v markantní nárůst prodejních míst po celé České Republice. Dalším milníkem je rok 2004, kdy Česká republika vstoupila do Evropské unie. V tomto roce začal HUDYsport podnikat i na sousedním Slovensku a stal se tak mezinárodním subjektem. V roce následujícím pak došlo ke konverzi fyzické osoby jako podnikatelského subjektu na akciovou společnost.

V současné době je v rámci společnosti provozováno 41 prodejen, a to z majoritní části na základě franchizingové smlouvy. I z důvodu neúspěšné expanze na polský trh je působnost firmy situována výhradně v rámci České a Slovenské republiky. Na našem území tak působí dohromady 33 prodejen, čili zbývajících 8 je provozováno na Slovensku.

V začátcích podnikání se zaměstnanci firmy stávali výhradně kamarádi ze skal či horolezeckých expedic, což vyústilo v několik specifických vlastností, kterými je dnešní společnost HUDYsport výjimečná. První je dosud převládající, i když celorepublikovou expanzí mírně oslabený, silný duch uvnitř firmy, který je považován za hnací sílu společnosti. Zaměstnanci jsou ze značné části aktivní lezci či sportovci, proto je personál maloobchodních prodejen specifický svojí vysokou erudicí, která je rovnoměrně rozdělena mezi teorii a praxi. Tato erudice se týká především oboru, ve kterém firma podniká. Tedy horolezectví, turistiky, campingu apod. Mírně v pozadí pak stojí ekonomické a manažerské znalosti a dovednosti. V rozhovoru pro HUDY katalog odpovídá Jindřich Hudeček na otázku, jestli jsou pro něj zkušenosti důležitější než vzdělání, následovně:

„Ty jsou samozřejmě nejdůležitější. I když se poslední dobou ukazuje, že ne každý dobrý horolezec, je dobrý podnikatel. Ale v zásadě převáží všechny chyby to, že je to fajn člověk s vlastními zkušenostmi ze světa outdooru.“[126]

Svérázný přístup k podnikání, který nastolili zakladatelé firmy, zapříčinil absenci vnitřních směrnic či jakýchkoliv formálních ustanovení. V podniku jsou běžně vytvářena strategická a taktická rozhodnutí, avšak plánování ve středním či delším časovém horizontu není explicitně zveřejněno. Jednotliví představitelé podniku rádi zdůrazňují, že i takto velká firma může stále z velké části fungovat na kamarádské bázi.

„Považuji za důležité zachovat pozitiva z amatérského podnikání a zároveň k tomu napasovat profesionální přístup.“[127]

Nevýhodou zmíněného přístupu k vedení podniku je, že se manažeři nemohou opřít o strategický či taktický plán, a tudíž poměrně často dochází k funkčnímu nesouladu použitých technik na operativním stupni řízení. Jediné, z dlouhodobého hlediska závazné, pravidlo je obsaženo v mottu firmy:

„Provozovat takové obchody, do kterých bychom šli my sami nakupovat.“[128]

Způsob prodeje výrobků, jako základu podnikání, je maloobchod. Pro účel maloobchodní činnosti nakupuje centrála HUDYsportu vybavení či oblečení převážně od předních světových výrobců. Sortiment, který sestává převážně ze zahraničních značek, je rozšířen a doplněn o domácí výrobce. Domácí výrobce představují externí podniky nebo vlastní výrobní divize. Produkty od zahraničních značek bývají pořizovány dvěma způsoby. Prvním způsobem je, že některé produkty podnik nakupuje od specializovaných distributorů. Častějším způsobem je však pořízení zboží pomocí distribuce, kterou provádí centrála HUDYsportu. Velká část sortimentu je sezónní povahy, proto je podnik nucen dvakrát do roka uvádět novou kolekci. Sezónní kolekce je rozdělena na období jaro a léto a na období podzim a zima. Změna kolekcí je kromě hromadné distribuce zboží spojena také s marketingovými praktikami, především slevami:

„Obchodům se i v těžké době daří. Pochopitelně ale musíme dělat více akcí a dostat zákazníka do obchodů.“[129]

---

[126] Rozhovor s Jindřichem Hudečkem. In: *Lezec - Zpravodaj* [online]. 2010 [cit. 2014-05-06]. Dostupné z:http://www.lezec.cz/clanky.php?xtem=&key=8646
[127] Tamtéž.
[128] Zakladatel firmy Jindřich Hudeček. *HUDY.cz | Outdoor oblečení a vybavení s tradicí* [online]. © 2014 [cit. 2014-04-09]. Dostupné z: http://www.hudy.cz/vse-o-hudy/jindrich-hudecek.html

Provoz maloobchodu v HUDYsportu je tedy charakteristický periodickým střídáním se kolekcí a na ně navazujících marketingových technik.

7.1.1 Vztah HUDYsportu k přírodě

Pokud bylo zmíněno, že HUDYsport neprovádí explicitní strategické plány, tak nemá vytvořen ani environmentální program či jakýkoliv plán, který by upravoval vztah tohoto podniku k přírodě. Provozní záležitosti podniku jako takového řeší manažeři podniku s vedoucími prodejen na pravidelných jednáních či školeních. Vedoucí prodejny v Jihlavě potvrzuje absenci témat, která by se týkala vztahu k životnímu prostředí, těmito slovy:

„HUDYsport přispívá peníze na ochranu chráněného území v okolí Hřenska, avšak žádné témata, která by se týkala podniku a vztahu k životnímu prostředí, jsme nikdy neřešili.“[130]

V sortimentu prodávaného zboží jsou zastoupeny některé značky, které jsou charakteristické svým šetrným přístupem k životnímu prostředí. Podnik se však na cílenou propagaci těchto značek nezaměřuje, přičemž vesměs předává informace, které mu tyto značky poskytují.[131]

To potvrzuje i výpověď zaměstnance prodejny, který se dvakrát do roka účastní školení, jež jsou pořádána centrálou podniku:

„Na školeních nám lidé z podniku nic o ekologických opatřeních neříkali. Jediný případ, který se týkal vztahu HUDYsportu k životnímu prostředí, byla přednáška zástupce z firmy Grangers.“[132]

V rámci maloobchodních prodejen mají částečný vliv na šetrný přístup k přírodě také vedoucí jednotlivých prodejen, kteří provádějí interní školení pracovníků na obchodě. Ti se ale spíše soustředí na opatření, která explicitně korelují ekonomickou perspektivou:

---

[129] Outdoorová jednička Hudysport expanduje do Polska. V krizi se mu daří slušně.In: *Byznys.ihned.cz* [online]. 2012 [cit. 2014-05-06]. Dostupné z: http://byznys.ihned.cz/c1-56661250-outdoorova-jednicka-hudysport-expanduje-do-polska-v-krizi-se-mu-dari-slusne

[130] FOUSEK, Jan. osobní sdělení (13. 5. 2014).

[131] Možnost srovnání prezentování konkrétní značky mezi podnikem s vlastním environmentálním programem a bez programu nabízí následující odkazy na HUDYsport:
Icebreaker | Hudy.cz. *Hudy.cz | Oudoor oblečení a vybavení s tradicí* [online]. 2014 [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: http://www.hudy.cz/icebreaker.
a na jeho hlavního konkurenta Rock Point:
ICEBREAKER. *Http://www.rockpoint.cz/brand/icebreaker/59927/?_superfilter_action=1&only_eko=1&sppfvf=249&sppfvt=6590&sppf=0&sppfvf=249&sppfvt=6590* [online]. 2014 [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: Outdoor expert | Rock Point.

[132] JAHODOVÁ, Barbora. osobní sdělení (13.5.2014).

„Častěji používanou formou jsou dílčí školení, které plánuji v kratších časových úsecích s ohledem na vývoj trhu nebo ekonomické výsledky firmy.“[133]

7.2 Cíl práce

HUDYsport, a.s. je podnikem, který se zaměřuje na prodej vybavení pro outdoorové aktivity, proto by v jeho zájmu neměla chybět také starost o životní prostředí, kde zákazníci tohoto podniku zpravidla využívají nakoupené produkty. Ve skutečnosti však podnik postrádá jakákoliv explicitně stanovená opatření (až na malé nesouvislé výjimky), kterými by mohl přispět k ochraně přirozeného řádu. Cílem této diplomové práce je proto nabídnout tomuto vybranému podniku environmentální program, který obsahuje vhodný způsob aplikace environmentálních technologií a hodnot.

7.3 Specifikace výzkumného problému

Vzhledem k faktu, že je třeba respektovat současný kapitalistický ekonomický systém, kdy je do určité míry rozhodování firem ovlivňováno konečnými zákazníky, jsem se rozhodl nashromáždit názory lidí, kteří jsou stálými zákazníky společnosti HUDYsport. Tím bych v ideálním případě získal jejich podporu ve prospěch návrhu environmentálního programu pro vybranou firmu. Přijetí nových hodnot či opatření může být ve vybraném podniku na základě mého návrhu velmi problematické, proto se zdá být názor zákazníka velmi účinným motivačním prvkem pro provedení žádoucích změn. Zkoumané názory zákazníků se v prvé řadě týkají jejich vztahu k životnímu prostředí jako takovému a posouzení role firem, které mají jako významný prvek kultury značný vliv na životní prostředí. Zákazníci měli také posoudit, do jaké míry je HUDYsport, a.s. šetrný k životnímu prostředí a zda by uvítali zlepšení přístupu této firmy k přírodě.

7.4 Použitý metodologický přístup

Vyhodnotil jsem, že jako nejefektivnější způsob získání názorů zákazníků (z hlediska času a získaných informací) poslouží dotazníkové šetření.

Pro řešení výzkumného problému jsou formulovány a pomocí dotazníkového šetření ověřovány následující hypotézy:

Hypotéza 1: Zákazníci firmy HUDYsport, a.s. zastávají kladný postoj k ochraně přírody, a to bez ohledu na jejich dosažené vzdělání.

[133] FOUSEK, Jan. *Andragogická dimenze mé profese*. Jihlava, 2011.

Hypotéza 2: Zákazníci souhlasí s myšlenkou, že je povinností obchodních společností starat se o vliv činnosti těchto společností na životní prostředí.

Hypotéza č. 3: HUDYsport, a.s. je firma, která není ohleduplná k životnímu prostředí.

Hypotéza č. 4: Zákazníci firmy by ocenili její zlepšený přístup k životnímu prostředí.

8 CHARAKTERISTIKA VÝZKUMNÉHO VZORKU

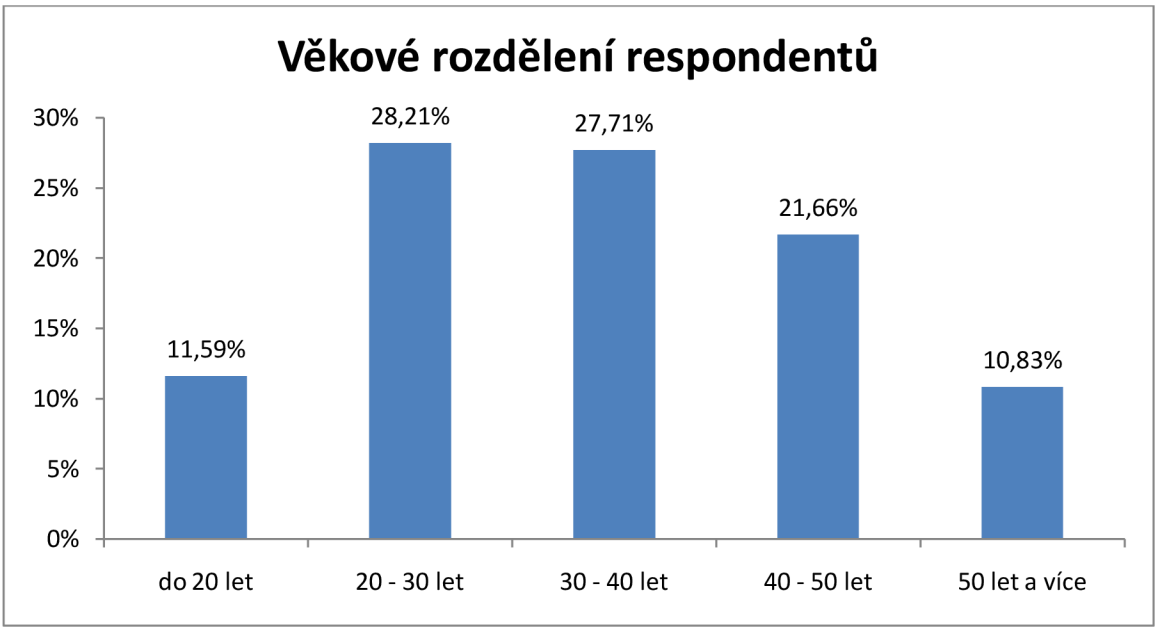
Za účelem testování stanovených hypotéz byl vytvořen dotazník, který byl nadále ve spolupráci s prodejnou HUDY Jihlava nabízen stálým zákazníkům. Zaměření se na stálé zákazníky považuji za vhodné ze tří důvodů:

1. Zvýšená motivace těchto zákazníků pro účast v šetření.
2. Pravidelné nakupování v HUDYsportu by mělo implikovat lepší vědomí zákazníků o této firmě. Spolu s lepším vědomím stálých zákazníků napomáhá k eliminaci neurčitých odpovědí také přítomnost těchto zákazníků v prostorách prodejny. V případě otázek, které se týkají společnosti HUDYsport, se mohou pro případné vyřešení nejasností dotázat personálu na prodejně.
3. Výběr této cílové skupiny respondentů je vhodný nejen proto, že slouží k větší relevanci získaných informací, ale také napomáhá k přesnějšímu stanovení základní populace pro výzkum.

Akciová společnost HUDYsport vede evidenci stálých zákazníků, kteří jsou pravidelně při svých koupích zvýhodňováni. Tito zákazníci se při nákupu zboží prokážou plastovou kartičkou, která obsahuje jejich jméno a přidělené číslo. Pokud tuto kartičku s sebou nemají, zažádají obsluhu podniku o to, aby číslo jejich karty vyhledala v evidenci stálých zákazníků. Díky tomuto systému je tedy možné bezpečně identifikovat členy, kteří patří do cílové skupiny pro výzkum. Tato cílová skupina čítá zaokrouhleně 209 000 osob.

Prodejna HUDY Jihlava byla pro provedení šetření vybrána jako jediná především proto, že distribuování dotazníků do všech 33 poboček v České republice a zaručení navrácení dostatečného počtu dotazníků, které by obsahovaly relevantní informace pro výzkum, považuji za značně komplikované. Proti nežádoucímu zkreslení výsledku výzkumu stojí především ta skutečnost, že se otázky v dotazníku týkají obecných názorů vybrané skupiny lidí. Nepředpokládám, že v rámci tak malého geografického území, jako je Česká republika, převládá výrazná heterogenita názorů. Toto tvrzení je navíc posíleno skutečností, že vztah lidí k životnímu prostředí je v dnešní době utvářen převážně prostřednictvím umělého kulturního systému. To platí nejen v případě měst, ale také ve velké míře v případě vesnic. Proto má HUDY Jihlava, kam jezdí nakupovat zákazníci nejen z různých částí kraje Vysočina, potenciál poskytnout relevantní informace, které se týkají řešení výzkumného problému.

Graf 1: Počty respondentů v jednotlivých věkových kategoriích



Z celkového počtu 397 respondentů bylo 46 respondentů (11,59%) ve věku do 20 let, 112 respondentů (28,21%) bylo ve věku od 20 do 30 let, 110 respondentů (27,71%) bylo ve věku od 30 do 40 let, 86 respondentů (21,66%) bylo ve věku od 40 do 50 let, 43 respondentů (10,83%) bylo věku 50 let nebo starších.

8.1 Metoda sběru dat

Sběr dat byl proveden pomocí dotazníkového šetření, konkrétně pomocí jednorázového průřezového šetření. Jako vhodný způsob výběru byl zvolen výběr na základě dostupnosti. Výběr na základě dostupnosti není natolik optimální jako náhodný výběr[134], provedení tohoto druhého způsobu je však v rámci definované empirické studie značně komplikované. Navíc je třeba zopakovat tu skutečnost, že výstupem šetření jsou data pojednávající o obecných názorech zákazníků, což působí proti nežádoucímu zkreslení získaných informací.

Názory respondentů byly zjišťovány pomocí dotazníku, který obsahuje 6 otázek (včetně věku a dosaženého vzdělání). Pro získání odpovědí respondentů, které se týkají jejich názorů, jsem použil otázky s možností volby z pětibodové Likertovy škály (S krajními možnostmi úplného souhlasu či nesouhlasu a se střední možností, která představuje neschopnost vyjádřit svůj názor). Dotazník byl tímto způsobem zkonstruován proto, aby byl použitelný za normálního provozu prodejny. Tedy aby poskytl základní potřebné informace

[134] HENDL, Jan. *Přehled statistických metod: analýza a metaanalýza dat*. 4., rozš. vyd. Praha: Portál, 2012, 734 s. ISBN 978-80-262-0200-4., s. 57-58.

pro výzkum a zároveň neomezoval personál prodejny v jeho činnosti a zákazníka při nákupu. Příchod potenciálních zákazníků do obchodu se navíc řídí poissonovým zákonem, tudíž je značná část prodejů uskutečněna při prezenci vyššího počtu návštěvníků v prostorech prodejny. Tato skutečnost posiluje nároky na dotazník, aby bylo jeho vyplnění co nejméně časově náročné.

Vybraní zákazníci (na základě identifikace, zda se jedná o stálé zákazníky) byly při uskutečnění prodeje požádáni personálem prodejny o vyplnění dotazníku. Po vyzvání se sami zákazníci rozhodli, zda dotazník anonymně vyplní a vloží do předem připravené obálky, do které byly odpovědi shromažďovány. Po nashromáždění požadovaného počtu odpovědí mi vybraný pracovník prodejny předal veškeré vyplněné dotazníky pro jejich další zpracování.

8.2 Interpretace výzkumných dat

Po ukončení fáze, která spočívala v dotazníkovém šetření, jsem vykonal proces třídění získaných dat do tabulek, které byly vytvořeny pro každou hypotézu zvlášť. Odpovědi respondentů byly kromě tabulek interpretovány také pomocí sloupcového grafu, a to za účelem lepšího porovnání četností jednotlivých odpovědí.

Při aplikaci testu dobré shody χ^2 jsem jednotlivým odpovědím nepřiřazoval váhové koeficienty. Aplikaci váhových koeficientů na konkrétní odpovědi jsem použil pouze v případě, kdy nebylo možné hypotézu statisticky testovat pomocí testu dobré shody χ^2, ale musel být pro testování hypotézy použit Pearsonův korelační koeficient (Viz. 8.3). V tomto případě jsem odpovědím přiradil váhové koeficienty následovně: určitě ano 5, spíše ano 4, nedokážu to posoudit 3, spíše ne 2, určitě ne 1.

8.3 Statistické postupy pro analýzu výzkumných dat

Pomocí aplikace dotazníkového šetření, jehož definovaný výběr odpovědí se zakládá na Likertově škále, jsem získal ordinální data. Pro statistické testování hypotéz jsem se rozhodl získaná data testovat, pokud možno, pomocí testu dobré shody χ^2, který se počítá dle následujícího vzorce: [135]

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^{k} \frac{(n_i - np_i)^2}{np_i}$$

kde: k = počet možných hodnot kategoriální proměnné

[135] HENDL, Jan. *Přehled statistických metod: analýza a metaanalýza dat*. 4., rozš. vyd. Praha: Portál, 2012, 734 s. ISBN 978-80-262-0200-4., s. 314.

n_i = pozorovaná četnost v kategorii i

np_i = teoretická, respektive očekávaná četnost v kategorii

Nastalé okolnosti mi dovolily použít tuto metodu při statistickém testování hypotézy č. 1.

V případě, kdy nešly splnit podmínky pro aplikaci testu dobré shody χ^2, jsem se rozhodl aplikovat Pearsonův korelační koeficient, a to s plným vědomím omezení, která tento korelační koeficient determinují. Pearsonův korelační koeficient lze vypočítat pomocí tzv. kovariance s_{xy} a směrodatných odchylek s_x a s_y pro obě proměnné.[136]

$$s_{xy} = \frac{\sum_{i=1}^{n}(x_i - \bar{x})\,(y_i - \bar{y})}{n - 1}$$

$$r_{xy} = \frac{s_{xy}}{s_x s_y}$$

Tuto metodu jsem konkrétně použil při statistickém testování hypotézy č. 2. Při statistickém testování hypotézy č. 4 nastal případ, kdy proměnná měla dvě nekorelované příčiny. V tomto případě jsem statisticky testoval hypotézu pomocí mnohonásobného koeficientu korelace, který má následující výpočet:[137]

$$r_{x.yz} = \sqrt{\frac{p_{xy}^2 + p_{xz}^2 - 2p_{xz}p_{xy}p_{yz}}{1 - p_{yz}^2}}$$

Odhad mnohonásobného koeficientu korelace lze získat dosazením příslušných výběrových korelačních koeficientů do zmíněného vzorce.[138]

8.4 Testování hypotézy č. 1

Hypotéza č. 1: Zákazníci firmy HUDYsport, a.s. zastávají kladný postoj k ochraně přírody, a to bez ohledu na jejich dosažené vzdělání.

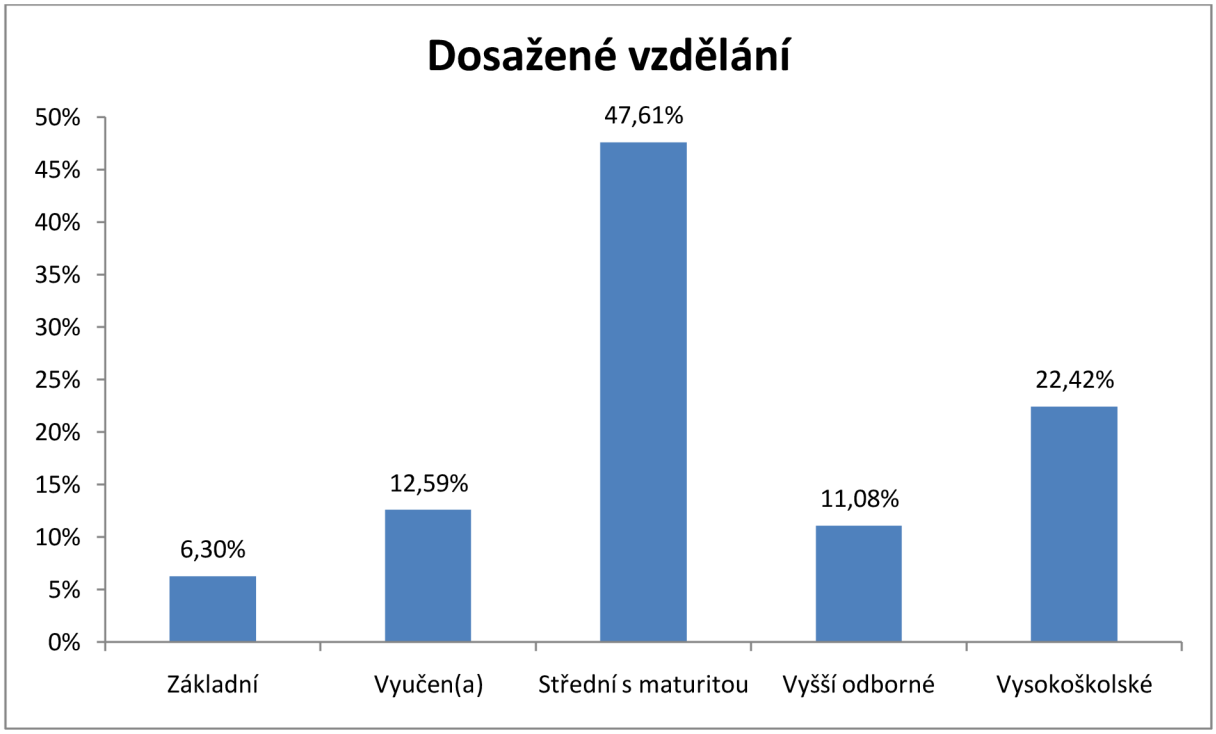
Pro ověření první hypotézy byli respondenti požádáni o vyplnění dvou otázek. První otázka se týká dosud nejvyššího dosaženého vzdělání, přičemž odpovědi na tuto otázku jsou zaznamenány v tabulce č. 2 a grafu č. 1.

[136] HENDL, Jan. *Přehled statistických metod: analýza a metaanalýza dat*. 4., rozš. vyd. Praha: Portál, 2012, 734 s. ISBN 978-80-262-0200-4., s. 253.
[137] Tamtéž, s. 266.
[138] Tamtéž, s. 267.

Tabulka 2: Dosažené zdělání

Odpověď	Výskyt		
	Absolutní četnost	relativní četnost	procenta
Základní	25	0,062972	6,3
Vyučen(a)	50	0,125945	12,59
Střední s maturitou	189	0,476071	47,61
Vyšší odborné	44	0,110831	11,08
Vysokoškolské	89	0,224181	22,42
Celkem	397	1	100

Graf 2: Dosažené vzdělání



Na první otázku týkající se nejvyššího dosaženého vzdělání odpovědělo celkem 397 respondentů. 89 respondentů (22,42%) získalo vysokoškolské vzdělání, 44 respondentů (11,08%) získalo vyšší odborné vzdělání, 189 respondentů (47,61%) zakončilo střední školu

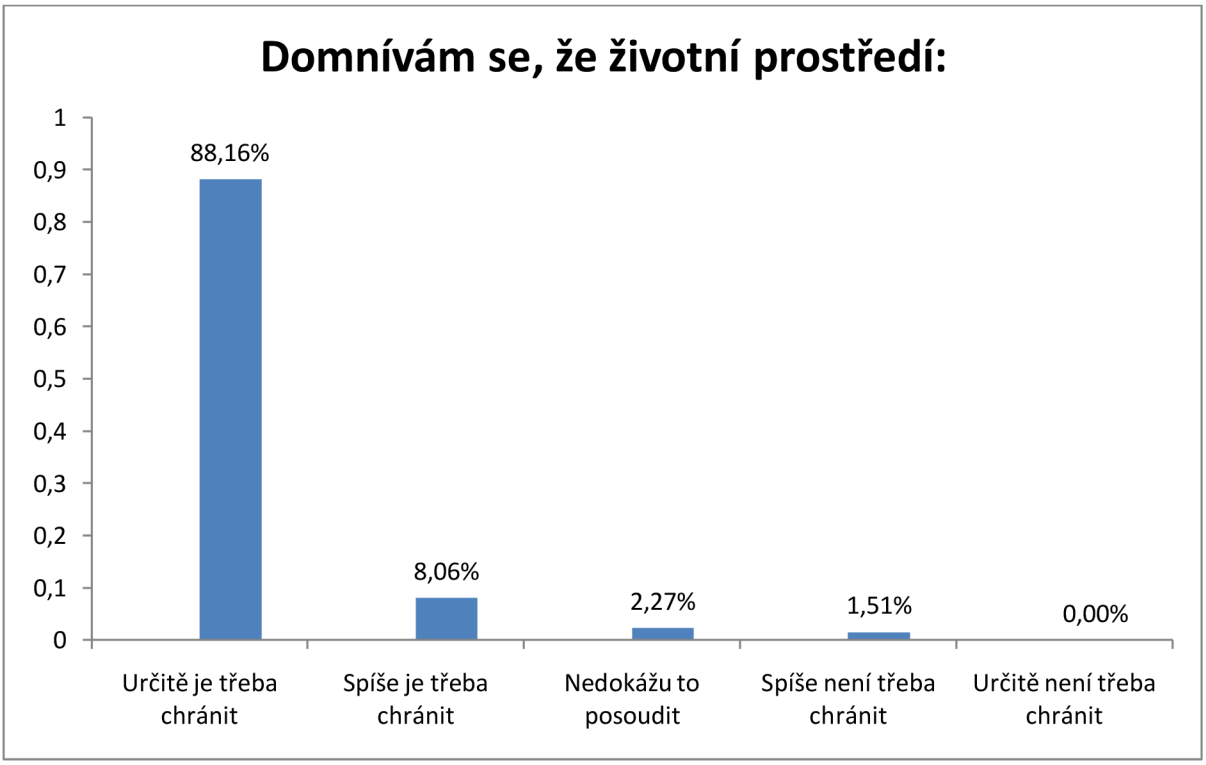
maturitní zkouškou, 50 respondentů (12,59%) získalo výuční list a 25 respondentů (6,3%) má dosud ukončené základní vzdělání.

Druhá otázka pro testování hypotézy č. 1 zní: Domnívám se, že životní prostředí… Tuto větu měli respondenti za pomoci pevně stanovených možností odpovědi dokončit. Výsledky této otázky jsou shrnuty v tabulce č. 3 a grafu č. 2.

Tabulka 3: Chránit životní prostředí?

Odpověď	Výskyt		
	Absolutní četnost	relativní četnost	procenta
Určitě je třeba chránit	353	0,88916877	88,92
Spíše je třeba chránit	32	0,08060453	8,06
Nedokážu to posoudit	9	0,02267003	2,27
Spíše není třeba chránit	3	0,00755668	0,76
Určitě není třeba chránit	0	0	0
Celkem	397	1	100

Graf 3: Chránit životní prostředí?



Na otázku, zda je vhodné chránit životní prostředí, odpovědělo celkem 397 respondentů. 350 respondentů (88,16%) si myslí, že životní prostředí je třeba určitě chránit. 32 respondentů (8,06%) si myslí, že životní prostředí je spíše třeba chránit. 9 respondentů (2,27%) nedokáže k problematice ochrany přírodního prostředí zaujmout postoj. 6 respondentů (1,51%) si myslí, že přírodu spíše není třeba chránit.

Z odpovědí respondentů lze vyčíst naprosto zjevný převládající názor, že životní prostředí je třeba chránit. Drtivá většina respondentů vyjádřila naprostý souhlas s nutností chránit přírodu a žádný respondent se nevyjádřil v naprostém nesouhlasu.

8.4.1 Statistické testování hypotézy č. 1

1. Formulace nulové a alternativní hypotézy

Pro účel statistického testování hypotézy č. 1 jsem stanovil nulovou hypotézu tímto způsobem:

H_0: Postoj zákazníků HUDY sportu k životnímu prostředí není závislý na jejich dosaženém vzdělání.

H_1: Postoj zákazníků HUDY sportu k životnímu prostředí je závislý na jejich dosaženém vzdělání.

2. Zvolení přijatelné chyby úrovně rozhodování

Pro tento výzkum jsem stanovil jako dostatečnou hladinu významnosti $\alpha = 0{,}05$, čili 5%. Tato hladina významnosti znamená pravděpodobnost, že bude zamítnuta nulová hypotéza, i když je platná. Toto zamítnutí je pojmenováno jako chyba 1. druhu.

3. Výpočet testovací statistiky

Pro ověření souvislosti mezi dvěma zkoumanými jevy jsem zvolil metodu dobré shody χ^2.

Příslušná data jsem utřídil do kontingenční tabulky (formát r x s), která v řádcích obsahuje varianty týkající se nejvyššího dosaženého vzdělání a ve sloupcích obsahuje názor, zda je třeba chránit životní prostředí. Jednotlivé údaje v tabulce jsou absolutní četnosti.

Tabulka 4: Ochrana životního prostředí

Vzdělání	Je třeba chránit životní prostředí?					
	Určitě je	Spíše je	Nevím	Spíše není	Určitě není	Celkem
Vysokoškolské	79	6	2	2	0	89
Vyšší odborné	41	3	0	0	0	44
Střední s mat.	165	16	2	6	0	189
Vyučen	39	4	5	2	0	50
Základní	22	2	0	1	0	15
Celkem	346	31	9	11	0	397

Pro aplikaci testu dobré shody jsem tabulku č. 4 redukoval na formát (3x3). Z původních odpovědí jsem zcela vyjmul ty neutrální (nedokážu to posoudit), které nevedou k žádnému jasnému závěru a rovněž jsem vyjmul sloupec (Určitě není potřeba), který nabýval ve všech řádcích nulových hodnot. V poslední řadě jsem provedl dvě sloučení skupin, které se týkají dosaženého vzdělání. Vyšší a vysokoškolské vzdělání mohou pro tento případ tvořit jednu společnou skupinu, protože nepředpokládám výrazný rozdíl v mezi vlivem těchto dvou stupňů vzdělání na názor ohledně ochrany přírody. To samé se týká respondentů se základním vzděláním a s výučním listem, kteří mohou být rovněž sloučeni dohromady. Stupeň vzdělání střední s maturitou jsem ponechal jako jediný beze změny. Poté jsem v dalším kroku vypočítal teoretické četnosti np_i, a to dle následujícího vzorce:

np_i = (součet hodnot v řádku * součet hodnot ve sloupci) / celkový počet n[139]

Očekávané četnosti, které jsem dosadil do redukované kontingenční tabulky lze pozorovat v tabulce č. 5.

[139] HENDL, Jan. *Přehled statistických metod: analýza a metaanalýza dat*. 4., rozš. vyd. Praha: Portál, 2012, 734 s. ISBN 978-80-262-0200-4., s. 317-318.

Tabulka 5: Výpočty teoretických četností

Vzdělání	Je třeba chránit životní prostředí?			
	Určitě je	Spíše je	Spíše není	Celkem
Vysoké a vyšší	116,82	10,47	3,71	131,00
Střední s mat.	166,76	14,94	5,30	187,00
Základní a vyučen	62,42	5,59	1,98	70,00
Celkem	346,00	31,00	11,00	388,00

Na základě redukované tabulky č. 4 a tabulky č. 5 jsem dále provedl výpočet testovací statistiky:

$$\chi^2 = \frac{(120-116{,}82)^2}{116{,}82} + \frac{(9-10{,}47)^2}{10{,}47} + \frac{(2-3{,}71)^2}{3{,}71} + \frac{(165-166{,}76)^2}{166{,}76} + \frac{(16-14{,}94)^2}{14{,}94} + \frac{(6-5{,}3)^2}{5{,}3} + \frac{(61-62{,}42)^2}{62{,}42} + \frac{(6-5{,}59)^2}{5{,}59} + \frac{(3-1{,}98)^2}{1{,}98} = 1{,}85$$

4. Výpočet kritické hodnoty

Výpočet počtu stupňů volnosti kontingenční tabulky:

df = (r–1) * (s-1) = (3-1) * (3-1) = 4

Na základě zvolené významnosti α = 0,05 čtyřech stupních volnosti je kritická hodnota $\chi^2_{1-\alpha}(df) = 9{,}49$.

5. porovnání výsledku a kritické hodnoty

$\{\chi^2 = 1{,}85\} < \{\chi^2_{1-\alpha}(df) = 9{,}49\}$.

Jelikož je vypočtená hodnota χ^2 menší než kritická hodnota $\chi^2_{1-\alpha}(df)$, nulovou hypotézu H_0 nemohu zamítnout.

6. **Pearsonův korigovaný koeficient kontingence**

Pro kontrolu statistického testování hypotézy testem dobré shody χ^2 lze využít Pearsonův korigovaný koeficient kontingence ke změření koeficientů vazby v kontingenční tabulce:

Koeficient kontingence podle Pearsona má následující podobu: [140]

$$C_{kor} = \frac{C}{C_{max}}$$

přičemž

$$C = \sqrt{\frac{\chi^2}{\chi^2 + n}}, \quad C_{max} = \sqrt{(m-1)m};$$

Do uvedených vzorců jsem dosadil z kontingenční tabulky následující čísla:

$$C = \sqrt{\frac{1{,}85}{1{,}85+388}}, \quad C_{max} = \sqrt{(}3\text{-}1)3$$

Po dosažení příslušných čísel je výsledek Pearsonova koeficientu C_{kor} = 0,0281255.

Pearsonův korigovaný koeficient kontingence nabývá hodnot v intervalu od -1 do 1. Číslo, které se blíží k -1 nebo k 1 značí silnější závislost. Nula značí, že mezi zkoumanými proměnnými neexistuje žádná závislost.

Jelikož Pearsonův koeficient kontingence nabývá téměř nulové hodnoty, lze konstatovat, že ve zkoumaném případě není žádný vztah mezi dosaženým vzděláním a názorem na ochranu životního prostředí. Výsledek Pearsonova koeficientu potvrzuje zkoumání pomocí testu dobré shody χ^2, proto hypotézu H_0, nezamítám.

8.5 Testování hypotézy č. 2

Hypotéza č. 2: Zákazníci souhlasí s myšlenkou, že je povinností obchodních společností starat se o vliv činnosti těchto společností na životní prostředí.

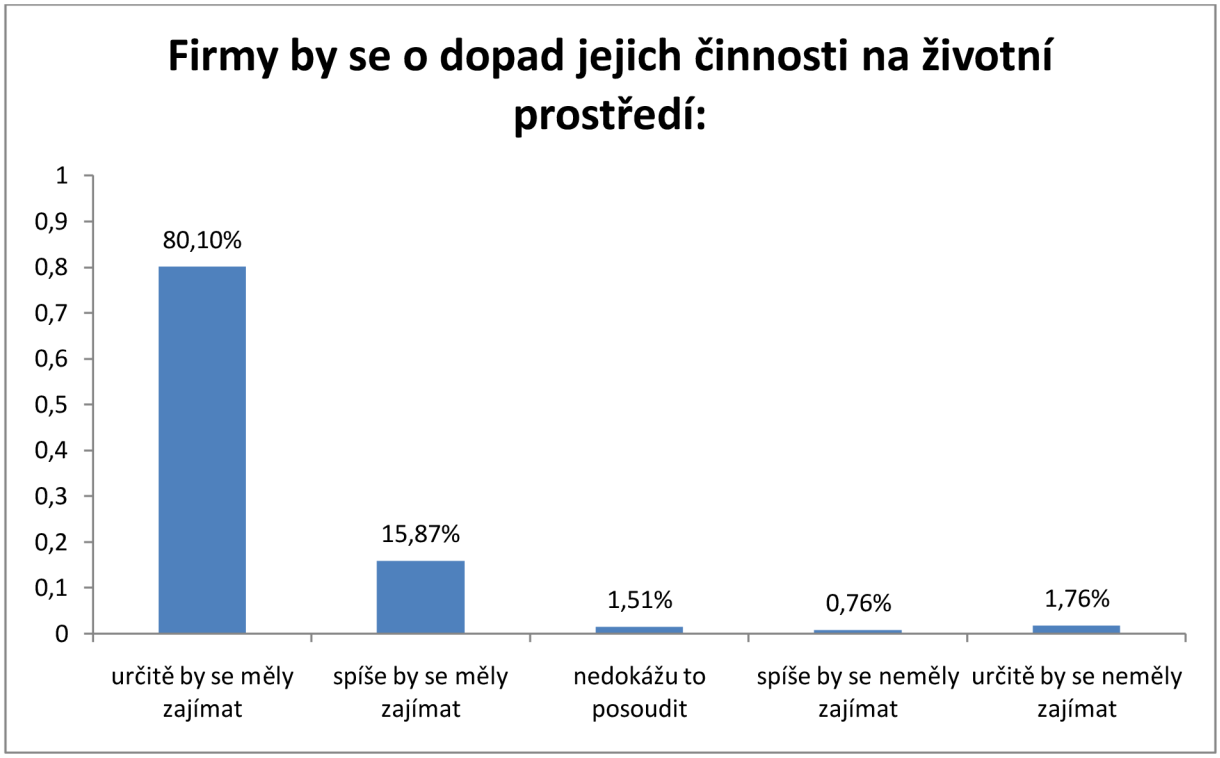
Pro ověření této hypotézy byli zákazníci zkoumaného podniku požádáni o vyplnění otázky, která se týká jejich názoru na povinnost firem chránit životní prostředí. V rámci hypotézy bude následně testován vztah mezi názory respondentů na ochranu životního prostředí a na roli firem v této činnosti.

[140] HENDL, Jan. *Přehled statistických metod: analýza a metaanalýza dat*. 4., rozš. vyd. Praha: Portál, 2012, 734 s. ISBN 978-80-262-0200-4., s. 323.

Tabulka 6: Firmy by se o dopad jejich činnosti na životní prostředí:

Odpověď	Výskyt		
	Absolutní četnost	relativní četnost	procenta
Určitě měly zajímat	318	0,801008	80,1
Spíše měly zajímat	63	0,158690	15,87
Nedokážu to posoudit	6	0,015113	1,15
Spíše neměly zajímat	3	0,007557	0,76
Určitě neměly zajímat	7	0,017632	1,76
Celkem	397	1	100

Graf 4: Firmy a životní prostředí



Na otázku, zda by se firmy měly zajímat o dopad jejich činnosti na životní prostředí, odpovědělo celkem 397 respondentů. 318 respondentů (80,1%) si myslí, že firmy by se určitě měly zajímat o dopad jejich činnosti na životní prostředí, 63 respondentů (15,87%) zvolilo možnost „spíše by se měly zajímat“, 6 respondentů (1,51%) zastalo nerozhodný názor, podle

3 respondentů (0,76%) by se firmy o dopady jejich činnosti spíše neměly zajímat a 7 respondentů (1,76%) si myslí, že by se podniky určitě neměly zajímat o dopady jejich činnosti na životní prostředí.

Na rozdíl od otázky, zda je potřeba chránit životní prostředí, se v tomto případě vyskytly i zcela nesouhlasné odpovědi. Přesto je z odpovědí respondentů naprosto zřejmé, že obchodní společnosti by se o dopad jejich činnosti na životní prostředí měly zajímat

8.5.1 Statistické testování hypotézy č. 2

1. **Formulace nulové a alternativní hypotézy**

Pro účel statistického testování hypotézy č. 2 jsem stanovil nulovou hypotézu tímto způsobem:

H_0: Názor zákazníků firmy HUDYsport, a. s., jestli by se firmy měly starat o dopad jejich činnosti na životní prostředí, je nezávislý na názoru zákazníků, jestli je třeba chránit životní prostředí obecně.

H_1: Názor zákazníků firmy HUDYsport, a. s., jestli by se firmy měly starat o dopad jejich činnosti na životní prostředí, je závislý na názoru zákazníků, jestli je třeba chránit životní prostředí obecně.

2. **metody statistického testování**

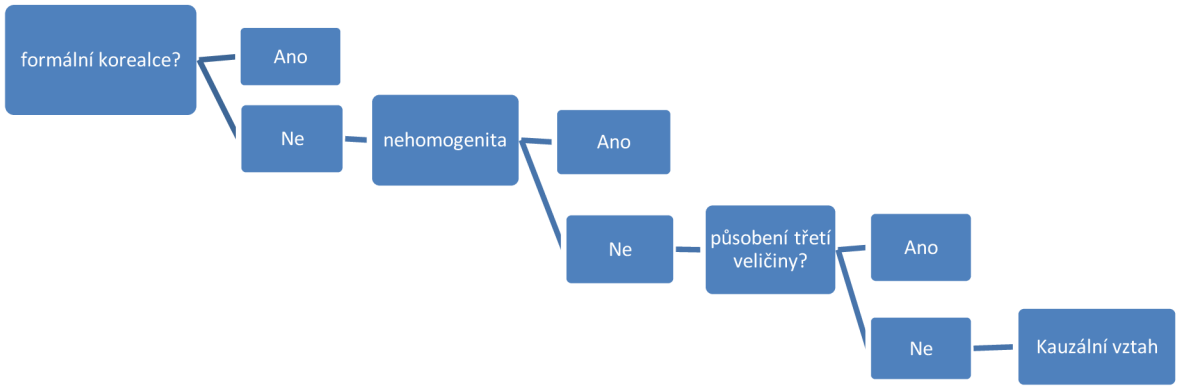
Statistické testování hypotézy číslo 2 testem dobré shody χ^2 je v tomto případě značně složité. A to z důvodu komplikací, které vznikly při dosazení dat do kontingenční tabulky. I po redukci řádků či sloupců se vyskytla očekávaná hodnota, která byla menší než 1 a 80% z očekávaných hodnot nebylo větších než 5, proto nebylo možné splnit podmínky pro aplikaci testu dobré shody. Z tohoto důvodu jsem se rozhodl místo testu dobré shody použít metodu korelační analýzy pomocí Pearsonova korelačního koeficientu r_{xy}.

Korelační koeficient nabývá hodnot na intervalu (-1; 1). Jestliže koeficient nabude hodnoty -1 nebo 1, lze pro y-souřadnici přesně vypočítat hodnotu pomocí lineárního vztahu z x-souřadnice. Nulová hodnota koeficientu naopak značí naprostou nezávislost mezi zkoumanými jevy.

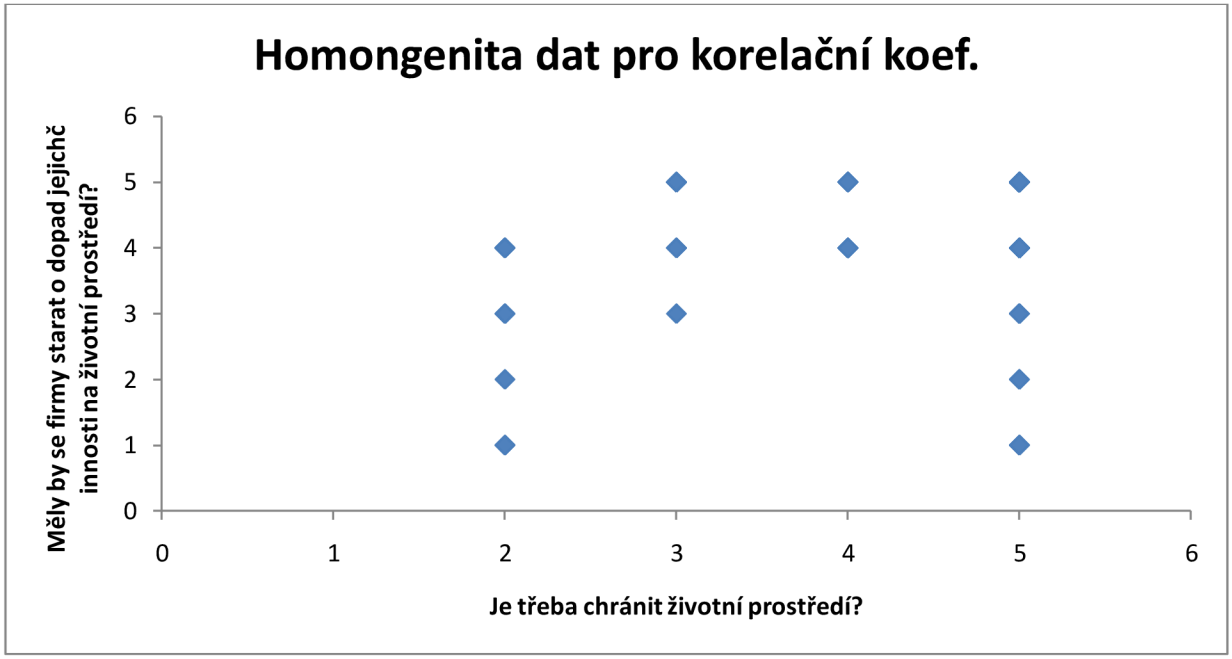
3. Ověření kauzálního vztahu

Aby bylo možné provést v konkrétním případě korelační analýzu, musí příslušný datový soubor splňovat tři základní požadavky (viz. obrázek č. 1), které značí kauzální vztah mezi vybranými proměnnými.[141]

Obrázek 2: Ověření kauzálního vztahu



Graf 5: Test homogenity dat



[141] HENDL, Jan. *Přehled statistických metod: analýza a metaanalýza dat*. 4., rozš. vyd. Praha: Portál, 2012, 734 s. ISBN 978-80-262-0200-4., s. 253.

Pro zkoumané veličiny platí, že nejsou formálně korelovány, data jsou homogenní a není přítomné působení třetí veličiny, proto ve zkoumaném případě existuje kauzální vztah. Přesto je třeba přihlédnout ke skutečnosti, že se v grafu, který zkoumá homogenitu dat, vyskytují okrajové hodnoty, které mohou způsobit v Pearsonově korelačním koeficientu nežádoucí zkreslení.

4. výpočet testovací statistiky

Výpočet Pearsonova korelačního koeficientu jsem provedl ve dvou etapách. V první etapě jsem vypočítal kovarianci S_{xy}:

$$S_{xy} = \frac{75{,}87}{397 - 1} = 0{,}19158$$

Ve druhé etapě jsem vypočítal směrodatné odchylky pro obě proměnné a výsledné hodnoty jsem dosadil spolu s kovariancí do vzorce pro výpočet míry asociace.

$$S_x = 0{,}61353;\ S_y = 0{,}70065$$

$$r_{xy} = \frac{0{,}19158}{0{,}61353\ x\ 0{,}70065} = 0{,}44567$$

Pearsonův korelační koeficient dosahuje hodnoty 0,44567.[142]

Tabulka 7: Pásma síly asociace dle velikosti kor. koef.

Síla asociace	|r|
malá	0,1 – 0,3
střední	0,3 – 0,7
velká	0,7 – 1,0

Míra asociace na základě vypočteného korelačního koeficientu (0,44567) je středně silná. Proto zamítám nulovou hypotézu H_0 a přijímám alternativní hypotézu H_1. Přesto je třeba poznamenat, že míra asociace nenabývá natolik vysoké hodnoty, aby alternativní hypotéza platila v absolutním smyslu.

[142] HENDL, Jan. *Přehled statistických metod: analýza a metaanalýza dat*. 4., rozš. vyd. Praha: Portál, 2012, 734 s. ISBN 978-80-262-0200-4., s. 256.

8.6 Testování hypotézy č. 3

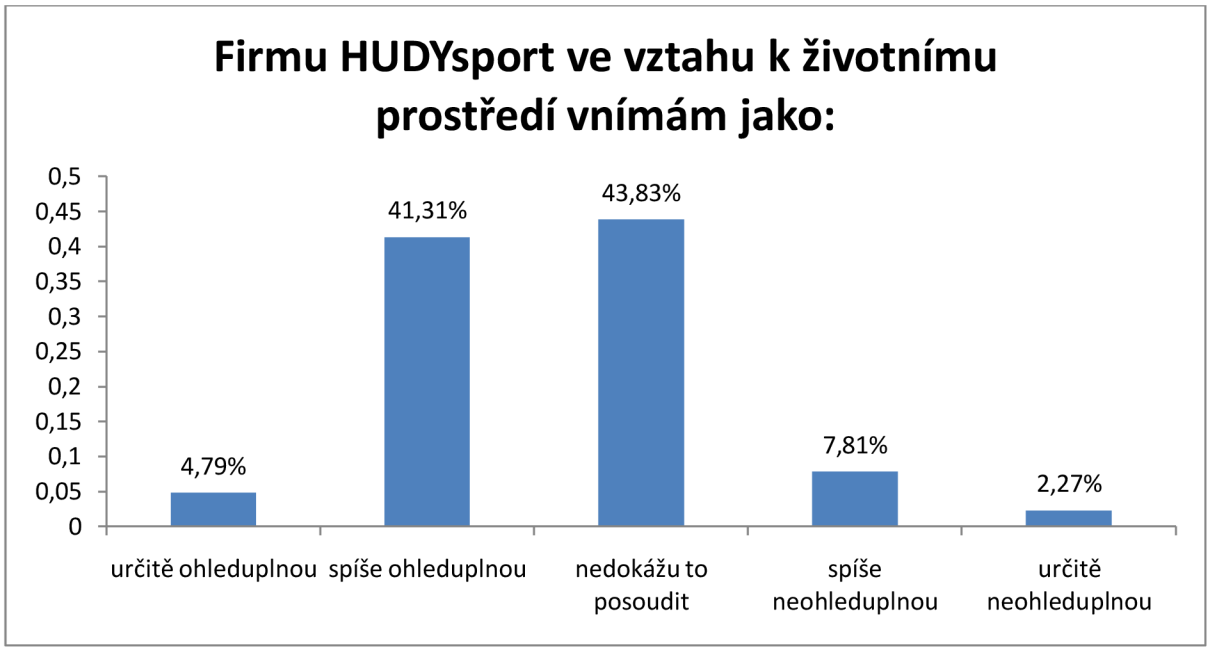
Hypotéza č. 3: HUDYsport, a.s. je firma, která není ohleduplná k životnímu prostředí.

Pro ověření této hypotézy byli zákazníci zkoumaného podniku požádáni o vyplnění otázky, která se týká jejich názoru na to, zda vnímají společnost HUDYsport jako ohleduplnou k životnímu prostředí.

Tabulka 8: Firmu HUDYsport ve vztahu k životnímu prostředí vnímám jako:

Odpověď	Výskyt		
	Absolutní četnost	relativní četnost	procenta
Určitě ohleduplnou	19	0,047859	4,79
Spíše ohleduplnou	164	0,413098	41,31
Nedokážu to posoudit	174	0,438287	43,83
Spíše neohleduplnou	31	0,078086	7,81
Určitě neohleduplnou	9	0,02267	2,27
Celkem	397	1	100

Tabulka 9: Firmu HUDYsport a životní prostředí:



Na otázku, zda je společnost HUDYsport ohleduplná k životnímu prostředí, odpovědělo celkem 397 respondentů. 19 respondentů (4,79%) považuje HUDYsport za určitě ohleduplnou firmu. 164 respondentů (41,31%) si myslí, že HUDYsport je firma spíše ohleduplná. 174 respondentů (43,83%) nedokázalo vztah zkoumaného podniku k životnímu prostředí vyhodnotit. 31 respondentů (7,81%) považuje HUDYsport za spíše neohleduplný. 9 respondentů (2,27%) zvolilo možnost „určitě neohleduplný“.

Na základě získaných dat je třeba hypotézu č. 3 zamítnout. Neprokázalo se, že v očích zákazníků je firma HUDYsport neohleduplná k životnímu prostředí. I přes snahu vybrat populaci pro provedení šetření tím způsobem, aby v ní byli v co největší míře přítomni respondenti, kteří dokážou zaujmout jasný názor k položeným otázkám, téměř 44% respondentů nedokázalo posoudit, zda je HUDYsport firma ohleduplná k životnímu prostředí. Majoritní část respondentů, kteří dokázali zaujmout jasné stanovisko, se pak vyjádřila v neprospěch hypotézy č. 3.

8.7 Testování hypotézy č. 4

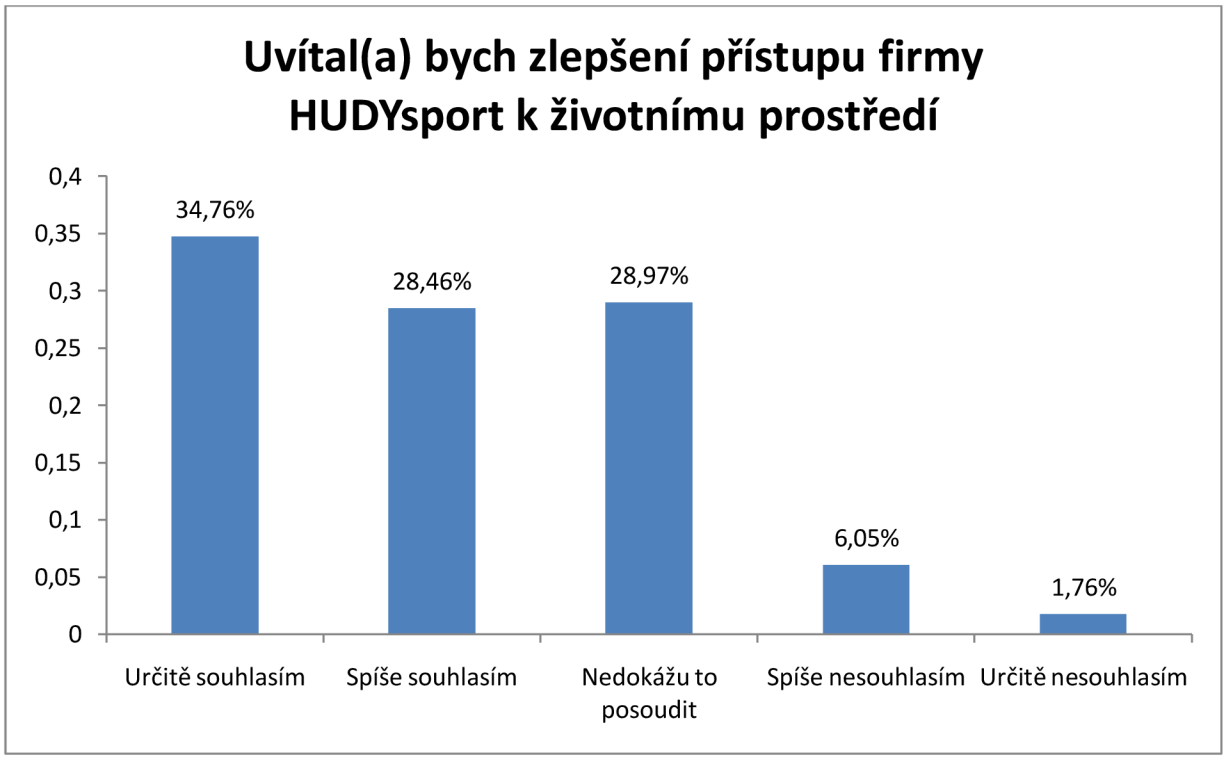
Hypotéza č. 4: Zákazníci firmy by ocenili její zlepšený přístup k životnímu prostředí.

Pro ověření této hypotézy byli zákazníci zkoumaného podniku požádáni o odpověď, zda by uvítali zlepšení přístupu společnosti HUDYsport k životnímu prostředí.

Tabulka 10: Zlepšení přístupu HUDYsportu k životnímu prostředí

Odpověď	Výskyt		
	Absolutní četnost	relativní četnost	procenta
Určitě souhlasím	138	0,347607	34,76
Spíše souhlasím	113	0,284635	28,46
Nedokážu to posoudit	115	0,289673	28,97
Spíše nesouhlasím	24	0,060453	6,05
Určitě nesouhlasím	7	0,017632	1,76
Celkem	397	1	100

Graf 6: Zlepšení přístupu HUDYsportu k životnímu prostředí



Na otázku, zda by měla společnost HUDYsport zlepšit přístup k životnímu prostředí odpovědělo celkem 397 respondentů. 138 respondentů (34,76%) zcela souhlasí. 113 respondentů (28,46%) spíše souhlasí. 115 respondentů (28,97%) nedokáže posoudit, zda by HUDYsport měl zlepšit přístup k životnímu prostředí. 24% respondentů (6,05%) spíše nesouhlasí. 7 respondentů (1,76%) určitě nesouhlasí.

Oproti předcházející otázce je možné z odpovědí vyčíst jasný závěr, tedy převážný souhlas s návrhem zlepšení přístupu HUDYsportu k životnímu prostředí. Přesto se i v tomto případě negativně projevila vysoká četnost neutrálních odpovědí, kdy téměř 30% respondentů nedokázalo vyhodnotit, zda by měla vybraná firma zlepšit svůj přístup k životnímu prostředí.

8.7.1 Statistické testování hypotézy č. 4

1. **Formulace nulové a alternativní hypotézy**

H_0: Názor zákazníků HUDYsportu na zlepšení vztahu této firmy k životnímu prostředí není závislý na jejich názorech, zda je HUDYsport ohleduplný k životnímu prostředí a zda by se měly obchodní společnosti zajímat o vliv jejich činnosti na životní prostředí.

H_1: Názor zákazníků HUDYsportu na zlepšení vztahu této firmy k životnímu prostředí je závislý na jejich názorech, zda je HUDYsport ohleduplný k životnímu prostředí a zda by se měly obchodní společnosti zajímat o vliv jejich činnosti na životní prostředí.

2. Metody statistického testování

Pro zjištění celkové síly vztahu mezi dvěma predikujícími proměnnými (x a y) a zvolenou proměnnou (y) jsem použil jako metodu statistického testování mnohonásobný koeficient korelace.[143]

3. Výpočet testovací statistiky

Pro použití mnohonásobného koeficientu korelace je nutné zjistit vzájemné teoretické hodnoty koeficientu korelace mezi všemi třemi proměnnými a ty dosadit do příslušné korelační matice.

Pro snazší orientaci jsem přiradil jednotlivým zkoumaným otázkám následující proměnné:

- firmy by se o dopad jejich činnosti na životní prostředí → x,
- firmu HUDYsport vnímám ve vztahu k životnímu prostředí jako → y,
- uvítal(a) bych zlepšení přístupu firmy HUDYsport k životnímu prostředí → z.

Na základě dvojrozměrného pravděpodobnostního rozdělení jsem v prvním kroku vypočítal průměrné hodnoty pro všechny proměnné, které slouží jako základ pro výpočet jednotlivých teoretických hodnot koeficientu korelace. Pro možnost výpočtu teoretických hodnot jsem přiřadil každé možnosti odpovědi váhový koeficient od 1 (naprostý nesouhlas) do 5 (naprostý souhlas).

Tabulka 11: Výpočet průměrných hodnot pro proměnnou X

x	p_x	xp_x	x_2p_x
Určitě souhlasím (5)	0,80	4,005038	20,02519
Spíše souhlasím (4)	0,16	0,634761	2,539043
Nevím (3)	0,02	0,04534	0,13602
Spíše nesouhlasím (2)	0,01	0,015113	0,030227
Určitě nesouhlasím (1)	0,02	0,017632	0,017632
Součet	1,00	4,72 = E (x)	22,75 = E (x^2)

[143] HENDL, Jan. *Přehled statistických metod: analýza a metaanalýza dat*. 4., rozš. vyd. Praha: Portál, 2012, 734 s. ISBN 978-80-262-0200-4., s. 266.

Tabulka 12: Výpočet průměrných hodnot pro proměnnou Y

y	p_y	yp_y	y_2p_y
Určitě ohleduplnou (5)	0,05	0,239295	1,196474
Spíše ohleduplnou (4)	0,41	1,652393	6,609572
Nevím (3)	0,44	1,314861	3,944584
Spíše neohleduplnou (2)	0,08	0,156171	0,312343
Určitě neohleduplnou (1)	0,02	0,02267	0,02267
Součet	1,00	3,39 = E (y)	12,09 = E (y^2)

Tabulka 13: Výpočet průměrných hodnot pro proměnnou Z

z	p_z	zp_z	z_2p_z
Určitě souhlasím (5)	0,35	1,738035	8,690176
Spíše souhlasím (4)	0,28	1,138539	4,554156
Nevím (3)	0,29	0,869018	2,607053
Spíše nesouhlasím (2)	0,06	0,120907	0,241814
Určitě nesouhlasím (1)	0,02	0,017632	0,017632
Součet	1,00	3,88 = E (x)	16,11 = E (x^2)

V dalším kroku jsem vypočítal teoretické hodnoty průměru a rozptylu všech náhodných proměnných.[144]

$$\mu_x = E(X) = \sum_i x_i p_i(x) = 4{,}72 \qquad \sigma_x^2 = E(x^2) - \mu_x^2 = 22{,}75 - 4{,}72^2 = 0{,}49$$

$$\mu_y = E(Y) = \sum_i y_i p_i(y) = 3{,}39 \qquad \sigma_y^2 = E(y^2) - \mu_y^2 = 12{,}09 - 3{,}39^2 = 0{,}62$$

$$\mu_z = E(Z) = \sum_i z_i p_i(z) = 3{,}88 \qquad \sigma_z^2 = E(z^2) - \mu_z^2 = 16{,}11 - 3{,}88^2 = 1{,}02$$

[144] HENDL, Jan. *Přehled statistických metod: analýza a metaanalýza dat*. 4., rozš. vyd. Praha: Portál, 2012, 734 s. ISBN 978-80-262-0200-4., s. 259.

Na základě teoretické hodnoty rozptylu jsem vypočítal směrodatnou odchylku pro každou proměnnou.

$$\sigma_x = \sqrt{0{,}49} = 0{,}669772;\ \sigma_y = \sqrt{0{,}62} = 0{,}790426;\ \sigma_z = \sqrt{1{,}02} = 1{,}012106$$

Dále jsem vypočítal teoretickou kovarianci pro jednotlivé vztahy mezi proměnnými, která se počítá modifikovaným vzorcem pro výběrovou kovarianci.[145]

$$Cov(x,y) = \sigma_{xy} = \sum_i \sum_j x_i y_j p_{ij}(x,y) - \mu_x\, \mu_y$$

$$\sigma_{xy} = 15{,}97229 - 4{,}72\ x\ 3{,}39 = 0{,}000412;\ \sigma_{xz} = 18{,}59698 - 4{,}72\ x\ 3{,}88 = 0{,}272097;$$

$$\sigma_{yz} = 13{,}0529 - 3{,}39\ x\ 3{,}88 = -0{,}964$$

Výpočet teoretických hodnot koeficientu korelace jsem provedl dosazením teoretických hodnot do vzorce pro výběrový koeficient korelace (kovariance dělaná součinem směrodatných odchylek). Jednotlivé teoretické hodnoty jsou uvedeny v tabulce č. 14.

Tabulka 14: Korelační matice

	x	y	z
Firmy a příroda (x)	1	0,000746	0,384187
HUDYsport a příroda (y)	0,000746	1	-0,1205
Lepší přístup HUDY (z)	0,384187	-0,1205	1

Z vypočtené korelační matice jsem dosadil příslušné hodnoty do vzorce pro mnohonásobný koeficient korelace:

$$r_{x.yz} = \sqrt{\frac{0{,}000746^2 + 0{,}384187^2 - 2\ x\ 0{,}384187\ x\ 0{,}000746\ x\ (-0{,}1205)}{1 - (-0{,}1205)^2}} = 0{,}387098$$

Mnohonásobný koeficient korelace nabývá hodnoty 0,384187. Míra asociace dvou nezávislých proměnných na závisle proměnnou je středně silná (viz Tabulka 7: Pásma síly asociace dle velikosti kor. koef.).

[145] HENDL, Jan. *Přehled statistických metod: analýza a metaanalýza dat*. 4., rozš. vyd. Praha: Portál, 2012, 734 s. ISBN 978-80-262-0200-4., s. 259.

Na základě vypočteného korelačního koeficientu zamítám nulovou hypotézu h_0 a přijímám alternativní hypotézu h_1. Přesto je třeba vzít v úvahu fakt, že názory zákazníka na nutnost firem starat se o životní prostředí a na to, zda považují HUDYsport za společnost ohleduplnou k životnímu prostředí, ovlivňují konečný názor, jestli by zákazníci uvítali zlepšení přístupu HUDYsportu k životnímu prostředí, méně, než by se dalo očekávat.

8.8 Environmentální program u konkurence HUDYsportu

V případě konkurenčního prostředí společnosti HUDYsport, a.s. je třeba v první řadě zmínit řetězec specializovaných prodejen Rock Point, a.s. Tato firma je jediným přímým konkurentem HUDYsportu. I když se oba řetězce zaměřují na odlišné značky, jejich sortiment - co se týče jeho zaměření a šířky - je téměř identický. HUDYsport má v rámci České republiky také několik významných nepřímých konkurentů. Jsou to například obchodní řetězce Sportisimo či Hervis, výrobci outdoorového oblečení Husky, Hannah či Nord Blanc, nebo různé kamenné prodejny a internetové obchody.

Jedinými konkurenty, kteří explicitně zveřejnili svůj environmentální program, nebo se vyjádřili k nutnosti chránit přírodu, jsou Rock Point a Nord Blanc. V případě Rock Pointu jde o vypracovaný environmentální program, v případě firmy Nord Blanc se jedná o pouhé prohlášení.

„NORDBLANC přichází s produkty, které podtrhují osobnost každého, kdo vnímá přírodu jako součást svého života, jako životní energii a jako významné místo pro svůj život, které je třeba chránit a zlepšovat.“[146]

Toto prohlášení však nelze považovat, při konfrontaci s teoretickými poznatky, za fakticky správné. Co to znamená zlepšení přírody a jakým způsobem se ho dá dosáhnout? Jedná se o zlepšení přírody vědomou lidskou činností? Člověk může přírodu využívat a přizpůsobovat ke svému obrazu, nikoliv ji zlepšovat. Proto nepovažuji za vhodné takováto tvrzení do environmentálního programu zahrnovat.

Podstatně lepším příkladem je firma Rock Point, která nazvala obecně svůj environmentální program slovním spojením „Green life“. Tento program je rozdělen na tři části:

- eko výrobky,

[146] Informace o značce. *NORDBLANC - oficiální e-shop* [online]. © 2012 [cit. 2014-04-30]. Dostupné z:http://www.nordblanc.cz/www/informace-o-znacce/

- podpora projektů,
- chování firmy.[147]

V první části se firma zaměřuje na tzv. eco – labeling, tedy na označování výrobků firem, které se snaží o ekologicky šetrnou výrobu. V případě Rock Pointu jsou označeny především ty produkty, které jsou vyrobeny z plně recyklovatelných materiálů.

Druhá část se týká členství Rock Pointu v asociaci pro ochranu přírody EOG (European Outdoor Group), které pro tento podnik znamená především závazek, aby se choval šetrně k životnímu prostředí jako celku. Díky členství v asociaci může Rock Point (dále RP) žádat o granty pro podporu lokálních ekologických projektů, které jsou poskytovány na základě členských příspěvků v asociaci, darů a jiných akcí. Dále může společnost RP používat logo asociace pro označení ekologických výrobků.

Třetí část environmentálního programu se týká chování firmy jako takové, jejích zaměstnanců a apelu na společnost, aby každý zákazník dle svého svědomí přispěl k ochraně přírody.

Co je však podstatné, firma Rock Point na svých webových stránkách uvádí poděkování zákazníkům, kteří zmíněný environmentální program, především eco-labeling, velmi radostně přijali.

„Moc nás těší, že tyto výrobky byly vámi, našimi zákazníky, velmi pozitivně přijaty.Jsme přesvědčeni, že prodejem EKO výrobků můžeme společnými silami nejvíce přispět k šetrnější a odpovědnější spotřebě.“[148]

Tento fakt je důležitý, protože umocňuje výsledky šetření, které bylo provedeno na zákaznících HUDYsportu, a které dopadlo ve prospěch přijetí environmentálních hodnot touto firmou.

8.9 Doporučení pro praxi

V první řadě chci upozornit na zásadní problém při vytváření environmentálního programu. I když průzkum názorů zákazníků vyzněl zcela jasně pro přijetí ekologických opatření vybraným podnikem, tato opatření nemohou být pro biofilní transformaci zcela

---

[147] Green life. *Outdoor Expert | Rock Point* [online]. © 2014 [cit. 2014-04-30]. Dostupné z:http://www.rockpoint.cz/www/green-life/

[148] Tamtéž.

dostatečná. Aplikace teoretických poznatků do praxe naráží na úskalí, která jsou tvořena konkrétními podmínkami podnikání. Při výběru vhodných environmentálních technik jsem musel respektovat specifika současného tržního systému a organizační kapacity vybraného podniku. Proto mnou provedené návrhy neaspirují na instantní řešení celého problému. Přesto se tyto návrhy můžou stát prvním krokem k budoucí biofilní transformaci podniku v kompletním rozsahu.

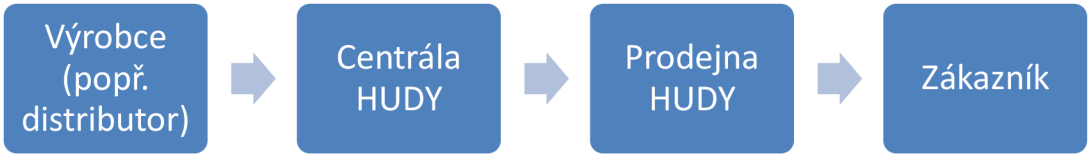
Na základě teoretické části, konkrétně kapitoly, která se týká problému vztahu k přírodě v terciární sféře (viz kapitola 6), doporučuji návrh environmentálního programu rozdělit na tyto části:

- omezené využívání zdrojů,
- minimalizace množství netříděných odpadů,
- eco – labeling,
- školení zaměstnanců,
- oznámení zákazníkům.

8.9.1 Omezené využívání zdrojů

Omezené využívání zdrojů, které uvádím na prvním místě, lze v případě HUDYsportu rozdělit na dvě části. Na provozní a marketingové. Provozní část je spojena čistě s provozem centrály a jednotlivých prodejen, které tvoří distribuční kanál od dodavatelů až ke spotřebitelům (viz Obrázek 3: Distribuční kanál).

Obrázek 3: Distribuční kanál



Pro centrálu a prodejny by měly být závazné následující body:

- Minimalizace spotřeby
  - vody
  - energie

- Snižování objemu a hmotnosti obalů
- Maximální využití obalových materiálů

První bod, který se kryje s ekonomickými zájmy podniku, nepotřebuje žádné další vysvětlení. Naopak je třeba upřesnit, v čem spočívá snižování objemu a hmotnosti obalů a jejich další využití. Volba obalů, ve kterých jsou zabaleny jednotlivé produkty, je plně v gesci konkrétních výrobců. Tyto produkty přicházejí na centrální sklad, kde probíhá překládka do krabic, které jsou expedovány do jednotlivých podniků. Již zde začíná odpovědnost zkoumané společnosti, aby docházelo k efektivnímu využívání balících materiálů pro další expedici. Ochranné přepravní obaly jsou poté při naskladňování na prodejnách porušeny, aby mohlo být zboží doplněno do jednotlivých regálů. V této části vzniká značná část abiotického odpadu (obaly z umělých hmot), kterým je třeba najít, před tříděním pro účel recyklace, druhotné využití. Tyto obaly lze použít jako vycpávky do prezentovaných produktů (např. batohů, ledvinek, čepic aj.) nebo jako bezpečnostní vycpávky při expedici zboží konkrétnímu zákazníkovi (internetový prodej). Co se týče prodejnami přijatých krabic, i ty by měly být využívány v co největší míře pro účely další přepravy zboží. Poté, co tyto materiály doslouží, následuje další proces, kterým je minimalizace množství netříděných odpadů.

Marketingová část, která se týká omezení využívání zdrojů, je neméně důležitá. Při marketingových technikách dochází ke značnému spotřebovávání propagačních předmětů, které jsou převážně vyrobeny z papíru, či z umělých hmot. Tyto techniky jsou navíc využívány v rámci HUDYsportu chaoticky, proto často dochází ke zbytečnému plýtvání s materiály. Konkrétním problémem je nevhodná kombinace dvou marketingových praktik, a to upozorněním na slevy a upozorněním na novou kolekci. Každé zboží, které je zlevněné či z nové kolekce, je vybaveno papírovým štítkem (viz příloha č. 2). V případě nového zboží není vyloučena možnost cenového zvýhodnění, a tak by byly tomuto zboží přiřazeny oba dva štítky. Někteří výrobci navíc prodejnám nahodile poskytují své vlastní propagační materiály, proto mohou být jednotlivé produkty vybaveny dalším štítkem. Tato upozornění se pak do značné míry negují navzájem (viz příloha 3). Proto přikládám návrh změny formátu štítku pro upozornění na cenové zvýhodnění (viz příloha 4). Tento nový formát by již neměl negovat jiná marketingová upozornění, tudíž by je neměl degradovat na pouhé plýtvání materiálem. Absenci explicitního zveřejnění ceny na slevovém letáčku řeší vhodné zpracovaní cenovky, kterou nutně obsahuje každý produkt (viz příloha 5).

8.9.2 Minimalizace množství netříděných odpadů

Odpadní materiály, které již podnik nemůže využít, by měly být důsledně separovány pro možnost recyklace. Separace se týká především papíru a plastů, protože k manipulaci se skleněnými statky na centrálním skladu či prodejnách nedochází. Prodejní místa by měla být rovněž vybavena nádobami pro zpětný odběr nebezpečného odpadu. Do tohoto druhu odpadu lze zařadit akumulátory a plynové kartuše, které jsou součástí sortimentu.

8.9.3 Eco labeling

HUDYsport, a.s. jako distributor zboží, by se měl v ideálním případě podílet na biofilní transformaci tím způsobem, že bude prodávat produkty těch výrobců, kteří jsou charakterističtí ekologickou výrobou, a kteří by nepředstavovali zvýšené nároky na logistiku. Vzhledem k preferencím zákazníků je zatím tato myšlenka neuskutečnitelná. Spoléhat na sortiment, který je založen na lokálních výrobcích, by bylo pro HUDYsport pravděpodobně devastující. Je to způsobeno dominancí zahraničních výrobců, které se pro zákazníky staly symbolem kvality. V případě outdoorového vybavení je na kvalitu kladen silnější požadavek.

Přesto je v silách HUDYsportu podpořit ekologicky smýšlející producenty (použitý materiál, technologický postup výroby), a to technikou eco labelingu. Na ekologické producenty by bylo upozorňováno pomocí přidělené značky ke konkrétnímu produktu (na prodejně i na e-shopu).

8.9.4 Školení zaměstnanců

Již v teoretické části bylo zmíněno, že normativní nařízení zpravidla nevedou ke kýženým výsledkům. Proto by měl být návrh environmentálního programu doplněn informační podporou. Ta by spočívala v pravidelném školení zaměstnanců podniku.

HUDYsport organizuje pro své zaměstnance dvakrát do roka školení, které z převážné části spočívá v informování o nových produktech. Školení bývá pravidelně doplňováno o trénink prodejních a komunikačních dovedností. Nepochybně však poskytuje dostatečný prostor pro začlenění krátké informační vsuvky, která by se týkala environmentálního programu. Tato vsuvku by bylo třeba rozdělit na dvě části:

- lekce pro pracovníky z centrály a vedoucí prodejen,
- lekce pro ostatní pracovníky z prodejen.

Lekce pro první skupinu by kromě řešení praktických problémů obsahovala také teoretickou diskuzi k řešené problematice. Tím by došlo k vytvoření teoretické báze pro

manažery a vedoucí pracovníky z prodejen. Zmínění pracovníci by byli schopni využít nabyté znalosti při procesu rozhodování (strategickém či operativním). Vedoucí prodejen by byli navíc schopní poskytovat informační podporu svým podřízeným pracovníkům, protože v jejich případě se zdá být efektivnější názorná lekce k řešeným problémům. To je způsobeno nejen zpravidla nižší kvalifikací řadových zaměstnanců prodejen, ale také jejich častou fluktuací.

8.9.5 Oznámení zákazníkům

Oznámení o přijetí environmentálního programu by mělo být provedeno prostřednictvím internetových stránek podniku, a to pomocí samostatné rubriky. Další uveřejnění by mělo být provedeno prostřednictvím produktového katalogu, který je vydáván dvakrát do roka. Environmentálnímu programu není třeba dávat po vzoru Rock Pointu nějaký název. České označení poslouží pro lepší pochopení. Kamenné prodejny by neměly být vybaveny informačními materiály, protože by se tím z části popíral smysl environmentálního programu. Jelikož je HUDYsport charakteristický osobním přístupem k zákazníkovi, je to pracovník prodejny, kdo je zodpovědný za informování zákazníků o přijetí nového programu.

9 ZÁVĚR

K teoretickému rozvoji podnikatelské etiky, která má za úkol regulovat morálku v podnikatelské sféře, došlo v 60. letech minulého století. Podnikatelská etika je tak nepoměrně mladší než tradiční etika, jako filosofická disciplína. Tento časový nesoulad způsobil, že v rámci podnikatelské etiky došlo k přirozenému přebrání hodnot a norem od tradiční antropologické etiky.

Teoretická část se tak v první řadě zaměřuje na stručný popis současného stavu podnikatelské etiky, na který je navázáno argumentací, proč současná podnikatelská etika nemůže sloužit pro komplexní řešení etických problémů, které souvisí s hospodářskou činností.

Nejvíce palčivý problém se vyskytuje při aplikaci podnikatelské etiky na jednu konkrétní součást jejího předmětu, kterou je vztah k přírodě. Ekologické problémy nemohou být uspokojivě řešeny v rámci této aplikované filosofické disciplíny především ze dvou důvodů. Prvním důvodem jsou genetické predispozice člověka jako živočišného druhu. Ty způsobují druhově sobecké chování člověka, který se chová ke svému vnějšímu prostředí kořistnicky. Pokud je podnikatelská etika pouhou aplikací etiky tradiční, morální hodnoty, na kterých stojí, nemohou být kompatibilní se snahou o zachování přírody jako celku. Druhým důvodem je neadekvátní vymezení dnešní ekologické krize a jejích účastníků.

Zdá se, že vhodnou teorií pro řešení obou zmíněných problémů se může stát evoluční ontologie. Ta se pokouší o uspokojivé definování člověka, přírody a kultury a vztahu mezi nimi. Proto evoluční ontologie aspiruje na to, aby se stala vhodnou teorii, která by posloužila jako základ pro novou biofilní morálku.

Nově koncipovaná podnikatelská etika – především její část týkající se vztahu k přírodě – by měla být přijata všemi podniky bez výjimky. I těmi, které patří do terciární sféry, a tudíž jejich výstupem není hmotný statek. Tyto podniky totiž poskytují služby, které se vesměs na hmotné statky vážou. Při poskytování služby navíc bývá zpravidla spotřebováváno značné množství materiálu, nebo bývá jiným způsobem negativně zasahováno do přírodních struktur. Proto je třeba přičíst významný vliv na poškozování přírody i sektoru služeb. Ten se stal majoritním sektorem v rámci hospodářství vyspělých států a jeho podíl je v těchto státech zpravidla větší než 60%. Rovněž je třeba dodat, že role terciárního sektoru v rámci světového hospodářství neustále roste.

Z těchto důvodů jsem se v praktické části zaměřil na podnik HUDYsport. a.s., který působí v terciární sféře. Ve vybraném podniku není vypracovaný žádný koherentní plán, který se týká vztahu k přírodě. Proto jsem svoji pozornost věnoval jeho zákazníkům. Úkolem výzkumu bylo zjistit nejen postoje zákazníků k přírodě, ale také jejich pohled na HUDYsport a jeho přístup k životnímu prostředí a zda by zákazníci uvítali zlepšení tohoto přístupu ze strany HUDYsportu.

Pro jednorázové průřezové šetření byl vybrán vzorek respondentů na základě dostupnosti. Místem provedení dotazníkového šetření byly prostory maloobchodní prodejny. Aby respondent nestrávil u dotazníku příliš mnoho času, rozhodoval se dle svého nejlepšího svědomí a nebylo negativně zasahováno do chodu prodejny, byl dotazník zaměřen pouze na zásadní obecné názory.

Z vyhodnocení dat z dotazníků vyplývají následující mínění respondentů:

- zákazníci se velmi přesvědčivě shodli ve prospěch nutnosti chránit životní prostředí.
- Firmy by se dle zákazníků měly jednoznačně starat o dopad jejich činnosti na životní prostředí.
- I když společnost HUDYsport nemá zavedený žádný environmentální program, zákazníci ji přesto považují spíše za ohleduplnou k životnímu prostředí.
- Zákazníci by uvítali zlepšení přístupu HUDYsportu k životnímu prostředí, a to i přes překvapivý výsledek předchozí otázky.

V případě obecných názorů na problematiku vztahu k přírodě musím zmínit markantní problém. Pokud se respondent jasně vysloví pro nutnost chránit životní prostředí, může tak učinit na základě vědomosti nebo na základě pocitu. Rozhodování na základě pocitu samo o sobě postrádá žádoucí racionalitu, a proto může vést k mylnému názoru, co se ochranou životního prostředí rozumí. I rozhodování na základě vědomosti nemusí nutně vést k závěrům, které by byly kompatibilní s aktuálními vědními poznatky. To je způsobeno vštěpováním neadekvátních informací o přírodě již žákům základních a středních škol. U zákazníků HUDYsportu nebylo prokázáno, že by existovala korelace mezi jejich názorem na nutnost ochrany životního prostředí a nejvyšším dosaženým vzděláním. Vyšší stupeň vzdělání tak nemusí nutně vést k lepšímu povědomí o zkoumané problematice. Přitom je zřejmé, že bez správného definování přírody, kultury a člověka nelze adekvátně pochopit charakteristiku dnešní ekologické krize.

Pravděpodobně ne zcela adekvátní pochopení kultury a přírody zákazníky dokazuje míra asociace mezi otázkami, zda je potřeba chránit životní prostředí a zda by se firmy měly starat o jejich vliv na životní prostředí. I když v obou případech převažovaly pozitivní názory, míra asociace mezi těmito názory je středně velká (0,45). Při adekvátním pochopení dvou ontických řádů na planetě Zemi a vztahu mezi nimi by musela být míra asociace vysoká, v ideálním případě rovna jedné.

Překvapivým zjištěním v rámci šetření bylo to, že značný počet respondentů nebyl schopen posoudit, zda je HUDYsport firma ohleduplná k životnímu prostředí a zda by tito respondenti uvítali zlepšení přístupu HUDYsportu k životnímu prostředí. K tomuto negativnímu jevu došlo i přesto, že jsem jako populaci pro výzkum vybral pouze stálé zákazníky. To, že by zákazníci uvítali zlepšení přístupu HUDYsportu k životnímu prostředí proto nevyplývá z jejich pohledu na aktuální vztah podniku a přírody. Vyplývá to spíše z jejich pohledu na povinnost firem starat se o jejich vliv na životní prostředí. Nabízí se tak otázka, zda mnozí zákazníci redukují maloobchodní prodejny pouze na místo, kam si chodí nakupovat zboží? Proč k charakteristikám, které mohou ovlivňovat etická rozhodnutí, přistupují nerozhodně? Je tak činěno vedle slabého povědomí o dnešní ekologické krizi také z důvodu slabé motivace?

Cílem práce bylo zpracování environmentálního programu podnikání v technologii a obchodování firmy HUDYsport, a.s. Díky problémům, které nastaly během dotazníkového šetření, předpokládám, že zaměření se na zákazníky nedokáže být uspokojivým podnětem pro komplexní řešení problému biofilní transformace. Je pravda, že se zákazníci zcela jasně vyjádřili pro ochranu přírody a uvítali by zlepšení přístupu ze strany zkoumaného podniku k přírodě. Díky špatnému povědomí o obou ontických řádech ale také mohou zákazníci pozitivně přijmout i nesprávná opatření. Rovněž nejsou s to identifikovat případy interakce podniku a životního prostředí, proto lze těžko očekávat, že se jasně vysloví ke konkrétním opatřením.

Přesto by podnik HUDYsport neměl na nová opatření rezignovat. Jako podnik, který se zaměřuje distribuci a prodej zboží, je do značné míry ovlivněn přáním zákazníků. Doporučuji využít techniku eco-labeling, a tímto zvýhodnit ty dodavatele, kteří jsou charakteističtí šetrným přístupem k životnímu prostředí. Omezené využívání zdrojů je v podniku z části zapracováno již nyní, a to z důvodu, že se kryje s ekonomickými zájmy. Přesto doporučuji zaměření se na omezení využívání zdrojů především v oblasti marketingu. Kde chaotické vytváření marketingových akcí způsobuje neopodstatněné plýtvání materiálem. Mělo by se

také stát rutinou použitý materiál správně roztřídit, aby ho bylo možné dále recyklovat. Tato provozní opatření, která zákazníci uvítají, přesto vedou k pouhým dílčím změnám. Biofilní transformace ve svém celku tímto způsobem dosáhnout nejde. Proto považuji za nejdůležitější opatření zařazení přírodní problematiky do vzdělávacího programu podniku. Přírodní problematikou by se měli zajímat všichni zaměstnanci včetně managementu. Vzhledem k tomu, že na prodejnách dochází k nežádoucí fluktuaci zaměstnanců, lze personál prodejen školit především na aplikační rovině. U manažerů by však mělo být alespoň částečné osvojení si teorie (doporučuji evolučně ontologické minimum) povinností. Teprve až potom lze přijmout dlouhodobá opatření, která by řešila problematiku biofilní transformace v plném rozsahu. Musím však poukázat na skutečnost, že převládající tržní mechanismus a zažité hodnoty a potřeby zákazníků mohou přijetí všech potřebných opatření komplikovat

Na závěr je třeba poznamenat, že biofilní transformace v terciárním sektoru není pouze problémem obchodu a zprostředkování, kam náleží firma HUDYsport. Nabyté poznatky je možné aplikovat i v dalších oborech, které jsou zaměřeny na služby. Na suverenitu zákazníka, jak je tomu i u obchodu, naráží do značné míry i cestovní ruch. Cestovní ruch má v sobě společně s ubytováním enormní potenciál podpořit zájem lidí o přírodu, přesto je však v poslední době v jejich rámci činěno spíše opačně. Důkazem jsou stále komplexnější služby, které jsou nabízeny v dokonale vybavených hotelech, díky kterým může být zákazníkům zážitek z dovolené zprostředkován pouze prostřednictvím kultury. Světlou výjimkou by mohly být například ubytovny v rámci farem, které by zákazníky mohly přiblížit přírodě. Navíc by ubytovaným připomněly (exkurzí), v čem spočívá lidská fyzická práce, která je součástí lidské přirozenosti, a kterou nemůžeme ničím jiným nahradit. Na tento bod navazují řemesla, která jsou součástí terciární sféry, a které je třeba nejen zachovat, ale také podporovat. V rámci farem je zároveň možné alespoň částečně poukázat na problém alimentace, a ubytovaným tak nabídnout potraviny bez chemického ošetření, které ohrožuje člověka a jiné živé systémy na úrovni somatické, hormonální a možná i genetické.[149]

V případě zábavy, kultury a sportu lze biofilní transformaci podpořit vhodným výběrem místa pořádání. Kulturní akce, které lze sezónně pořádat v přírodě, musí být menšího rozsahu, aby nepůsobily rušivě vůči okolnímu prostředí a aby měli návštěvníci možnost vnímat kromě kulturního programu také své okolí. Zároveň může být návštěvníkům poskytnuta příručka, která by je seznámila s místem setkání, což by podněcovalo jejich zvídavost. Tímto způsobem lze alespoň z části suplovat masové akce, které vytvářejí spíše dojem, že přírodu lze

[149] ŠMAJS, Josef. *Jedenáct podmínek biofilního obratu kultury*. Brno, 2014

exploatovat dle naší libosti. Jejich přímý negativní vliv na přírodu je také nepoměrně závažnější.

Před problémem obratu k přírodě stojí také doprava a přeprava či nemovitosti a infrastruktura, které představují závažný problém vytlačování přírody kulturou. Výčet oborů by mohl dále pokračovat, přesto je třeba zmínit, dle mého názoru ten nejdůležitější, vzdělávání. Je totiž zřejmé, že konkrétní opatření mohou být přijata pouze za předpokladu správného porozumění oběma ontickým řádům, kultuře a přírodě. Porozumění nejen ze strany žáků a studentů, ale také ze strany široké veřejnosti.[150]

[150] ŠMAJS, Josef. *Jedenáct podmínek biofilního obratu kultury*. Brno, 2014

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

1. CAPRA, Fritjof. *Bod obratu: věda, společnost a nová kultura*. Vyd. 1. Praha: DharmaGaia a Maťa, 2002, 514 s. ISBN 80-85905-42-6.
2. ČAMROVÁ, Lenka a spol. *Ekonomie a životní prostředí: nepřátelé, či spojenci?*. 1. vyd. Praha: Alfa Publishing, 2007, 399 s. ISBN 978-80-86389-47-9.
3. FITZSIMMONS, James A. a kol. *Service Management: Operations, Strategy, Information Technology*. Vyd. 8. New York: The McGraw Hill, 2014, 524 s. ISBN 978-0-07-802407-8.
4. GDP - COMPOSITION, BY SECTOR OF ORIGIN. *The World Factbook* [online]. 2014 [cit. 2014-04-09]. Dostupné z: https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/fields/2012.html
5. GOULD, Stephen Jay. *Dinosauři v kupce sena: úvahy o povaze přírodních věd*. Praha: Academia, 2005. ISBN 80-200-1338-5.
6. GOULD, Stephen Jay. *Pandin palec: Malá tajemství evoluce*. Praha: Mladá fronta, 1988. ISBN 23-027-88 03/16.
7. Green life. *Outdoor Expert | Rock Point* [online]. © 2014 [cit. 2014-04-30]. Dostupné z:http://www.rockpoint.cz/www/green-life/
8. HADRABOVÁ, Alena. *Environmentální aspekty podnikání*. Vyd. 1. Praha: Oeconomica, 2010, 119 s. ISBN 978-80-245-1709-4.
9. HAWKEN, Paul, Amory B LOVINS a L LOVINS. *Přírodní kapitalismus: jak se rodí další průmyslová revoluce*. Vyd. 1. Praha: Mladá fronta, 2003, 476 s. Myšlenky (Mladá fronta). ISBN 80-204-1078-3.
10. HENDL, Jan. *Přehled statistických metod: analýza a metaanalýza dat*. 4., rozš. vyd. Praha: Portál, 2012, 734 s. ISBN 978-80-262-0200-4.
11. *HUDY.cz | Oblečení a vybavení s tradicí* [online]. © 2014 [cit. 2014-04-09]. Dostupné z: http://www.hudy.cz/
12. Informace o značce. *NORDBLANC - oficiální e-shop* [online]. © 2012 [cit. 2014-04-30]. Dostupné z:http://www.nordblanc.cz/www/informace-o-znacce/
13. KACETL, Jaroslav. *Obchodní a podnikatelská etika*. Vyd. 1. Hradec Králové: Gaudeamus, 2011. ISBN 978-807-4350-955.
14. KLAUS, Václav. *Modrá, nikoli zelená planeta: co je ohroženo: klima, nebo svoboda?*. 1. vyd. Praha: Dokořán, 2007. ISBN 978-80-7363-152-9.
15. LATOUCHE, Serge. *Malé pojednání o poklidném nerůstu*. Vyd. 1. Beroun: Za tratí, 2012, 108 s. ISBN 978-809-0433-571.

16. LORENZ, Konrad. *8 smrtelných hříchů*. Vyd. 1. Praha: Panorama, 1990, 99 s. ISBN 80-703-8212-0.
17. MANKIW, N. *Zásady ekonomie*. 1. vyd. Praha: Grada, 1999, 763 s. ISBN 80-7169-891-1.
18. Outdoorová jednička Hudysport expanduje do Polska. V krizi se mu daří slušně. In: *Byznys.ihned.cz* [online]. 2012 [cit. 2014-05-06]. Dostupné z: http://byznys.ihned.cz/c1-56661250-outdoorova-jednicka-hudysport-expanduje-do-polska-v-krizi-se-mu-dari-slusne
19. PLHOŇOVÁ, Věra. *Etické jednání a společenská odpovědnost*. 1. vyd. Znojmo: Soukromá vysoká škola ekonomická Znojmo, spol. s r.o., 2013, 184 s. ISBN 978-80-87314-35-7.
20. Příroda - Hledat Googlem. *Google* [online]. 2013 [cit. 2014-02-07]. Dostupné z: https://www.google.cz/#q=p%C5%99%C3%ADroda
21. REMIŠOVÁ, Anna. *Dejiny etického myslenia v Európe a USA*. 1. vyd. Bratislava: Kalligram, 2008, 894 s. ISBN 9788081011030.
22. REMIŠOVÁ, Anna. *Etika médií*. 1. vyd. Bratislava: Kalligram, 2010, 310 s. ISBN 978-808-1013-768.
23. Rozhovor s Jindřichem Hudečkem. In: *Lezec - Zpravodaj* [online]. 2010 [cit. 2014-05-06]. Dostupné z:http://www.lezec.cz/clanky.php?xtem=&key=8646
24. SAMUELSON, Paul Anthony. *Ekonomie*. Vyd. 1. Praha: Svoboda, 1991, 1011 s. ISBN 80-205-0192-4.
25. SCHUMACHER, E. *Malé je milé: aneb ekonomie, která by počítala i s člověkem.* 1. vyd. Brno: Doplněk, 2000, 284 s. ISBN 807239035x.
26. SMITH, Adam. *Pojednání o podstatě a původu bohatství národů*. Nové, přepracované vyd. opatřené margináliemi. Praha: Liberální institut, 2001, xv, 986 s. ISBN 8086389154.
27. SOJKA, Milan. *Dějiny ekonomických teorií*. Praha: Havlíček Brain Team, 2010. ISBN 978-80-87109-21-2.
28. STEHLÍK, Antonín. *Logistika pro manažery*. 1. vyd. Praha: Ekopress, 2008. ISBN 978-80-86929-37-8.
29. STÖRIG, Hans Joachim a Petr REZEK. *Malé dějiny filozofie*. Praha: Zvon, 1991, 510 s. ISBN 80-711-3041-9.

30. ŠMAJS, Josef a Erazim V KOHÁK. *Ohrožená kultura: od evoluční ontologie k ekologické politice*. 3., upravené a rozšířené vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2011, 269 p. ISBN 80-729-4458-4.
31. ŠMAJS, Josef. *Evoluční ontologie kultury a problém podnikání*. Brno: Doplněk, 2012. ISBN 978-80-7239-298-8.
32. ŠMAJS, Josef. Filosofie - obrat k Zemi: Evolučně ontologická reflexe přírody, kultury, techniky a lidského poznání. Praha: Academia, 2008. ISBN 978-80.200-1639-3.
33. ŠMAJS, Josef, Ivan KLÍMA a Václav CÍLEK. *Tři hlasy: úvahy o povaze konfliktu kultury s přírodou*. Vyd. 1. Brno: Doplněk, 2010. Společensko-ekologická edice, sv. 15. ISBN 978-807-2392-520.
34. ŠMAJS, Josef. Nemůžeme růst do nekonečna. *Muni.cz*. 2013, listopad.
35. ŠMAJS, Josef a kol. *Podnikatelská a environmentální etika*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2008. ISBN 978-802-1045-644.
36. ŠMAJS, Josef. Proč etika nestačí - K ontologickému základu a revitalizaci morálky. *Filosofický časopis*, 61, 2013, č. 6, s. 803-826.
37. ŠPŮR, Josef. *Úvod do systematické filosofie: gnoseologie*. 1. vyd. Dobrá Voda: Aleš Čeněk, 2002, 159 s. ISBN 80-86473-17-1.
38. TOFFLER, Alvin a Heidi TOFFLEROVÁ. *Nová civilizace: třetí vlna a její důsledky*. 1. vyd. v českém jazyce. Praha: Dokořán, 2001, 124 s. ISBN 8086569004.
39. TOMŠÍK, Vladimír. *Ekonomie a zdravý rozum*. 1. vyd. Praha: Fragment, 2011. ISBN 978-802-5313-930.
40. TROJAN, Jakub S. *Etické vztahy v ekonomice. 1*. vyd. Praha: Oikoymenh, 2012. ISBN 978-80-7298-480-0.
41. TUČKOVÁ, Zuzana. *Ekonomika služeb: Distanční studijní opora.*Vyd. 1. Znojmo: Soukromá vysoká škola ekonomická Znojmo s.r.o., 2009, 112. s. ISBN 978-80-87314-03-6.
42. VOLEJNÍKOVÁ, Jolana. *Moderní kompendium ekonomických teorií: od antických zdrojů až po třetí tisíciletí*. Praha: Profess Consulting, 2005. ISBN 80-725-9020-0.
43. WUKETITS, Franz M. *Přírodní katastrofa jménem člověk: vývoj bez pokroku*. Praha: Granit, 2006, 207 s. ISBN 80-729-6047-4.

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1: Počty respondentů v jednotlivých věkových kategoriích 61
Graf 2: Dosažené vzdělání 64
Graf 3: Chránit životní prostředí? 65
Graf 4: Firmy a životní prostředí....70
Graf 5: Test homogenity dat 72
Graf 6: Zlepšení přístupu HUDYsportu k životnímu prostředí 76

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Rozdělení služeb 51
Tabulka 2: Dosažené zdělání 64
Tabulka 3: Chránit životní prostředí? 65
Tabulka 4: Ochrana životního prostředí 67
Tabulka 5: Výpočty teoretických četností 68
Tabulka 6: Firmy by se o dopad jejich činnosti na životní prostředí: 70
Tabulka 7: Pásma síly asociace dle velikosti kor. koef. 73
Tabulka 8: Firmu HUDYsport ve vztahu k životnímu prostředí vnímám jako: 74
Tabulka 9: Firmu HUDYsport a životní prostředí: 74
Tabulka 10: Zlepšení přístupu HUDYsportu k životnímu prostředí 75
Tabulka 11: Výpočet průměrných hodnot pro proměnnou X 77
Tabulka 12: Výpočet průměrných hodnot pro proměnnou Y 78
Tabulka 13: Výpočet průměrných hodnot pro proměnnou Z 78
Tabulka 14: Korelační matice 79

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1: Společenská odpovědnost podniku....13
Obrázek 4: Ověření kauzálního vztahu....72
Obrázek 5: Distribuční kanál 82

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1: Vzor dotazníku

Příloha 2: Zboží na prodejně

Příloha 3: Marketingové akce

Příloha 4: Návrh formátu

Příloha 5: Cenovka zboží

Příloha 1: Vzor dotazníku

Dotazník HUDYsport

Vážený zákazníku,

chtěl bych Vás tímto požádat o vyplnění nestandardizovaného dotazníku, který se týká Vámi vnímaného přístupu firmy HUDYsport k životnímu prostředí. Dotazníkové šetření a jeho vyhodnocení je anonymní, přičemž získaná data budou využita výhradně pro účel zpracování diplomové práce.

Děkuji Vám za spolupráci

Robert Hruška

Věk:	do 20 let ☐	20 – 30 let ☐	30 – 40 let ☐	40 - 50 let ☐	50 let a více ☐
Vzdělání:	základní ☐	vyučen(a) ☐	střední s maturitou ☐	vyšší odborné ☐	vysokoškolské ☐
Domnívám se, že životní prostředí:	určitě je třeba chránit ☐	spíše je třeba chránit ☐	nedokážu to posoudit ☐	spíše není třeba chránit ☐	určitě není třeba chránit ☐
Firmy by se o dopad jejich činnosti na životní prostředí:	určitě měly zajímat ☐	spíše měly zajímat ☐	nedokážu to posoudit ☐	spíše neměly zajímat ☐	určitě neměly zajímat ☐
Firmu HUDYsport ve vztahu k životnímu prostředí vnímám jako:	určitě ohleduplnou ☐	spíše ohleduplnou ☐	nedokážu to posoudit ☐	spíše neohleduplnou ☐	určitě neohleduplnou ☐
Uvítal(a) bych zlepšení přístupu firmy HUDYsport k životnímu prostředí:	určitě souhlasím ☐	spíše souhlasím ☐	nedokážu to posoudit ☐	spíše nesouhlasím ☐	určitě nesouhlasím ☐

Příloha 2: Zboží na prodejně

Příloha 3: Marketingové akce

Příloha 4: Návrh formátu

Příloha 5: Cenovka zboží