

Na AI transformaci je připravena méně než polovina českých firem. Potíže mají i s novou legislativou ESG reportingu

10.4.2024 - | Deloitte Advisory

Přes 80 procent firem nemá spolehlivé metriky pro měření sociální složky ESG určených novou evropskou směrnicí CSRD. Jasnou představu, jak procesy pro ESG reporting nastavit, má méně než třetina společností. Vyplyvá to z analýzy Trendy v oblasti lidského kapitálu 2024 poradenské a technologické společnosti Deloitte. České a slovenské firmy zároveň čelí potížím při integraci AI a nastavování spolupráce mezi lidmi a technologiemi. Klíčovou roli bude podle nich hrát představitivost a další dovednosti, které však u zaměstnanců posiluje jen 43 % z nich.

Společnosti vedle toho stále více řeší otázky transparentnosti a důvěry společně s tématem mikrokultur, tedy rozdílných kultur a dynamik jednotlivých týmů v rámci jedné organizace.

Firmy nejsou připravené na novou legislativu o ESG reportingu

Nová pravidla pro ESG reporting, určená směrnicí Evropského parlamentu a Evropské rady zvané Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), čekají české a slovenské firmy již v příštím roce. Přestože považuje lidskou stránku udržitelnosti za důležitou 93 % českých společností, jen 58 % jich je připravených na tento trend reagovat.

„Rostoucí důraz na environmentální, sociální a správní (ESG) aspekty podnikání je jedním z nejvýraznějších trendů, které v poslední době pozorujeme. ESG faktory nejsou pouze hezkým doplňkem podnikání, ale stávají se stále více klíčovými pro dlouhodobou udržitelnost a konkurenceschopnost společností. Měřit sociální složku ESG však zatím dokáže jen 19 procent společností, které se zapojily do naší celosvětové studie, a jen třetina z nich má plán, jak tyto metriky nastavit,“ vysvětluje Zuzana Kostiviarová, expertka na Human Capital společnosti Deloitte.

V rámci nové legislativy budou firmy povinně sledovat a vykazovat metriky týkající se dopadu na zaměstnance. Jde například o DEI údaje k zastoupení žen a různých věkových kategorií v managementu, rozdíly v odměňování mužů a žen nebo informace o dopadech práce na zdraví zaměstnanců či porušování lidských práv.

„Většina společností v České republice si je vědoma nutnosti transformace k přístupu k lidským zdrojům. A to nejen z důvodů atraktivity při náboru nových zaměstnanců, ale především při práci a rozvoji těch stávajících. Hodně se hovoří o takzvaném upskillingu zaměstnanců při příchodu nových technologií, o nabídkách flexibilní forem práce i z důvodu stárnutí populace a zaměstnávání rodičů a generace Z. Nicméně si myslím, že realizace konkrétních opatření v rámci českých firem jde pomaleji, než by bylo žádoucí. Většinou jsou impulsem vnější vlivy – například pandemie či nová legislativa. Naopak pokud společnost dokáže realizovat konkrétní opatření rychle, odvážně, s vědomím určitého rizika a vlastně trochu pionýrsky, může získat obrovskou výhodu. Kéž by bylo na českém trhu více příkladů,“ komentuje Martina Zimmermann, Diversity Manager společnosti ŠKODA AUTO.

Firmy nereagují na AI transformaci

V souvislosti s rychlým vývojem v oblasti umělé inteligence si společnosti u zaměstnanců stále více váží schopností jako zvědavost, empatie a kreativita. Rozvoj představivosti dokonce považuje za důležitý 89 % českých organizací. Pouze dvě pětiny z nich však skutečně podnikají v této oblasti konkrétní kroky.

V rozvíjení představivosti i dalších soft skills se společnosti setkávají s překážkami na straně zaměstnanců, jako jsou neporozumění tématu či neschopnost se soustředit, ale i nedostatek zdrojů a investic.

„Role umělé inteligence a schopnost společností využít nové možnosti spolupráce mezi lidmi a technologiemi bude do budoucna klíčovým faktorem úspěchu. Firmy, které úspěšně integrují prvky umělé inteligence do svých procesů a služeb, mohou získat konkurenční výhodu na trhu. AI může zefektivnit procesy, zlepšit produkty i služby a poskytnout firmě lepší pozici ve srovnání s konkurencí,“ zdůrazňuje Kostiviarová.

Klíčová role důvěry

Mezi 3 nejdůležitější faktory, které budou mít letos největší dopad na jejich úspěch, řadí firmy rovněž důvěru a transparentnost. Za důležité je považuje 92,3 % respondentů z českých a slovenských firem.

„Společnosti by měly svým zaměstnancům po důkladném zvážení zpřístupnit informace o prioritách a cílech vedení. Sdílet by s nimi měly i finanční a operativní data týkající se chodu firmy, proces rozhodování vedení společnosti nebo způsob, jakým se rozhoduje o odměnách a o dalších tématech týkajících se pracovníků. Bez těchto komplexních změn k dosažení důvěry ze strany zaměstnanců nedojde,“ uvádí Kostiviarová.

Dalším trendem pro zaměstnance je téma mikrokultur ve firemním prostředí. Jde o fenomén, kdy v rámci stejné organizace vznikají v jednotlivých odděleních různé interní kultury se specifickou dynamikou. Podpora a udržování rozdílných mikrokultur v rámci jedné společnosti klade velký nárok na manažery a lidi spojující několik týmů. Na druhou stranu to však umožňuje lépe reagovat na rozmanité potřeby pracovníků s rozdílnými specializacemi.

Právě otázce firemní kultury se společnost Deloitte věnuje dlouhodobě. Společně s dalšími třemi pilíři, kterými jsou firemní strategie, řízení a finanční výkonnost a inovace, se na ni zaměřuje například v rámci ocenění Czech Best Managed Companies, které hodnotí kvalitu řízení předních českých společností. Trend mikrokultur vnímá jako důležitý až 87,7 % českých a slovenských firem, více než polovina z nich ale není na tento trend připravena efektivně reagovat. Inspirovat se mohou například právě od společností s oceněním BMC, jehož letošní ročník vyhlásí společnost Deloitte 15. května v Praze.

<https://www2.deloitte.com/cz/cs/pages/press/articles/na-ai-transformaci-je-pripravena-mene-nez-polo-vina-ceskych-firem.html>