Analiza dezvoltării sustenabile în cadrul companiei ZF

Autor: Elena-Andreea Dobrovie

Coordonator științific: Conf.univ.dr.ing. Larisa Ivașcu

Rezumat

Obiectivul principal al acestei lucrări este analiza dezvoltării sustenabile din cadrul companiei ZF deoarece sustenabilitatea a evoluat de la o definiție vagă la o acțiune globală care se concentrează pe satisfacerea nevoilor prezente, fără a periclita capacitatea generației viitoare de a-și satisface propriile nevoi.

În acest scop au fost analizate cele 3 dimensiuni principale ale sustenabilității: dimensiunea economică, dimensiunea de mediu și dimensiunea socială.

Cuvinte cheie: sustenabilitate, mediu, social, economic.

Introducere

Sustenabilitatea se confruntă cu nevoile nelimitate ale oamenilor și limitele impuse de resursele planetei, astfel trebuie să existe un echilibru între partea socială, partea de mediu și respectiv partea economică.

Pentru responsabilitatea economică am analizat câțiva indicatori precum: cifra de afaceri, evoluția profitului și a pierderilor, cheltuielile totale pe o perioadă de cinci ani (2015-2019) și evoluția numărului de angajați de la înființarea companiei în anul 2004 până în 2020.

În ceea ce privește responsabilitatea de mediu compania depune eforturi pentru a diminua cât mai mult efectele negative asupra mediului, a economisi energia și apa, pune accent și pe colectarea selectivă a deșeurilor și reciclarea lor. Responsabilitatea socială este una dintre strategiile companiei, pe care se pune foarte mare accent. Angajații sunt motorul companiei, în acest sens firma pune la dispoziția angajaților o serie de training-uri, cursuri de perfecționare.

Metodologie / Abordarea

Metoda de abordare pentru aceasta temă consta în prezentarea situației actuale a companiei prin utilizarea analizei S.W.O.T.

Abordarea pentru gestionarea deșeurilor se bazează pe:

- reciclare și reutilizare – încurajarea unui nivel cât mai ridicat de recuperare a materialelor componente.

- eliminarea finală a deșeurilor – dacă deșeurile nu mai pot fi recuperate, acestea trebuie eliminate în condiții de siguranță pentru mediu, fără a afecta sănătatea umană.

Cercetarea (propriu zisă, descrierea)

În 2012, Zf s-a alăturat Pactului Global al ONU și s-a abonat la cele zece principii ale sale, printre care îmbunătățirea condițiilor de muncă pentru angajații din întreaga lume, respectarea drepturilor omului, combaterea corupției și a mitei.

Schimbările climatice au fost întotdeauna un subiect important pentru Zf, împreună cu acestea, utilizarea energiei în producție, reducerea emisiilor de carbon din trafic. Subiectele demografice, schimbarea și urbanizarea au jucat mult timp un rol major pentru Zf, la fel și lanțurile de aprovizionare, problemele legate de dezvoltarea personalului, cum ar fi egalitatea de gen și promovarea diversității.

În contexul activităților de afaceri ale Zf au fost identificate opt ODD referitoare la domeniile în care compania poate realiza cea mai mare contribuție, fie prin minimizarea efectelor negative sau dezvoltarea de noi soluții cu impact pozitiv. Cele opt obiective ghidează strategia de durabilitate a ZF.

Rezultatele și limitările cercetării

Responsabilitatea economică

TRW Automotive este unul dintre cei mai importanți furnizori din lume, în industria Automotive şi este în topul performanțelor financiare din această industrie având în spate o lungă tradiţie în dezvoltarea sistemelor de siguranţă a automobilelor.

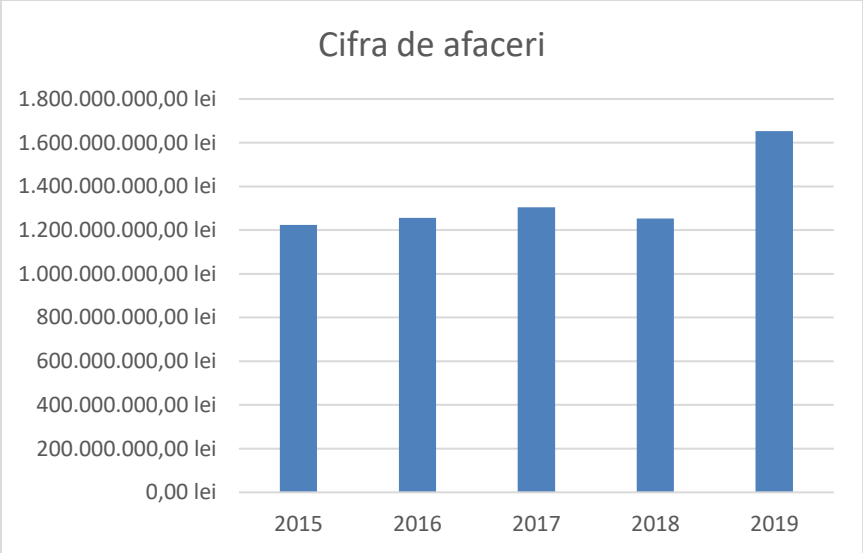

Figura 1. Evoluția cifrei de afaceri

Din graficul de mai sus, se poate observa evoluția cifrei de afaceri pe o durată de 5 ani, se înregistrează o creștere a cifrei de afaceri din 2015 până în 2017, în 2018 a fost înregistrată o mică scădere, iar în 2019 se înregistrează cea mai mare valoare, respectiv 1,16 miliarde.

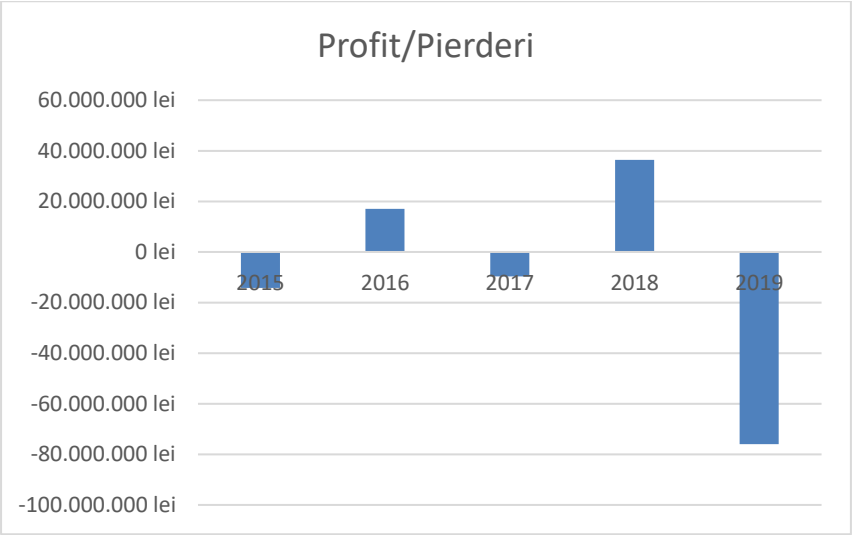

Figura 2. Evoluția profitului și a pierderilor

Din analiza profitului și a pierderilor se poate observa că în anii 2015, 2017 și respectiv 2019 au avut loc pierderi, cea mai mare fiind în 2019, aproximativ 78 milioane de lei. În anii 2016, 2018 firma a înregistrat profit, valoarea cea mai mare fiind de aproximativ 38 milioane de lei.

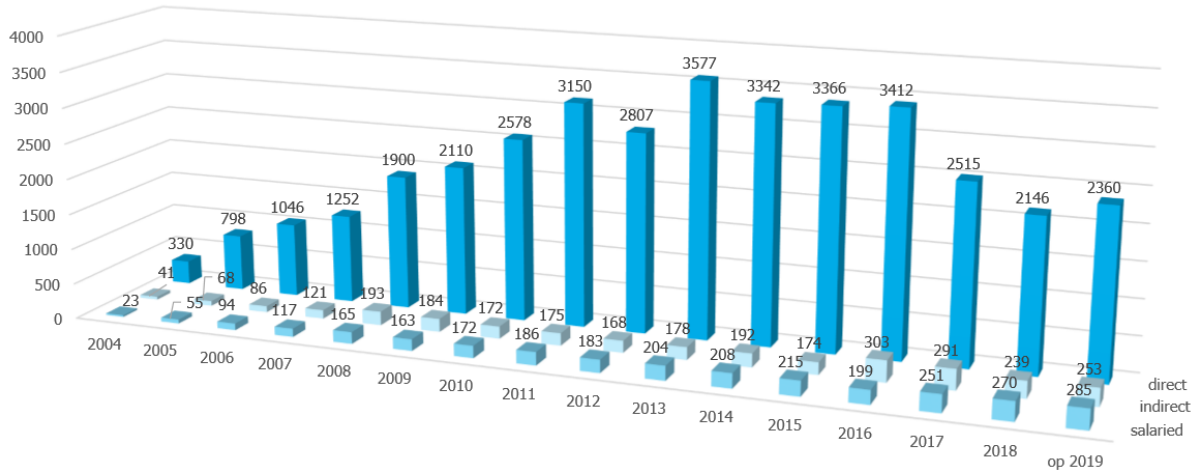

Figura 3. Evoluția numărului de angajați

Din acest grafic se poate observa evoluția numărului de angajați, de la înființarea companiei, în anul 2004 până în 2019. Cel mai mare număr de angajați a fost înregistrat în anul 2013. În 2019 compania avea 2360 de angajați direcți, 253 indirecți și 285 de salariați. În anul 2020 compania a avut 2540 de angajași direcți, 227 indirecți și 260 de salariați.

Responsabilitatea de mediu

Protecția mediului este integrată în Grupul ZF la toate nivelurile și în toate procesele. Prin produse inovatoare și tehnologii de producție de ultimă generație, ZF a reușit să reducă în mod durabil impactul nefavorabil asupra mediului rezultat din activitățile sale de afaceri și utilizarea produselor ZF. La toate fabricile de producție au fost puse în aplicare standarde tehnice ridicate de mediu.

Problemele de mediu legate de produs câștigă din ce în ce mai mult importanță și este garantat că procedurile de protecție a mediului sunt integrate în procesele de dezvoltare a produselor ca parte a dezvoltării generale.

Compania continuă să-și urmărească obiectivele nefinanciare corporative, cum ar fi reducerea emisiilor specifice de CO2 în producție, scăderea amprentei negative de mediu în logistică și îmbunătățirea continuă a siguranței muncii, a diversității și a atracției ZF ca angajator.

Încă o dată, acțiunile s-au concentrat pe îmbunătățirea amprentei de mediu a companiei, economisirea energiei și reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră. În acest scop, Grupul a înființat un comitet de direcție multifuncțional destinat să susțină proactiv colaborarea dintre funcțiile tehnice referitoare la acest subiect. Au fost inițiate diferite programe la nivel de grup pentru a valorifica potențialele suplimentare de eficiență energetică. Locațiile individuale au realizat numeroase proiecte de reducere a emisiilor și a costurilor de CO2. Aceste proiecte au inclus, de exemplu, stabilirea standardelor minime de energie, adaptarea luminilor cu LED-uri economice de energie sau armonizarea conceptelor de măsurare a energiei.

Colectarea selectivă a deșeurilor este soluția la îndemâna tuturor și presupune depozitarea deșeurilor în locuri special amenajate în vederea reciclării sau valorificării. Deșeurile aruncate la întâmplare poluează solul, apa, aerul și în același timp afectează sănătatea tuturor. Astfel, prin colectarea selectivă se economisesc bani, energie și resurse naturale, de aceea o parte din deșeurile generate în urma activității din cadrul companiei se pot recicla, colectându-se separat deșeurile reciclabile de cele nereciclabile. Colectarea selectivă se face în pubele speciale destinate fiecărui tip de deșeu în parte.

În ceea ce privește deșeurile și scurgerile de lichide, compania ZF GROUP are amplasate coșuri de reciclare în mai multe zone al firmei pentru plastic, sticla, carton pentru a fi diferențiate, ele fiind apoi transportate către anumite clienți ce utilizează aceste deșeuri pentru anumite resurse, din acestea se pot genera diferite forme de energie.

La fel se întâmpla și cu materia prima folosită în procesul de producție, aceasta nu este aruncată aleator, fiind selectată la rândul său. De exemplu resturile de magneziu, scheletele de magneziu care nu sunt bune sunt depozitate într-un container și preluate de către o firmă specializată care deține autorizație de mediu corespunzătoare, unde sunt reciclate și transformate din nou în materie primă. Deșeurile din zona de airbag sunt colecționate în containere și sunt exportate către Hong Kong.

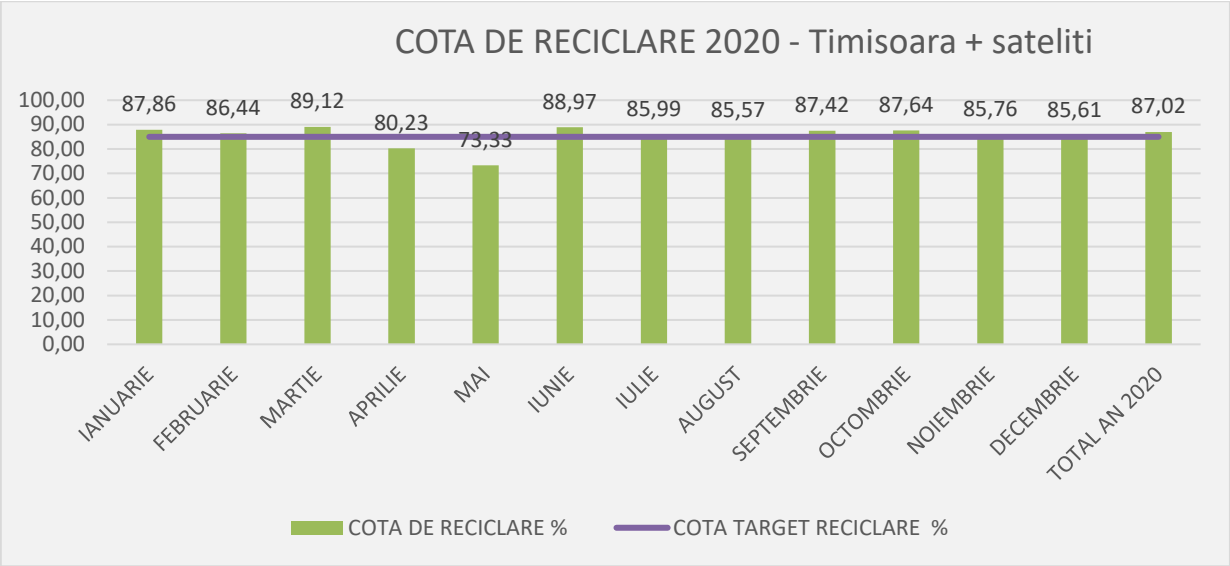

Figura 4. Cota de reciclare (2020)

Din figura de mai sus se poate observa cota de reciclare pentru anul 2020, target-ul a fost de 85 % pentru fiecare lună, doar în luna aprilie și luna mai acesta nu a fost atins.

Responsabilitatea socială

Responsabilitatea socială a întreprinderilor este una dintre strategiile companiei pentru a consolida o afacere sustenabilă: ZF este conștient de responsabilitatea sa corporativă și susține educația, cultura, comunitatea și artele, precum și conservarea mediului și a naturii.

Zf Timișoara este o companie responsabilă social având peste 20 de proiecte de responsabilitate socială corporativă în fiecare an. Printre acestea se numără programul de Asistență anuală pentru renovarea spitalului de copii cu Autism, organizarea concursurilor de roboți pentru studenți, seminarii de carieră, program de donare a computerelor, acțiuni ecologice/de reciclare, etc. De când și-a început activitatea în Timișoara, TRW s-a implicat permanent în programe ce au vizat atât angajații fabricii, cât și comunitatea locală.

Anul acesta, compania a aniversat 17 ani. În data de 1 aprilie 2004, își deschidea porțile la Timișoara prima fabrică TRW din România. Și-au început activitatea cu multe emoții, bucurie și multă pasiune pe care angajații au reușit să le păstreze și după 17 ani. S-a pornit de la ideea de a crea o familie și o comunitate împreună, au sărbătorit cu fiecare ocazie și au fost alături unii de ceilalți ori de câte ori a fost nevoie. Munca în echipă este una dintre cele mai importante aspecte pe care compania se bazează, în vederea obținerii celor mai bune rezultate. Cu această ocazie s-au oferit prăjituri și bomboane pentru toți angajații.

Figura 5. Activități din cadrul firmei

În fiecare an, în cadrul Zf Group se premiază cele mai bune idei de îmbunătățire ale colegilor. Ideile aduse de aceștia au avut un impact pozitiv considerabil în mai multe arii: satisfacția clientului, reducerea costurilor, nivelul de productivitate și calitate, și nu în ultimul rând, siguranța muncii. Se dorește în continuare încurajarea angajaților să se implice și să transmită toate ideile de îmbunătățire pe care le au, pentru a le transforma în realitate.

Figura 6. Premierea celor mai bune idei, 2019

În anul 2019, compania Zf a participat la competiția “Make it! Race it! Recycle it!”, unde a navigat pe Bega, cu o barcă ce a fost construită manual din materiale reciclabile. Prin aceasta activitate angajații au dat dovadă de implicare, muncă în echipă și s-au bucurat de momente frumoase împreună.

Figura 7.Competiția Make it! Race it! Recycle it!

Zf Group susține tinerii curajoși și ambițioși, motiv pentru care se implică în diferite proiecte, printre care Antreprenor de Sezon 3. Acest proiect, dedicat tinerilor, are drept scop de a dezvolta spiritual antreprenorial în mod practic. Rolul participanților este de a crea un plan de afaceri, pe care îl vor pune mai apoi în practică. De asemenea, firma participa în fiecare an la târgul de joburi Angajatori de Top, precum și la Zilele Carierei, oferind multe oportunități studenților.

Figura 8. Echipa Zf la Zilele Carierei

Originalitatea lucrării

Este reprezentată de analiza celor trei responsabilități din cadrul firmei, rezultatele și concluziile obținute.

Concluzii

Obiectivele firmei sunt fixate ferm asupra viitorului: noul accent strategic este pus pe „Mobilitatea generației următoare”, aceasta s-a manifestat printr-o varietate de inovații pregătite pentru piață, care sunt viabile pentru viitor.

În contexul activităților de afaceri ale Zf au fost identificate opt ODD referitoare la domeniile în care compania poate realiza cea mai mare contribuție, fie prim minimizarea efectelor negative sau dezvoltarea de noi soluții cu impact pozitiv. Cele opt obiective ghidează strategia de durabilitate a ZF.

În ciuda unui mediu de piață din ce în ce mai dificil, Zf continuă să-și mențină poziția pe piață. Datorită poziției sale puternice pe piață în tehnologia transmisiei și a șasiului, precum și în tehnologia de siguranță activă și pasivă, grupul poate prezenta o situație economică pozitivă în ceea ce privește poziția financiară, ZF luptă în fiecare zi pentru a câștiga interesul pieței de capital, încredere și investiții în companie.

În ceea ce privește responsabilitatea de mediu, la sfârșitul anului 2019, Zf a adoptat o strategie climatică ambițioasă. Scopul este de a deveni neutru din punct de vedere climatic, până în anul 2040, în toate categoriile de emisii. Până în anul 2030, emisiile legate de producție vor fi reduse cu 80%. În același timp, Zf lucrează la reducerea emisiilor din întregul său lanț de aprovizionare și minimizarea impactului asupra mediului.

Pentru responsabilitatea socială, în 2012, Zf s-a alăturat Pactului Global al ONU și s-a abonat la cele zece principii ale sale, printre care îmbunătățirea condițiilor de muncă pentru angajații din întreaga lume, respectarea drepturilor omului, combaterea corupției și a mitei.

Responsabilitatea socială a întreprinderilor este una dintre strategiile companiei pentru a consolida o afacere sustenabilă: ZF este conștient de responsabilitatea sa corporativă și susține educația, cultura, comunitatea și artele, precum și conservarea mediului și a naturii.

Referințe bibliografice

1. https://www.zf.com/mobile/en/company/sustainability/sustainability_report/sustainability_report.html
2. https://www.zf.com/master/media/corporate/m_zf_com/company/sustainability/sustainability_reports/ZF_NHB_2020_FINAL.pdf
3. Materiale ZF, Prezentări realizate în cadrul firmei