

Vysoká škola ekonomická v Praze

Diplomová práce

2015

Bc. Jitka Jiroušková

Vysoká škola ekonomická v Praze

Fakulta podnikohospodářská

Studijní obor: Podniková ekonomika a management



Název diplomové práce:

Reportování společenské odpovědnosti ve vybrané společnosti

Autor diplomové práce: Bc. Jitka Jiroušková

Vedoucí diplomové práce: Ing. Alena Plášková, CSc.

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma
„Reportování společenské odpovědnosti ve vybrané společnosti“
vypracovala samostatně s využitím literatury a informací,
na něž odkazuji v příloženém seznamu použitých zdrojů.

V Praze dne 10. prosince 2015

Podpis

Název diplomové práce:

Reportování společenské odpovědnosti ve vybrané společnosti

Abstrakt:

Diplomová práce se zabývá reportováním společenské odpovědnosti firem. Cílem práce je vytvoření CSR reportu pro společnost PATRIA Kobyly, a.s. Teoretická část je věnována vzniku, rozvoji a současným podobám CSR, včetně identifikování výhod a nevýhod spojených s CSR. Mimo jiné jsou zmíněny tři pilíře, na nichž koncept CSR stojí. Část práce je zaměřena na reportování CSR jeho přínosy a trendy. Dále jsou představeny platné normy, jež lze v oblasti CSR využít. Pozornost bude věnována především standardu GRI a s ním spojenému reportingovému rámci G4. Obsahem praktické části je analýza a hodnocení současných aktivit společnosti PATRIA Kobyly, a.s. a vypracování reportu CSR pro danou společnost. K vytvoření reportu byla využita nejaktuálnější verze standardu GRI, a to G4.

Klíčová slova:

Global Reporting Initiative, GRI, CSR aktivity, CSR reportování, normy CSR, společenská odpovědnost firem

Title of the Master's Thesis:

Reporting of corporate social responsibility in selected company

Abstract:

The Master's Thesis is focused on reporting of Corporate Social Responsibility. The purpose of this thesis is create CSR report for company PATRIA Kobyly, a.s. Theoretical part is dedicated to formation, development and current forms CSR, including advantages and disadvantages CSR. Besides three pillars are mentioned, which are basis for the concept CSR. A part of thesis is focused on CSR reporting, its benefits and trends. Further, applicable standards this concept are introduced. The attention is put on GRI standard and reporting frame G4. Content of practical part are analysis and evaluation current activities in company PATRIA Kobyly, a.s. and create CSR report for this company. The latest version GRI standard G4 was used for create this report.

Key words:

Global Reporting Initiative, GRI, CSR activities, CSR reporting, standards CSR, Corporate Social Responsibility

Poděkování

Tímto děkuji paní Ing. Aleně Pláškové, CSc., za připomínky,
cenné rady a především za ochotu při vedení mé diplomové práce
a řediteli společnosti PATRIA Kobyly, a.s. panu Ing. Vavřinci Charvátovi za poskytnutí
všech potřebných informací a podkladů.

Obsah

ÚVOD	9
1 KONCEPCE CSR	10
1.1 DEFINICE CSR	10
1.2 HISTORICKÝ VÝVOJ CSR	11
1.3 VÝVOJ CSR V ČR.....	12
1.4 BUDOUCNOST CSR	14
1.5 OBLASTI PŮSOBENÍ CSR.....	16
1.6 IMPLEMENTACE CSR	17
1.7 VÝHODY CSR	18
1.8 NEVÝHODY CSR.....	20
2 STANDARDY V OBLASTI CSR	21
2.1 ČSN EN ISO 9001	21
2.2 ČSN OHSAS 18001.....	21
2.3 ČSN 01 0391.....	22
2.4 AA 1000	22
2.5 EMAS.....	23
2.6 GLOBAL SULLIVAN PRINCIPLES.....	23
2.7 ISO 14000	23
2.8 ISO 26000	24
2.9 SA 8000.....	24
2.10 SMĚRNICE OECD PRO NADNÁRODNÍ PODNIKY	24
2.11 UN GLOBAL COMPACT	25
2.12 GRI.....	25
3 GLOBAL REPORTING INITIATIVE	27
3.1 ORGANIZACE GRI.....	28
3.2 SMĚRNICE GRI	29
3.3 POKYNY G4	30
3.4 SROVNÁNÍ G3.1 A G4.....	30
3.5 VÝHODY GRI.....	32
4 REPORTOVÁNÍ O CSR	34
4.1 DŮVODY PRO CSR REPORTOVÁNÍ	34
4.2 ZÁSADY KVALITNÍ CSR ZPRÁVY.....	35
4.3 DOPORUČENÍ PRO CSR REPORTING	37
4.4 TRENDY V CSR REPORTINGU	38
4.5 VÝHODY CSR REPORTINGU	40

4.6	NEVÝHODY CSR REPORTINGU	41
4.7	SHRNUÍ	41
5	SPOLEČNOST PATRIA KOBYLÍ, A.S.	42
5.1	ZÁKLADNÍ INFORMACE O SPOLEČNOSTI	43
5.2	ZDŮVODNĚNÍ VÝBĚRU PATRIA KOBYLÍ, A.S.	44
5.3	SOUČASNÁ SITUACE SPOLEČNOSTI V OBLASTI CSR	45
5.3.1	EKONOMICKÝ PILÍŘ.....	45
5.3.2	SOCIÁLNÍ PILÍŘ	47
5.3.3	ENVIRONMENTÁLNÍ PILÍŘ.....	50
5.4	SHRNUÍ	51
6	PŘÍPRAVA REPORTU	52
6.1	ZÁMĚR.....	52
6.2	TYP REPORTU	53
6.3	VOLBA APLIKAČNÍ ÚROVNĚ, HLEDISEK A INDIKÁTORŮ.....	53
6.4	UVEŘEJNĚNÍ REPORTU	55
6.5	SHRNUÍ	55
7	CSR REPORT SPOLEČNOSTI PATRIA KOBYLÍ, A.S.	57
	ZÁVĚR	91
	SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	93
	SEZNAM ZKRATEK	97
	SEZNAM GRAFŮ	97

Úvod

Společenská odpovědnost firem (CSR) je systém managementu, který je stále častěji skloňován a dostává se do povědomí čím dál více lidí. Počátky tohoto konceptu u nás však sahají již do první poloviny 20. století. Firmy si uvědomují, že dosáhnout stanovených cílů je nyní složitější než dříve, je zapotřebí přispívat k udržitelnému rozvoji, starat se o udržení pozitivních vztahů se všemi stakeholdery firmy, chránit životní prostředí, chovat se eticky, transparentně a vynakládat své finanční zdroje efektivním způsobem. Společenskou odpovědnost lze rozdělit na 3 oblasti - ekonomickou, sociální a environmentální. Koncept CSR není legislativně upraven a veškeré aktivity s ním související jsou pouze dobrovolné. V dubnu 2014 však Evropský parlament přijal směrnici, která stanovuje vybraným firmám povinnost vytvářet CSR report, a to nejpozději od roku 2017. Realizace CSR aktivit přináší výhody jak společnosti, tak i samotným firmám. Mezi výhody patří např. získání pozitivní image, upevnění pozice na trhu, rostoucí prodeje, snížení nákladů na risk management či zlepšení motivace zaměstnanců.

Cílem práce je vytvořit CSR report pro společnost PATRIA Kobylí, a.s. s využitím reportingového rámce GRI v nejnovější verzi G4. Zpracovaný report bude součástí praktické části této práce stejně jako analýza realizovaných CSR aktivit v dané společnosti. Report bude graficky upraven a bude jej tedy možné ihned zveřejnit.

Téma diplomové práce zvolila autorka především vzhledem k zájmu o oblast společenské odpovědnosti a přínosu, který může tato práce přinést. Společnost PATRIA Kobylí, a.s. doposud o aktivitách, které v oblasti CSR vykonává, nereportovala. Zpracovaný report bude prvním CSR reportem společnosti, a jeden z prvních reportů v České republice, který bude vypracován dle nejnovější metodiky GRI. Report umožní společnosti čerpat řadu výhod, jež jsou s reportováním o CSR i realizací CSR aktivit spojeny.

Společnost PATRIA Kobylí, a.s. spadá počtem zaměstnanců, do kategorie středních podniků. Nesplňuje žádnou podmínku výše zmíněné směrnice Evropského parlamentu, na základě níž by spadala do skupiny firem, které mají povinnost report vytvářet. Důvodem k výběru této společnosti byly předchozí pozitivní zkušenosti při spolupráci na jiných studentských pracích a poskytnutí možných výhod plynoucích ze zpracovaného CSR reportu.

1 Koncepte CSR

Společenská odpovědnost firem neboli Corporate Social Responsibility je přístup poznamenaný živelným vývojem způsobujícím značnou terminologickou nejednotnost a rozsáhlost konceptu. V současné době neexistuje žádná jednotná celosvětově uznávaná a platná definice CSR. Dle Kunze je tento stav způsoben dobrovolností konceptu a nevymezením hranic, což vede v důsledku k častým diskusím, odlišnému chápání i interpretaci konceptu.¹

1.1 Definice CSR

Dle Evropské komise je koncept CSR vnitřně spojen s konceptem udržitelného rozvoje, jedná se o dobrovolný způsob chování firem mimo povinnosti stanovené zákonem, který je součástí řízení firmy nikoliv jako možný doplněk k hlavní podnikatelské činnosti.²

Vzhledem k neexistenci jednotné definice CSR obsahuje následující text nejčastěji uváděné definice CSR.

„CSR je odpovědnost podniků za dopad jejich činnosti na společnost“ Evropská komise³

„Společenská odpovědnost jako dobrovolný závazek firem chovat se v rámci svého fungování odpovědně k prostředí i společnosti, ve které podnikají“ Business Leader Forum⁴

„CSR je kontinuální závazek podniků chovat se eticky a přispívat k ekonomickému růstu a zároveň se zasazovat o zlepšení kvality života zaměstnanců a jejich rodin, stejně jako lokální komunity a společnosti jako celku.“ World Business Council for Sustainable Development⁵

¹ KAŠPAROVÁ, K. - KUNZ, V. Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování. Praha: Grada Publishing, 2013, s. 12.

² KULDOVÁ, L. Nový pohled na společenskou odpovědnost firem: strategická CSR. Plzeň: NAVA, 2012, s. 15.

³ EVROSPKÁ KOMISE. *Sdělení komise Evropskému parlamentu, Radě, Evropskému hospodářskému a sociálnímu výboru a Výboru regionů*. Brusel [online] 2011. [cit. 2015-08-04] s. 6. Dostupné na WWW: <http://www.csrportal.cz/dokumenty/obnovena-strategie-eu-pro-csr-2011-0214.pdf>

⁴ BUSINESS LEADERS FORUM (BLF). Webové stránky Business Leaders Forum. Dostupné na WWW: <http://www.csr-online.cz/>

⁵ PAVLÍK, M. - BĚLČÍK, M.. *Společenská odpovědnost organizace: CSR v praxi a jak s ním dál*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010, s. 19.

„CSR je způsob podnikání, který odpovídá či jde nad rámec etických, zákonných, komerčních a společenských očekávání.“ Business for Social Responsibility⁶

Ačkoli dosud neexistuje obecně platná definice CSR, lze vzhledem k výsledkům analýzy 37 definic CSR, kterou provedl Alexandr Dahlsrud stanovit, 5 oblastí, jež se v těchto definicích nejčastěji vyskytovaly. Jedná se o oblasti: environmentální, sociální, ekonomickou, stakeholderů a dobrovolnosti. Výzkum taktéž poskytl další zajímavé informace např., že 3 z 5 oblastí byly součástí 97 % definic a také že v 4/5 definic byly uvedeny 4 z 5 oblastí. Dle výsledků výzkumu se Dahlsrud domnívá, že definice CSR jsou v souladu, i přestože jejich formální stránka je rozdílná.⁷ Blíže k oblastem působení CSR viz kapitola 1.5.

Navzdory nejednoznačné interpretaci konceptu CSR byly ve smyslu normy ISO 26000 vymezeny následující principy:⁸

- Princip odpovědnosti;
- Princip transparentnosti;
- Princip etického chování;
- Princip zainteresovaných stran;
- Princip pravidla zákonnosti;
- Princip mezinárodních standardů;
- Princip lidských práv.

1.2 Historický vývoj CSR

Pro formování konceptu CSR bylo stěžejní období 50. let 20. století, kdy Howard R. Bowen, jako jeden z předních teoretiků v oblasti společenské odpovědnosti vymezil CSR a zdůraznil angažovaný a příkladný přístup podnikatelů. 60. a 70. léta jsou spojována se vznikem CSR definic, které byly zaměřeny na vztah firmy a socioekonomického systému.⁹ Toto období je také spjato s utvářením názoru, že firmy, které naplňují pouze legislativní požadavky, nemohou být považovány za společensky odpovědné.¹⁰ Významným a zásadní byl rok 1979,

⁶ PAVLÍK, M. - BĚLČÍK, M.. Společenská odpovědnost organizace: CSR v praxi a jak s ním dál. 1. vyd. Praha: Grada, 2010, s. 19.

⁷ DAHLSRUD, A. *How Corporate Social Responsibility is Defined: an Analysis of 37 Definitions*. [online] Corporate Social Responsibility and Environmental Management. Corp. Soc. Responsib. Environ. Mgmt. 15, 2008. Published online 9 November 2006 in Wiley InterScience. DOI: 10.1002/csr.132. [cit. 2015-08-03]. s. 4 - 7. Dostupné na WWW: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/csr.132/pdf>.

⁸ EURO CERT CZ. *Společenská odpovědnost firem*. [online]. Nedatováno [cit. 2015-08-03] s. 2. Dostupné na WWW: http://www.eurocert.cz/ke-stazeni/cz_spolecenska_odpovednost_firem.pdf

⁹ BUSSARD, A. et al. Spoločensky zodpovedné podnikanie: Prehľad základných princípov a príkladov. Bratislava: Nadácia Integra. [online] 2005. [cit. 2015-08-03] s. 5. Dostupné na WWW: http://www.panet.sk/download/text_zodpovedne_podnikanie.pdf.

¹⁰ BLAŽEK, L. et al. *Společenská odpovědnost podniků*. Centrum výzkumu konkurenční schopnosti podniků. [online] 2005. [cit. 2015-08-04] s. 6. ISSN 1801-4496. Dostupné na WWW: <http://is.muni.cz/do/1456/soubory/oddeleni/centrum/papers/wp2005-09.pdf>

v němž Archie B. Carroll navrhl definici CSR, jejíž součástí byly především čtyři oblasti odpovědnosti, a to: ekonomická, zákonná, etická, dobrovolná (filantropická) odpovědnost.¹¹ Váhy jednotlivých složek navrhl intuitivně v následujícím poměru: 4:3:2:1.¹² Období 70. let je také spojeno s úvodními debatami a položením základů chápání obsahu CSR v dnešní podobě.¹³

V 80. letech se do popředí dostal zájem o empirické výzkumy společenské odpovědnosti, a vznikly různé alternativní koncepty CSR jako např. společenská výkonnost podnikání či veřejná politika.¹⁴

Největší rozmach konceptu CSR nastal v 90. letech, kdy došlo k vytvoření prvních iniciativ a standardů, díky nimž se rozšířilo povědomí o společenské odpovědnosti jak mezi odbornou tak i laickou veřejností.¹⁵ Pro Evropu byl důležitým milníkem rok 1995, kdy Evropská komise iniciovala vytvoření evropské sítě CSR, která byla později nazvána CSR Europe, v současnosti sdružující přes 70 firem a 40 národních partnerských organizací. Cílem CSR Europe je zajištění rozvoje společenské odpovědnosti podnikání, propagování konceptu CSR a etiky podnikání, poskytování poradenství a školení, včetně vzdělávání expertů v této oblasti.¹⁶

1.3 Vývoj CSR v ČR

Počátky společenské odpovědnosti firem v ČR sahají již do první poloviny 20. století, nejvíce skloňovanou firmou tohoto období je obuvnický podnik Tomáše Bati. Rozvoj společenské odpovědnosti byl však zastaven změnou vlády v roce 1948, kdy se k moci dostala komunistická strana, což mělo za následek rozsáhlá omezení v nestátním neziskovém sektoru a potlačení filantropických aktivit.¹⁷

¹¹ KUNZ, V. *Společenská odpovědnost firem*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2012, Expert (Grada Publishing). s. 14.

¹² BLAŽEK, L. et al. *Společenská odpovědnost podniků*. Centrum výzkumu konkurenční schopnosti podniků. [online] 2005. [cit. 2015-08-04] s. 6. ISSN 1801-4496. Dostupné na WWW: <http://is.muni.cz/do/1456/soubory/oddeleni/centrum/papers/wp2005-09.pdf>

¹³ SKÁCELÍK, P. Učební text č. 10: Společenská odpovědnost organizací. Šumperk: JENA. [online] 2010. [cit. 2015-08-04] s. 7. Dostupné na WWW: http://www.cmkos.cz/data/articles/down_2527.pdf

¹⁴ BUSSARD, A. et al. *Spoločensky zodpovedné podnikanie: Prehľad základných princípov a príkladov*. Bratislava: Nadácia Integra. [online] 2005. [cit. 2015-08-03] s. 5. Dostupné na: http://www.panet.sk/download/text_zodpovedne_podnikanie.pdf.

¹⁵ SKÁCELÍK, P. Učební text č. 10: Společenská odpovědnost organizací. Šumperk: JENA. [online] 2010. [cit. 2015-08-04] s. 7. Dostupné na WWW: http://www.cmkos.cz/data/articles/down_2527.pdf

¹⁶ PUTNOVÁ, A. - SEKNIČKA, P. *Etické řízení ve firmě*. Praha: Grada Publishing, 2007. s. 136.

¹⁷ KAŠPAROVÁ, K. - KUNZ, V. *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*. Praha: Grada Publishing, 2013, s. 26-27.

Počátek 90. let 20. století je spojován se znovuobnovováním tradice firemního dárcovství, které však nebylo nijak systematizováno. České firmy se přestaly zaměřovat pouze na firemní filantropii a začaly své společensky odpovědné chování stavět na třech pilířích tzv. „triple-bottom-line“, blíže k tomuto pojmu v následujících kapitolách.¹⁸ Posun nastal v roce 1992, kdy bylo založeno Business Leaders Forum (BLF), jenž sdružuje společensky odpovědné podnikatele. Smyslem organizace je poukázat na přínosy CSR, pomáhat firmám s naplněním principů CSR a pořádat setkání firemních leaderů.¹⁹

Výsledky průzkumu, který provedla v roce 2007 BLF ve spolupráci s Vysokou školou ekonomickou, nebyly však nijak pozitivní. Výzkum poukázal na to, že oblast společenské odpovědnosti je známa pouze 47 % firem.²⁰ Rok 2009 však odhalil, že zájem české společnosti o koncept CSR stále roste, což dokazuje vznik Asociace společenské odpovědnosti, o.p.s. a první udělení národní ceny ČR za CSR.

Společnost TNS AISA realizovala v roce 2011 šetření na téma: Zájem Čechů o CSR. Dle výzkumu se o CSR zajímá přibližně polovina Čechů, 45 % dotázaných deklarovalo svůj zájem o CSR a 44 % vyslovilo svůj nezájem o CSR. O Oblast CSR se zajímají spíše muži než ženy a převážně věková skupina mezi 30 - 39 lety. Mezi společensky odpovědné firmy řadí Češi nejčastěji Škodu Auto, ČEZ, Vodafone a Českou spořitelnu. Za firmy, které se nevěnují společensky odpovědným aktivitám, označilo nejvíce dotázaných firmy Sazku a Skansku.²¹

V roce 2012 zpracovalo Business Leader Forum výzkumný projekt zaměřený na Společenskou odpovědnost firem působících v českém prostředí. Dle zmíněného projektu se s konceptem společenské odpovědnosti setkala 43,1 % zkoumaných firem. S konceptem se však častěji setkávají velké firmy, a to až 64 %. Oproti tomu malých firem pouze 30,2 % a středně velkých 36 %. Z firem, které se s konceptem setkaly, je koncept CSR součástí firemní strategie u 75,8 %.²²

¹⁸ KAŠPAROVÁ, K. - KUNZ, V. Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování. Praha: Grada Publishing, 2013, s. 28.

¹⁹ BUSINESS LEADERS FORUM (BLF). Webové stránky Business Leaders Forum. Dostupné na WWW: <http://www.csr-online.cz/>

²⁰ SKÁČELÍK, P. Učební text č. 10: Společenská odpovědnost organizací. Šumperk: JENA. [online] 2010. [cit. 2015-08-04] s. 14 - 15. Dostupné na WWW: http://www.cmkos.cz/data/articles/down_2527.pdf

²¹ TNS AISA. Zájem Čechů o CSR. [online] 2011. [cit. 2015-08-04] Dostupné na WWW: <http://www.tiskovky.info/tiskove-zpravy/zajem-cechu-o-csr>

²² BLF. Společenská odpovědnost firem působících v českém prostředí v roce 2012. [online] 2013. [cit. 2015-08-04] Dostupné na WWW: http://www.csr-online.cz/wp-content/uploads/2013/01/CSR_Pruzkum_2012_Vysledky.pdf

Na téma společenské odpovědnosti byl také v dubnu 2013 zveřejněn průzkum veřejného mínění, který si pravidelně nechává zpracovávat Evropská komise, tento průzkum je znám jako Eurobarometr. Výsledky poukázali na to, že v ČR se o to, co firmy dělají, zajímá jen 55 % lidí. V téměř všech ostatních evropských státech se však o toto téma zajímají alespoň 2/3 občanů. Zhruba 44 % Čechů se domnívá, že firmy se v současnosti věnují dopadům svého chování na společnost a životní prostředí méně než před 10 lety, v průměru má tento shodný názor 39 % občanů EU. Další výsledky průzkumu znovu poukázali na to, že Češi jsou v otázce odpovědnosti firem stále skeptičtí, polovina Čechů se domnívá, že celkový vliv firem na společnost je negativní, z nich více než 60 % občanů identifikovalo jako nejvíce negativní dopad korupci.²³

V listopadu roku 2014 provedla společnost IPSOS výzkum CSR Research 2014 zaměřený na očekávání obyvatel ČR v oblasti CSR firem. Dle výsledků mezi nejdůležitější témata řadí Češi pravdivou komunikaci k zákazníkům a zajištění bezpečnosti zaměstnanců. Dále z výzkumu vyplynulo, že zhruba 71 % zákazníků věnuje při nákupu pozornost společenské odpovědnosti daného obchodu. U zaměstnanců je tento podíl ještě vyšší, výsledku výzkumu ukazují, že až pro 85 % zaměstnanců je důležité, zda je jejich zaměstnavatel společensky odpovědný. Tento výzkum poukázal na důležitost CSR a na možnost firem získat větší počet zákazníků a více spokojených zaměstnanců.²⁴

Tyto výzkumy poukázali na rostoucí zájem o oblast společenské odpovědnosti ať již na straně firem či široké veřejnosti. Z výsledků je také jasné, že malé a střední podniky se o tuto oblast zajímají mnohem méně a je zapotřebí je k zapojení společensky odpovědných aktivit do firemních strategií více motivovat.

1.4 Budoucnost CSR

V rozhovoru pro magazín Forbes identifikoval John Paluszek 5 oblastí, které definují budoucnost CSR. John Paluszek patří mezi přední odborníky a průkopníky v oblasti CSR. První oblastí je přírodní kapitál zohledňující dopad podnikatelských aktivit na životní

²³ EVROPSKÁ KOMISE. *How companies influence our society: Citizens' view*. Brusel [online] 2013. [cit. 2015-09-06] s. 16 - 68 Dostupné na WWW: <https://ec.europa.eu/growth/tools-database/eip-raw-materials/en/system/files/ged/66%20Eurobarometer%20mining%20opinion.pdf>

²⁴ IPSOS. Čechům stále více záleží na tom, v jakém prostředí žijí. CSR Research, tisková zpráva. [online] 25. 2. 2014. [cit. 2015-08-07]. Dostupné na WWW: http://www.ipsos.cz/public/media/tiskove_zpravy/Ipsos_25_02_2015.pdf

prostředí. Firmy si začínají pokládat otázku, jak velký je jejich vliv na životní prostředí. Zásadním v následujících letech bude také přístup firem k vytváření hodnoty v dlouhodobém horizontu a přístup k reportování CSR aktivit. Třetí oblastí, která bude mít vliv na budoucnost je iniciativa Global Compact, která byla vydána pod záštitou OSN. Jako další oblast zmiňuje Paluszek zvyšování nerovností, jako motor pro vznik nových směrů, které zohlední etiku a morálku při obchodování. Poslední oblastí je změna v generaci budoucích lídrů, která se týká zvýšení jejich sociální angažovanosti, jež je způsobena setkáváním soudobých studentů a mladých lidí s neziskovými organizacemi a seznamováním se s jejich aktivitami v sociální i environmentální oblasti. Paluszek předpokládá, že příští generace uvidí společenskou odpovědnost v úplně jiných dimenzích.²⁵

George Kell, ředitel Iniciativy Global Compact, je přesvědčen o působení synergického efektu mezi dlouhodobým finančním úspěchem a společenskou odpovědností. Rozlišuje 5 trendů v oblasti CSR, na jejichž základě se domnívá, že benefity, které odpovědné podnikání v současnosti přináší, budou mít k dispozici podniky i v budoucnu. Mezi těchto 5 trendů řadí transparentnost finančních i nefinančních aktivit, důvěru spotřebitelů budovanou společensky odpovědnými aktivitami podniku, zapojení společnosti do řešení globálních problémů, odpovědný vstup na nové trhy a sdružování a zapojení do iniciativ, díky nimž se společnost přihlásí ke společenské odpovědnosti.²⁶

Budoucnost CSR je také spojována s pojmem Creating Shared Value Jedná se o vytváření ekonomické hodnoty vytvářením společenských hodnot. Dochází k řešení sociálních a ekonomických problémů ve shodě se zájmy businessu. Koncept je postaven na využití kapitalismu k řešení sociálních problémů.

Dne 2.4.2014 schválila vláda ČR strategický dokument Národní akční plán CSR (NAP CSR), jehož gestorem a zpracovatelem bylo Ministerstvo průmyslu a obchodu. Na vytvoření se podílela i odborná sekce Společenská odpovědnost organizací Rady kvality ČR. Budoucnost CSR v České republice je ovlivněna Národní strategií CSR a aktualizací NAP CSR, která bude předložena vládě do konce roku 2015.²⁷

²⁵ GUTHRIE, D. *A Conversation On Corporate Social Responsibility*. Forbes/Business. Interview with John Paluszek. [online] 2014. [cit. 2015-08-05] Dostupné na WWW: <<http://www.forbes.com/sites/dougghuthrie/2014/01/09/a-conversation-on-corporate-social-responsibility>>

²⁶ KELL, G. *Five trends that show corporate responsibility is here to stay*. UN Global Compact. [online] 2014. [cit. 2015-08-05] Dostupné na WWW: <<http://www.theguardian.com/sustainable-business/blog/five-trends-corporate-social-responsibility-global-movement>>

²⁷ NÁRODNÍ AKČNÍ PLÁN CSR V ČR. [online] 2015. [cit. 2015-08-04] Dostupné na WWW: <http://www.spolecenskoadpovednostfirem.cz/obsah/14/narodni-akcni-plan-csr-v-cr/>

1.5 Oblasti působení CSR

Jak již bylo v předchozích kapitolách zmíněno koncept CSR je tvořen třemi pilíři, kterými jsou oblasti: ekonomická, sociální a environmentální. CSR je charakterizováno tzv. „triple-bottom-line“ principem, jenž je definován třemi P - Profit, People, Planet odpovídající třem výše zmíněným pilířům.

Hlavní myšlenkou CSR je rozvoj všech třech oblastí. Důležité je také zmínit to, že k rozvoji v oblasti sociální a environmentální nedochází na úkor oblasti ekonomické. CSR mění pohled na krátkodobý finanční zisk, který již není mnohdy hlavním motivem firmy.²⁸

1.5.1 Ekonomický pilíř

Ekonomický pilíř zobrazuje chování k zákazníkům, zaměstnancům, investorům a dodavatelům. V rámci tohoto pilíře by firmy měly dbát na dodržování principů řízení organizace a její kontroly, boj proti zneužívání důvěrných informací, akce proti úplatkářství, chudobě a praní špinavých peněz. Dále také na platební morálku, dodržování smluv, ochranu dat, plnění závazků v oblasti ochrany spotřebitele, potírání kartelových dohod, ochranu duševního vlastnictví a práv a dodržování stanovených etických kodexů.²⁹

1.5.2 Sociální pilíř

Sociální oblast je možné dále rozdělit na vztahy s místní komunitou a péči o zaměstnance.³⁰ Firmy si musí uvědomit, že spokojení a motivovaní zaměstnanci jsou konkurenční výhodou a klíčovým faktorem k dlouhodobé úspěšnosti. Odpovědné firmy se mohou stát vyhledávaným zaměstnavatelem, mohou získat výhody v podobě nižší fluktuace, vyšší výkonnosti aj.³¹

V sociální oblasti by se firmy měly věnovat: firemní filantropii, firemnímu dobrovolnictví, zaměstnanecké politice, zdraví a bezpečnosti zaměstnanců, podpoře vzdělání a rekvalifikace, zaměstnání minoritních a ohrožených skupin obyvatelstva, rovnosti žen a mužů, sponzorství,

²⁸ PETŘÍKOVÁ, R. *Společenská odpovědnost organizací*. Vyd. 1. Ostrava: DTO CZ, 2008, s. 45.

²⁹ KULDOVÁ, L. *Společenská odpovědnost firem: [etické podnikání a sociální odpovědnost v praxi]*. 1. vyd. Kanina: OPS, 2010, s. 15 - 16.

³⁰ PETŘÍKOVÁ, R. *Společenská odpovědnost organizací*. Vyd. 1. Ostrava: DTO CZ, 2008, s. 46.

³¹ KUNZ, V. *Společenská odpovědnost firem*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2012, s. 22.

ochraně a dodržování lidských práv, zodpovědnému propouštění (outplacement), prospěchu místní komunity, work-life balance.³²

1.5.3 Environmentální pilíř

Hlavní myšlenkou environmentálního pilíře je minimalizace negativních dopadů na životní prostředí a ochrana přírodních zdrojů. Mimo již uvedené spadají do této oblasti investice do ekologických technologií, úspory energie a ekologická politika firmy, odpadové hospodářství či podmínky k minimalizaci dopravní zátěže.³³

1.6 Implementace CSR

Postup implementace CSR bude v této kapitole popsán dle metodiky Národní politiky kvality.

1. krok implementace obsahuje čtyři základní aktivity:³⁴

- Rozhodnutí vrcholového vedení o implementaci CSR v organizaci - tímto krokem vyjadřuje vedení firmy ochotu podílet se na implementaci CSR.
- Rozhodnutí o projektu, jmenování manažera projektu (představitel pro CSR) - manažerem by měla být zvolena osoba, která velice dobře zná firmu i její okolí a dosáhla odborného vzdělání v oblasti CSR.
- Jmenování řešitelského týmu (tým CSR) - výběr týmu by měl mít ve firmě na starosti zvolený manažer CSR, počet členů týmu se v jednotlivých firmách mění v závislosti na podmínkách a velikosti firmy.
- Úvodní školení členů vrcholového vedení a týmu CSR - vrcholové vedení i CSR tým musí být seznámeni s ukazateli, jež jsou důležité pro tvorbu Zprávy o CSR.

2. krok je spojen s následujícími třemi aktivitami:

- Vstupní analýza - tento krok vede k zamyšlení se nad stávajícími společensky odpovědnými aktivitami firmy, výstupem analýzy by měla být zpráva pro vedení firmy včetně doporučení týkajících se těchto aktivit.
- Rozhodnutí o podobě systému CSR a stanovení požadavků na jeho organizaci - rozhodnutí vychází především z provedené vstupní analýzy.

³² KULDOVÁ, L. Společenská odpovědnost firem: [etické podnikání a sociální odpovědnost v praxi]. 1. vyd. Kanina: OPS, 2010, s. 16

³³ KUNZ, V. Společenská odpovědnost firem. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2012, s. 24

³⁴ PLÁŠKOVÁ, A. - RYŠÁNEK P. Hodnocení CSR organizací veřejného sektoru v programu Národní ceny ČR za společenskou odpovědnost. Vyd. 1. Praha: Národní informační středisko pro podporu kvality, 2013, s. 27 - 30.

- Plánování projektu - projektový záměr (tým CSR) - viz krok 3

3. krok implementace je charakterizován:

- Stanovením cílů projektu a výstupů - primárním cílem projektu je integrace CSR do podnikové kultury a změna myšlení a pohledu na firmu všech zainteresovaných stran. Výstupem by pak měla být strategie CSR a prvotní informace o společensky odpovědných aktivitách firmy.
- Stanovením časového rámce, milníků (kontrolních bodů) - firmám je doporučeno stavět si harmonogram implementace, včetně sledování dosažení jednotlivých výsledků, což může pomoci včas varovat firmu před možnými problémy.
- Formulace požadavků na zdroje (požadavek na vedení) - nároky spojené s implementací by měly být posuzovány především z hlediska principu win-win.
- Projekt školení zaměstnanců - cílem tohoto kroku je seznámit všechny zaměstnance se vzniklou CSR strategií, jejích cílech a aktivitách, včetně vysvětlení jakou roli mají v oblasti CSR samotní zaměstnanci.
- Návrh metod komunikace - předposlední bod implementace je zaměřen na volbu komunikačního kanálu, díky němuž se informace týkající se CSR dostanou ke všem stakeholderům firmy.

4. a závěrečným krokem je Formulování konceptu první „Zprávy o CSR“ - předpokladem pro vytvoření konceptu je splnění veškerých předchozích kroků implementace včetně posouzení zpětné vazby a vytvoření organizačního zázemí.

1.7 Výhody CSR

Výhody vyplývající z přijetí CSR mají často nefinanční podobu, jedná se především o zlepšení reputace, získání pozitivní image, rostoucí prodeje, vybudování zázemí k úspěšnému fungování, zvýšení efektivity provozu, možnost získání nových partnerů a ocenění u stávajících, šance stát se vyhledávaných zaměstnavatelem či snížení nákladů na risk management.³⁵

³⁵ KAŠPAROVÁ, K. - KUNZ, V. Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování. Praha: Grada Publishing, 2013, s. 17.

Hlavní výhodou implementace CSR je zvýšení zisku firmy v porovnání s firmami, které společensky odpovědné aktivity do svých strategií nezačlenily. Tato myšlenka je však zcela v rozporu s názory předních kritiků CSR. Zvýšená ziskovost je spojená se snížením implicitních nákladů. Jedná se především o náklady na budoucí odstraňování ekologických škod či náklady na řešení právních sporů. Z krátkodobého hlediska obvykle dochází ke zvýšení nákladů, což však dlouhodobě přináší zvýšení efektivity a úspory.³⁶

Firmy, zabývající se CSR aktivitami jsou pro investory i banky mnohem zajímavější. Odtud plynou konkurenční výhody v podobě lepší dostupnosti kapitálu či nižších úroků z úvěru.³⁷

Tabulka 1: Přehled výhod plynoucích ze CSR zainteresovaným skupinám

Skupina	Hlavní výhody
Klienti	<ul style="list-style-type: none"> ▪ zvyšování kvality nakupovaných produktů/služeb ▪ inovace organizací vedoucí k širší nabídce produktů/služeb
Zaměstnanci	<ul style="list-style-type: none"> ▪ zlepšování pracovního prostředí ▪ zvyšování péče o zaměstnance, o rozvoj jejich kvalifikace
Dodavatelé	<ul style="list-style-type: none"> ▪ zefektivnění a zprůhlednění dodavatelsko-odběratelských vztahů ▪ pozitivní tlak na zvyšování kvality služeb dodavatelů
Občané	<ul style="list-style-type: none"> ▪ zlepšující se životní prostředí v konkrétním regionu ▪ zlepšující se sociální vztahy v regionu
Veřejný sektor	<ul style="list-style-type: none"> ▪ zlepšující se kvalita a dostupnost veřejných služeb (díky finanční a kapacitní podpoře organizací praktikujících CSR) ▪ úspora finančních prostředků
Firma	<ul style="list-style-type: none"> ▪ zvýšení zisku z dlouhodobého hlediska ▪ zvýšení hodnoty organizace ▪ zvýšení produktivity a kvality ▪ snížení nákladů, resp. zvýšení efektivity ▪ zvýšení loajality klientů ▪ kvalitní, loajální a motivovaní zaměstnanci ▪ dobré vztahy v komunitě, v níž firma působí ▪ přímé finanční úspory ze zavádění environmentálních opatření ▪ větší důvěryhodnost a přitažlivost pro investory (zjednodušený přístup k dodatečnému kapitálu) ▪ konkurenční výhody vůči firmám bez vlastní CSR strategie ▪ zlepšení reputace a spojování organizace s kladnými hodnotami

Zdroj: PAVLÍK, M. - BĚLČÍK, M.. *Společenská odpovědnost organizace: CSR v praxi a jak s ním dál*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010, s. 29.

Werther a Chandler dělí argumenty pro CSR na tři základní skupiny: morální, racionální a ekonomické. Morálním argumentem pro CSR je skutečnost, že firmy by nikdy dosáhly

³⁶ PAVLÍK, M. - BĚLČÍK, M.. *Společenská odpovědnost organizace: CSR v praxi a jak s ním dál*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010, s. 63.

³⁷ PAVLÍK, M. - BĚLČÍK, M.. *Společenská odpovědnost organizace: CSR v praxi a jak s ním dál*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010, s. 65.

zisků bez existence společnosti a tudíž je povinností firem tvorba zisku s přidanou hodnotou, která bude ku prospěchu celé společnosti, čímž firmy alespoň částečně vrátí dosažené přínosy. Na základě toho se společnost domnívá, že má právo zasahovat do podnikání a stanovovat určité podmínky. CSR působí v boji proti odpůrcům globálního podnikání jako ochranný a efektivní nástroj. Racionálním argument pro CSR je tedy to, že zneužívání společenských povinností může vést i k odebrání moci, pokud je neprávem zneužívána, což je možné v případě svobodných a demokratických společností. Ekonomickým argumentem je skutečnost vzniku přidané hodnoty ve formě včasné reakce na potřeby a očekávání stakeholderů, což firmám přináší maximalizaci jejich životaschopnosti. CSR firmám mimo jiné umožňuje diferenciaci a získání konkurenční výhody.³⁸

1.8 Nevýhody CSR

Mezi nejznámější kritiky konceptu společenské odpovědnosti firem patří Milton Friedman a Robert Reich. Níže uvedený text se blíže věnuje rozboru hlavních myšlenek těchto kritiků a s nimi souvisejícími nevýhodami plynoucími ze zapojení do společensky prospěšných aktivit. Dle Friedmana je posláním firmy vyvíjet pouze ty aktivity, kvůli kterým firma vznikla. Společenská odpovědnost zvyšuje firmám náklady, což má bezprostřední dopad na všechny její stakeholdery a odvádí firmu od plnění jejích hlavních cílů. Friedman se domnívá, že základním cílem firmy je maximalizace zisku a její prosperita, jež mají vliv i na ostatní stakeholdery. A právě splněním těchto cílů přispívají ke společenskému blahobytu. Robert Reich zastává názor, že CSR podkopává demokracii a firmy by měly od CSR zcela upustit. Dle něj je povinností vlády každého státu, aby řešila sociální problémy a nastavila na svých trzích taková pravidla, která by firmám umožnila maximalizaci zisku. Reich se také domnívá, že CSR začíná být zneužíváno převážně v oblasti PR a ve velkých firmách jako určitá forma lobbingu u vlády.³⁹

Kuldová zmiňuje také kritiku dalších odpůrců konceptu CSR, kterými jsou Mick Blowfield a Alan Murray. Dle nich CSR potlačuje primární účel podnikání, což omezuje volné fungování trhu, dále upřednostňuje podnikatelské zájmy před zájmy, které vyplývají ze zákona a před očekáváním širší společnosti. Zastávají názor, že se koncept specializuje pouze na určitý okruh a nezabývá se klíčovými aspekty podnikání.⁴⁰

³⁸ KULDOVÁ, L. *Společenská odpovědnost firem: [etické podnikání a sociální odpovědnost v praxi]*. 1. vyd. Kanina: OPS, 2010, s. 32 - 34.

³⁹ KUNZ, V. *Společenská odpovědnost firem*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2012, s. 40 - 41.

⁴⁰ KULDOVÁ, L. *Společenská odpovědnost firem: [etické podnikání a sociální odpovědnost v praxi]*. 1. vyd. Kanina: OPS, 2010, s. 28.

2 Standardy v oblasti CSR

Standardy a normy spojené se CSR umožňují firmám přihlásit se ke konceptu společenské odpovědnosti. Společensky odpovědné chování je upraveno hned několika standardy, a to především vzhledem k dosavadní nejednotnosti výkladu CSR.⁴¹

Nejvíce využívanými standardy jsou ISO 14001, ISO 9001, UN Global Compact, OHSAS 18001 a směrnice GRI, přestože výzkumy ohledně míry využití standardu GRI poskytují rozdílné výsledky. Mezi ne zcela často využívané standardy patří SA 8000 či Global Sullivan Principles.⁴²

2.1 ČSN EN ISO 9001

Norma ČSN EN ISO 9001 Management kvality stanovuje základní řídicí procesy v organizaci, které jsou měřeny a monitorovány. Norma pomáhá udržet vysokou úroveň výrobního procesu, vysokou kvalitu poskytovaných služeb a výrobků, optimalizovat náklady, ale také umožňuje organizacím účastnit se výběrových řízení na velké státní zakázky a mnoho dalšího. Norma je aplikovatelná ve všech sektorech, je však nutné získat potřebný certifikát.⁴³

2.2 ČSN OHSAS 18001

Často využívanou normou je také ČSN OHSAS 18001 Management bezpečnosti a ochrany zdraví při práci, která vede organizace k zavedení takových opatření, jež omezují či odstraňují možná rizika a nebezpečí vyskytující se na pracovištích. Přínosem normy je snížení nákladů souvisejících s pracovními úrazy, snižuje výskyt nemocí z povolání a počet pracovních úrazů. Stejně jako předchozí norma je aplikovatelná v různých typech organizací.⁴⁴

⁴¹ KAŠPAROVÁ, K. - KUNZ, V. *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*. Praha: Grada Publishing, 2013, s. 47.

⁴² KAŠPAROVÁ, K. - KUNZ, V. *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*. Praha: Grada Publishing, 2013, s. 49 - 51.

⁴³ SDRUŽENÍ PRO CERTIFIKACI SYSTÉMŮ JAKOSTI. *ČSN EN ISO 9001:2009 - Management kvality*. [online] Nedatováno. [cit. 2015-09-03]. Dostupné na WWW: <<http://www.cqs.cz/Normy/CSN-EN-ISO-90012009-Management-kvality.html>>

⁴⁴ SDRUŽENÍ PRO CERTIFIKACI SYSTÉMŮ JAKOSTI. *ČSN OHSAS 18001:2008 - Management bezpečnosti a ochrany zdraví při práci*. [online] Nedatováno. [cit. 2015-09-05]. Dostupné na WWW: <<http://www.cqs.cz/Normy/CSN-OHSAS-180012008-Management-bezpecnosti-a-ochrany-zdravi-pri-praci.html>>

2.3 ČSN 01 0391

V roce 2013 vyšla v ČR národní technická norma ČSN 01 0391 Systém managementu společenské odpovědnosti organizací – Požadavky. Norma je aplikovatelná ve všech oblastech výroby nebo služeb, a to jak v malých, tak i velkých firmách. Jejím cílem je stanovení základních požadavků v oblasti odpovědného přístupu k podnikání a společnosti. Norma je v souladu s mezinárodními dokumenty OSN, ILO, OECD či EU. Firmám je doporučeno systematicky vyvíjet a zavádět politiku společenské odpovědnosti, která překračuje stávající právní požadavky.⁴⁵

Tabulka 2: Srovnání charakteristik standardů CSR

Charakteristika standardu	Tvoření konzultací se stakeholdery	Vhodný pro podniky všech velikostí a ze všech odvětví	Globální standard	Pokrytí ekonomické (e), společenské (s), environmentální (en) oblasti	Indikátory k měření výkonnosti	Požadavek na reportování
série AA1000	ano	ano	ano	e, s, en	ne	ano
EMAS	ano	ano	ne	en	ano	ano
Global Sullivan Principles	ano	ano	ano	e, s, en	ne	ano
série ISO 14000	ano	ano	ano	en	ano (ISO 14031)	ano (ISO 14063)
ISO 26000	ano	ano	ano	e, s, en	ne	ano
SA 8000	ano	ano	ano	s	ne	ano
směrnice OECD pro nadnárodní podniky	ano	ano	ano	e, s, en	ne	ano
UN Global Compact	ano	ano	ano	e, s, en	ne	ano
GRI	ano	ano	ano	e, s, en	ano	ano

Zdroj: KAŠPAROVÁ, K. - KUNZ, V. *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*. Praha: Grada Publishing, 2013, s. 52.

Výše uvedená tabulka poskytuje základní přehled o shodných a rozdílných charakteristikách vybraných standardů. Všechny uvedené standardy jsou tvořeny konzultací se stakeholdery a jsou vhodné pro všechny typy firem všech odvětví. Mimo standard EMAS se jedná o globální standardy. EMAS a řada ISO 14000 jsou zaměřeny pouze na environmentální pilíř CSR a SA 8000 pouze na oblast sociální.

2.4 AA 1000

Jedná se o sérii 3 standardů využívanou jak v soukromém, tak veřejném sektoru, která je certifikační. Těmito 3 standardy jsou: The AA1000 AccountAbility Principles Standard, The AA1000 Assurance Standard a The AA1000 Stakeholder Engagement Standard. Norma

⁴⁵ INSTITUT PRO TESTOVÁNÍ A CERTIFIKACI, a. s. CSR - ČSN 01 0391. [online] 2015. [cit. 2015-08-22]. Dostupné na WWW: <<http://www.itczlin.cz/cz/csr>>

je vhodná pro všechny typy organizací, zabývá se všemi třemi pilíři CSR a jejím cílem je zhodnotit důvěryhodnost a kvalitu CSR reportů.⁴⁶ Blíže se věnuje stanovení společensky odpovědné strategie, identifikaci klíčových stakeholderů, etickému kodexu, volbě indikátorů a reportování CSR.⁴⁷

2.5 EMAS

EMAS patří mezi dobrovolné standardy, zaměřené na ochranu životního prostředí. V současnosti je základním rámcem pro systém EMAS nařízení Evropského parlamentu a Rady ES č. 1221/2009 o dobrovolné účasti organizací v systému Společenství pro environmentální řízení podniků a auditu. Standard je určen všem podnikatelským sférám.⁴⁸ Firma, která se k tomuto systému přihlásí, se zároveň zavazuje ke zveřejňování relevantních informací. Prohlášení společnosti musí být v tomto případě ověřeno akreditovanou třetí stranou.⁴⁹

2.6 Global Sullivan Principles

Global Sullivan Principles je sice považován za mezinárodní standard, přesto je využíván převážně v USA. Zabývá se všemi třemi pilíři CSR. Principy výslovně nevyžadují využití indikátorů pro měření výkonnosti firmy při tvorbě reportu, naproti tomu však pouze jejich využitím lze předkládat pokroky v implementaci daných Principů. Součástí je mimo jiné požadavek na každoroční zveřejňování reportu.⁵⁰

2.7 ISO 14000

ISO 14000 je řada standardů, která poskytuje nástroje firmám, jenž se snaží řídit odpovědnost za životní prostředí, tedy týká se pouze environmentálního pilíře. Normy jsou globálního charakteru a lze je využít v podnicích všech velikostí i odvětví.⁵¹

⁴⁶ PAVLÍK, M. - BĚLČÍK, M. *Společenská odpovědnost organizace: CSR v praxi a jak s ní dál*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010, s.101.

⁴⁷ KULDOVÁ, L. *Společenská odpovědnost firem: [etické podnikání a sociální odpovědnost v praxi]*. 1. vyd. Kanina: OPS, 2010, s. 86.

⁴⁸ KULDOVÁ, L. *Společenská odpovědnost firem: [etické podnikání a sociální odpovědnost v praxi]*. 1. vyd. Kanina: OPS, 2010, s. 89 - 91.

⁴⁹ BLF. *Normy a iniciativy*. [online] 2012. [cit. 2015-08-06] Dostupné na WWW: <http://www.csr-online.cz/normy-a-iniciativy/>

⁵⁰ KAŠPAROVÁ, K. - KUNZ, V. *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*. Praha: Grada Publishing, 2013, s. 53.

⁵¹ ISO 14000 - Environmental management. [online] Nedatováno. [cit. 2015-08-04]. Dostupné na WWW: <http://www.iso.org/iso/home/standards/management-standards/iso14000.htm>

2.8 ISO 26000

Norma ISO 26000 je mezinárodní normou, která není certifikační a je postavena na principu dobrovolnosti. Normu mohou využívat všechny typy organizací ve všech podnikatelských sektorech. Cílem normy je poskytnout návod k implementaci CSR do firemních strategií a informovat o základních termínech a principech CSR. ISO 26000 se blíže věnuje následujícím tématům: komunitní angažovanost a rozvoj, korektní podnikání, lidská práva, organizace řízení a správa, péče o spotřebitele a spotřebitelské otázky, pracovní podmínky a praktiky v oblasti pracovních vztahů a životní prostředí.⁵²

2.9 SA 8000

Mezinárodní norma SA 8000 byla vydána organizací Social Accountability International s cílem zlepšit pracovní podmínky. Norma je využitelná ve všech sektorech a segmentech podnikání. Jedná se o certifikovaný standard zaměřený především dovnitř firmy.⁵³ Specifikuje požadavky na pracovní dobu, zdraví a bezpečnost, oblast diskriminace, práci dětí a mladistvých, nucené práce, svobodu sdružování, disciplinární praktiky, odměňování a systém neustálého zlepšování.⁵⁴

Norma je verifikačním systémem, který vychází se zásad Mezinárodní organizace práce, Všeobecné deklarace lidských práv OSN, Úmluvy OSN o právech dítěte a Úmluvy OSN o odstranění všech forem diskriminace.⁵⁵

2.10 Směrnice OECD pro nadnárodní podniky

Směrnice je zaměřena na ekonomické, sociální a environmentální oblasti.⁵⁶ Tato směrnice je pouze dobrovolná nikoliv závazná. Jejím prostřednictvím Evropská komise poskytuje doporučení firmám ohledně jejich strategií, které by měly být zpracovávány na základě dobrovolnosti, transparentnosti a důvěryhodnosti. Dle směrnice by nadnárodní společnosti měly zveřejňovat informace o výsledcích hospodaření, plánech, cílech, vlastnických vztazích, hlasovacích právech, rizikových faktorech, vztazích k zaměstnancům a dalším stakeholderům, struktuře řízení a politice společnosti včetně seznamu členů správní rady a výkonného managementu.⁵⁷

⁵² KUNZ, V. *Společenská odpovědnost firem*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2012, s. 123.

⁵³ KULDOVÁ, L. *Společenská odpovědnost firem: [etické podnikání a sociální odpovědnost v praxi]*. 1. vyd. Kanina: OPS, 2010, s. 85 - 86.

⁵⁴ PAVLÍK, M. - BĚLČÍK, M.. *Společenská odpovědnost organizace: CSR v praxi a jak s ním dál*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010, s. 102.

⁵⁵ KUNZ, V. *Společenská odpovědnost firem*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2012, s. 119.

⁵⁶ PAVLÍK, M. - BĚLČÍK, M.. *Společenská odpovědnost organizace: CSR v praxi a jak s ním dál*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010, s. 101.

⁵⁷ KULDOVÁ, L. *Společenská odpovědnost firem: [etické podnikání a sociální odpovědnost v praxi]*. 1. vyd. Kanina: OPS, 2010, s. 83 - 84.

Ke směrnici OECD se přihlásilo 29 členský zemí OECD a 4 nečlenské země, v každé z těchto zemí existuje národní centrum, které v případě sporů působí jako mediátor.⁵⁸

2.11 UN Global Compact

Global Compact je největší iniciativou společenské odpovědnosti na světě, zastřešující organizací této iniciativy je OSN. Jedná se o síť firem, jejichž poslání a každodenní činnosti jsou v souladu s deseti obecně přijímanými principy společenské odpovědnosti. Těchto deset principů je součástí čtyř základních oblastí: lidská práva, pracovní podmínky, životní prostředí a protikorupční opatření. V současnosti má UN Global Compact své národní sítě v 85 zemích světa, díky těmto sítím je udržován soulad společensky odpovědných aktivit v jednotlivých firmách.⁵⁹

2.12 GRI

Hlavním smyslem této směrnice je poskytnout firmám určitý rámec při sestavování reportů, tak, aby výsledkem byla co možná nejobektivnější zpráva o výkonnosti firmy. Směrnice poskytuje zásady a indikátory, které mohou využívat všechny firmy bez rozdílu, a to k hodnocení a měření ekonomické, sociální a environmentální výkonnosti.⁶⁰

Nejsilnější stránkou standardu GRI je jeho využití ve všech odvětvích. Předpokládá se, že v tomto roce (2015) jej k reportování využije přes 50 % reportujících firem. Zajímavostí však je, že firmy nacházející se v zemích s největším objemem vydaných reportů, ve většině případů nesestavují své reporty na základě směrnice GRI.⁶¹

⁵⁸ KUNZ, V. *Společenská odpovědnost firem*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2012, s. 121 - 122.

⁵⁹ UN GLOBAL COMPACT (UN GC). Webové stránky UN Global Compact v ČR. Dostupné na WWW: <<http://www.globalcompact.cz/>>

⁶⁰ KULDOVÁ, L. *Společenská odpovědnost firem: [etické podnikání a sociální odpovědnost v praxi]*. 1. vyd. Kanina: OPS, 2010, s. 84.

⁶¹ KAŠPAROVÁ, K. - KUNZ, V. *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*. Praha: Grada Publishing, 2013, s. 61.

Tabulka 3: Srovnání požadavků standardů na reportování o CSR

Požadavky standardu	Vymezení obsahu reportu	Kvalita obsahu reportu	Požadavek na ověření publikovaných informací	Požadavek na rozsah reportu	Požadavky na rozsah reportu
Standard					
série AA1000	konkrétnější	ano	ano	ano	ne
EMAS	konkrétní	ano	ano	ano	ano
Global Sullivan Principles	obecné	ne	ne	ne	ano
série ISO 14000	konkrétnější	ano	apel	ano	obecný
ISO 26000	konkrétnější	ano	apel	ano	obecný
SA 8000	obecné	částečně	ne	ano	obecný
směrnice OECD pro nadnárodní podniky	obecné	částečně	apel	ano	obecný
UN Global Compact	obecné	ano	apel	ne	ano
GRI	konkrétní	ano	ano	ano	obecný

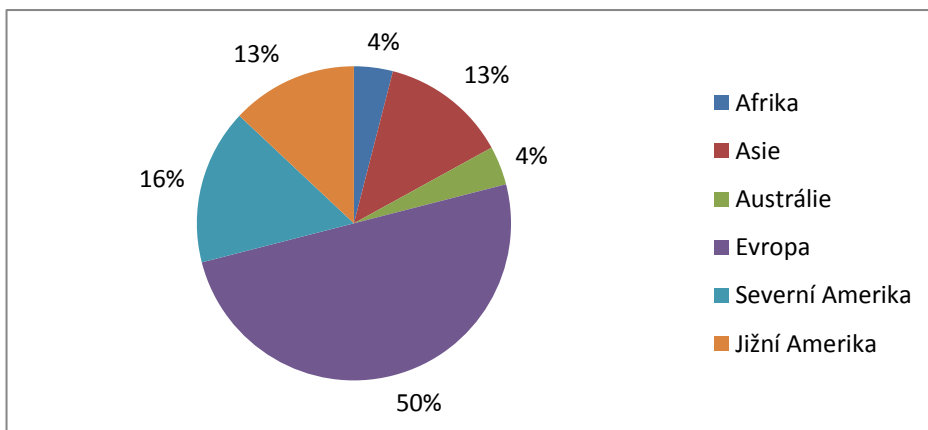
Zdroj: KAŠPAROVÁ, K. - KUNZ, V. Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování. Praha: Grada Publishing, 2013, s. 55.

Tabulka srovnává uvedené standardy vzhledem k jejich požadavkům na reportování. Lze konstatovat, že standardy, které stanovují nejvíce požadavků na report, jsou jednoznačně EMAS a GRI. Za nimi s četností požadavků následuje série AA1000. Na druhé straně s nejmenším počtem sledovaných požadavků je Global Sullivan Principles.

3 Global Reporting Initiative

Úvod této kapitoly patří statistickým údajům týkající se směrnice GRI. Údaje pochází z roku 2013, kdy společnosti CorporateRegister.com a KPMG zveřejnily výsledky svých výzkumů.

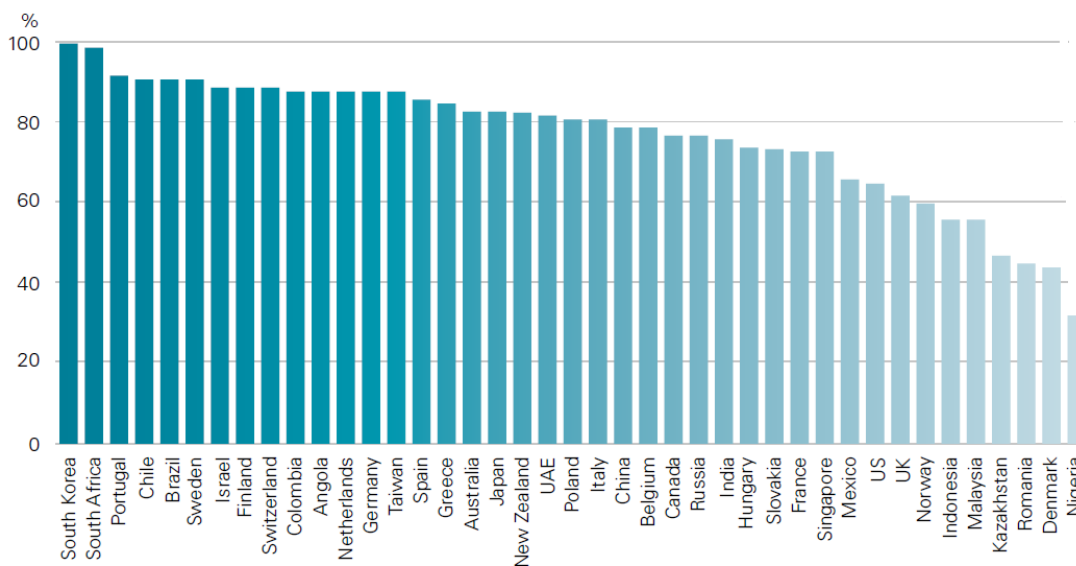
Graf 1: Podíl zveřejňovaných reportů dle směrnice GRI na jednotlivých světadílech



Zdroj: autorka dle CORPORATE REGISTER. *CR Perspectives 2013: Global CR Reporting Trends and Stakeholder Views*. [online] 2013. [cit. 2015-08-11] s. 13. Dostupné na WWW: <<http://www.corporateregister.com/a10723/67880-13th-17513040C2227142800T-GI.pdf>>

Z údajů v grafu 1, lze konstatovat, že polovina reportů vzniklých na základě standardu GRI pochází z firem sídlících v Evropě. Nejméně těchto reportů pochází z Afriky a Austrálie.

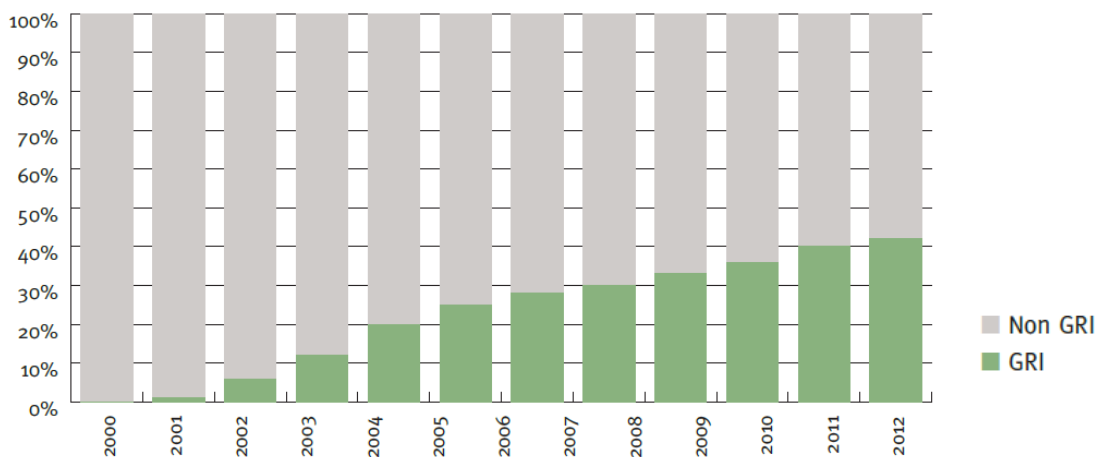
Graf 2: Seřazení států dle využití směrnice GRI podniky N100



Zdroj: KPMG. *The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2013*. [online] 2013. [cit. 2015-08-14] s. 32. Dostupné na WWW: <<http://www.kpmg.com/Global/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/corporate-responsibility/Documents/kpmg-survey-of-corporate-responsibility-reporting-2013.pdf>>

Z grafu 2 je patrné, že ve 37 státech z uvedených 41, více než 50 % firem N100⁶², využívá k tvorbě reportu reportingový rámec GRI. Průzkum také ukázal, že pouze v Kazachstánu, Rumunsku, Dánsku a Nigérii reportuje dle GRI méně než 50% firem N100.

Graf 3: Procentuální vyjádření reportů vytvořených dle směrnice GRI



Zdroj: CORPORATE REGISTER. CR Perspectives 2013: Global CR Reporting Trends and Stakeholder Views. [online] 2013. [cit. 2015-08-11] s. 12. Dostupné na WWW: <<http://www.corporateregister.com/a10723/67880-13th-17513040C2227142800T-GI.pdf>>

Graf 3 zobrazuje rostoucí tendenci využití standardu GRI k celkovému počtu vytvořených reportů, i dle jiných metodik, a to již od roku 2000, kdy byly vytvořeny první Guidelines. V roce 2012 bylo dle GRI vytvořeno již více než 40 % reportů. A tento trend i nadále pokračuje, viz další kapitoly.

3.1 Organizace GRI

Global Reporting Initiative je nezávislá mezinárodní organizace založena roku 1997 v Bostonu. Z počátku byla součástí institutu Tellus a neziskové organizace CERES. Prvotním cílem bylo zřízení speciálního oddělení GRI, které mělo za úkol vytvořit rámec pro environmentální reportování. Tento rámec byl však postupem času rozšiřován o další oblasti. Což mělo za následek, odtržení GRI oddělení, které se stalo samostatnou institucí v roce 2001, a její přemístění do nového sídla v Amsterdamu o rok později. Organizace má mimo své hlavní sídlo rozmístěné regionální pobočky po celém světě.⁶³

⁶² 100 nejvýznamnějších společností 41 zemí světa

⁶³ GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI). Webové stránky společnosti GRI. Dostupné na WWW: <https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx>

GRI mimo jiné zpracovává studijní materiály k implementaci CSR, poskytuje výukové programy, certifikovaný software, a pořádá workshopy s cílem posílení povědomí o CSR reportingu a poskytnutí pomoci při reportování.⁶⁴

V roce 2013 uvedlo 78 % firem N100, že o společenské odpovědnosti reportují na základě metodiky GRI. V zemích jako Jižní Korea, Brazílie, Chile, Jihoafrická republika a Švédsko je to více než 90 % z celkového počtu reportujících společností.⁶⁵

3.2 Směrnice GRI

Do této chvíle vydala organizace čtyři verze pokynů pro reportování. Tyto pokyny jsou obecně nazývány Guidelines. Jejich cílem je poskytnout návod firmám, jak vytvořit co nejobjektivnější zprávu o jejich výkonnosti, která bude srovnatelná s dosud předkládanými finančními zprávami.⁶⁶

Guidelines jsou vytvářeny spoluprací s rozsáhlou sítí celosvětově rozmístěných stakeholderů. Patří mezi ně zaměstnanci veřejných a mezinárodních agentur, pracovních organizací, ale i samotní podnikatelé, občané a akademici. Touto spoluprací se snaží organizace GRI zajistit odbornou kvalitu, důvěryhodnost a aktuálnost vydávaných pokynů, včetně posílení CSR reportingu jako celku.⁶⁷

První generace směrnice GRI byla vydána již v roce 2000. Od té doby uplynuly dva roky a GRI představilo druhou verzi směrnic označovanou G2. Největší boom měla organizace však teprve před sebou. Ten přišel v roce 2006 společně s vydáním pokynů G3, které znatelně ovlivnily povědomí o činnosti organizace GRI, ale i o celém CSR reportování. Směrnici G3 mohou firmy stále do 31.12.2015 použít. Po pěti letech platnosti tedy v roce 2011, došlo k aktualizaci G3 na G3.1 a s tím k rozšíření reportů o další reportované oblasti. G3 jsou doposud jakousi vlajkovou lodí organizace, a to i vzhledem k délce platnosti této generace,

⁶⁴ GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI). Webové stránky společnosti GRI. Dostupné na WWW: <https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx>

⁶⁵ KPMG. *Vykazování CSR aktivit je už pro firmy běžné na celém světě, v kvantitě vede Amerika, v kvalitě Evropa*. [online] 2013. [cit. 2015-08-10] Dostupné na WWW: <<http://www.kpmg.com/CZ/cs/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Press-releases/Stranky/Vykazovani-CSR-aktivit-je-uz-pro-firmy-bezne-na-celem-svete.aspx>>

⁶⁶ ASOCIACE SPOLEČENSKÉ ODPOVĚDNOSTI. *Global Reporting Initiative GRI přichází se změnami v podobě GR4*. [online] 2013. [cit. 2015-08-11] Dostupné na WWW: <http://www.spolecenskaodpovednostfirem.cz/news/global-reporting-initiative-gri-prichazi-se-zmenami-v-podobě-gr4/>

⁶⁷ GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI). Webové stránky společnosti GRI. Dostupné na WWW: <https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx>

kteřá je již více než 9 let. V květnu roku 2013 byl představen další nástupce, a to Směrnice G4, jíž jsou věnovány následující kapitoly.⁶⁸

3.3 Pokyny G4

V květnu 2013 vytvořila společnost GRI již svou čtvrtou generaci Guidelines G4. Vydání G4 předcházelo dvouletý proces, jehož předmětem byla spolupráce a diskuse se stakeholdery různých společností. Navrhované změny byly též dostupné veřejnosti v připomínkovém řízení.⁶⁹

Byly vytvořeny 2 vzájemně se doplňující dokumenty mezinárodně označovány jako Part 1 a Part 2.

- Part 1 - Reporting Principles and Standard Disclosures - uvádí „co“ musí být reportem hlášeno,
- Part 2 - Implementation manual - poskytuje návod „jak“ zpracovat report dle G4.

Pokyny G4 byly již vytvořeny v souladu s dalšími standardy jako Směrnicí OECD pro nadnárodní společnosti, UN Global Compact či s obecnými zásadami OSN v oblasti podnikání a lidských práv.⁷⁰ Organizace GRI také zmiňuje spolupráci s ISO 26000, UNEP, IFC, UNCTAD a Earth Charter Initiative.⁷¹

Smyslem směrnice G4 je umožnit firmám reportovat pouze o těch společensky odpovědných aktivitách, které sama považuje za významné a strategické vzhledem k hodnotovému řetězci.⁷²

3.4 Srovnání G3.1 a G4

Nyní se nacházíme ve dvouletém přechodném období, kdy je stále možné využít k reportování pokyny G3 či aktuálnější verzi G3.1 a zároveň je možné a doporučované využít

⁶⁸ GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI). Webové stránky společnosti GRI. Dostupné na WWW: <https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx>

⁶⁹ KPMG. *GRI's G4 Guidelines: the impact on reporting*. [online] 2013. [cit. 2015-08-20] s. 1. Dostupné na WWW: <https://www.kpmg.com/Global/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/g4-the-impact-on-reporting-v2.pdf>

⁷⁰ KPMG. *GRI's G4 Guidelines: the impact on reporting*. [online] 2013. [cit. 2015-08-20] s. 2. Dostupné na WWW: <https://www.kpmg.com/Global/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/g4-the-impact-on-reporting-v2.pdf>

⁷¹ GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI). Webové stránky společnosti GRI. Dostupné na WWW: <https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx>

⁷² ASOCIACE SPOLEČENSKÉ ODPOVĚDNOSTI. *Global Reporting Initiative GRI přichází se změnami v podobě GR4*. [online] 2013. [cit. 2015-08-11] Dostupné na WWW: <http://www.spolecenskaodpovednostfirem.cz/news/global-reporting-initiative-gri-prichazi-se-zmenami-v-podobě-gr4/>

generaci G4. Reportovat dle G3 lze do 31.12.2015, pokud budou chtít firmy po tomto datu reportovat dle GRI je nutný přechod na verzi G4.⁷³

G4 doporučuje firmám zaměřit se na otázky týkající se především samotného podnikání a věnovat svou pozornost těm hlediskům a indikátorům, které jsou významné pro stakeholdery, spíše než se snažit reportovat o všem. Zprávy by měly být zaměřeny především na tato významná hlediska, jejich řízení, rizika, příležitosti včetně identifikování zainteresovaných stran. Oproti G 3.1 se nejedná o novinku, spíše o stanovení větších požadavků a informací, které by firmy měly v rámci těchto významných hledisek zveřejnit. Ve srovnání s G3.1, kdy firmy reportovali pouze o podstatných vlivech na životní prostředí popř. o těch vlivech, které sama může řídit a ovlivnit, G4 požaduje, aby se firmy zaměřily na to, jaký dopad mají všechna tato hlediska, a to jak uvnitř firmy tak i vně, včetně posouzení a stanovení hranic, kde tento vliv končí. Znamená to tedy, informovat o možných dopadech, které jsou spojeny s celým hodnotovým řetězcem. G4 firmy pobízí k zamyšlení se nad tím, kam až samotná činnost firmy dopadá.⁷⁴

Úrovně A, B a C uvedené ve verzi G3.1, jsou nyní nahrazeny dvěma aplikačními úrovněmi označovanými jako „Core“ a „Comprehensive.“ Tato změna je důsledkem kritiky, jež byla spojována s názorem, že reporty zpracované na úrovni A jsou kvalitnější než ty, které byly na úrovni C. Úroveň „Comprehensive“ obsahuje navíc indikátory týkající se oblasti strategie a analýzy, řízení, etiky a integrity. V dokumentu Part 1 je zdůrazněno, že výběr aplikační úrovně nemá žádný vliv na kvalitu reportu. Aplikační úroveň musí být zvolena vzhledem k potřebám stakeholderů dané firmy. Firmy si mohou vybrat, zda vypracují report v souladu („in accordance“) s jednou z těchto úrovní, či použijí pokyny, aniž by byl report v souladu tzn. nebudou splněna všechna kritéria. Aby byl report v souladu s pokyny, musí dodržet požadavky pro zpracování stanovené daným reportingovým rámcem.⁷⁵ V základní úrovni musí být uveden vždy alespoň jeden indikátor každého významného hlediska, ke splnění rozšířené úrovně musí být reportováno o všech uvedených indikátorech těchto

⁷³ KPMG. *GRI's G4 Guidelines: the impact on reporting*. [online] 2013. [cit. 2015-08-20] s. 2. Dostupné na WWW: <<https://www.kpmg.com/Global/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/g4-the-impact-on-reporting-v2.pdf>>

⁷⁴ KPMG. *GRI's G4 Guidelines: the impact on reporting*. [online] 2013. [cit. 2015-08-20] s. 3 - 4. Dostupné na WWW: <<https://www.kpmg.com/Global/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/g4-the-impact-on-reporting-v2.pdf>> strana 3,4

⁷⁵ GRI. *G4: Sustainability Reporting Guidelines. Reporting Principles and Standard Disclosures*. [online] 2013. [cit. 2015-08-19] s. 11. Dostupné na WWW: <<https://www.globalreporting.org/resource/library/GRI4-Part1-Reporting-Principles-and-Standard-Disclosures.pdf>>

významných hledisek. Dále musí zpráva obsahovat veškeré standardní informace o firmě jako organizační strukturu, určení stakeholderů a správy aj.⁷⁶

Obě aplikační úrovně jsou rozděleny na dvě části, kterými jsou obecné standardní a specifické standardní indikátory. Další novinkou jsou speciální dodatky ke stávajícím dokumentům, které jsou určeny vybraným průmyslovým odvětvím.⁷⁷ Dále byla zrušena možnost použití znaménka „+“, které znamenalo externí ověření reportu třetí stranou.

Součástí aplikační úrovně Comprehensive se stala nová kategorie Etika a integrita. Do této kategorie spadají indikátory poskytující informace bližší o správě firmy, složení a zapojení nejvyššího správního orgánu do společensky odpovědných aktivit, a dále informace o procesu odměňování. Pro firmy tato změna často znamená vytvoření nových postupů pro sběr a vykazování těchto údajů.⁷⁸

Novinkou jsou také požadavky na dodavatelský řetězec, na které G4 klade velký důraz. Dle pokynů musí firmy zveřejnit informace týkající se řízení environmentálních, sociálních a společenských otázek, které mají vliv na dodavatelský řetězec. V rámci tohoto tématu by se firmy měly zaměřit na počet dodavatelů, a jejich chování k životnímu prostředí, pracovní postupy, společenský dopad dodavatele či jeho přístup k lidským právům. Dále by se měly soustředit na identifikaci možných negativních vlivů v tomto řetězci a opatření k zabránění vzniku, nápravě či zmírnění těchto dopadů. Další otázka se zabývá počtem a řešením stížností v rámci dodavatelského řetězce. Tyto požadavky znamenají pro firmy především potřebu navrhnout a implementovat proces hodnocení dopadů v dodavatelském řetězci a vytvořit nové principy k získání těchto informací.⁷⁹

3.5 Výhody GRI

GRI poskytuje firmám mezinárodně uznávané a pravidelně aktualizované pokyny k přípravě reportů. Jedná se o jeden z možných způsobů komunikace a obhajoby CSR aktivit jak uvnitř, tak vně firmy. V G4 si lze vybrat ze dvou možných úrovní, dle charakteru firmy. Zároveň

⁷⁶ KPMG. *GRI's G4 Guidelines: the impact on reporting*. [online] 2013. [cit. 2015-08-20] s. 4 - 5. Dostupné na WWW:

<<https://www.kpmg.com/Global/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/g4-the-impact-on-reporting-v2.pdf>>

⁷⁷ GRI. G4: Sustainability Reporting Guidelines. Reporting Principles and Standard Disclosures. [online] 2013. [cit. 2015-08-19] s. 12.

Dostupné na WWW: <<https://www.globalreporting.org/resource/library/GRI-G4-Part1-Reporting-Principles-and-Standard-Disclosures.pdf>>

⁷⁸ KPMG. *GRI's G4 Guidelines: the impact on reporting*. [online] 2013. [cit. 2015-08-20] s. 5. Dostupné na WWW:

<<https://www.kpmg.com/Global/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/g4-the-impact-on-reporting-v2.pdf>>

⁷⁹ KPMG. *GRI's G4 Guidelines: the impact on reporting*. [online] 2013. [cit. 2015-08-20] s. 6. Dostupné na WWW:

<<https://www.kpmg.com/Global/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/g4-the-impact-on-reporting-v2.pdf>>

se jedná dokument využitelný při strategickém rozvoji CSR. Další výhodou je možnost jeho externího auditu.⁸⁰

Samotná společnost GRI v dokumentu Pokyny pro Sustainability Reporting představila GRI jako rámec navržený pro firmy jakékoliv velikosti, sektoru a lokality. Je tedy využitelný jak pro malé, tak i velké společnosti, a to bez ohledu na jejich geografické umístění. Dále je možné vytvořené reporty využít k benchmarkingovému srovnání výkonů firem v průběhu času.⁸¹

Výhodou je také komplexnost standardu a pokrytí všech oblastí CSR. Jak již bylo uvedeno směrnice GRI jsou vytvářeny diskusí a spoluprací se širokým spektrem stakeholderů, což zvyšuje důvěryhodnost pokynů. Ta je dále zvyšována napojením G4 na jiné iniciativy působící v oblasti CSR jako na Směrnici OECD, UN Global Compact a obecné zásady OSN v oblasti podnikání a lidských práv. V neposlední řadě bych vyzdvihla možnost využití reportu zpracovaného dle GRI k propagační činnosti firmy, především pak k propagaci CSR aktivit.

⁸⁰ BLF. CSR report podle GRI. [online] 2012. [cit. 2015-08-13] Dostupné na WWW: <http://www.csr-online.cz/podpora/pro-csr-manazery/csr-report-podle-gri/>

⁸¹ GRI. *Pokyny pro Sustainability Reporting*. [online] © 2000-2006 GRI. [cit. 2015-08-20] Verze 3.0. s. 3. Překlad: Business Leaders Forum. Dostupné na WWW: <http://www.csr-online.cz/wp-content/uploads/2013/03/Czech-G3-Reporting-Guidelines.pdf>

4 Reportování o CSR

Jako první začaly s nefinančním reportováním společnosti, které se nacházejí v odvětvích se značným negativním dopadem na své okolí, z důvodu informování o svých snahách ke snížení těchto dopadů. Právě to bylo důvodem, proč se v reportech začaly objevovat informace o environmentálních tématech. Mezi nejpoužívanější reporty patří zprávy o udržitelném rozvoji a zprávy o společenské odpovědnosti podniku. Na reportování má vliv velikost podniku, typ vlastnictví a také odvětví, v němž se společnost pohybuje.⁸²

Z průzkumu společnosti KPMG z roku 2013 vyplývá, že zprávy o společenské odpovědnosti zveřejňuje 71 % podnikatelských subjektů. Pokud se zaměříme na počet vydaných reportů, obsazuje pomyslnou první příčku Amerika. Avšak co se týče kvality reportů, je nutno vyzdvihnout evropské reporty, především ty, jež jsou publikovány v Itálii.⁸³

Nejčastějšími důvody, kvůli nimž firmy začínají s reportováním o společenské odpovědnosti, jsou posílení reputace a značky a etické důvody, projevují se převážně u větších podniků, které jsou více sledovány. Existují však firmy, které se reportování brání, a to z několika důvodů. Jedním z nich je neznalost problematiky, spojená s nejednoznačným výkladem CSR a celou řadou možných standardů, jiné firmy vnímají zveřejňované informace v CSR zprávách jako citlivé údaje, které mohou poškodit jejich image či mohou mít negativní legislativní dopady. Třetím nejčastějším důvodem nereportování je milná úvaha firem spojená se zvýšením nákladů vzniklých v souvislosti s reportováním. Je nutné si však uvědomit, že počáteční výdaje jsou spojeny s následnými výhodami a úsporami.⁸⁴

4.1 Důvody pro CSR reportování

Jak již bylo výše zmíněno, nejčastějšími důvody k CSR reportování jsou zlepšení pověsti a značky a etické důvody. O pomyslné třetí místo se dělí zlepšení motivace zaměstnanců, inovace a učení se. Tento žebříček sestavila společnost KPMG z výzkumu, který uskutečnila

⁸² KAŠPAROVÁ, K. - KUNZ, V. *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*. Praha: Grada Publishing, 2013, s. 59 - 61.

⁸³ KPMG. Vykazování CSR aktivit je už pro firmy běžné na celém světě, v kvantitě vede Amerika, v kvalitě Evropa. [online] 2013. [cit. 2015-08-10] Dostupné na WWW: <<http://www.kpmg.com/CZ/cs/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Press-releases/Stranky/Vykazovani-CSR-aktivit-je-uz-pro-firmy-bezne-na-celem-svete.aspx>>

⁸⁴ KAŠPAROVÁ, K. - KUNZ, V. *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*. Praha: Grada Publishing, 2013, s. 62 - 63.

v roce 2011. Zřejmě největší zajímavostí je, že již pouze 32 % firem G250⁸⁵ uvedlo jako důvod k reportování ekonomické záležitosti, což znamená snížení o 36 %, a to během období 3 let, kdy KPMG provedla shodný výzkum. Úsporu nákladů jako důvod uvedlo již pouze 10 % firem.⁸⁶

V roce 2013 KPMG ve svém průzkumu zaměřeném na CSR, věnovala pozornost příležitostem, které firmy ve svých reportech identifikovaly, a jež vznikly v důsledku globálních sociálních či environmentálních trendů. Nejvíce firem - 72 % uvedlo, že příležitosti vidí převážně v možnosti inovací a učení se. Přibližně polovina firem G250 identifikovala jako příležitost zlepšení pověsti či značky. 13 % z dotazovaných, uvedlo, že jim zmíněné globální trendy žádné příležitosti nepřinesly.⁸⁷

4.2 Zásady kvalitní CSR zprávy

Jak již napovídá název jednoho článku „CSR Reporting Data is only third of the Communication Equation,“ nestojí kvalita CSR zpráv pouze na datech, která jsou v nich uvedena, ale také na příbězích, které jsou čtenářům nabídnuty, a na tom jak firma osloví svým reportem veřejnost. Dave Stangis z Campel Soup Company je toho názoru, že je potřeba lidem nabídnout příběh, ne pouhé exaktní informace, přestože většina CSR manažerů není těmto příběhům nakloněna. V těchto příbězích doporučuje popsat dopad přijetí iniciativ, zapojit do tvorby příběhů stakeholdery firmy a získat tak jejich zájem o report. Dále je vhodné, zaměřit se na úsilí zaměstnanců, jelikož jejich práce v oblasti CSR je pro veřejnost velice působivá. V případě, že chce firma v reportu zmínit své produkty, měla by opět využít příběhů a zakomponovat je do nich. Co se týče doporučení směřovaným k používání dat, je v návaznosti na přechozí nutné uvést, že reporty musí obsahovat exaktní a nevyvratitelné údaje, které jsou podloženy statistickými údaji a reálnými událostmi. Henk Campher působící ve společnosti Edelman, vybízí firmy k tomu, aby se do svých reportů nesnažili zakomponovat veškeré indikátory, je vhodné identifikovat a reportovat pouze o těch indikátorech, které jsou významné pro firmu, zaměstnance a jiné stakeholdery. V reportech je vhodné využít pouze ta data, která jsou relevantní pro jejich čtenáře. Posledním doporučením z této oblasti je nastavení si takových cílů, s nimiž firma report zveřejňuje. Třetí

⁸⁵ Global Fortune 250 - největší globálně působící firmy.

⁸⁶ KPMG. *KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2011*. [online] 2011. [cit. 2015-08-14] s. 19. Dostupné na WWW: <https://www.kpmg.com/PT/pt/IssuesAndInsights/Documents/corporate-responsibility2011.pdf>

⁸⁷ KPMG. *The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2013*. [online] 2013. [cit. 2015-08-14] s. 52. Dostupné na WWW: <http://www.kpmg.com/Global/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/corporate-responsibility/Documents/kpmg-survey-of-corporate-responsibility-reporting-2013.pdf>

část doporučení se týká komunikace reportů. Jedná se o velice podstatnou část celého procesu reportování. Je důležité zjistit, v jaké podobě čtenáři report upřednostňují a v takové podobě jim ho poskytnout. Samozřejmě, že na první pohled zaujme vždy grafická stránka dokumentu, i v tomto případě by se tvůrci a grafici reportu měli zaměřit na to, aby byl report z hlediska grafiky přitažlivý. V neposlední řada doporučuje Campher integraci CSR dat a jejich zviditelnění všemi dostupnými způsoby.⁸⁸

Autoři Pavlík a Bělčík zmiňují ve své publikaci 4 hlavní rysy kvalitního CSR reportu. Mezi tyto rysy řadí důvěryhodnost, úplnost, věcnost a vhodnou formu. Důvěryhodnost zvyšuje především zapojení klíčových stakeholderů a ověření reportu třetí stranou. Úplností mají autoři na mysli reportování o všech pobočkách firmy a jejich činnostech včetně uvedení dopadu firmy na životní prostředí. Aspekt věcnosti lze naplnit využitím kvantitativních, ale i kvalitativních indikátorů při hodnocení CSR. Doporučení ohledně vhodné formy reportu se týkají předně jeho srozumitelnosti, přehlednosti, délky a grafické úpravy. Součástí doporučení je také využití schémat, tabulek, obrázků, reportování nejen o pozitivních informacích, ale i problémech a neúspěších, a v neposlední řadě příprava jak tištěného, tak elektronického reportu.⁸⁹

Čtenost reportu závisí především na jeho informační hodnotě, kterou poskytuje stakeholderům, proto lze zvýšit především zapojením stakeholderů do jeho tvorby. Co se týče hodnoty reportu, doporučuje se zvýšit tuto hodnotu vypracováním reportu na základě některého ze standardů, přihlášením se k danému standardu a dále ověření reportu třetí nezávislou stranou což, jak je již výše uvedeno, zvyšuje jeho důvěryhodnost. Zvýšení hodnoty lze mimo jiné také dosáhnout získáním ocenění za daný report. V ČR patří mezi nejznámější ocenění Národní cena ČR za společenskou odpovědnost a Zlatý středník.⁹⁰ Významné CSR ceny uděluje také odborná platforma Byznys pro společnost, jedná se o prestižní cenu Top odpovědná firma a European CSR Award.

⁸⁸ PR NEWS. *CSR Reporting: Data Is Only a Third of the Communications Equation*. [online] 2011. [cit. 2015-08-12]. Dostupné na WWW: <http://www.prnewsonline.com/featured/2011/07/11/csr-reporting-data-is-only-a-third-of-the-communications-equation/>

⁸⁹ PAVLÍK, M. - BĚLČÍK, M.. *Společenská odpovědnost organizace: CSR v praxi a jak s ní dál*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010, s. 89 - 90.

⁹⁰ KAŠPAROVÁ, K. - KUNZ, V. *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*. Praha: Grada Publishing, 2013, s. 69.

4.3 Doporučení pro CSR reporting

Následující odstavec je věnován doporučením, směřujícím k CSR manažerům, CSR týmu i všem osobám, které mají oblast CSR v dané firmě na starosti. Doporučení jsou rozdělena do třech časových úseků - krátké, střední a dlouhé období. V krátkém časovém horizontu je doporučeno firmám vydávat zprávy o CSR stejně často jako ostatní reporty a k reportování využít nejen klasické komunikační kanály. Zpracování reportu by mělo být strukturované, systematické a profesionální. Dále by měly firmy zabránit greenwashingu, a informovat jak o dobrých, tak špatných zprávách či neúspěších. Greenwashing je pojem vyjadřující pozitivní prezentaci firmy vzhledem k vlivům na životní prostředí, přestože ve skutečnosti se minimalizací nepříznivých vlivů nevěnuje. K vytvoření reportu je doporučeno použít důvěryhodné standardy jako např. GRI. Ve středně dlouhém období by se firmy měly soustředit na to, jaký dopad na udržitelnost bude mít obsah reportu, vysvětlit propojení CSR strategie a obchodní strategie. V případě, že se jedná o mezinárodní firmu je vhodné report přeložit i do jiných jazyků, aby byl přístupný i zahraničním dodavatelům, zákazníkům aj. Do procesu reportování je vhodné zapojit všechny stakeholdery a poskytnout jim možnost vyjádřit své názory přímo v reportu, včetně vysvětlení dopadů na strategii a cíle, které plynou z poskytnutí zpětné vazby těchto osob. V neposlední řadě by v tomto období měly firmy nechat vytvořené reporty ověřit nezávislou třetí stranou. Z dlouhodobého hlediska je firmám doporučeno spojit zprávu o CSR s výroční zprávou a vytvořit tak jednotný dokument, v důsledku toho dojde také ke sjednocení procesu tvorby těchto zpráv. Dále je firmám doporučeno demonstrovat změny v obchodní strategii v důsledku přijetí CSR strategie.⁹¹

Dalším doporučením pro oblast CSR je přesné vymezení hranic mezi CSR a PR firmy. Není vhodné, aby CSR reporty obsahovaly informace o jednotlivých produktových značkách. A to právě z důvodu, že mnoho lidí je přesvědčeno o tom, že motivace firem ohledně vydávání těchto reportů je založena především na získání reklamy pro firmu a dobře plánovaným PR. Takovýto druh reportingu je často spojován s greenwashingem, což v důsledku způsobuje ztrátu důvěry ve firmu a její značku.⁹²

⁹¹ BARTELS, W. et al. *Count me in: The readers' take on Sustainability reporting*. Global Reporting Initiative. [online] 2008. [cit. 2015-08-17] s. 35 ISBN 978-1-903168-30-1. Dostupné na WWW: <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Count-Me-In-The-Readers-take-on-Sustainability-Reporting.pdf>

⁹² BALLANTINE, J. *How to make CSR report credible* [online] 18.3.2009 [cit. 2015-08-18]. Businessgreen. Dostupné z WWW: <http://www.businessgreen.com/bg/analysis/1803839/how-csr-reports-credible>

Směrnice GRI ve verzi G4 definuje 10 principů, dle nichž mohou firmy postupovat při stanovení obsahu zprávy a při snaze zvýšit kvalitu reportu. Směrnice obsahuje 4 zásady pro stanovení obsahu a 6 zásad stanovení kvality. Obsah reportu vymezují následující principy:

- zapojení zainteresovaných skupin - uvedení zainteresovaných subjektů,
- kontext udržitelného rozvoje - prezentace výsledků působení organizace,
- závažnost - uvedení pouze významných témat a ukazatelů,
- úplnost - stanovení hranic zprávy, poskytnout informace potřebné k hodnocení výsledků organizace.

Kvalitu reportu zvyšují tyto principy:⁹³

- vyváženost - popsat pozitivní i negativní výsledky organizace,
- porovnatelnost - publikované informace umožní mezipodnikové srovnání i srovnání v čase,
- přesnost - uvedení přesných a detailních informací,
- včasnost - publikování reportu v přesných časových intervalech,
- srozumitelnost - publikování informací srozumitelným a přístupným způsobem,
- spolehlivost - použité procesy a informace lze blíže prozkoumat.

4.4 Trendy v CSR reportingu

V současnosti existují tři trendy v CSR reportování, které vyvolávají časté diskuse. Jedná se o možnost využití internetu při reportování, integrované reporty jako jedna z možných forem a v neposlední řadě ověřování reportů. Internet firmy využívají především ke zveřejňování svých CSR reportů, což zvyšuje dostupnost reportu a zároveň minimalizuje náklady na jeho šíření popř. získání. Mimo jiné zde firmy věnující se tématu společenské odpovědnosti vytváří sekce a podsekce, kde zájemcům a čtenářům zveřejňují aktuální informace. Firmy mohou využívat systém eXtensible Business Reporting Language, který automaticky zpracuje informace, jenž mají být součástí reportu, informace však musejí být nejprve opatřeny štítkem, aby s nimi mohl systém dále pracovat. Výhod tohoto systému si všimla společnost GRI a ve spolupráci s Deloitte Nizozemí vydala v roce 2012 GRI Taxonomii umožňující práci se CSR informacemi a jejich další zpracování a analýzy.⁹⁴

⁹³ GRI. G4: Sustainability Reporting Guidelines. Reporting Principles and Standard Disclosures. [online] 2013. [cit. 2015-08-09] s. 16 - 18. Dostupné na WWW: <<https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/GRI-G4-Part1-Reporting-Principles-and-Standard-Disclosures.pdf>>

⁹⁴ KAŠPAROVÁ, K. - KUNZ, V. *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*. Praha: Grada Publishing, 2013, s. 63 - 64.

Mezinárodní rada pro integrované reportování, v důsledku nejednotnosti reportů a s tím spojenou nemožností porovnání reportů, vytvořila Integrovaný reportingový rámec, v němž jsou uvedeny principy a prvky, které by měly být součástí integrovaného reportu, a tím by měly usnadnit rozhodování podniků o smysluplném a transparentním způsobu, jak informovat o vytváření hodnoty. Tento rámec obsahuje mimo již výše zmíněné, základní koncepty integrovaného reportování, včetně pokynů pro tvorbu a zveřejňování reportů.⁹⁵

Posledním trendem je ověření publikovaných informací v CSR reportu nezávislou třetí stranou. Ověření má formu prohlášení, které je součástí reportu. Využívá jej však necelá polovina firem.⁹⁶

Autoři Kašparová a Kunz se blíže věnují moderním trendům v oblasti společenské odpovědnosti firem, mezi tyto trendy řadí formování konceptu sdílených hodnot, work-life balance, corporate community involvement, společensky odpovědné investování.

S vytvořením konceptu sdílených hodnot jsou spojeni Michael E. Porter a Mark Kramer. Dle nich lze sdílenou hodnotu vytvořit redefinováním hodnotových řetězců, změnami ve vnímání produktů a služeb či zlepšováním místních podmínek. Společensky odpovědné aktivity, v rámci tohoto konceptu, jsou součástí podnikatelské strategie podniku s vazbou na jádro podnikání, což má v důsledku snadněji generovat zisky včetně identifikace vlivu na výkonnost a konkurenceschopnost firmy.⁹⁷

Work-life balance jsou takové pracovní podmínky, které se snaží umožnit zaměstnancům sladit jejich pracovní a osobní život. Řada autorů se ztotožňuje s názorem, že osobní život ovlivňuje pracovní výkon a naopak, tedy že pracovní podmínky ovlivňují osobní a rodinný život. Podpora vyváženosti pracovního a osobního života přináší zaměstnancům zkvalitnění podmínek výkonu práce, redukci stresu, vyšší spokojenost a zvýšení kvality osobního života. Naproti tomu firmám se dostává výhod v podobě udržení kvalitní pracovní síly, snížení

⁹⁵ KAŠPAROVÁ, K. - KUNZ, V. *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*. Praha: Grada Publishing, 2013, s. 64 - 65.

⁹⁶ KAŠPAROVÁ, K. - KUNZ, V. *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*. Praha: Grada Publishing, 2013, s. 65 - 66.

⁹⁷ KAŠPAROVÁ, K. - KUNZ, V. *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*. Praha: Grada Publishing, 2013, s. 73 - 75.

fluktuace, zvýšení motivace zaměstnanců, snížení nákladů, možnost získání a výběru kvalitních zaměstnanců.⁹⁸

Pojmem Corporate community involvement jsou míněny aktivity, jimiž se firmy zapojují do života bezprostředního okolí, v němž působí. Z pohledu veřejnosti se jedná o nejviditelnější část CSR. Mezi tyto aktivity se řadí finanční dary, sponzorské aktivity, firemní dobrovolnictví, partnerské programy či sponzoring. Díky těmto aktivitám se firmy stávají atraktivnějšími pro své zákazníky, investory, ale i talenty.⁹⁹

Termín společensky odpovědného investování byl jasně formulován až v roce 2006 jako součást Zásad odpovědnému investování OSN. Jedná se o přístup k investování, který při výběru, držení a uskutečňování investic zohledňuje aktuální normy a hodnoty vyznávané společnostmi. Dle vybraných norem a hodnot pak lze rozlišovat etické investování, zelené investování, společensky odpovědné investování, udržitelné a odpovědné investování či ESG investování (zahrnuje normy z oblasti environmentální, sociální a řízení a správy majetku). Postupem času se však název zobecnil pouze na odpovědné investování. Díky odpovědnému investování se firmy mohou vyhnout rizikům, která ovlivňují výnos z investice, a nejsou odhalitelná běžnou finanční analýzou. Dalším důvodem přijetí je také tlak Evropské unie na přijetí Zásad odpovědného chování, čímž chce EU odstranit krátkozrakost investorů a přimět je k rozhodování v dlouhodobějším horizontu. Firmy jsou mimo jiné pod tlakem svých stakeholderů, kteří předpokládají, že je chování firem podmíněno společenským normám.¹⁰⁰

4.5 Výhody CSR reportingu

Nejčastěji uváděným důvodem motivujícím firmy k CSR reportování je získání konkurenční výhody, a možností být tzv. o krok napřed, před svými konkurenty. Firmy tímto mohou získat lepší vyjednávací pozici spojenou se získáním nových investic, vstupu na nové trhy či získání výhodnějších smluvních podmínek. Jako další podstatnou výhodu mohou firmy vidět ve snížení budoucích nákladů, které mají podobu např. sankcí za nesplnění zákonných povinností vztahující se k ochraně životního prostředí. Firmy reportováním také zvyšují svou

⁹⁸ KAŠPAROVÁ, K. - KUNZ, V. *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*. Praha: Grada Publishing, 2013, s. 76 - 77.

⁹⁹ KAŠPAROVÁ, K. - KUNZ, V. *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*. Praha: Grada Publishing, 2013, s. 79 - 80.

¹⁰⁰ KAŠPAROVÁ, K. - KUNZ, V. *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*. Praha: Grada Publishing, 2013, s. 82 - 83.

důvěryhodnost u všech svých stakeholderů, působí tak více otevřeně, odpovědně a transparentně. Mezi pozitivní stránky reportingu se dále řadí možnost vylepšení interních procesů, firemních systémů a příznivý dopad na vizi a strategii firmy.¹⁰¹

4.6 Nevýhody CSR reportingu

Kritika reportů je nejčastěji spojena s greenwashingem, časovou a finanční náročností, nesrozumitelností a nejistým získáním výhod z reportingu. Společnost KPMG v jedné ze svých zpráv však uvádí, že dnešní využití moderních technologií greenwashingu zabraňuje, aby si firmy nedovolili prezentovat lživé informace, ze strachu rozšíření špatné pověsti mezi zainteresovanými stranami. KPMG dále souhlasí s výhradami ohledně finančních zdrojů a času, které tvorba reportu vyžaduje. Je však přesvědčena, že výhody, které firma CSR reportingem získá, převažují, a to především v delším časovém horizontu.¹⁰²

4.7 Shrnutí

Výsledky průzkumů hovoří jasně, počet reportů a reportujících firem stále přibývá. Je tedy zřejmé, že výhody, které reportování přináší, převyšují možné nevýhody. Nelze však zaručit, že reportováním firmy nějaké výhody získají. A právě tato nejistota, je jedním z důvodů, proč některé firmy s reportováním doposud nezačaly. Je však také nutné počítat s tím, že výhody se neprojeví ihned, ale až po určité době. Reportování o společenské odpovědnosti již není žádnou novinkou posledních let. Jedná se o téma, o které se zajímá čím dál více lidí. Doposud bylo zveřejněno nemalé množství názorů a vydáno nespočet publikací týkající se společenské odpovědnosti. Tyto publikace případně různé články mimo jiné obsahují zásady či doporučení, které mají zkvalitnit reportování o společenské odpovědnosti a sním spojené CSR reporty.

Předkládaný CSR report byl zpracován na základě vybraných zásad, principů a doporučení, které jsou součástí této kapitoly. K jeho sestavení byla využita metodika společnosti GRI. Předtím než bylo možné začít se zpracováním samotného reportu, bylo nutné prostudovat již zveřejněné CSR reporty jiných firem, k jejichž tvorbě byla také využita tato metodika a nabýt tak potřebnou inspiraci a zkušenosti, které lze z těchto reportů získat.

¹⁰¹ GRI. *The benefits of sustainability reporting* [online]. Nedatováno [cit. 2015-08-15]. Dostupné na WWW: <<https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/The-benefits-of-sustainability-reporting.pdf>>

¹⁰² KPMG. *The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2013*. [online] 2013. [cit. 2015-08-14] s. 10. Dostupné na WWW: <http://www.kpmg.com/Global/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/corporate-responsibility/Documents/kpmg-survey-of-corporate-responsibility-reporting-2013.pdf>

5 Společnost PATRIA Kobylí, a.s.¹⁰³

Společnost PATRIA Kobylí, a.s., vznikla v roce 1998. Avšak její původ se datuje již k roku 1941. V 60. letech došlo k růstu společnosti a v 70. letech již byla známa po celém území dnešní ČR. Po změně režimu v roce 1989 muselo dojít k majetkovému vypořádání s lidmi, kteří do podniku vložili jakýkoliv majetek. Jednalo se o rozsáhlý proces, který se nepodařilo ani po 10 letech úspěšně dokončit. Bylo tedy rozhodnuto o vzniku akciové společnosti, na kterou byl převeden všechn majetek původního Zemědělského družstva, jež poté zaniklo.

Sídlo společnosti se nachází na jižní Moravě v okrese Břeclav v obci Kobylí. Jedná se o českou společnost mající pouze jedno hlavní sídlo, nemá žádné další pobočky v jiných městech, vlastní pouze 2 prodejny, nabízející maso, masné výrobky a víno. Jedna prodejna se nachází přímo v sídle společnosti a druhá prodejna byla otevřena v říjnu 2015 v Hodoníně. V sídle společnosti se také nachází prodejna hospodářských potřeb.

Předmětem činnosti společnosti je především zemědělská výroba včetně prodeje zemědělských produktů, výroba plastových konstrukcí, hostinská činnost, řeznictví a uzenářství, silniční motorová doprava, truhlářství či zámečnictví aj. Vzhledem k rozsáhlému i rozdílnému předmětu činnosti je společnost rozdělena do následujících 5 divizí:

- zemědělská výroba - do této divize spadá chov zemědělských zvířat, ale i pěstování zemědělských plodin,
- vinařství a vinohradnictví, dále jen „divize vinohradnictví“ - divize se zabývá pěstováním vinné révy a prodejem lahvových vín,
- sadařství, dále jen „divize sady“ - jedná se o divizi, jejíž zisk je závislý na počasí a sezóně, předmětem její činnosti je pěstování ovocných stromů, včetně prodeje ovoce, divize působí jak na českém trhu, tak i na zahraničním,
- plastová výroba, dále jen „divize plasty“ - divize, která svou značnou část výroby prodává do zahraničí, vyrábí především bazény, čističky odpadních vod a další výrobky na zakázku (od nádob pro vinaře až po veliké mořící linky),
- masná výroba, stravování a služby - divize, která má na starosti závodní kuchyň, výrobu masných produktů a ubytování v místním penzionu.

¹⁰³ JIROUŠKOVÁ, Jitka. *Analýza personální práce*. Praha, 2013, s. 33 - 34.

PATRIA Kobylí, a.s., se specializuje především na český trh, ale je zde i divize, jejíž značná část výrobků je vyvážena do zahraničí, a to např. do Rakouska, Polska i Švédska. Touto divizí je plastová výroba, která vyrábí bazény, čističky odpadních vod, ale i menší výrobky na zakázku. Se zahraničím společnost spolupracuje již od konce 80. let, jmenovitě např. s tyrolskou firmou Unterweger a dalšími rakouskými firmami jako Katzenberger, Lauterbach či Pars. V roce 1992 vznikla značka „Vino z Kobylí“, které patří mezi nejznámější značky vína v ČR.

5.1 Základní informace o společnosti

Tabulka 4: Základní informace o společnosti

Název společnosti	PATRIA Kobylí, a.s.
Právní forma	akciová společnost
Sídlo	Kobylí 716, 691 10 Kobylí
IČ	25532359
Datum vzniku	23.6.1998
Předmět podnikání	zemědělská výroba; zednictví; hostinská činnost; opravy silničních vozidel; truhlářství, podlahářství; obráběčství; vodoinstalatérství; zámečnictví, nástrojářství; silniční motorová doprava – nákladní provozovaná vozidly nebo jízdními soupravami o největší povolené hmotnosti přesahující 3,5 tuny, jsou-li určeny k přepravě zvířat nebo věcí, - nákladní provozovaná vozidly nebo jízdními soupravami o největší povolené hmotnosti nepřesahující 3,5 tuny, jsou-li určeny k přepravě zvířat nebo věcí; opravy ostatních dopravních prostředků a pracovních strojů, činnost účetních poradců, vedení účetnictví, vedení daňové evidence; výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona; řeznictví, uzenářství; prodej kvasného lihu, konzumního lihu a lihovin; poskytování služeb v oblasti bezpečnosti a ochrany zdraví při práci
Základní kapitál	110 414 000 Kč

Na základním kapitálu se podílejí	HEIM Trade, SE, Brno 641 akcionářů
Statutární orgán společnosti	předseda představenstva: Ing. Ivo Dubš místopředseda představenstva: Ing. Josef Čačík členové představenstva: MUDr. Anna Hozová, Jitka Kadlecová, Ing. Roman Borovička
Kontrolní orgán	předseda dozorčí rady: Ing. Karel Máca členové dozorčí rady Libuše Štiková, Miroslav Tlach prokurista: Ing. Vavřinec Charvát

Zdroj: autorka dle dat z interní dokumentace společnosti

5.2 Zdůvodnění výběru PATRIA Kobyli, a.s.

Prvotním záměrem volby daného tématu bylo vytvořit report, kterým by byla splněna implementace směrnice EU týkající se právě CSR. Směrnice byla přijata Evropským parlamentem v dubnu 2014. Tato směrnice ukládá firmám, které mají více než 500 zaměstnanců, majetek alespoň 500 milionů korun, čistý obrat alespoň 1,5 mld korun, jejichž předmět podnikání spadá do veřejného zájmu a jsou obchodovatelné na burze, povinnost vytvářet CSR report, a to nejpozději od rozpočtového roku 2017. Cílem směrnice je přimět firmy ke zveřejňování nefinančních informací a posílit tak jejich transparentnost a odpovědnost. Firmy s takovýmto počtem zaměstnanců řadíme do kategorie velkých podniků. Za přednosti a pozitiva pro výběr firmy z této kategorie jsem považovala především dostupnost potřebných dat k vytvoření reportu, a předpoklad, že většina těchto firem již CSR aktivity praktikují. Ovšem největším problémem se stalo hledání firmy, která by splnila následující požadavky: spadá do kategorie velkých podniků, provádí některé ze CSR aktivit a zajímá se oblast CSR, má volnou kapacitu vyčleněnou na studentské práce a je ochotna poskytnout podklady k vytvoření reportu a spolupracovat na daném tématu diplomové práce. Po dlouhém, ale bezúspěšném hledání takové firmy, byl prvotní záměr přehodnocen a zvolen zcela jiný druh firmy. Novým cílem se tedy stalo najít takovou firmu, která bude spadat do kategorie malých a středních firem, což znamená, že se jí nebude týkat ani působnost nově zaváděné směrnice EU o CSR. Smyslem práce se tedy stalo vytvoření reportu i pro menší společnost, které může report přinést dodatečné výhody, jež byly zmíněny v teoretické části této práce. Riziko volby menší firmy spočívalo v malém počtu prováděných CSR aktivit, ale také v nedostupnosti některých podkladů a dat potřebných pro report. Mezi požadavky

na výběr firmy, z pochopitelných důvodů, zůstala ochota firmy k poskytnutí podkladů a zájem o tvorbu reportu.

Jako první společnost s nabídkou vytvoření CSR reportu byla, dle nových kritérií, oslovena společnost PATRIA Kobyly, a.s. S touto společností má autorka již pozitivní osobní zkušenost, a to při spolupráci na jiných studentských pracích, ale také v oblasti pracovních vztahů. Nabídka na vytvoření reportu byla společností přijata. Vzhledem ke znalosti firmy a ochotě vedení společnosti směřovat firmu kupředu, lze předpokládat, že report bude opravdovým přínosem.

5.3 Současná situace společnosti v oblasti CSR

Následující kapitoly jsou věnovány identifikaci a popisu aktivit, kterými se společnost v oblasti CSR zabývá. Získané informace pocházejí především z rozhovorů s ředitelem firmy, jím poskytnutých interních materiálů a také z veřejně dostupných zdrojů jako je např. výroční zpráva společnosti. Rozdělení kapitol a aktivit odpovídá třem oblastem působení CSR tedy ekonomickému, sociálnímu a environmentálnímu pilíři.

Společnost PATRIA Kobyly, a. s. nemá v současnosti vypracovanou žádnou CSR strategii ani stanoveny konkrétní cíle, kterých chce v této oblasti dosáhnout. Osobou odpovědnou za společenskou odpovědnost je primárně ředitel společnosti, ale také vedoucí divizí, kteří jsou zodpovědní za dění v jednotlivých divizích.

5.3.1 Ekonomický pilíř

Vzhledem k předmětu činnosti společnosti je jasné, že zisk firmy je značně ovlivněn klimatickými podmínkami. Suchá období nijak neprospívají rostlinné výrobě, stromům v sadech ani keřům vinné révy ve vinohradech, nepříznivě působí i delší období dešťů, kdy naopak plodiny nemají dostatek slunečního světla. Klimatické podmínky ovlivňují také živočišnou výrobu, letní vysoké teploty v delším časovém úseku značně ovlivňují dojivost krav a kvalitu vyprodukovaného mléka.

Nejúspěšnější a tedy nejziskovější divizí jsou plastové konstrukce. Z celkového výsledku hospodaření před zdaněním, který byl v předchozím roce 7 366 000 Kč, se divize plastů na tomto výsledku podílela částkou 7 189 000 Kč. Zde doposud nebyl vysledován žádný vliv

počasí ani změn klimatu na objem výroby a prodeje. Tato divize je však značně ovlivněna vývojem ceny ropy a kurzem eura.

Zisk společnosti je do značné míry ovlivněn také schopností obchodních zástupců, a vedoucích divizí, zajistit odbyt. Obchodní zástupci společnosti zajišťují prodej lahvových vín a bazénů. U ostatních výrobků a služeb mají na starosti zajištění zakázek a hledání odběratelů vedoucí divizí. Ceny výrobků a služeb jsou značně ovlivněny cenami konkurence, cenami materiálu, ale i lobbingem velkým firem a legislativou ČR či EU, jako např. v případě mléka a mléčných výrobků. Objem prodeje plastových výrobků je ovlivněn také kvalitou materiálu a konstrukcí. Je zřejmé, že vysoká kvalita, na které si firma v případě těchto výrobků zakládá, je úzce spjata s vyšší cenou výrobků. To je hlavním důvodem, proč jsou plastové konstrukce vyváženy především do zahraničí a odbyt v tuzemsku je velmi nízký.

Společnost získává velkou část finančních prostředků formou dotací EU, ale i různých příspěvků přímo ze státního rozpočtu. Předpokládaná výše dotací v roce 2014 činila více než 21 mil. Kč, což je přibližně 10 % z celkových výnosů za toto období. Největší položku dotací tvoří SAPS tzv. jednotná platba na plochu. Jedná se o finanční podporu zemědělců, kteří obhospodařují minimálně 1 hektar zemědělské půdy. Velká část dotací slouží k podpoře ekologického zemědělství v sadech a obnově vinic.

Společnost si je vědoma silné konkurence téměř ve všech odvětvích, ve kterých podniká, a proto se snaží, co možná největší část finančních prostředků každoročně investovat a tím zvýšit svou konkurenceschopnost na trhu, a to zlepšováním kvality výrobků i služeb a podporou vědy a výzkumu. Předchozí rok je spojen především s investicemi na nákup a výkup pozemků, investicemi do dopravních prostředků, traktoru a dalších strojů a zařízení. Úspěšně se také vydařila modernizace kravína, oprava sklepa a výměna kvasných nádrží. Společnost se také účastnila výzkumů pod taktovkou Technologické agentury ČR. Finančně se podílela na aplikovaném výzkumu projektu Technologie ochrany ovoce pro systémy bezreziduální a ekologické produkce a také na projektu Plasma, který se zabývá výzkumem speciálních ochranných nátěrů plastových konstrukcí.

Vztahy s významnými odběrateli a dodavateli jsou založeny na osobní a pravidelné komunikaci. Výsledky spokojenosti nejsou nijak monitorovány ani statisticky zaznamenávány. Přesto lze spokojenost vysledovat z dlouhodobé spolupráce. Každý problém

je řešen individuálně společně s vedením společnosti. V souvislosti s udržením spokojenosti zákazníků si v roce 2007 nechala společnost certifikovat systém managementu kvality v divizi plastové výroby, která splnila požadavky normy ČSN EN ISO 9001:2009.

Významným klientů jsou poskytovány výhody např. v podobě splatnosti faktur po kompletní dodávce příp. montáži. Splatnost faktur je obvykle 30 dní. Co se týče ČOV (čističky odpadních vod), jejichž výroba je finančně náročná, a je tedy požadována záloha ve výši 30 % na nákup materiálu. Stejně jako společnost očekává uhrazení všech faktur do konce doby splatnosti i ona se snaží dostát svým závazkům a všem dodavatelům hradit včas. Bohužel častým problémem je vymáhání pohledávek. Pohledávky jsou vyhodnocovány každý týden vedením společnosti, hlavní ekonom společnosti se vždy snaží s klienty dohodnout úhradu těchto pohledávek po telefonu, ovšem obvykle jsou tyto spory nakonec řešeny právní cestou.

5.3.2 Sociální pilíř

Vzhledem k sezónním pracím a tedy kolísavé vytíženosti zaměstnanců, se jejich počet v průběhu roku často mění. V průměru ve společnosti pracuje přibližně 160 stálých zaměstnanců, z toho 15 jsou řídicí zaměstnanci. V hlavní sezóně je nabíráno zhruba dalších 60 lidí. Divize plastové výroby takto nabírá kolem 6 osob na období 3 měsíců, divize ovocnářství zaměstná po dobu 1 měsíce (obvykle červenec) dalších 40 osob a divize vinohradnictví a vinařství navyšuje počet zaměstnanců několikrát v průběhu roku přibližně o 15 lidí. Na tyto sezónní práce v sadech i vinohradech jsou zaměstnáváni jak mladí brigádníci, tak osoby v důchodovém věku. Společnost v této oblasti využívá výhradně dohody o provedení práce. V zimním období, kdy není tolik zakázek a práce, odchází část stálých zaměstnanců divize vinohradnictví na úřad práce a na jaře se vrací zpět do společnosti. Tito zaměstnanci mají pracovní smlouvy uzavřeny vždy na dobu určitou. Celkově ve společnosti pracuje zhruba 15 % zaměstnanců, kteří mají pracovní smlouvu na dobu určitou, ostatní zaměstnanci mají smlouvy uzavřeny na dobu neurčitou. Společnost se snaží zaměstnávat také osoby se zdravotním postižením, v současné době zde pracují 2 osoby, ovšem do budoucna má vedení firmy v plánu toto číslo zvýšit.

Na začátku roku 2015 došlo ke změně na postu ředitele společnosti, s čímž byly spojeny i další změny ve vedení. Celkově došlo ke změnám zhruba na 10 pracovních pozicích. Lze tedy konstatovat, že fluktuace dosahuje v roce 2015 přibližně 5 %, oproti ostatním rokům

se jedná o poměrně vysoké číslo, jelikož je společnost charakterizována svým zkušeným a stabilním týmem zaměstnanců, kteří zde často pracují více než 10 let.

Pracovní doba zaměstnanců je stanovena od 6:30 do 15:00. Z charakteru jednotlivých divizí je však zřejmé, že je pracovní doba přizpůsobena ročním obdobím. Zaměstnanci, kteří pracují převážně venku, zůstávají při deštivém počasí doma a naopak pracují o víkendu, pakliže to počasí dovolí a je nutné provést nějaké úkoly. Po dohodě s vedoucím dané divize a ředitelem společnosti je v ojedinělých případech umožněna práce z domu. Většina pracovních pozic a pracovních náplní však tuto formu práce neumožňuje.

V oblasti vzdělávání a rozvoje zaměstnanců zajišťuje společnost všechna povinná školení jako školení o BOZP, školení první pomoci, požární ochrany či školení řidičů referenčních vozidel. Dále dle pracovní pozice jsou zaměstnanci školeni o ochranných pomůckách, o chemických látkách, o obsluze motorových řetězových pil a křovinořezů, o bezpečnosti práce ve výškách, na žebřících. Administrativní pracovníci se naopak školí v novinkách týkajících se mezd, daní aj. Aktuálně se řeší možnost spolupráce s úřadem práce na vzdělávání zaměstnanců v oblasti cizích jazyků. Společnost většinu těchto školení zajišťuje formou outsourcingu, některá školení vedou i vedoucí divizí. Všechny tyto kurzy a školení hradí přímo společnost, stejně tak jako vstupní a pravidelné zdravotní prohlídky zaměstnanců.

Zaměstnancům jsou poskytovány benefity v podobě příspěvků na důchodové pojištění, příspěvků na stravování či nápojů na pracovišti. Vedoucí zaměstnanci i obchodní zástupci mají k dispozici služební mobilní telefon, služební automobil, notebook či tablet. Společnost se ve vlastním zájmu snaží podpořit závodní stravování. V roce 2014 měla společnost ve fondu kulturních a sociálních služeb (FKSP) částku 340 000 Kč, která byla zcela využita na příspěvky na stravování.

Setkání všech zaměstnanců probíhá vždy v lednu při příležitosti povinného školení zaměstnanců o BOZP a požární ochraně. Toto setkání je využito k informování zaměstnanců o podstatných nadcházejících událostech či změnách a také k vyhodnocení přechozího roku. Podrobnější vyhodnocení výsledků předchozího roku či různá společenská setkání jsou v jednotlivých divizích rozdílná a plně v kompetenci vedoucích divizí.

PATRIA Kobylí, a.s. spolupracuje se středními i vysokými školami. Spolupráce je navázána se SOU Kyjov, SOU Hustopeče, VUT Brno, Technickou univerzitou v Liberci i Masarykovo univerzitou v Brně. Studentům SOU je nabízena praxe v oboru instalatér a elektrikář. Spolupráce s VŠ je využívána především v oblasti vývoje a výzkumu nových technologií a jejich zařazení do výroby. Společnost mmj. podporuje studenty při psaní seminárních, bakalářských či diplomových prací.

Co se týče vztahů společnosti ke svému okolí je prioritou udržení dobrých vztahů, a to především s pronajímateli pozemků a představiteli okolních obcí, vzhledem k vlivu společnosti na krajinu a katastr těchto obcí. PATRIA Kobylí, a.s. se samozřejmě snaží o udržení dobrých vztahů a pozitivní image u obyvatel obce Kobylí, jelikož právě oni tvoří 2/3 všech zaměstnanců společnosti a jsou častými zákazníky místní prodejny masa a prodejny hospodářských potřeb. Externí aktivity spadající do sociální oblasti se týkají většinou podpory náhodných projektů, jež často nijak nesouvisí s předmětem činnosti společnosti. PATRIA Kobylí, a.s. v minulosti podpořila projekty společnosti DUHA, projekty obce Kobylí jako různé společenské akce či výstavbu místní cyklostezky, fotbalový i tenisový klub v Kobylí, cyklistické Putování krajem André, či účastnice Miss Víno. Většina projektů je podpořena formou věcný darů. Společnost dále poskytuje zdarma poradenství pro místní vinaře, ohledně otázek týkajících se pěstování vinné révy. Zajímavým projektem byla pomoc ZŠ Kobylí při výstavbě vlastní malé vinice, kdy byl ZŠ poskytnut veškerý potřebný materiál. Nejvýznamnější spolupráce a podpora byla navázána s HC Kometa Brno, kdy společnost PATRIA Kobylí, a.s. nechala vyrobit limitovanou edici lahvového vína s názvem Kometa Cuvée. Část z prodejní ceny těchto vín, je věnována právě HC Kometa Brno jako sponzorský dar výměnou za odvíšlanou reklamu společnosti během hokejových zápasů.

Společnost se nezajímá pouze o ochranu zdraví a bezpečí zaměstnanců, ale také svých zákazníků. Za zmínku tak rozhodně stojí získání certifikátu systému managementu bezpečnosti potravin (HACCP) v roce 2013. Tento certifikát byl získán v rámci divize masné výroby a potvrzuje tak funkčnost a efektivitu zavedeného systému HACCP.

5.3.3 Environmentální pilíř

V rámci environmentální oblasti vykonává společnost celou řadu činností, které jsou buďto stanoveny přímo legislativou nebo jsou dobrovolné. Osoba, jež se zabývá sledováním, vyhodnocováním a vytvářením těchto činností je sám ředitel společnosti, popř. osoby jím určené na splnění konkrétního úkolu. Nové vedení společnosti je do budoucna nakloněno zvýšení počtu činností v oblasti ochrany životního prostředí i systematizaci sledování jejího dopadu na životní prostředí.

V zájmu úspory nákladů na vytápění je v plánu zateplení budov, které má navázat na výměnu oken, která v minulých letech proběhla. Ze stejného důvodu došlo v roce 2012 k vybudování nové centrální kotelny a rozvodů topení. Společnost v současnosti vlastní 3 fotovoltaické elektrárny o výkonu 30 kW, které jsou umístěny na střeše budovy divize plasty, přilehlém skladu a střeše sklepa. Díky těmto elektrárnám získala společnost v minulosti tzv. zelený bonus.

Zájem o ekologizaci životního prostředí lze taktéž demonstrovat na vybudování splaškové kanalizace v celém areálu společnosti a napojení na ČOV v Kobylí v roce 2009, tedy ve stejném roce kdy byla ČOV vybudována.

Společnost mimo jiné spolupracuje na projektu EKOWIN, jedná se o tzv. systém integrované produkce, díky kterému dochází k minimalizaci herbicidů, insekticidů a fungicidů ve vinohradech. Důsledkem jsou nemalé investice do osetí meziřadí vinogradů bylinnými směsmi. V roce 2013 získala divize sady certifikaci k přechodu do systému kontrolovaného ekologického zemědělství a může tak část výrobků označovat značkou BIO-Produkt.

Šetření kancelářským papírem, elektrickou energií ani vodou není v současnosti nijak sledováno ani regulováno. Této problematice však bude v budoucnu věnováno více pozornosti. Dle vyhlášky č. 383/2001 Sb. společnost jedenkrát ročně předkládá Hlášení o produkci a nakládání s odpady, tudíž jsou k dispozici přesná data sloužící k ročnímu hodnocení. Odpady jsou odváženy přímo na skládky popř. ke speciálním firmám, které se zabývají likvidací např. olejů či baterií. Společnost uchovává všechna potvrzení vydaná těmito firmami o převzetí odpadů. V areálu společnosti se nachází nádoby na tříděný

odpad - papír, elektrozařízení, železo, TKO, PET, PP, PE a zářivky. PP a PE odpad je odprodáván firmám, které jej dále zpracovávají.

Doposud nedošlo k žádné ekologické havárii, která by byla se jménem společnosti spojována. Stejně tak se společnost nepotýkala s problémy či sankcemi plynoucími z legislativy, která environmentální oblast upravuje. K ekologické havárii však může dojít hned v několika případech: při převozu jedovatých látek, při provozu auta zajišťující postřik vinohradu či v případě polního hnojiště. Společnost však v minulosti přijala veškerá opatření, aby těmto haváriím předcházela.

5.4 Shrnutí

Pátá kapitola byla věnována představení společnosti PATRIA Kobyly, a.s, zdůvodnění jejího výběru, ale především identifikaci a bližšímu popisu společensky odpovědných aktivit, které společnost v oblasti CSR vykonává. Dle uvedených aktivit lze vybranou společnost považovat za společensky odpovědnou.

V rámci ekonomického pilíře, získala divize plastových konstrukcí certifikát ČSN EN ISO 9001:2009, za svou činnost v oblasti managementu kvality. Stejně tak stojí za zmínku značná výše investic, které společnost vynakládá do svého provozu, ale i do výzkumných projektů.

I přesto, že PATRIA Kobyly, a.s. zaměstnává zdravotně postižené osoby, osoby v důchodovém věku i osoby spadající do kategorie národnostních menšin, poskytuje část svých výrobků dalším subjektům jako jednu z forem sponzoringu či věnuje určitou finanční částku hokejovému klubu HC Kometa Brno, sociální oblast lze hodnotit jako nejméně propracovanou, a to především s ohledem na značné mezery v poskytování benefitů svým zaměstnancům. Svou činnost v oblasti ochrany a zdraví zákazníků si společnost nechala certifikovat v rámci systému HACCP.

Nejvíce CSR aktivit vykonává společnost v oblasti environmentální. Velice významná je certifikace vypěstované bio produkce, umístění fotovoltaických elektráren, vybudování splaškové kanalizace v celém areálu a spolupráce na projektu EKOWIN. Kladně lze také hodnotit systém nakládání s odpady včetně jejich evidence či umístění nádob na tříděný odpad.

6 Příprava reportu

V období přípravy reportu bylo možné, k jeho tvorbě využít starší, ale stále platné směrnice G3 či G3.1 popř. zvolit nejnovější směrnici G4. Rok 2015 se nachází v tzv. přechodném období, blíže k tomuto termínu viz strana 30. Vzhledem k tomu, že reporty vytvořené po 31.12.2015 mají být sestaveny již podle G4, rozhodla se autorka pro tvorbu právě dle této směrnice, což v současnosti doporučuje i sama organizace GRI. Společnost PATRIA Kobyly, a.s. se tak může stát jednou z prvních firem v České republice, která bude mít report o společenské odpovědnosti vytvořen právě dle nejaktuálnější verze reportingové směrnice GRI.

6.1 Záměr

Jak již bylo zmíněno v popisu ekonomického pilíře, většina příjmů společnosti je tvořena zahraničními klienty. Cílem reportu je tedy předně informovat potencionální zákazníky z tuzemska o činnosti společnosti a o společensky odpovědných aktivitách, které společnost v rámci CSR vykonává. S tím jsou také spojeny cíle jako zvýšení věrohodnosti u svých stálých i potencionálních zákazníků, zviditelnění se na trhu a v neposlední řadě zvýšení konkurenceschopnosti. Jako klíčové zainteresované strany společnosti byli identifikováni právě zákazníci, a dále zaměstnanci, dodavatelé, akcionáři a majitelé pozemků, kteří svou půdu společnosti pronajímají. Důvodů, proč je report určen zákazníkům, je několik. PATRIA Kobyly, a.s. je společností s méně než 200 zaměstnanci, kteří jsou o činnosti společnosti dobře informováni, základem této informovanosti jsou předně dobré vztahy a osobní kontakt mezi všemi zaměstnanci a vedením. Co se týče skupiny dodavatelů, zakládá si společnost především na dlouhodobé spolupráci se svými stálými a klíčovými dodavateli, kterých je minimum. Po konzultaci s vedením bylo tedy rozhodnuto, že jejich vzájemná spolupráce není postavena na kvalitě a množství vykonávaných CSR aktivit a není tedy nutné, aby byl report určen právě dodavatelům. Stejně je to i v případě majitelů pozemků. Velice zásadní zainteresovanou stranou společnosti jsou akcionáři. Tyto stakeholdery však zajímají především finanční data o hospodaření a je jim tedy určena výroční zpráva, kde jsou všechny potřebné informace dopodrobna uvedeny. Z těchto důvodů bylo rozhodnuto o tom, že report bude určen právě zákazníkům společnosti.

6.2 Typ reportu

Jak již bylo uvedeno v předchozí kapitole, výroční zpráva společnosti obsahuje převážně tvrdá data o finančním hospodaření, která jsou určena akcionářům. Jednou z možností bylo propojit CSR report s výroční zprávou a získat tak jednu ucelenou zprávu poskytující kompletní informace o společnosti. Druhou z možností bylo vytvořit CSR report separovaně od výroční zprávy a ponechat ji beze změny. Vzhledem k informacím a údajům, které mají být poskytnuty zákazníkům prostřednictvím samotného CSR reportu nebyl shledán žádný důvod k tvorbě integrovaného reportu a tedy spojení informací pro akcionáře a zákazníky do jedné zprávy. Vytvoření dvou různých zpráv bylo shledáno jako vhodné řešení k poskytnutí rozdílných informací dvěma stakeholderům společnosti.

6.3 Volba aplikační úrovně, hledisek a indikátorů

Report o společenské odpovědnosti dle směrnice GRI G4 může být sestaven ve dvou aplikačních úrovních. Jak již bylo zmíněno v teoretické části této práce, jsou tyto úrovně označovány jako „Core“ a „Comprehensive.“ Základním rozdílem je množství indikátorů z oblastí strategie, corporate governance a etiky a integrity, které musí být dle těchto úrovní v reportu uvedeny. „Core“ je základní úroveň a „Comprehensive“ je úroveň rozšířená o tyto indikátory. Organizace GRI zdůrazňuje, že výběr aplikační úrovně nemá vliv na kvalitu reportu a záleží tedy pouze na každé firmě, kterou úroveň zvolí, a to dle dostupných dat, jež jsou potřebná ke splnění jednotlivých indikátorů. Právě vzhledem k nedostupnosti některých dat a informací, které jsou potřebné k reportování na úrovni „Comprehensive“ byla pro společnost PATRIA Kobyli, a.s. zvolena aplikační úroveň „Core.“

Novinkou v G4 je také rozdělení indikátorů do dvou kategorií, a to obecné standardní indikátory a specifické standardní indikátory. V CSR zprávě musí být reportováno o všech obecných standardních indikátorech, které jsou již ve zvolené úrovni definovány. Na rozdíl od těchto obecných indikátorů, záleží volba specifických indikátorů na konkrétní společnosti. Organizace GRI doporučuje, aby součástí reportu byly pouze ty specifické indikátory, které jsou pro danou společnost a její stakeholdery významné. Z výše uvedeného jasně vyplývá, že obecné indikátory jsou již pevně stanoveny, ovšem je zapotřebí rozhodnout o volbě specifických indikátorů, o nichž bude reportováno. Tyto specifické indikátory byly vybrány na základě níže uvedené tabulky, která byla předložena vedení společnosti PATRIA Kobyli, a.s.

Tabulka 5: Kategorie a hlediska v rámci G4

KATEGORIE	EKONOMICKÁ		ENVIRONMENTÁLNÍ	
HLEDISKO	<ul style="list-style-type: none"> • Ekonomické výsledky • Přítomnost na trhu • Nepřímé ekonomické dopady a vlivy • Postupy při zadávání zakázek 		<ul style="list-style-type: none"> • Materiály • Energie • Voda • Biodiverzita • Emise • Odpadní vody a odpady • Produkty a služby • Dodržování předpisů na ochranu životního prostředí • Doprava • Celkové náklady a investice • Hodnocení dodavatelů vzhledem k vlivu na životní prostředí • Environmentální stížnosti 	
KATEGORIE	SOCIÁLNÍ			
PODKATEGORIE	PRACOVNÍ POSTUPY A DŮSTOJNÉ PRACOVNÍ PODMÍNKY	LIDSKÁ PRÁVA	SPOLEČNOST	ODPOVĚDNOST ZA PRODUKTY
HLEDISKO	<ul style="list-style-type: none"> • Zaměstnávání • Vztahy mezi zaměstnanci a managementem • Bezpečnost a ochrana zdraví na pracovišti • Školení a vzdělávání • Diverzita a rovné příležitosti • Rovné odměňování žen a mužů • Hodnocení dodavatelů vzhledem k pracovněprávním postupům • Stížnosti na pracovněprávní postupy 	<ul style="list-style-type: none"> • Investice • Nediskriminování • Svoboda sdružování a kolektivního vyjednávání • Dětská práce • Nucené nebo povinné práce • Bezpečnostní postupy • Práva původních etnik • Hodnocení činností s dopadem na lidská práva • Hodnocení dodavatelů vzhledem k dodržování lidských práv • Stížnosti na porušení lidských práv 	<ul style="list-style-type: none"> • Místní komunity • Protikorupční politika • Veřejná politika • Protikonkurenční chování • Dodržování zákonných norem • Hodnocení dodavatelů vzhledem k dopadům na společnost • Stížnosti na dopady na společnost 	<ul style="list-style-type: none"> • Zdraví a bezpečnost zákazníků • Označení výrobků a služeb • Marketingová komunikace • Soukromí zákazníků • Dodržování právních předpisů

Zdroj: vlastní překlad z: GRI. G4: *Sustainability Reporting Guidelines. Reporting Principles and Standard Disclosures*. [online] 2013. [cit. 2015-09-25] s. 9. Dostupné na WWW: <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/GRIG4-Part1-Reporting-Principles-and-Standard-Disclosures.pdf>

Výběr hledisek doprovázel samozřejmě i výběr indikátorů, o nichž by mohlo být v rámci daného hlediska reportováno. Dle metodiky GRI totiž není možné označit některé hledisko jako významné, aniž by následně nebylo reportováno alespoň o jednom z indikátorů, který spadá pod toto hledisko. S výběrem indikátorů však bylo spojeno jedno omezení. Bylo nutné nejprve zjistit, zda má společnost k dispozici data a údaje, která musí pod tímto indikátorem

uvedena. Na základě konzultací a rozhovorů bylo rozhodnuto o výběru následujících významných hledisek:

- ekonomické výsledky,
- nepřímé ekonomické dopady a vlivy,
- energie,
- biodiverzita,
- odpadní vody a odpady,
- produkty a služby,
- dodržování předpisů na ochranu životního prostředí (kategorie environmentální),
- zaměstnávání,
- vztahy mezi zaměstnanci a managementem,
- školení a vzdělávání,
- diverzita a rovné příležitosti,
- zdraví a bezpečnost zákazníků,
- soukromí zákazníků,
- dodržování právních předpisů (kategorie sociální).

6.4 Uveřejnění reportu

Stejně tak jako je výroční zpráva zveřejňována na internetových stránkách společnosti, je žádoucí, po plánované rekonstrukci těchto stránek, která bude probíhat v následujícím roce, vytvořit zde samostatnou sekci věnovanou CSR aktivitám společnosti a umístit do této sekce finální podobu CSR reportu. Dle poskytnutých informací jsou právě tyto internetové stránky místem, kde PATRIA Kobyly, a.s. získává své zákazníky a tudíž zde bude report pro zákazníky dostupný a dobře viditelný.

6.5 Shrnutí

K sestavení reportu o společenské odpovědnosti společnosti PATRIA Kobyly, a.s. byla zvolena nejaktuálnější verze reportingového rámce GRI, a to G4. Výhodou je především možnost využití obsahu reportu i v následujících letech. Dále bylo rozhodnuto o separaci výroční zprávy a CSR zprávy, a vytvoření tak dvou zcela odlišných dokumentů, které poskytují bližší informace zvoleným stakeholderům. CSR zpráva je vytvářena s cílem zviditelnit společnost na trhu a tím zvýšit počet tuzemských klientů. Z těchto důvodů je report

určen právě potencionálním a stávajícím zákazníkům společnosti. Vzhledem k množství dat a informací, které má společnost v oblasti CSR k dispozici, byla k tvorbě reportu zvolena základní aplikační úroveň „Core.“ Při přípravě reportu také probíhal výběr jednotlivých významných hledisek a indikátorů, jež budou jeho součástí. Společnosti bylo doporučeno umístit CSR zprávu na nově připravované internetové stránky, kde bude zpráva viditelná a přístupná široké veřejnosti.

7 CSR report společnosti PATRIA Kobylí, a.s.



Obsah reportu

ÚVODNÍ SLOVO.....	58
O NÁS.....	59
O REPORTU	60
NAŠE ČÍSLA.....	61
NAŠE SPOLEČNOST.....	62
NAŠE PRODUKTY.....	69
NAŠE EKONOMIKA	70
LIDÉ	75
NAŠE PODPORA	81
ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ.....	82
NAŠE CÍLE	87
PÁR SLOV NA ZÁVĚR	88
OBSAHOVÝ REJSTŘÍK GRI	89



Úvodní slovo

Vážené dámy, vážení pánové, kolegové,

jmenuji se Vavřinec Charvát, začátkem roku 2015 jsem byl pověřený představenstvem společnosti PATRIA Kobyly, a. s. vykonávat správu a řízení společnosti jako prokurista a ředitel. Jsem velice rád, že Vám mohu představit historicky první report o společenské odpovědnosti této společnosti.

Společnost část pozemků obhospodařuje v systému ekologického zemědělství a převážnou část výměry v systému integrované produkce. Význam tohoto je nejen ekonomický, vzhledem k získávaným dodacím, ale prezentujeme tak i svou snahu společnosti zachovat zdravé prostředí a životní podmínky pro další generace. Snažíme se minimalizovat používání razantních chemických prostředků, omezujeme tak hnojení umělými hnojivy a využíváme vlastní přírodní hnojiva, což je důvodem, proč jsme jedna z mála zemědělských společností, která si nechala živočišnou výrobu, ne zcela ekonomicky zajímavou.

Společnost obhospodařuje asi 1100 ha zemědělské půdy. Je největším uživatelem pozemků v katastru obce Kobyly. Historicky se nestalo, že by se k pozemkům stavěla nehospodárně, naopak se snaží každou píď země obdělávat. Část pozemků vlastní, ale většinu pozemku má propachtovanou od mnoho vlastníků. Smluvně se v pachtovních smlouvách zavazujeme, že se o pozemky budeme starat v péči řádného hospodáře, a toto ustanovení také dodržujeme. Naším cílem je oslovit zákazníka kvalitou nabízených výrobků a služeb. Věříme, že naší nejlepší reklamou jsou kvalitní výrobky a spokojení zákazníci.

Závěrem bych chtěl vyslovit moje motto v řízení velké společnosti: „Chovat se zodpovědně.“

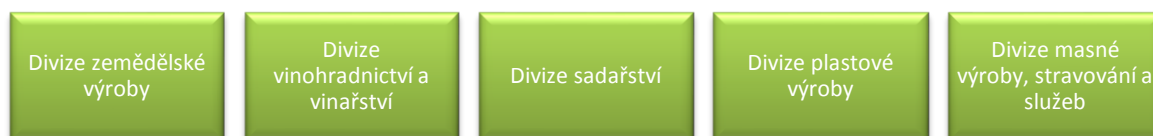
Ing. Vavřinec Charvát

prokurista a ředitel společnosti



O nás

Společnost PATRIA Kobylí, a.s. vznikla 23.6.1998, ovšem samotný původ sahá až do roku 1941. Naše společnost patří mezi nejvýznamnější pěstitele ovoce v České republice a jako jediná ve svém okolí se zabývá chovem skotu a prasat. Dále se zabýváme pěstováním zemědělských plodin, pěstováním vinné révy, prodejem vín a zpracováním plastických hmot do širokého spektra výrobků. Také nabízíme možnost ubytování v našem místním penzionu. Vzhledem k našemu širokému spektru předmětu činnosti je společnost rozdělena do 5 divizí, sdružující související činnosti. Těmito divizemi jsou:



Bližší přehled a popis našich výrobků a poskytovaných služeb naleznete na následujících stranách tohoto reportu.

Základní údaje

Název společnosti	PATRIA Kobylí, a.s.
Právní forma	akciová společnost
Sídlo	Kobylí 710, 691 10 Kobylí
IČO	25532359
Základní kapitál	110 414 000 Kč
Majetková struktura	HEIM Trade, SE, Brno + 641 akcionářů



O reportu

Náš první report o společenské odpovědnosti je věnován všem stakeholderům společnosti, ale předně našim zákazníkům. Obsahuje údaje převážně z roku 2014, ale také významné informace, které se pojí s předchozími lety či aktuálním rokem 2015. Máme veliký zájem na tom, aby k nám přicházeli stále noví zákazníci, kteří se budou, díky kvalitě našich výrobků a služeb, opakovaně vracet. Samozřejmě nám záleží na našich věrných zákaznících, kterým se nažime tímto reportem poskytnout bližší informace o fungování společnosti a jejím přístupu ke společenské odpovědnosti.

Tento report byl sestaven dle mezinárodní směrnice GRI v souladu s nejnovější generací Pokynů G4. K reportování byla zvolena základní aplikační úroveň „Core,“ jež zohledňuje množství informací a dat z oblasti společenské odpovědnosti, které má společnost k dispozici a jsou tedy součástí tohoto reportu.

Naším cílem je report aktualizovat ve dvouletém časovém horizontu a pevně věříme, že s každým dalším reportem vám poskytneme více relevantních informací a dat o našem působení v oblasti společenské odpovědnosti. Do budoucna plánujeme zvýšit věrohodnost tohoto reportu, a to ověřením publikovaných informací nezávislou třetí stranou.

Klíčová hlediska v rámci G4

Ekonomický pilíř	ekonomické výsledky (důležité uvnitř společnosti), nepřímé ekonomické dopady a vlivy (důležité uvnitř i vně společnosti)
Sociální pilíř	
Pracovní postupy a důstojné pracovní podmínky	zaměstnávání, vztahy mezi zaměstnanci a managementem, školení a vzdělávání, diverzita a rovné příležitosti - důležité uvnitř i vně společnosti
Odpovědnost za produkty	zdraví a bezpečnost zákazníků, soukromí zákazníků, dodržování právních předpisů (kategorie sociální) - důležité uvnitř i vně společnosti
Environmentální pilíř	energie, biodiverzita, odpadní vody a odpady, produkty a služby, dodržování předpisů na ochranu životního prostředí - důležité uvnitř i vně společnosti



Naše čísla

1998 rok vzniku společnosti, původ již od roku 1941

5 659 000 korun je náš čistý zisk za rok 2014

160 je průměrný počet našich zaměstnanců

58 je počet zaměstnaných žen ve společnosti

44,5 roku je průměrný věk zaměstnanců

107 osob vyučeno

38 osob se SŠ vzděláním

11 osob s VŠ vzděláním

21 188 korun je průměrná mzda našich zaměstnanců

725 420 je počet vyrobených litrů vína

632,2 je počet tun sklizených hroznů

197 je počet vyrobených ČOV

140 je počet vyrobených bazénů

84 006 kg produkce hovězího masa

258 155 kg produkce vepřového masa

1 187,01 ha zemědělské půdy bylo obhospodařeno



Naše společnost

Sídlo

Jediné sídlo naší společnosti naleznete v krásné vinařské vesničce Kobylí, která se nachází v Jihomoravském kraji, okres Břeclav.

Naším zákazníkům jsou také k dispozici 2 prodejny masa, masných výrobků a vína, jedna

z nich je umístěna v místě sídla společnosti a druhá byla otevřena v říjnu 2015 v Hodoníně.

Dále vlastníme prodejnu hospodářských potřeb, kterou taktéž naleznete v areálu společnosti v Kobylí.



Dceřiné společnosti

V důsledku legislativních změn, které se odehrály v roce 2014, bylo rozhodnuto o vytvoření dvou společností s ručením omezeným, jejichž výhradním vlastníkem je právě PATRIA Kobyly, a.s. Jedná se o společnosti PATRIA BIO s.r.o., pod kterou spadá část ovocných sadů obhospodařovaných v režimu ekologického zemědělství a TRINOM, spol. s.r.o, která má nyní ve vlastnictví 3 fotovoltaické elektrárny umístěné na budovách PATRIA Kobyly, a.s. Informace a údaje, které obsaženy v předkládaném reportu se týkají jak mateřské společnosti, tak i obou dceřiných společností.

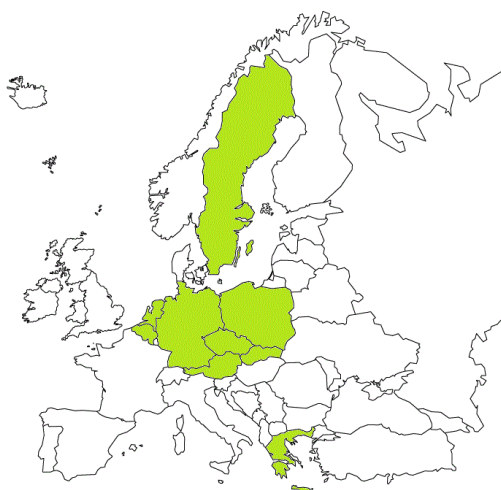


Přehled odvětví národního hospodářství, ve kterých působíme



Evropské státy, ve kterých působíme

Naše výrobky jsou prodávány v ČR, ale také vyváženy do několika zemí Evropy. Nejvíce vyvážíme do Rakouska, Polska, Německa, Slovenska, a dále do Belgie, Nizozemí či Řecka, výjimečně putují plastové konstrukce i do Švédska.



Členství

Naše společnost je členem Svazu vinařů ČR a Agrární komory ČR.



Akcionářská struktura

Základní kapitál společnosti je rozdělen mezi společnost HEIM Trade, SE, Brno, která vlastní podíl ve výši 30,91 %. Zbýlých 69,09 % je rozděleno mezi 641 akcionářů, kterými jsou fyzické osoby, většina z těchto akcionářů poskytuje společnosti pozemky, na nichž hospodaříme.

Společnost vydává akcie na jméno, které však nejsou obchodovatelné na akciovém trhu.

Management

V souladu s obchodním zákoníkem a tzv. dualistickým modelem je statutárním orgánem společnosti představenstvo a jako kontrolní orgán zde působí dozorčí rada. V níže uvedené tabulce uvádíme složení těchto dvou orgánů.

Předseda představenstva: Ing. Ivo Dubš

Místopředseda představenstva: Ing. Josef Čačík

Členové představenstva: MUDr. Anna Hozová, Jitka Kadlecová, Ing. Roman Borovička

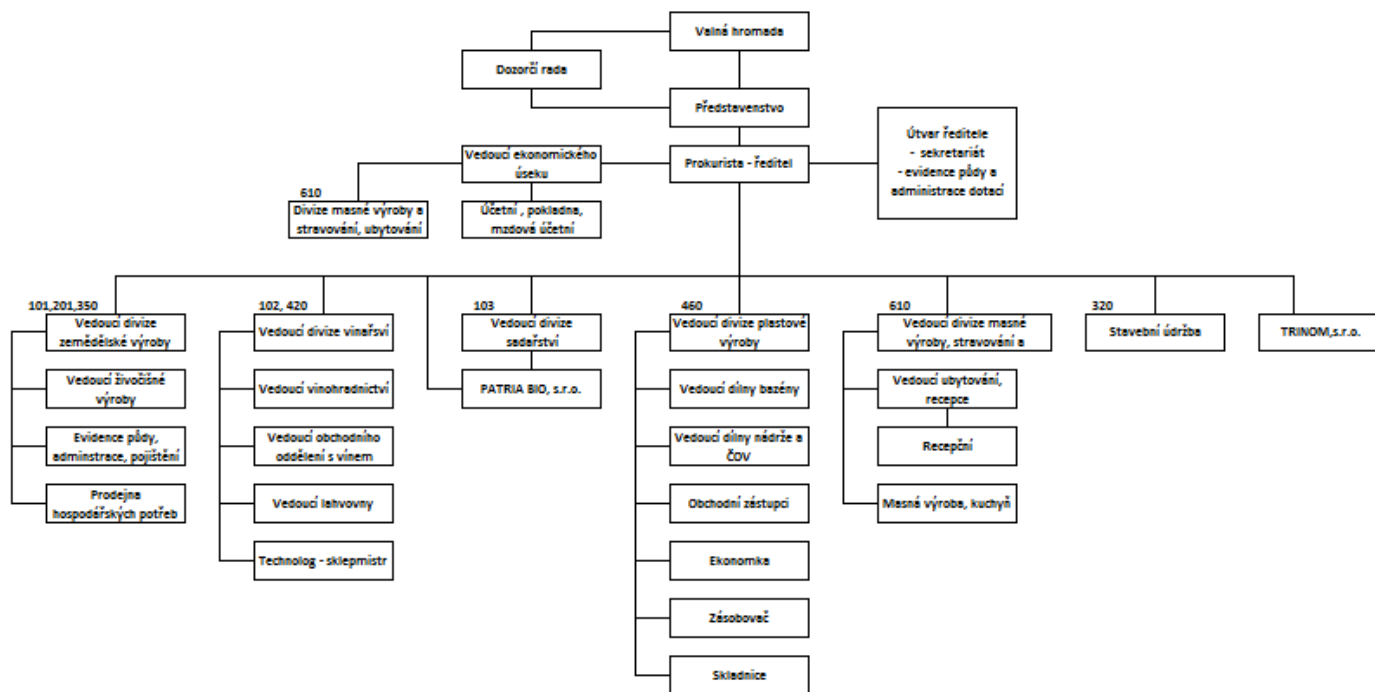
Předseda dozorčí rady: Ing. Karel Máca

Členové dozorčí rady Libuše Štiková, Miroslav Tlach

Prokuristou a zároveň nově zvoleným ředitelem společnosti je od ledna 2015 Ing. Vavřinec Charvát.



Organizační struktura



Naše hodnoty

Kvalitní výrobky

Kvalita našich výrobků je podložena celou řadou spokojených klientů v ČR i zahraničí.

Osobní přístup

Ke každému zákazníkovi, nabízenému výrobku i službě přistupujeme individuálně.

Zkušený tým

Stojí za námi zkušený a stabilní tým zaměstnanců, kteří pro společnost pracují dlouhodobě a jsou považováni za specialisty ve svých oborech.

Neustálé inovace

Výroba většiny našich produktů prochází častými inovacemi.

Certifikáty a ocenění

Naše společnost doposud získala řadu certifikátů a ocenění a v tomto trendu bude i nadále pokračovat.



Klienti

Společnost PATRIA Kobylí, a.s. působí jak na trhu B2C, tak i B2B. Našimi klienty jsou firmy, obce ale i samotní koncoví zákazníci. S koncovými zákazníky přijdeme do styku převážně ve 3 našich prodejnách, ale také v případě výroby různých plastových konstrukcí na zakázku. Ovoce či lahvová vína jsou naproti tomu prodávána na trhu B2B a tedy firmám, které naše výrobky dále prodávají a působí tak jako prostředníci. Našimi klienty jsou často také obce, které budují nové či rekonstruují staré čističky odpadních vod. U všech zákazníků upřednostňujeme osobní a individuální přístup. Komunikace s významnými klienty probíhá celoročně a průběžně dle potřeby, a to buďto osobně, popř. pomocí emailu či telefonu. Společnost nedisponuje žádnými statistickými daty, která by vyjadřovala spokojenost našich zákazníků. Věříme totiž, že navázaná dlouhodobá spolupráce s většinou našich klientů, je tím nejlepším důkazem jejich spokojenosti. Ve vztahu k údajům a informacím o našich zákaznících se vždy řídíme zákonem č. 101/2001 Sb. o ochraně osobních údajů, a doposud nedošlo k žádnému úniku těchto informací.

Získané certifikáty a ocenění

ČSN EN ISO 9001:2009

Jsmo velice hrdí na získání certifikátu, v rámci divize platové výroby, za zavedený systém managementu kvality, který potvrzuje splnění požadavků normy ČSN EN ISO 9001:2009. Certifikát byl vydán již v roce 2007, a to především za dodržování ekonomické spokojenosti našich zaměstnanců a za snahu udržení dobrého jména společnosti, které je spojeno s nabízenou a garantovanou kvalitou vyráběné produkce i přes neustálý tlak na cenu. Úspěchem roku 2014 je nulový počet reklamací a stížností.





HACCP

Svou snahu, o účinné předcházení rizikům ohrožujících bezpečnost potravin, můžeme doložit certifikací systému analýzy rizika a stanovení kritických kontrolních bodů spadající do systému managementu bezpečnosti potravin. Certifikát vydal certifikační orgán CSQ-CERT divizi masné výroby v roce 2013. Dokládáme tím tak naši pravidelnou kontrolu rizik ohrožující zdravotní nezávadnost potravin a jsme tak rádi, že byla funkčnost a efektivnost tohoto zavedeného systému potvrzena nezávislou třetí stranou.



Certifikát BIO-Produkt

V roce 2013 jsme dále získali certifikaci k přechodu divize sadarství do systému kontrolovaného ekologického zemědělství. Dceřiná společnost PATRIA BIO s.r.o., na kterou začátkem roku 2015 přešla veškerá činnost týkající se ekologického zemědělství, taktéž po tomto přechodu získala potřebný certifikát a může tak své produkty prodávat pod označením BIO. Jako BIO produkty jsou pěstovány meruňky, švestky, broskve, višně a hrušky. Ovoce je dodáváno na přímý konzum, či v podobě kompotů, marmelád, dětských výživ aj.





Ocenění vín

PATRIA Kobyly, a.s. se v posledních letech stává prestižním výrobcem červených vín. Každoročně se naše vína účastní několika soutěží v ČR a téměř vždy sklízí úspěch. V roce 2014 bylo oceněno 6 druhů našich vín v Salonu vín ve Valticích. Úspěchem roku 2015 je získání ocenění CHAMPION za víno Kometa Cuvée na Valtických vinných trzích.



Ocenění masných výrobků

Rok 2014 byl pro nás také úspěšný v kvalitě nabízených masných výrobků. Celkem 3 naše produkty získaly ocenění, které uděluje Jihomoravský kraj CHUŤ JIŽNÍ MORAVY. Těmito produkty jsou tlačěnka světlá, kobylyšský špekáček a vepřová šunka dušená.





Naše produkty

Zabýváme se výrobou a produkcí nepřeberného množství výrobků a poskytováním služeb.

Pro přehlednější orientaci v portfoliu našich výrobků uvádíme následující tabulku, v níž jsou výrobky či služby uvedeny vždy u divize, která je za jejich produkci či poskytování zodpovědná.

Divize zemědělské výroby
pšenice ozimá, ječmen ozimý, ječmen jarní, kukuřice zrnová, slunečnice, hovězí maso, vepřové maso, mléko prodejna hospodářských potřeb
Divize vinařství a vinohradnictví
modré hrozny, bílé hrozny, červená vína, bílá vína
Divize sadařství
meruňky, višně, broskve, švestky, hrušky, kompoty, marmelády, dětské výživy
Divize plastové výroby
ČOV, bazény, Parshalův žlab, odlučovače ropných látek, skladovací a technologické nádoby, plastové nádrže do těžkého průmyslu, septiky, jímky, vodoměrné šachty a další zakázkové výrobky
Divize masné výroby, stravování a služeb
prodej masa a potravin, kuchyně, ubytování, vinotéka





Naše ekonomika

Ekonomická výkonnost je do značné míry ovlivněna klimatickými podmínkami, které mají vliv na naši činnost. Negativně působí extrémně dlouhá období sucha, dešťů, zvýšené oblačnosti či tropických teplot. Klima a počasí ovlivňují 3 z 5 našich divizí, a to jak množství vypěstované produkce, tak i její kvalitu.

Naším úspěchem v ekonomické oblasti je dosažení zisku v letech 2013 a 2014, a to až dvojnásobného ve srovnání s rokem 2012. Ekonomická výkonnost je sledována managementem společnosti, který provádí analýzy položek rozvahy a výsledovky, sleduje vývoj cash flow a plánuje tržby.

Rizika/hrozby

Ekonomickou výkonnost společnosti mohou negativně ovlivnit potenciální hrozby. Do této skupiny řadíme inflaci, kupní sílu zákazníků, ceny vstupů, epidemii zvířat, dotační politiku EU, tlak na růst mezd, import levnějších potravin ze zahraničí, klimatické změny, počasí a velkou konkurenci v oblasti vína.

Příležitosti

Identifikovali jsme skupinu příležitostí, které se snažíme využít a podpořit tak naši ekonomiku. Mezi tyto příležitosti patří rozvíjející se trh se zdravou výživou (BIO ovoce a produkty z BIO ovoce), rostoucí spotřeba vína, růst spotřeby domácností a rostoucí trh s ekologickými produkty.



Základní finanční údaje

Níže pro představu uvádíme finanční výsledky, kterých jsme v předchozích 2 letech dosáhli. Tabulka zobrazuje vytvářenou ekonomickou hodnotu, ale také distribuovanou ekonomickou hodnotu, na níž se podílí naše zainteresované strany. Podrobnější ekonomická data jsou k dispozici ve výročních zprávách.

Ukazatel v tis. Kč	Rok	2013	2014
Celková aktiva		234 661	246 569
Vlastní kapitál		196 055	200 173
Cizí kapitál		38 606	46 396
Provozní výsledek hospodaření		6 428	7 252
Výsledek hospodaření před zdaněním		8 109	7 366
Vytvářená ekonomická hodnota			
Výnosy		185 011	202 498
Distribuovaná ekonomická hodnota			
Provozní náklady		118 660	134 559
Osobní náklady		52 789	53 235
Platby poskytovatelům kapitálu		1 800	2 895
Platby státu		1 506	1 707
Získaná ekonomická hodnota		10 256	10 102

Investice

V zájmu naší konkurenceschopnosti se snažíme všechny volné finanční prostředky znovu investovat zpět do provozu. Investujeme do nákupu nejmodernějších technologií a zařízení, podporujeme vědu a výzkum, s cílem nabídnout našim zákazníkům co možná nejvyšší kvalitu výrobky a služby za dostupné ceny. V roce 2014 a v první polovině roku 2015 připadly největší investice na výkup pozemků do vlastnictví společnosti, na nákup traktoru a dalších dopravních prostředků, na vybudování nové prodejny v Hodoníně popř. do výsadby vinic a s nimi souvisejících opěrných konstrukcí. Část finančních zdrojů byla investována



do zateplení budov i nové fasády. Úspěšně se také vydařila modernizace kravína, oprava sklepa a výměna kvasných nádrží. Celkově jsme investovali více než 2 mil. korun do výzkumných projektů, organizovaných Technickou agenturou ČR. Jednalo se o projekty:

- Technologie ochrany ovoce pro systémy bezreziduální a ekologické produkce.
- Plasma, který se zabývá výzkumem speciálních ochranných nátěrů plastových konstrukcí.

Dotace

Výše finančních prostředků uvolněných na další investice je závislá na objemu schválených a obdržených dotací. Např. v roce 2014 byl očekáván zisk dotací ve výši kolem 10 % našich celkových výnosů. Do konce roku se však stihla proplatit pouze polovina těchto dotací, i tak nám tyto peníze velmi pomohly v našem hospodaření. Pro představu uvádíme výčet dotačních titulů, které jsou buďto schválené nebo již proplacené.



SAPS je finanční podpora zemědělců, kteří obhospodařují alespoň 1 hektar zemědělské půdy.



Pohledávky

Doba splatnosti námi vystavených faktur je obecně stanovena na 30 dnů. Naším věrným a významným klientům nastavujeme po domluvě odlišné termíny splatnosti a je jim umožněna platba až např. po kompletní dodávce a montáži. U technologicky náročné výroby ČOV však vždy vyžadujeme minimální zálohu ve výši 30 % zakázky.

Problémem společnosti je obrovský počet a výše pohledávek po lhůtě splatnosti, které jsou uvedeny v následující tabulce, pro srovnání opět uvádíme rok 2013 a 2014, celková hodnota pohledávek je však za tyto roky téměř shodná a ve sledovaném období nedošlo k žádnému zlepšení situace. Naše společnost se vždy snaží úhradu těchto pohledávek řešit individuálně s každým klientem. Bohužel musíme přiznat, že většina z nich je nakonec vymáhána právní cestou.

Pohledávky po splatnosti v tis. Kč	Rok	
	2013	2014
více než 30 dnů	6 251	5 724
více než 90 dnů	2 026	3 110
do 180 dnů	851	536
do 365 dnů	97	397
nad 365 dnů	2 304	1 079

Závazky

I přesto, že se vždy snažíme našim dodavatelům uhradit vzniklé závazky včas, předkládáme tabulku obsahující souhrnnou výši závazků po lhůtě splatnosti za roky 2013 a 2014. Pevně věříme, že se nám v následujících letech podaří toto číslo snížit na minimum.



Závazky po splatnosti v tis. Kč	Rok	
	2013	2014
více než 30 dnů	3 394	1 302
více než 90 dnů	3 045	494
do 180 dnů	13	219
do 365 dnů	76	17
nad 365 dnů	0	173

Tvorba cen

Ceny našich výrobků jsou odrazem cen materiálů a jejich kvality, cenami našich konkurentů, ale také lobbingem velkých firem či samotnou legislativou ČR a EU. Jsme si vědomi vyšších cen některých výrobků, ovšem za žádnou cenu nechceme snižovat ceny na úkor jejich kvality. Je to jeden z hlavních důvodů, proč jsou plastové výrobky vyváženy především do zahraničí, kde jsou zákazníci ochotni investovat do té nejvyšší kvality. Ne nadarmo je divize plastové výroby naší nejziskovější divizí, její náklady a zisk jsou však ovlivněny dalšími faktory jako kurzem eura či vývojem ceny ropy.

Zakázky

Společnost PATRIA Kobyly, a.s. se neúčastní žádných veřejných zakázek, které jsou soutěženy v režimu zákona o veřejných zakázkách. Prodej bazénů a lahvových vín mají na starosti naši obchodní zástupci. Odbyt ostatních produktů mají na starosti sami vedoucí divizí. Zakázky jsou získávány následujícími 4 způsoby.

Opakované
objednávky našich
stálých klientů

Objednávky nových
zákazníků, kteří si nás
našli na internetu

Objednávky nových
zákazníků, kteří si
našich výrobků všimli
na různých výstavách

Objednávky nových
zákazníků, na základě
doporučení



Klientům, kteří projeví zájem o naše plastové výrobky, jsou zasílány prospekty s podrobnějšími informacemi a možnostmi výroby. Úspěšnost získání těchto zakázek je v případě bazénů však pouze zhruba 5 %. U ČOV a ostatních výrobků je tato úspěšnost téměř 25 %.

Dodavatelé

Zakládáme si na dlouhodobé spolupráci s našimi dodavateli, které pečlivě vybíráme, tak abychom našim zákazníkům mohli nabídnout vysoce kvalitní výrobky za dostupné ceny. Vzhledem k širokému portfoliu našich výrobků a služeb má naše společnost dodavatele z různých ekonomických odvětví. Každá divize má vlastní skupinu dodavatelů, jejichž počet členů se však snažíme udržet na minimu, a to hlavně z důvodu udržení si osobního kontaktu s každým z těchto dodavatelů. Komunikace s našimi dodavateli probíhá průběžně během celého roku. Obsahem této komunikace nejsou pouze samotné dodávky, ale zajímáme se také o samotnou činnost těchto subjektů.

Lidé

PATRIA Kobylí, a.s. patří do skupiny největších zaměstnavatelů v regionu a jsme tak rádi, že pomáháme snížit nezaměstnanost v této oblasti. Jsme si také vědomi nepostradatelnosti lidského kapitálu, který představují naši zaměstnanci, a proto dbáme na jejich profesní i osobní růst. Za naší společností stojí velmi zkušený a stabilní tým zaměstnanců, kteří u nás v mnoha případech pracují i několik desítek let.



Naši zaměstnanci

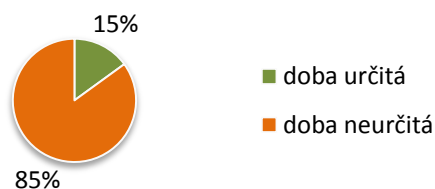
V průměru zaměstnáváme přibližně 160 stálých zaměstnanců, z toho 15 řídících. Avšak počet všech zaměstnanců v průběhu roku velmi kolísá. Je to způsobeno především sezónností některých prací. V hlavní sezóně se nabírá zhruba 60 zaměstnanců, 2/3 do divize sadařství a dále do divize vinohradnictví a plastové výroby.

Na sezónní práce zaměstnáváme jak mladé brigádníky, tak i osoby v důchodovém věku. Tato skupina pracovníků zde pracuje na základě dohod o provedení práce. Aktuálně u nás na hlavní pracovní poměr pracuje jedna osoba v důchodovém věku. Jsme také nakloněni zaměstnávání osob se zdravotním postižením, v současnosti u nás pracují 2 tyto osoby. Do budoucna bychom však chtěli počty obou skupin těchto zaměstnanců zvýšit. V tomto roce 2 naše zaměstnankyně čerpají rodičovskou dovolenou. Další statistické údaje o našich zaměstnancích pro přehlednost uvádíme v následujících grafech.

Rozdělení zaměstnanců dle pohlaví



Rozdělení zaměstnanců dle typu pracovní smlouvy



Rozdělení zaměstnanců dle nejvyššího dosaženého vzdělání





Pracovní doba se liší dle jednotlivých pracovních pozic. Obecně je nastavena pondělí až pátek od 6:30 do 15:00. V hlavní sezóně se však očekává práce přesčas i práce o víkendech. Zaměstnanci, kteří pracují venku, jsou také závislí na počasí. Pokud je nepříznivé počasí, zůstávají v pracovní dny doma, avšak naopak v případě příznivého počasí pracují i o víkendech.

Jedním z úspěchů v sociální oblasti je nízká fluktuace zaměstnanců za poslední roky. Výjimkou je však aktuální rok 2015, kdy došlo ke změně ředitele společnosti a zároveň dalších předních manažerů. Jednalo se o výměnu přibližně na 10 pracovních místech.

Většina našich zaměstnanců pochází z České republiky, ale zaměstnáváme také cizince např. Slováky či Ukrajince. Přímo ve vesnici Kobylí bydlí kolem 114 zaměstnanců. Nebráníme se ani zaměstnání osob z národnostních menšin, které v ČR žijí. Jsme velice rádi, že se naše společnost doposud nemusela potýkat a řešit žádný případ diskriminace na pracovišti.

Školení a vzdělávání

Všechna povinná školení, stejně tak jako potřebné kurzy rozvíjející znalosti našich zaměstnanců hradí společnost. Mezi povinná školení, která musí absolvovat, patří školení o BOZP, školení první pomoci, požární ochrany popř. školení řidičů referenčních vozidel. Dále nabízíme jednotlivá školení v závislosti na pracovních pozicích, kam patří např. školení o ochranných pomůckách, o chemických látkách, o obsluze motorových řetězových pil a křovinořezů, o bezpečnosti práce ve výškách, na žebřících či školení v oblasti mezd a daní, která jsou nutná vzhledem ke změnám legislativy. Většina těchto školení je zajišťována externě. Část z nich však školí samotní vedoucí divizí, a to při nástupu nového zaměstnance. V průměru stráví 1 zaměstnanec školením a vzděláváním více než 5 pracovních dní za rok.



V současnosti plánujeme spolupráci s úřadem práce na vzdělávání našich zaměstnanců v oblasti cizích jazyků.

Hodnocení

Hodnocení zaměstnanců u nás probíhá individuálně, dle potřeby a charakteru pracovní pozice. Nejčastějším způsobem je neformálního hodnocení přímým nadřízeným průběžně při výkonu práce. Dalším způsobem je formální hodnocení manažerů a vedoucích divizí, které provádí ředitel společnosti. U 100 % zaměstnanců probíhá hodnocení minimálně 1x za měsíc, toto hodnocení se nejvíce odrazí v měsíční mzdě popř. mimořádných odměnách. Za dobré pracovní výsledky jsou zaměstnancům vypláceny měsíční prémie až do výše 15 % základního platu, tyto prémie jsou však závislé na množství a kvalitě podvedené práce. Při překročení plánované hodnoty hospodářského výsledku společnosti jsou zaměstnanci odměněni mimořádným platem. K vyhodnocení výsledků předešlého roku a informování zaměstnanců o podstatných změnách či událostech, které je v následujícím roce čekají, každoročně slouží hromadné školení o BOZP.

Naše společnost podporuje rovné příležitosti, a nelze zde vysledovat žádné rozdíly ve mzdách mužů a žen, kteří pracují na stejné pracovní pozici se shodnou náplní práce. V případě některých divizí vykonávají ženy pouze pomocné práce, což se na výši mzdy projeví, ne však nijak znatelně. Jsou i taková pracovní místa, která jsou spojena s úkolovou mzdou a záleží tedy na každém zaměstnanci, kolik peněz si vydělá. V případě těchto pracovních míst lze sledovat drobný rozdíl ve prospěch žen, které si průměrně za měsíc vydělají více než muži na těchto pozicích.



Benefity

V roce 2014 přispěla společnost na své zaměstnance do Fondu kulturních a sociálních služeb částkou 340 000 Kč. Celá tato částka byla využita ve formě příspěvků na stravování, čímž se snažíme podpořit závodní stravování. Tento příspěvek se však týká pouze zaměstnanců, kteří se v závodní jídelně stravují. Těm zaměstnancům, kterým není vzhledem k jejich pracovní činnosti umožněno docházet do jídelny a nelze jim stravu nijak dopravit, jako je tomu v případě zaměstnanců divize sadařství či zemědělské výroby, poskytujeme žetony v hodnotě 25 Kč, za které mohou nakoupit v našich prodejnách. Naši obchodní zástupci a další osoby, které jezdí na služební cesty, obdrží jednou měsíčně po vyúčtování stravenky.

V rámci dobrovolné péče dále poskytujeme našim zaměstnancům příspěvky na důchodové pojištění a nápoje na pracovišti v letním období. Naši vedoucí zaměstnanci a obchodní zástupci mají k dispozici mobilní telefony, služební auta, notebooky a tablety, které mohou v omezené míře používat i pro soukromé účely. Ve výjimečných případech je po individuální domluvě s vedením společnosti povolena práce z domu. Problémem však je, že většina pracovních pozic a náplní tuto formu zaměstnání neumožňuje. Po vyčerpání všech dnů dovolené mohou zaměstnanci písemně zažádat o poskytnutí neplaceného volna, které je ve většině případů schváleno.



BOZP

Jak již bylo zmíněno v kapitole „školení a vzdělávání,“ nabízí společnost svým zaměstnancům řadu školení díky, kterým se snažíme zabezpečit jejich ochranu zdraví při práci. Samotného školení o BOZP se musí účastnit každý zaměstnanec 1x za rok. Toto školení probíhá vždy na začátku kalendářního roku hromadně pro všechny zaměstnance.

Více než 50 % našich zaměstnanců jsou referenční řidiči a proto dbáme na to, aby se dle zákona č. 361/2000 Sb., o provozu na pozemních komunikacích, účastnili Pravidelných prohlídek řidičů. Tyto prohlídky stejně tak jako další zdravotní prohlídky související s jejich zaměstnáním hradí společnost.

O dobrém nastavení našeho systému BOZP také svědčí fakt, že za poslední 2 roky si ani jeden z našich zaměstnanců nezpůsobil žádný těžký úraz. Průměrně se setkáváme s 2 až 3 úrazy ročně, jedná se však pouze o lehká zranění při výkonu práce.

V zájmu ochrany zdraví a bezpečí zákazníků provádíme několik kontrol zdravotní nezávadnosti naší produkce. Vzorky zasíláme k vyhodnocení do laboratoří externích firem. Odebíráme vzorky ovoce, hroznů či obilovin. Také testujeme obsah alkoholu v našich lahvových vínech, a to vždy před lahfováním. Produkce živočišné výroby je pravidelně kontrolována ze strany veteriny, která zde provádí kontrolu technologických postupů, zařízení, nástrojů i kontrolu procesů. Doposud nebylo nutné řešit žádný případ nedodržení předpisů, upravujících zdravotní a bezpečnostní dopady nabízených výrobků a služeb. Neobdrželi jsme tedy ani žádnou sankci, která by se týkala zajišťování a používání našich výrobků a služeb.

Naše podpora

Sponzoring a dárcovství

PATRIA Kobylí, a.s. je jedním ze sponzorů hokejového klubu Kometa Brno. V návaznosti na tuto spolupráci vyrábíme limitovanou edici lahvových vín s názvem Kometa Cuvée. Z každé prodané lahve je část finančních prostředků věnována na podporu tohoto hokejového týmu.



Jako sponzoři základní školy v Kobylí, jsme byli nápomocni při budování školního vinohradu samotnými žáky ZŠ. Na tuto výstavbu jsme věnovali veškerý potřebný materiál včetně malých keřů vinné révy. V oblasti pěstování vinné révy také poskytujeme bezplatné poradenství místním vinařům. V rámci podpory vesnice, v níž má sídlo naše společnost, jsme se zapojili do vybudování místní cyklostezky, a to také z důvodu abychom podpořili naše zaměstnance právě v jízdě na kole. Všem zaměstnancům je k dispozici kolárna, která se nachází u vstupu do administrativní budovy. V souvislosti s tímto je také vhodné zmínit naši podporu aplikace pro turisty „Na kole i pěšky.“ Dále poskytujeme věcné dary či služby místnímu fotbalovému a tenisovému klubu. Každoročně pomáháme a zapojujeme se do přípravy Výstavy vín v Kobylí.

V minulosti jsme podpořili mnoho dalších organizací, sdružení i projektů. Zde uvádíme několik z nich: Společnost DUHA, akce Putování krajem André, Ústav pro ekopolitiku o.p.s či např. účastnice Miss Víno.



Spolupráce se školami

Naše společnost spolupracuje jak se studenty středních, tak i vysokých škol. Studentům středních škol nabízíme praxi v oborech instalatér a elektrikář. Pokud jsme s prací studentů spokojeni, mají u nás dveře otevřené i po absolvování školy. Takto spolupracujeme se SOU Kyjov a SOU Hustopeče. Studenty vysokých škol zapojujeme do vývoje a výzkumu nových technologií a následném zařazení do výroby. Těchto činností se účastní studenti VUT Brno, Technické univerzity v Liberci i Masarykovo univerzity v Brně. Mimo to jsme také nakloněni spolupráci na různých typech studentských prací.

Životní prostředí

Činnost naší společnosti má výrazné dopady na životní prostředí. Kochraně životního prostředí se snažíme přispívat jak dodržováním patřičné legislativy, tak i vykonáváním řady dobrovolných činností v oblasti environmentu. Osoba, která má na starosti dohled nad těmito činnostmi je ředitel společnosti. Níže uvedené kapitoly vám snad lépe přiblíží náš pozitivní vztah k životnímu prostředí.

Energetický management

V rámci úspory nákladů vynaložené na elektřinu a vytápění, jsme již v minulosti přijali různá opatření, kterými se snažíme snížit odebíranou energii. V roce 2012 jsme vybudovali zcela novou centrální kotelnu a rozvody topení, bylo však nezbytné investovat do výměny oken administrativní budovy, aby renovace kotelny nepřišla na zmar. V návaznosti na předešlé investice plánujeme v blízké budoucnosti zateplit budovy a střechy, které patří společnosti. Současně vlastníme 3 fotovoltaické elektrárny o výkonu 30 kW, které jsou umístěny na střeše



budovy divize plasty, přilehlém skladu a střeše sklepa. V minulosti jsme za tyto elektrárny obdrželi tzv. zelený bonus.

Kanceláře našich administrativních pracovníků jsou vybaveny úspornými LED žárovkami. Stejně tak tomu je i v případě reklamního billboardu, který je umístěn na hlavní budově.

Na vývoji nových a úspornějších technologií spolupracujeme se studenty vybraných vysokých škol, ale také s našimi dlouhodobými zákazníky. Osvědčené technologie, ať již pochází z procesu vývoje nebo jsou nakoupené od jiných firem, se snažíme co nejdříve zařadit do výroby.

Ekologická odpovědnost

Činnost společnosti také ovlivňuje katastr obcí Kobylí a Brumovice, na jejichž území se nachází námi obhospodařovaná půda. V zájmu všech stran udržujeme dobré vztahy s vedením těchto obcí a veškeré podstatné změny týkající se této půdy nejprve společně osobně projednáváme.

Náš zájem o ochranu životního prostředí nejlépe demonstrují právě naše výrobky - čističky odpadních vod. Jsme velice rádi, že jsou ČOV součástí našeho portfolia výrobků a můžeme tak různým subjektům, jak v ČR tak zahraničí pomoci při ekologizaci životního prostředí. Tento zájem také dokazuje vybudování splaškové kanalizace v celém areálu společnosti a napojení na ČOV Kobylí v roce 2009 jako jeden z prvních objektů.



Při jakékoliv manipulaci s jedovatými látkami se řídíme zákonem č. 356/2003 Sb. o chemických látkách a chemických přípravcích, zákonem č. 258/2000 Sb. o ochraně veřejného zdraví i zákonem č. 185/2001 Sb. o odpadech. Při výstavbě polního hnojiště, které je umístěno v dostatečné vzdálenosti od vodních toků, jsme investovali do vybudování kvalitního zpevněného podkladu, tak aby nemohlo dojít ke kontaminaci podzemních vod a ohrožení tak zdraví místních občanů.

Nakládání s odpady

Velký smysl vidíme v třídění odpadu, a proto jsou na pracovištích rozmístěny nádoby na tříděný odpad. V naší společnosti třídíme papír, elektrozařízení, zářivky, železo, TKO (tuhý komunální odpad), PET (polyethylentereftalát), PP (polypropylen), PE (polyetylén) a další speciální odpady. Dle vyhlášky č. 383/2001 Sb., které vydalo Ministerstvo životního prostředí, jedenkrát ročně zpracováváme Hlášení o produkci a nakládání s odpady, které následně odevzdáváme na obecní úřad s rozšířenou působností města Hustopeče. Informace o objemu produkce jednotlivých druhů odpadů uvádíme v níže uvedené tabulce.

Název druhu odpadu	Množství odpadu (v tunách)
Odpadní plasty (kromě obalů)	3,010
Plastový odpad	1,120
Plastové hobliny a třísky	16,110
Jiné motorové, převodové a mazací oleje	1,920
Papírové a lepenkové obaly	0,150
Plastové obaly	0,240
Obaly obsahující zbytky nebezpečných látek nebo obaly těmito látkami zničené	0,690
Hliník	0,054
Železo	62,910
Papír a lepenka	1,607
Jedlý olej a tuk	0,272
Směsný komunální odpad	49,840

Veškerý odpad odvážíme na skládku popř. k našim smluvním partnerům, kteří tento odpad dále zpracovávají. Všechna potvrzení vydaná těmito subjekty o převzetí odpadů společnost uchovává jako součást příslušné dokumentace.



Úspory zákazníků

Stejně tak jako se my snažíme dosáhnout různých úspor nákladů, zaváděním nových technologií, tak chceme, aby tyto nové technologie popř. jimi vyrobené výrobky poskytovaly úsporu i našim zákazníkům.

Pro lepší představu uvedeme pár příkladů. Do našich bazénů zabudováváme pouze úsporná LED světla, která snižují náklady na energii. Nejnovější technologie, které jsou dodávána společně s bazény, dokáží našim zákazníkům ušetřit jak náklady, tak i velké množství času při udržování čistoty vody.

Dalším příkladem jsou ČOV, u nichž využíváme jen ty technologie, které jsou méně energeticky náročné, což se projeví, jak ve volbě osvětlení, tak především ve volbě typu motorů, které odebírají menší množství vody. Městské čističky odpadní vod však snižují náklady na vodné a stočné především samotným obyvatelům. Vezměme si průměrnou cenu stočného 45 Kč/m³, dle přílohy č. 12 vyhlášky č. 428/2001 Sb. vychází roční spotřeba vody na 1 obyvatele 35 m³. Dle těchto dat lze vypočítat roční náklady na stočné na 1 obyvatele 1575 Kč. Čtyřčlenná rodina tedy ročně zaplatí přibližně 6300 Kč. Na druhou stranu rodina, která bydlí ve vesnici, v níž není vybudovaná ČOV zaplatí ročně za vývoz jímky až 34 000 Kč. Při výpočtu vycházíme z třítydenního intervalu vývozu jímky (během jednoho roku tedy 17 vývozů) a ceny jednoho vývozu 2000 Kč. Je tedy více než patrná úspora ve výši 27 700 Kč rodinám, které jsou napojeni na ČOV.

Výše uvedené hodnoty jsou uvedeny pouze pro názornou ukázkou. Ceny stočného i vývozu jímek se v jednotlivých regionech liší.



Projekty

PATRIA Kobyly, a.s. spolupracuje na projektu EKOWIN, na jehož základě se snažíme minimalizovat herbicidy, insekticidy a fungicidy v našich vinohradech. Jedná se o systém integrované produkce, v rámci kterého dochází k osetí meziřadí vinohradů bylinnými směsmi.



Také jsme zapojeni do výzkumného projektu Technologie ochrany ovoce pro systémy bezreziduální a ekologické produkce, jehož cílem je zajistit zvýšení účinnosti ochrany proti klíčovým škodlivým činitelům na peckovinách a jádrovinách, a to i prostřednictvím vybudovaného optimalizačního informačního systému.

Další důležité informace

Doposud se naše společnost nepotýkala s žádnými problémy či sankcemi plynoucími z legislativy, která environmentální oblast upravuje a nemusel být řešen ani žádný případ vzniku a odstranění ekologické havárie. Věříme, že se nám do budoucna podaří zvýšit počet prováděných činností v rámci ochrany životního prostředí a zavedeme systematické sledování vlivů a dopadů naší společnosti právě na životní prostředí.



Skupiny důležité pro naši společnost

Skupina	Komunikace	Důležitá témata
Zákazníci	email, internetové stránky, osobní schůzky, prospekty, veletrhy, výstavy	etika společnosti, soukromí zákazníků, dopad poskytovaných služeb na životní prostředí, zdraví a bezpečnost zákazníků, produkty a služby
Zaměstnanci	pravidelné porady a hodnocení, společenské akce	školení a vzdělávání, péče o zaměstnance, pracovní podmínky, diverzita a rovné příležitosti
Dodavatelé	email, osobní schůzky	etika a transparentnost, ekonomická výkonnost, dopad poskytovaných služeb na životní prostředí
Akcionáři	setkání valné hromady, email	ekonomická výkonnost, nepřímé ekonomické vlivy, výše získaných dotací
Majitelé pozemků	email, osobní schůzky	biodiverzita, dodržování předpisů na ochranu životního prostředí

Naše cíle

Mezi identifikované cíle, kterých chceme v následujících letech dosáhnout, patří zvýšení hodnoty hospodářského výsledku a celkového obratu. Dále se zaměříme na rozšíření počtu evropských států, kam jsou vyváženy naše výrobky, tento cíl se týká především divize plastů. Plánujeme zvýšení objemu prodaných lahví vína v Polsku i zajištění vývozu BIO višní do Německa, s čímž je spojené doplnění těchto porostů. Dalším cílem v rámci divize vinařství je vypěstování alespoň 1 000 tun hroznů. V blízké budoucnosti chceme dokončit zateplení penzionu, pokračovat ve výkupu pozemků, investovat do zvýšení modernizace našich provozů a obnovy zastaralé techniky v rostlinné výrobě, od čehož očekáváme úspory mzdových nákladů. Dle předběžného návrhu investičních akcí na rok 2016 plánujeme rozsáhlé investice do rekonstrukce dílny plastů, rekonstrukce vstupní haly, přístavby a rekonstrukce lahvovny a rekonstrukce teletníku.



Pár slov na závěr

Naše společnost má hluboké kořeny v minulém režimu. Doposud zde pracuje mnoho pamětníků z této doby a měnit zaběhlé návyky není lehké. Studoval jsem v době, kdy začínaly pronikat do života počítačové technologie, automatizace a posléze robotizace. Mojí vizí je tyto výtobytky moderní doby zavádět i v naší společnosti.

Pevně věříme, že Vám předložený report poskytl spoustu zajímavých informací o fungování naší společnosti. Již mnoho let klademe důraz na ochranu životního prostředí, ochranu zdraví a rozvoj našich zaměstnanců, kvalitu poskytovaných produktů a služeb a právě tento report je toho důkazem.

Děkujeme za projevený zájem o společnost PATRIA Kobyli, a. s. a společensky odpovědné aktivity, které realizujeme. V případě dotazů či různých připomínek, které vyvstaly v průběhu čtení tohoto reportu, se na mne můžete obrátit, a to pomocí emailu na adresu vavrinec.charvat@patriakobyli.cz.

Ing. Vavřinec Charvát

prokurista a ředitel společnosti

Obsahový rejstřík GRI

OBECNÉ STANDARDNÍ INDIKÁTORY		
Strategie a analýza		
G4-1	Prohlášení nejdříve postavené osoby organizace	str. 58
Profil organizace		
G4-2	Popis hlavních dopadů, rizik a příležitostí	str. 70
G4-3	Jméno organizace	str. 60
G4-4	Hlavní značky, produkty a služby	str. 69
G4-5	Umístění sídla organizace	str. 62
G4-6	Počet zemí, kde organizace provozuje svou činnost	str. 63
G4-7	Povaha vlastnictví a právní forma	str. 59
G4-8	Trhy, kde organizace působí	str. 63
G4-9	Profil organizace	str. 62 - 65
G4-10	Počet zaměstnanců	str. 61
G4-11	Procento zaměstnanců organizovaných v odborových svazech	nerelevantní
G4-12	Dodavatelský řetězec organizace	str. 72
G4-13	Významné změny, k nimž došlo v průběhu vykazovaného období	nerelevantní
G4-14	Princip obezřetnosti	str. 85
G4-15	Zásady a iniciativy, ve kterých se organizace hlásí nebo s nimi souhlasí	str. 65
G4-16	Členství ve sdruženích	str. 63
Klíčové oblasti a jejich hranice		
G4-17	Právní subjekty, na které se zpráva vztahuje	str. 62
G4-18	Proces definování klíčových oblastí	str. 60
G4-19	Výčet klíčových oblastí	str. 60
G4-20	Relevance klíčových oblastí interně	str. 60
G4-21	Relevance klíčových oblastí externě	str. 60
G4-22	Dopad redefinice informací z předešlého reportu	nerelevantní
G4-23	Významné změny oproti předchozí zprávě	nerelevantní
Cílové skupiny		
G4-24	Seznam cílových skupin organizace	str. 87
G4-25	Popis spolupráce s jednotlivými cílovými skupinami	str. 87
G4-26	Přístup organizace ke spolupráci s cílovými skupinami	str. 87
G4-27	Témata relevantní pro jednotlivé cílové skupiny	str. 87
Profil zprávy		
G4-28	Vykazované období, za něž jsou poskytovány informace	str. 60
G4-29	Datum předcházející zprávy, pokud existuje	nerelevantní
G4-30	Cyklus vykazování	str. 60
G4-31	Kontaktní bod pro dotazy týkající se zprávy nebo jejího obsahu	str. 88
G4-32	Obsahový rejstřík GRI	str. 88 - 90
G4-33	Externí ověření kvality zveřejněné zprávy	str. 60
Vedení organizace		
G4-34	Struktura podnikového řízení organizace	str. 64
Etika a integrita		
G4-56	CSR tým	str. 88



SPECIFICKÉ STANDARDNÍ INDIKÁTORY		
Kategorie: Ekonomické		
G4-EC1	Získaná a rozdělená přímá ekonomická hodnota	str. 66 - 68
G4-EC2	Finanční důsledky a další rizika i možné příležitosti, které pro aktivity organizace vyplývají v důsledku klimatických změn	str. 70
G4-EC4	Částky finanční pomoci poskytnuté od státu	str. 72
G4-EC8	Významné nepřímé hospodářské dopady, včetně jejich rozsahu	str. 70
Kategorie: Sociální		
Podkategorie: Pracovní postupy a důstojné pracovní podmínky		
G4-LA1	Celkový počet a míra obměny (fluktuační) zaměstnanců podle věku, pohlaví a regionů	str. 76
G4-LA2	Výhody poskytované zaměstnancům na plný úvazek, které neposkytují zaměstnancům na zkrácený úvazek nebo v přechodném pracovním poměru	str. 79
G4-LA9	Průměrný počet hodin věnovaných školení - vztaženo na jednoho zaměstnance za rok s rozčleněním podle zaměstnaneckých kategorií	str. 77
G4-LA11	Procentuální podíl zaměstnanců, u nichž se provádí pravidelné hodnocení výkonnosti a hodnocení vývoje kariéry - rozčleněno dle pohlaví a zaměstnanecké kategorie	str. 78
G4-LA12	Složení řídicích orgánů společnosti a rozdělení zaměstnanců na kategorie podle pohlaví, věkových skupin, příslušnosti k menšinám a podle dalších ukazatelů diverzity	str. 76
G4-LA13	Poměr základních platů a odměn mužů a žen podle jednotlivých kategorií zaměstnanců a umístění v provozu	str. 78
Podkategorie: Lidská práva		
G4-HR3	Celkový počet případů diskriminace a případná opatření	str. 77
Podkategorie: Odpovědnost za produkty		
G4-PR1	Procentuální podíl významných kategorií produktů a služeb, u nichž jsou vyhodnocovány jejich vlivy na zdraví a bezpečí zákazníků s cílem zajistit zlepšení	str. 80
G4-PR2	Celkový počet případů neplnění předpisů a dobrovolně přijatých kodexů, které se týkají zdravotních a bezpečnostních dopadů produktů a služeb v průběhu jejich životnosti. Členěno dle typu učiněného závěru	str. 80
G4-PR8	Celkový počet zdůvodněných stížností na porušení soukromí zákazníků a ztráty dat i zákaznicích	str. 66
G4-PR9	Peněžní hodnota významných pokut za nesplnění zákonů a předpisů týkajících se zajišťování a používání produktů a služeb	str. 80
Kategorie: Environmentální		
G4-EN7	Snížení energetické náročnosti produktů a služeb	str. 85
G4-EN23	Celková hmotnost odpadů podle druhů a podle způsobu likvidace	str. 84
G4-EN24	Celkový počet a objem významných kontaminací	str. 83 - 84
G4-EN27	Rozsah dopadu zmírnění ekologických vlivů hlavních produktů a služeb	str. 82 - 84
G4-EN29	Peněžní hodnota významnějších pokut a celkový počet nepeněžních sankcí za neplnění ekologické legislativy a předpisů	str. 86

Závěr

Diplomová práce se zabývala konceptem společenské odpovědnosti firem (CSR) a problematikou reportování o CSR. Koncept zažívá v současné době značný rozvoj, stává se jakýmsi fenoménem, avšak jeho počátky sahají již do minulého století. Společenská odpovědnost se dostává do popředí zájmu nejen v zahraničí, ale i u nás v ČR. K šíření povědomí o realizovaných CSR aktivitách firem slouží reporty o společenské odpovědnosti. Celosvětově počet vydaných reportů každoročně významně stoupá, přesto lze tento trend zaznamenat zejména v evropských státech. Realizace CSR aktivit i jejich reportování přináší firmám značné množství výhod, což si právě řada z nich nyní uvědomuje. Většina těchto výhod jako zlepšení pověsti, zlepšení motivace zaměstnanců, zisk nových investic, zvýšení prodejů či vstup na nové trhy se projeví až v delším časovém horizontu. Naproti tomu identifikované nevýhody jako finanční a časová náročnost se projevují okamžitě, a to stále některé firmy od reportování odrazuje.

Cílem této práce bylo vytvoření prvního CSR reportu společnosti PATRIA Kobyly, a.s. s využitím reportingového rámce GRI v nejnovější verzi G4. Cíl práce je naplněn v poslední kapitole, jež obsahuje samotný CSR report. Zpracovaný report byl následně graficky upraven a je tedy připraven ke zveřejnění. Přínosem pro společnost je také provedená analýza realizovaných CSR aktivit, z níž může vedení společnosti čerpat a zaměřit se tak na posílení svých slabých stránek či využít analýzu k vypracování CSR strategie a strategičtějšímu realizování aktivit v oblasti společenské odpovědnosti.

V teoretické části byl nejprve představen koncept společenské odpovědnosti. Vzhledem k dosavadní nejednotnosti výkladu CSR způsobenou rozsáhlostí konceptu i značnou terminologickou nejednotností, je společensky odpovědné chování upraveno řadou standardů, jejichž charakteristiky i srovnání jsou součástí další kapitoly. Jak již bylo zmíněno, zpracovaný CSR report, který je součástí praktické části byl sestaven dle standardu GRI, a proto je této metodice věnována celá třetí kapitola. Závěr teoretické části patří reportování o CSR, představení výhod i nevýhod z něj plynoucích, zásadám i doporučením pro CSR reporting, ale také současným trendům v této oblasti.

Praktická část byla rozdělena do tří kapitol, z nichž první obsahuje informace o společnosti PATRIA Kobyly, a.s. a analýzu CSR aktivit, které společnost realizuje. Následující kapitola je věnována přípravě reportu, kdy bylo nutné zvolit typ reportu, aplikační úroveň, hlediska a indikátory, o nichž lze v rámci společnosti reportovat. V závěru praktické části nalezneme samotný CSR report společnosti PATRIA Kobyly, a.s., jehož zpracování bylo cílem této práce.

Společnost PATRIA Kobyly, a.s. patří mezi společensky odpovědné firmy. Značné množství CSR aktivit vykonává v rámci ekonomického a environmentálního pilíře. Jako nejméně propracovanou část CSR lze hodnotit sociální oblast, kde má společnost značné nedostatky. PATRIA Kobyly, a.s. se pyšní několika certifikáty a celou řadou ocenění, které získala za svou činnost a své výrobky.

Seznam použitých zdrojů

- [1] ASOCIACE SPOLEČENSKÉ ODPOVĚDNOSTI. *Global Reporting Initiative GRI přichází se změnami v podobě GR4*. [online] 2013. [cit. 2015-08-11] Dostupné na WWW: <<http://www.spolecenskaodpovednostfirem.cz/news/global-reporting-initiative-gri-prichazi-se-zmenami-v-podobe-gr4/>>
- [2] BLAŽEK, L. et al. *Společenská odpovědnost podniků*. Centrum výzkumu konkurenční schopnosti podniků. [online] 2005. [cit. 2015-08-04] 24 s. ISS 1801-4496. Dostupné na WWW: <<http://is.muni.cz/do/1456/soubory/oddeleni/centrum/papers/wp2005-09.pdf>>
- [3] BALLANTINE, J. *How to make CSR report credible* [online] 18.3.2009 [cit. 2015-08-18]. Businessgreen. Dostupné z WWW: <<http://www.businessgreen.com/bg/analysis/1803839/how-csr-reports-credible>>
- [4] BARTELS, W. et al. *Count me in: The readers' take on Sustainability reporting*. Global Reporting Initiative. [online] 2008. [cit. 2015-08-17] 41 s. ISBN 978-1-903168-30-1. Dostupné na WWW: <<https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Count-Me-In-The-Readers-take-on-Sustainability-Reporting.pdf>>
- [5] BUSINESS LEADERS FORUM (BLF). Webové stránky Business Leaders Forum. Dostupné na WWW: <<http://www.csr-online.cz/>>
- [6] BLF. *Normy a iniciativy*. [online] 2012. [cit. 2015-08-06] Dostupné na WWW: <<http://www.csr-online.cz/normy-a-iniciativy/>>
- [7] BLF. *Společenská odpovědnost firem působících v českém prostředí v roce 2012*. [online] 2013. [cit. 2015-08-04] Dostupné na WWW: <http://www.csr-online.cz/wp-content/uploads/2013/01/CSR_Pruzkum_2012_Vysledky.pdf>
- [8] BLF. *CSR report podle GRI*. [online] 2012. [cit. 2015-08-13] Dostupné na WWW: <<http://www.csr-online.cz/podpora/pro-csr-manazery/csr-report-podle-gri/>>
- [9] BUSSARD, A. et al. *Spoločensky zodpovedné podnikanie: Prehľad základných princípov a príkladov*. Bratislava: Nadácia Integra. [online] 2005. [cit. 2015-08-03] 113 s. Dostupné na: <http://www.panet.sk/download/text_zodpovedne_podnikanie.pdf>
- [10] CORPORATE REGISTER. *CR Perspectives 2013: Global CR Reporting Trends and Stakeholder Views*. [online] 2013. [cit. 2015-08-11] 37 s. Dostupné na WWW: <<http://www.corporateregister.com/a10723/67880-13th-17513040C2227142800T-GI.pdf>>
- [11] ČSN ISO 26000. *Pokyny pro oblast společenské odpovědnosti*. Praha: Úřad pro technickou normalizaci, metrologii a státní zkušebnictví, 2011. 1. vydání. 101 s.
- [12] EURO CERT CZ. *Společenská odpovědnosti firem*. [online]. Nedatováno [cit. 2015-08-03] 3 s. Dostupné na WWW: http://www.eurocert.cz/ke-stazeni/cz_spolecenska_odpovednost_firem.pdf

- [13] EVROPSKÁ KOMISE. *Sdělení komise Evropskému parlamentu, Radě, Evropskému hospodářskému a sociálnímu výboru a Výboru regionů*. Brusel [online] 2011. [cit. 2015-08-04] 17 s. Dostupné na WWW: <<http://www.csrportal.cz/dokumenty/obnovena-strategie-eu-pro-csr-2011-0214.pdf>>
- [14] EVROPSKÁ KOMISE. *How companies influence our society: Citizens' view*. Brusel [online] 2013. [cit. 2015-09-06] 134 s. Dostupné na WWW: <<https://ec.europa.eu/growth/tools-database/eip-raw-materials/en/system/files/ged/66%20Eurobarometer%20mining%20opinion.pdf>>
- [15] GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI). Webové stránky společnosti GRI. Dostupné na WWW: <<https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx>>
- [16] GRI. *Pokyny pro Sustainability Reporting*. [online] © 2000-2006 GRI. [cit. 2015-08-20] Verze 3.0. 47 s. Překlad: Business Leaders Forum. Dostupné na WWW: <<http://www.csr-online.cz/wp-content/uploads/2013/03/Czech-G3-Reporting-Guidelines.pdf>>
- [17] GRI. *G4: Sustainability Reporting Guidelines. Implementation Manual*. [online] 2013. 269 s. Dostupné na WWW: <<https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/GRIG4-Part2-Implementation-Manual.pdf>>
- [18] GRI. *G4: Sustainability Reporting Guidelines. Reporting Principles and Standard Disclosures*. [online] 2013. [cit. 2015-08-19, 2015-09-25] 87 s. Dostupné na WWW: <<https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/GRIG4-Part1-Reporting-Principles-and-Standard-Disclosures.pdf>>
- [19] GRI. *The benefits of sustainability reporting* [online]. Nedatováno [cit. 2015-08-15]. Dostupné na WWW: <<https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/The-benefits-of-sustainability-reporting.pdf>>
- [20] GUTHRIE, D. *A Conversation On Corporate Social Responsibility*. Forbes/Business. Interview with John Paluszek. [online] 2014. [cit. 2015-08-05] Dostupné na WWW: <<http://www.forbes.com/sites/dougghuthrie/2014/01/09/a-conversation-on-corporate-social-responsibility>>
- [21] DAHLSTRUD, A. *How Corporate Social Responsibility is Defined: an Analysis of 37 Definitions*. [online] Corporate Social Responsibility and Environmental Management. Corp. Soc. Responsib. Environ. Mgmt. 15, 1–13 (2008) Published online 9 November 2006 in Wiley InterScience. DOI: 10.1002/csr.132. [cit. 2015-08-03]. Dostupné na WWW: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/csr.132/pdf>>
- [22] INSTITUT PRO TESTOVÁNÍ A CERTIFIKACI, a. s. *CSR - ČSN 01 0391*. [online] 2015. [cit. 2015-08-22]. Dostupné na WWW: <<http://www.itczlin.cz/cz/csr>>
- [23] Interní materiály společnosti PATRIA Kobyly, a. s.
- [24] IPSOS. *Čechům stále více záleží na tom, v jakém prostředí žijí*. CSR Research, tisková zpráva. [online] 25. 2. 2014. [cit. 2015-08-07]. Dostupné na WWW: <http://www.ipsos.cz/public/media/tiskove_zpravy/Ipsos_25_02_2015.pdf>

[25] ISO 14000 - Environmental management. [online] Nedatováno. [cit. 2015-08-04]. Dostupné na WWW: <<http://www.iso.org/iso/home/standards/management-standards/iso14000.htm>>

[26] JIROUŠKOVÁ, Jitka. *Analýza personální práce*. Praha, 2013. Bakalářská práce. Vysoká škola ekonomická v Praze. Fakulta podnikohospodářská. Vedoucí práce Ing. Martin Šikýř, Ph.D.

[27] KAŠPAROVÁ, K. *Reportování o společenské odpovědnosti podniku*. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, 2011, 160 s. ISBN 978-80-210-5694-7.

[28] KAŠPAROVÁ, K. - KUNZ, V. *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*. Praha: Grada Publishing, 2013, 159 s. ISBN 978-80-247-4480-3.

[29] KELL, G. *Five trends that show corporate responsibility is here to stay*. UN Global Compact. [online] 2014. [cit. 2015-08-05] Dostupné na WWW: <<http://www.theguardian.com/sustainable-business/blog/five-trends-corporate-social-responsibility-global-movement>>

[30] KPMG. *GRI's G4 Guidelines: the impact on reporting*. [online] 2013. [cit. 2015-08-20] 7 s. Dostupné na WWW: <<https://www.kpmg.com/Global/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/g4-the-impact-on-reporting-v2.pdf>>

[31] KPMG. *Naše cesta k udržitelnému podnikání*. [online] 2014. [cit. 2015-08-26] 27 s. Dostupné na WWW: <<http://www.kpmg.com/CZ/cs/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Factsheets/Documents/KPMG-CSR-report-2014.pdf>>

[32] KPMG. *Vykazování CSR aktivit je už pro firmy běžné na celém světě, v kvantitě vede Amerika, v kvalitě Evropa*. [online] 2013. [cit. 2015-08-10] Dostupné na WWW: <<http://www.kpmg.com/CZ/cs/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Press-releases/Stranky/Vykazovani-CSR-aktivit-je-uz-pro-firmy-bezne-na-celem-svete.aspx>>

[33] KPMG. *The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2013*. [online] 2013. [cit. 2015-08-14] 82 s. Dostupné na WWW: <<http://www.kpmg.com/Global/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/corporate-responsibility/Documents/kpmg-survey-of-corporate-responsibility-reporting-2013.pdf>>

[34] KPMG. *KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2011*. [online] 2011. [cit. 2015-08-14] 36 s. Dostupné na WWW: <<https://www.kpmg.com/PT/pt/IssuesAndInsights/Documents/corporate-responsibility2011.pdf>>

[35] KULDOVÁ, L. *Nový pohled na společenskou odpovědnost firem: strategická CSR*. Plzeň: NAVA, 2012, 173 s. ISBN 978-80-7211-408-5.

[36] KULDOVÁ, L. *Společenská odpovědnost firem: [etické podnikání a sociální odpovědnost v praxi]*. 1. vyd. Kanina: OPS, 2010, 189 s. ISBN 978-80-87269-12-1.

[37] KUNZ, V. *Společenská odpovědnost firem*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2012, 201 s. ISBN 978-80-247-3983-0.

- [38] NÁRODNÍ AKČNÍ PLÁN CSR V ČR. [online] 2015. [cit. 2015-08-04] Dostupné na WWW: <<http://www.spolecenskaodpovednostfirem.cz/obsah/14/narodni-akcni-plan-csr-v-cr/>>
- [39] PAVLÍK, M. - BĚLČÍK, M.. *Společenská odpovědnost organizace: CSR v praxi a jak s ním dál*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010, 169 s. ISBN 978-80-247-3157-5.
- [40] PETŘÍKOVÁ, R. *Společenská odpovědnost organizací*. Vyd. 1. Ostrava: DTO CZ, 2008, 184 s. ISBN 978-80-02-02099-8.
- [41] PÍCHA, K. *Společenská odpovědnost podniku v aktuálních trendech a souvislostech*. 1. vyd. Praha: Alfa nakladatelství, 2012, 103 s. Ekonomie studium. ISBN 978-80-87-19755-4.
- [42] PLÁŠKOVÁ, A. - RYŠÁNEK P. *Hodnocení CSR organizací veřejného sektoru v programu Národní ceny ČR za společenskou odpovědnost*. Vyd. 1. Praha: Národní informační středisko pro podporu kvality, 2013, 70 s. Společenská odpovědnost (CSR), 55. ISBN 978-80-020-2435-4.
- [43] PR NEWS. *CSR Reporting: Data Is Only a Third of the Communications Equation*. [online] 2011. [cit. 2015-08-12]. Dostupné na WWW: <<http://www.prnewsonline.com/featured/2011/07/11/csr-reporting-data-is-only-a-third-of-the-communications-equation/>>
- [44] PUTNOVÁ, A. - SEKNIČKA, P. *Etické řízení ve firmě*. Praha: Grada Publishing, 2007, 168 s. ISBN 978-80-247-1621-3.
- [45] SDRUŽENÍ PRO CERTIFIKACI SYSTÉMŮ JAKOSTI. *ČSN EN ISO 9001:2009 - Management kvality*. [online] Nedatováno. [cit. 2015-09-03]. Dostupné na WWW: <<http://www.cqs.cz/Normy/CSN-EN-ISO-90012009-Management-kvality.html>>
- [46] SDRUŽENÍ PRO CERTIFIKACI SYSTÉMŮ JAKOSTI. *ČSN OHSAS 18001:2008 - Management bezpečnosti a ochrany zdraví při práci*. [online] Nedatováno. [cit. 2015-09-05]. Dostupné na WWW: <<http://www.cqs.cz/Normy/CSN-OHSAS-180012008-Management-bezpecnosti-a-ochrany-zdravi-pri-praci.html>>
- [47] SKÁCELÍK, P. Učební text č. 10: Společenská odpovědnost organizací. Šumperk: JENA. [online] 2010. [cit. 2015-08-04] 68 s. Dostupné na WWW: <http://www.cmkos.cz/data/articles/down_2527.pdf>
- [48] TNS AISA. *Zájem Čechů o CSR*. [online] 2011. [cit. 2015-08-04] Dostupné na WWW: <<http://www.tiskovsky.info/tiskove-zpravy/zajem-cechu-o-csr>>
- [49] UN GLOBAL COMPACT (UN GC). Webové stránky UN Global Compact v ČR. Dostupné na WWW: <<http://www.globalcompact.cz/>>
- [50] Výroční zprávy společnosti PATRIA Kobyly, a. s.
- [51] ZADRAŽILOVÁ, D. et al. *Společenská odpovědnost podniků. Transparentnost a etika podnikání*. Praha: C. H. Beck, 2010. 1. vydání. 167 s. ISBN 978-80-7400-192-5.

Seznam zkratk

AA 1000	AccountAbility 1000
BLF	Business Leaders Forum
CERES	Koalice pro environmentálně odpovědnou ekonomii
CSR	Společenská odpovědnost firem
CSR report	Report o společenské odpovědnosti
CSR aktivity	Společensky odpovědné aktivity
EMAS	Systém environmentálního řízení a auditu
ESG	Sociálně odpovědné podnikání
EU	Evropská unie
GRI	Global Reporting Initiative
ISO	Mezinárodní organizace pro normalizaci
NAP CSR	Národní akční plán společenské odpovědnosti organizací v ČR
OECD	Organizace pro ekonomickou spolupráci a rozvoj
OSN	Organizace spojených národů
PR	Public relations (vztahy s veřejností)
SA 8000	Social Accountability 8000
UN	Organizace spojených národů

Seznam grafů

GRAF 1: PODÍL ZVEŘEJŇOVANÝCH REPORTŮ DLE SMĚRNICE GRI NA JEDNOTLIVÝCH SVĚTADÍLECH	27
GRAF 2: SEŘAZENÍ STÁTŮ DLE VYUŽITÍ SMĚRNICE GRI PODNIKY N100	27
GRAF 3: PROCENTUÁLNÍ VYJÁDŘENÍ REPORTŮ VYTVOŘENÝCH DLE SMĚRNICE GRI	28

Seznam tabulek

TABULKA 1: PŘEHLED VÝHOD PLYNOUCÍCH ZE CSR ZAJINTERESOVANÝM SKUPINÁM	19
TABULKA 2: SROVNÁNÍ CHARAKTERISTIK STANDARDŮ CSR	22
TABULKA 3: SROVNÁNÍ POŽADAVKŮ STANDARDŮ NA REPORTOVÁNÍ O CSR	26
TABULKA 4: ZÁKLADNÍ INFORMACE O SPOLEČNOSTI	43
TABULKA 5: KATEGORIE A HLEDISKA V RÁMCI G4	54