

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA EKONOMICKÁ

Diplomová práce

**Udržitelnost v podnikání – trend a předpoklad
úspěšného podnikání**

**Sustainability in business – trend and assumption
of a successful business**

Bc. Kateřina Klailová

Plzeň 2020

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

Fakulta ekonomická

Akademický rok: 2019/2020

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení:	Bc. Kateřina KLAILOVÁ
Osobní číslo:	K18N0028P
Studijní program:	N6208 Ekonomika a management
Studijní obor:	Podniková ekonomika a management
Téma práce:	Udržitelnost v podnikání – trend a předpoklad úspěšného podnikání
Zadávací katedra:	Katedra financí a účetnictví

Zásady pro vypracování

1. Definujte pojem udržitelnost a s ní související pojmy.
2. Představte reporting udržitelného rozvoje.
3. Analyzujte aktivity vybraného vzorku podniků v rámci udržitelného rozvoje včetně reportingu.
4. Vytvořte a zhodnoťte závěry z provedené analýzy.

Rozsah diplomové práce: **60 – 80**
Rozsah grafických prací: **neuveđen**
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**

Seznam doporučené literatury:

- Epstein, M. J., & Rejc Buhovac, A. (2014). *Making Sustainability Work. Best Practices in Managing and Measuring Corporate Social, Environmental and Economic Impacts*. Sheffield: Greenleaf Publishing.
- Kašparová, K., & Kunz, V. (2013). *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*. Praha: Grada Publishing.
- Mulačová, V. et al. (2013). *Obchodní podnikání ve 21. století*. Praha: Grada Publishing.
- Zadražilová D. et al. (2011). *Udržitelné podnikání*. Praha: Oeconomica.

Vedoucí diplomové práce: **Doc. Ing. Petra Taušl Procházková, Ph.D.**
Katedra podnikové ekonomiky a managementu

Datum zadání diplomové práce: **22. října 2019**
Termín odevzdání diplomové práce: **22. dubna 2020**



Doc. Ing. Michaela Krechovská, Ph.D.
děkanka



Ing. Pavlína Hejduková, Ph.D.
vedoucí katedry

V Plzni dne 22. října 2019

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma

„Udržitelnost v podnikání – trend a předpoklad úspěšného podnikání“

vypracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucí diplomové práce za použití pramenů uvedených v příložené bibliografii.

V Plzni dne 29. dubna 2020.

.....

podpis autorky

Poděkování

Touto cestou bych ráda poděkovala vedoucí práce, paní doc. Ing. Petře Taušl Procházkové, Ph.D., za odbornou pomoc, podnětné připomínky a cenné rady, které mi pomohly při zpracování této diplomové práce.

Tímto způsobem bych dále ráda poděkovala své rodině a blízkým za podporu při studii a při tvorbě této diplomové práce.

Obsah

Úvod	11
1 Cíl a metodika práce.....	12
2 Udržitelnost v podnikání.....	14
2.1 Udržitelnost a udržitelný rozvoj.....	14
2.1.1 Pilíře udržitelnosti	16
2.2 Vývoj udržitelnosti.....	17
2.2.1 Organizace zabývající se udržitelností	19
2.3 Koncepce podnikové udržitelnosti.....	20
2.4 Společenská odpovědnost firem ve smyslu udržitelnosti.....	23
2.5 Udržitelnost jako trend a předpoklad úspěšného podnikání.....	28
3 Reporting udržitelného rozvoje.....	31
3.1 Definice reportingu udržitelného rozvoje	31
3.2 Důvody reportování.....	34
3.3 Prvky ovlivňující reporting	35
3.3.1 Velikost organizace	36
3.3.2 Způsob řízení a vlastnictví organizace	36
3.3.3 Potřeba kapitálu	36
3.3.4 Konkurenční prostředí	37
3.3.5 Odvětví působnosti	37
3.3.6 Rutina reportování	37
3.4 Standardy, normy a iniciativy	38
3.4.1 Global Reporting Initiative (GRI)	38
3.4.2 Směrnice OECD pro nadnárodní podniky.....	39
3.4.3 Globální dohoda OSN (UN Global Compact).....	40

3.4.4	Norma ISO 26000	40
3.4.5	AccountAbility (AA 1000)	41
3.4.6	EMAS	41
3.4.7	Komparace jednotlivých standardů, norem a iniciativ	42
3.5	Postup tvorby nefinančního reportu.....	44
3.6	Analýza reportování ve světě a v ČR	46
3.7	Povinnost nefinančního reportingu.....	48
3.7.1	Požadavky na zveřejněné informace.....	49
3.7.2	Povinné subjekty	50
3.7.3	Zveřejnění a formální ověření reportů	50
4	Vybraný vzorek podniků a metodika analýzy aktivit v rámci udržitelného rozvoje	51
4.1	Představení vybraného vzorku podniků.....	51
4.2	Metodika analýzy aktivit	55
5	Vlastní analýza aktivit vybraného vzorku podniků v rámci udržitelného rozvoje včetně reportingu	61
5.1	Strategie udržitelnosti vybraných podniků	61
5.1.1	Zahrnutí SDGs	62
5.1.2	Dialog se stakeholdery	64
5.1.3	Zhodnocení přístupu tvorby strategie vybraných podniků	65
5.2	Aktivity vybraných podniků v rámci environmentálního pilíře	66
5.2.1	Environmentální politika, standardy a certifikace	66
5.2.2	Nakládání s odpady	67
5.2.3	Spotřeba energií	68
5.2.4	Spotřeba vody	70
5.2.5	Emise oxidu uhličitého	71

5.2.6	Zapojení do projektů ochrany životního prostředí	73
5.2.7	Zhodnocení přístupu vybraných podniků v oblasti environmentálního pilíře.....	74
5.3	Aktivity vybraných podniků v rámci sociálního pilíře.....	75
5.3.1	Diverzita, rovné příležitosti	75
5.3.2	Motivační program a vzdělávání zaměstnanců	77
5.3.3	Firemní dobrovolnictví a místní komunita	80
5.3.4	Vlastní nadace a nadační fondy, sponzoring	82
5.3.5	Podpora vzdělávání, spolupráce se školami	83
5.3.6	Zhodnocení přístupu vybraných podniků v oblasti sociálního pilíře	84
5.4	Aktivity vybraných podniků v rámci ekonomického pilíře	85
5.4.1	Etické kodexy	85
5.4.2	Protikorupční opatření	86
5.4.3	Řízení kvality a rizik a spolupráce s dodavateli	88
5.4.4	Ekonomická výkonnost	89
5.4.5	Zhodnocení přístupu vybraných podniků v oblasti ekonomického pilíře .	90
5.5	Analýza reportingu udržitelného rozvoje vybraných podniků.....	91
5.5.1	Zhodnocení přístupu vybraných podniků k reportingu udržitelného rozvoje	96
6	Závěry z provedené analýzy.....	98
	Závěr	102
	Seznam použitých zdrojů	104
	Seznam tabulek	116
	Seznam obrázků	117
	Seznam použitých zkratk	118
	Seznam příloh.....	119

Úvod

*„Kapitalismus zlepšil životy miliardám lidí ... ale opomenul miliardy dalších ...
Potřebujeme kreativnější kapitalismus: pokus napnout síly trhu tak, aby více společnosti
mělo přínosy z podnikání, které zlepšuje životy více lidem.“*

Bill Gates, Time magazine, srpen 2008

Koncepce udržitelnosti neboli udržitelného rozvoje je v současné době jedním z nejaktuálnějších témat, kterým se zabývají vlády, mezinárodní instituce i akademici. Tato problematika je spojena především s řešením otázek týkající se změny klimatu, eliminace chudoby, diskriminace, vzdělání, lidských práv, ochrany životního prostředí či etického a odpovědného podnikání. Ve světě je koncepce udržitelnosti naplňována prostřednictvím sedmnácti globálních cílů udržitelného rozvoje.

K realizaci udržitelnosti lidské společnosti významně přispívají podnikatelské subjekty, které s ohledem na měnící se trendy na trhu musejí mimo finanční cíle kladným způsobem přistupovat i k odpovědnému podnikání. Právě udržitelné podnikání je cílem mnoha společností v různých oborech, které se dotýká jak environmentálních a sociálních otázek, tak ekonomického rozvoje. Podniky tak ve svých činnostech prolínají tři pilíře udržitelného rozvoje a uvědomují si přínosy a výhody podnikání v souladu s udržitelností, která jim přináší vyšší konkurenceschopnost, dobré jméno a důvěru zainteresovaných stran. Jedním z nástrojů k dosažení udržitelnosti je společenská odpovědnost firem (CSR), kdy se podniky svým fungováním zaměřují na etické podnikání, minimalizují negativní dopady způsobené podnikatelskou činností a dbají na sociální prostředí na základě dobrovolnosti.

S realizací odpovědných aktivit podniků roste také význam reportingu udržitelného rozvoje, který se zaměřuje na nefinanční informace. Jedná se o způsob, kterým podniky předávají informace o udržitelných aktivitách určitým zainteresovaným skupinám. Vykazování těchto skutečností může společností přinést nesporné výhody. Narůstající význam a aktuálnost reportingu udržitelného rozvoje potvrzuje také směrnice Evropské unie z roku 2014 ukládající velkým podnikům povinnost zveřejňovat nefinanční informace. V rámci nefinančního reportování existuje v současnosti velké množství dobrovolných standardů a norem, které jsou významným nástrojem řízení aktivit v oblasti udržitelného rozvoje pro podniky všech velikostí i zaměření.

1 Cíl a metodika práce

Hlavním cílem této diplomové práce je **provedení analýzy aktivit vybraných podnikatelských subjektů v České republice v rámci udržitelného rozvoje a jeho reportingu**. Tento hlavní cíl bude dosažen splněním dílčích cílů, zejména:

- teoretickým vymezením definice udržitelnosti a s ní souvisejících pojmů,
- popsáním reportingu udržitelného rozvoje,
- výběrem vhodného vzorku podniků,
- zhodnocením určitých aspektů aktivit udržitelného rozvoje vybraných podniků (se zaměřením na reporting) na základě vlastní analýzy,
- vyhodnocení závěrů z provedené analýzy.

S ohledem na stanovené cíle je předkládaná diplomová práce rozdělena do šesti hlavních kapitol.

Zpracování teoretických východisek udržitelnosti a reportingu udržitelného rozvoje je založeno na rešerši odborné literatury, včetně zahraniční, která je uvedena v seznamu použitých zdrojů na konci diplomové práce. Teoretické poznatky jsou následně uplatněny v praktické části práce zaměřující se na analýzu aktivit udržitelného rozvoje vybraných podniků v České republice. Hlavními zdroji pro realizaci vlastní analýzy jsou výroční zprávy, čerpané především z Veřejného rejstříku a Sbírký listin na serveru Justice.cz, samostatné nefinanční reporty a webové stránky společností. Předložená diplomová práce je zpracovaná dle Metodiky k vypracování kvalifikační práce (bakalářské, diplomové) a průběh její obhajoby u státní závěrečné zkoušky vydané v roce 2020 Fakultou ekonomickou Západočeské univerzity v Plzni.

První část práce je věnovaná teoretickému vymezení pojmů udržitelnost, udržitelný rozvoj a společenská odpovědnost firem (CSR) včetně jejich pilířů, vývoje a přínosů. Dále je definován reporting udržitelného rozvoje. Podrobněji se práce věnuje důvodům reportování, prvkům ovlivňující reporting, postupu tvorby jednotlivých reportů a především jsou definovány standardy, normy a iniciativy v oblasti nefinančního reportingu, které jsou i vzájemně porovnány. Závěr teoretické části pojednává o míře reportování udržitelného rozvoje ve světě a v České republice a je zde představena

přijata směrnice Evropské unie z roku 2014, která velkým podnikatelským subjektům ukládá povinnost reportovat nefinanční informace.

Na základě rešeršních poznatků z první části pokračuje práce analýzou aktivit udržitelného rozvoje vybraných podniků. Pro naplnění dílčího cíle je nejprve vybrán a blíže představen vzorek analyzovaných podniků, který obsahuje dvacet sedm velkých podnikatelských jednotek především s povinností zveřejňování nefinančních informací. Další část je věnována metodice vlastní analýzy. Výzkumným cílem je posouzení aktivit v rámci udržitelného rozvoje a jeho reportingu vybraných společností v ČR. Tento výzkumný cíl je dle Punche (2008) deduktivním postupem převeden na konkrétní výzkumné otázky, na které se v průběhu výzkumu hledají odpovědi. V rámci diplomové práce nejsou určeny specifické otázky ani hypotézy, výzkumné otázky jsou tak ponechány na této úrovni, dále jsou pouze rozčleněny do tří témat. Výsledky vlastní analýzy, která probíhala v období leden až duben 2020, obsahuje čtvrtá kapitola včetně závěrečného zhodnocení vybraných oblastí, zodpovězení výzkumných otázek a shrnutí zjištění a doporučení.

Mezi výzkumné metody využití při samotném výzkumu a vyhodnocování výzkumných otázek patří analýza, syntéza, komparace a dedukce (Hendl, 2005). V rámci vlastní analýzy je prováděn **kvalitativní i kvantitativní** výzkum. Kvalitativní výzkum se zaměřuje na hlubší a komplexnější porozumění daných aspektů založené na jejich vysvětlení a popisu z pohledu autorky. Kvantitativní výzkum je realizovaný prostřednictvím obsahové analýzy sekundárních dat. Konkrétně se jedná o výroční zprávy za rok 2018, samostatné nefinanční reporty a webové stránky podniků.

Závěrečná část diplomové práce podrobněji představuje samotné závěry a jejich zhodnocení z provedené analýzy. Je zde uvedeno srovnání s obecnými poznatky o realizaci aktivit a reportingu udržitelného rozvoje. Na základě těchto zjištění jsou vyvozena doporučení v oblasti udržitelných aktivit nejen pro analyzované podniky, ale i pro všechny ostatní společnosti.

2 Udržitelnost v podnikání

Obsahem úvodní kapitoly je teoretické vymezení konceptu udržitelnosti v podnikání včetně vývoje a charakteristiky jednotlivých pilířů. Definice udržitelnosti je přiblížena ze současného pohledu jako trend a jeden z předpokladů úspěšného podnikání. S pojmem udržitelnost souvisí především dva další pojmy, a to udržitelný rozvoj a společenská odpovědnost firem, které jsou v rámci této kapitoly taktéž představeny.

2.1 Udržitelnost a udržitelný rozvoj

Udržitelný rozvoj (anglicky Sustainable Development), je v dnešní době velmi známým a používaným tématem, a to nejen v rámci environmentální oblasti, ale i v dalších hlediscích. Pojem udržitelnost (anglicky Sustainability) se začal používat s koncepcí udržitelného rozvoje při naplňování jejích principů a je možné pokládat tyto dva pojmy za synonyma (Louda, 2012; Montanari, 2019; Krechovská, 2018).

Definic vymezujících udržitelný rozvoj existuje v odborné literatuře mnoho. Nejlépe je však pojem udržitelný rozvoj vystižen ve zprávě „*Our Common Future*” Komise OSN pro životní prostředí a rozvoj z roku 1987 od norské předsedkyně Gro Herlem Brundtland, která říká: „*Udržitelný rozvoj je takový rozvoj, který zajistí potřeby současných generací, aniž by bylo ohroženo splnění potřeb generací příštích, a aniž by se to dělo na úkor jiných národů*“ (World Commission on Environment and Development, 1987). Tato definice zohledňuje udržení kvality života pro příští generace, což je základním předpokladem této koncepce. Obdobně definuje udržitelný rozvoj také Moldan & Kolářová (2001).

Dle Ryndy (2000) se však jedná o definici založenou především na odpovědnosti vůči budoucím generacím. Jejím nedostatkem je však vysoký důraz na člověka, jako na nejdůležitější hodnotu společnosti, přírody i světa. Proto se zmíněný Rynda dále zabýval pojmem udržitelný rozvoj, který definoval jako „*komplexní soubor strategií, které umožňují pomocí ekonomických prostředků a technologií uspokojovat lidské potřeby, materiální, kulturní i duchovní, při plném respektování environmentálních limitů; aby to bylo v globálním měřítku současného světa možné, je nutné redefinovat na lokální, regionální i globální úrovni jejich sociálně-politické instituce a procesy*“ (Rynda, 2000, s. 3). Uvedené vymezení je v českém prostředí často citováno, a to

z důvodu sloučení mnoha publikovaných formulací. Toto vymezení naráží také na potřebu institucionální dimenze.

V České republice (dále jen „ČR“) byl pojem udržitelný rozvoj jednotně vymezen v roce 1992, a to § 6 v zákoně č. 17/1992 Sb., o životním prostředí, který říká, že rozvoj má zachovávat současným i budoucím generacím možnost uspokojit základní životní potřeby a přitom nesnížit rozmanitost přírody a zachovat přirozené funkce ekosystémů. Definice udržitelného rozvoje dle českého zákona zdůrazňuje právo na kvalitní život, ale také fungování přírody. Také Ministerstvo životního prostředí ČR (2020a) vnímá koncepci udržitelného rozvoje obdobně. Uvádí, že cílem udržitelnosti je vedení hospodářského a sociálního vývoje v souladu s kapacitami ekosystémů a se zachování hodnot přírodních pro nynější i příští generace. Udržitelný rozvoj je poté alternativním modelem vývoje společnosti při přirozených environmentálních limitech hospodářského růstu.

Je patrné, že se udržitelný rozvoj neopírá pouze o materiální stránku světa, ale velkou roli v něm hraje také lidské myšlení, jednání a samotné přesvědčení společnosti jako celku (Kocmanová, 2010).

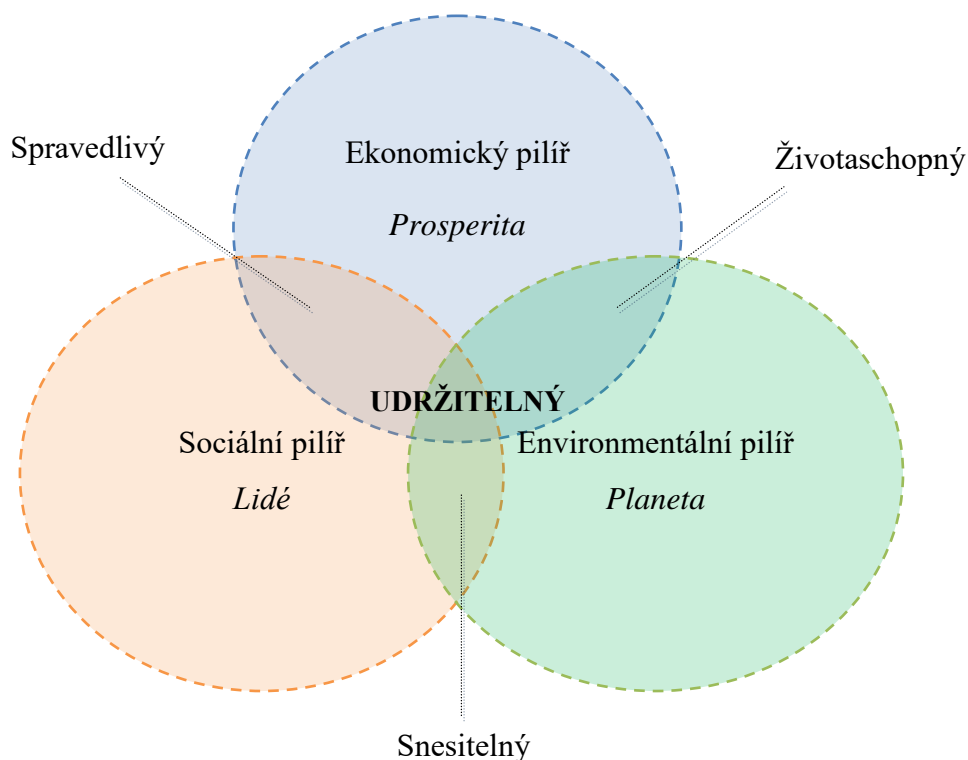
Vymezení udržitelnosti představují i různé instituce a společnosti po celém světě. Jako příklad lze uvést definici udržitelnosti dle The U. S. White House, která je formulovaná ve federálním nařízení v oblasti životního prostředí, energetiky a hospodářské výkonnosti z 5. října 2009. Tato formulace představuje „udržitelnost“ a „trvale udržitelné“ jako snahu tvořit a udržovat podmínky, za kterých mohou člověk a příroda existovat v harmonii, a která umožní naplňovat společenské, ekonomické a další požadavky, jak současných tak i budoucích generací (Vidal, 2011). Či definici společnosti Alcoa, která se pomalu přiklání k dimenzi podnikatelského prostředí. Udržitelnost je v Alcoa definována podle jejích hodnot, tedy budování finančního úspěchu, dokonalosti životního prostředí a sociální odpovědnosti skrze cíl dodávání čistého a dlouhodobého přínosu akcionářům, zaměstnancům, zákazníkům, dodavatelům a také komunitám, kde působí (Křečková Kroupová, 2018).

Z výše uvedeného je možné odvodit, že udržitelnost je založena na rovnováze, a to nejen mezi třemi základními oblastmi – ekonomikou, sociálními aspekty a životním prostředím (jinak také lidé, planeta, prosperita), ale také na rovnováze společenské,

nadnárodní a také na rovnováze mezi právy a svobodami každého jedince. Důležité však je, aby byl význam jednotlivých pilířů stejný, nelze jeden z nich upřednostňovat (Mulačová et al., 2013).

Obrázek č. 1 ukazuje zmíněné pilíře rovnováhy, na kterých je založen udržitelný rozvoj a udržitelnost taktéž, včetně jejich symbolických hesel.

Obrázek č. 1: Pilíře udržitelného rozvoje včetně odpovídajících hesel



Zdroj: zpracováno autorkou dle Mulačová et al. (2013) a von Keyserlingk et al. (2013), 2020.

2.1.1 Pilíře udržitelnosti

Ekonomický pilíř představuje celkový ekonomický rozvoj, který napomáhá jednotlivcům i podnikům k naplnění jejich ekonomických potřeb (zisku, pohodlí) ve vztahu k ostatním pilířům.

V rámci **sociálního pilíře** jsou řešeny podmínky, které se dotýkají všech lidí napříč generacemi. Záměrem tohoto pilíře je eliminace chudoby, nespravedlivosti, diskriminace či vzdělání a lidských práv.

A **environmentální pilíř**, který se dotýká již obou zmíněných pilířů, chrání planetu, a to například omezováním klimatických změn, uchování přírodních zdrojů či preventivním krokům v oblasti odpadů (Werbach, 2009; Týden udržitelnosti, 2020).

Jiní autoři uvádějí i čtvrtý pilíř udržitelnosti – institucionální, myšlen také jako kulturní (Krechovská & Taušl Procházková, 2014; Werbach, 2009; Spangenberg, 2002).

2.2 Vývoj udržitelnosti

K výše zmíněným skutečnostem bylo však nutné se postupem času dopracovat, a to pochopením smyslu koncepce udržitelnosti a její cílení.

Kořeny konceptu udržitelného rozvoje lze nalézt v roce 1972, kdy byla vydána publikace „*Meze růstu*“ (anglicky *The Limits to Growth*), též označovaná jako „První zpráva Římského klubu“, která především zpochybnila životaschopnost ekosystému Země z důvodu růstu lidské ekologické stopy. Jednalo se o první model iniciovaný nezávislým orgánem (The Club of Rome, 2020).

V roce 1983 byla valným shromážděním OSN ustanovena Světová komise pro životní prostředí a rozvoj (též WCED – World Commission on Environment and Development), která měla za úkol navrhnout strategii zaměřenou na udržitelný rozvoj a péči o životní prostředí (dále „ŽP“). O čtyři roky později byla WCED vypracována již zmíněná „*Our Common Future*“ pod vedením ministerské předsedkyně Gro Harlem Brundtland, kde byla řešena integrace ekonomického růstu a ochrany přírodních zdrojů (Nováček, 2011; Křečková Kroupová, 2018). Ve zprávě byla představena definice udržitelného rozvoje podle WCED (1987) citovaná v úvodu kapitoly 2.1.

Zpráva „*Our Common Future*“ vedla k uspořádání konference OSN o životním prostředí a rozvoji, která se konala v Rio de Janeiru v roce 1992 a je známá jako Summit Země. Úkolem konference bylo stanovit plán pro dosažení cílů udržitelného rozvoje. Výstupem konference bylo několik dokumentů. Za zmínku stojí především *Deklarace o životním prostředí a rozvoji* a *Agenda 21*. První z nich vymezuje 27 základních principů udržitelnosti a Agenda 21 je v podstatě strategický plán pro dosažení ekonomického a sociálního růstu a ochrany ŽP i přírodních zdrojů (Nováček, 2011).

V roce 2000 se konal další summit OSN v New Yorku, kde zástupci jednotlivých zemí rozhodli o závazku naplňování tzv. **rozvojových cílů tisíciletí** (The U. N. Millenium

Development Goals, zkráceně MDG), které byly stanoveny pro období 2000–2015. Jednalo se o osm cílů, které měly především snížit chudobu, hlad, degradaci životního prostředí, nemoci, negramotnost a diskriminaci žen. Z analýzy cílů je patrné, že zde bylo dosaženo globálních úspěchů (Křečková Kroupová, 2018; United Nations, 2015).

O dva roky později byl uspořádán další summit OSN, tentokrát v Johannesburgu, který značně přispěl k rozvoji udržitelného rozvoje, neboť zde byla zdůrazněna existence tří pilířů udržitelného rozvoje – ekonomického, sociálního a environmentálního, včetně znázornění odpovídajících hesel **Lidé, Planeta a Prosperita** zvaných jako 3P – People, Planet, Prosperity (United Nations, 2002).

V roce 2015, v době, kdy končilo období pro naplnění MDGs, představila OSN novou agendu „*Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development*“, která vycházela z jednání o tři roky dříve se konající konference Rio+20. V ní bylo definováno 5P oblastí, které budou pro lidstvo kritické – **Lidé, Planeta, Prosperita**, a dvě nová P – **Mír a Partnerství** (tedy Peace, Partnership) a také vytyčila nové cíle, které jsou zaměřeny na skoncování s chudobou, na boj proti změně klimatu a boj proti nespravedlnosti. V rámci agendy 2030 byly také definovány **Cíle udržitelného rozvoje** (Sustainability Development Goals, zkráceně SDG), které jsou platné v období 2016–2030 a které podepsali zástupci všech členských států OSN. Zároveň jsou tímto státy vyzvány, aby napomohly k naplnění těchto sedmnácti vymezeným cílům v oblasti sociální, ekonomické a environmentální (United Nations General Assembly, 2015). Všech sedmnáct cílů je graficky vyobrazeno na následujícím obrázku č. 2 dle vizualizace OSN.

Obrázek č. 2: Sedmnáct cílů udržitelného rozvoje (SDGs) dle OSN



Zdroj: United Nations, Informační centrum OSN v Praze (n.d.), 2020.

Z uvedeného obrázku je patrné, že SDG jsou daleko více propracovanější nežli MDG. Navíc v řešení SDG jsou daleko více angažované podniky, neboť OSN podporuje partnerství mezi státem, podniky i neziskovými organizacemi a dalšími zájmovými skupinami k naplnění efektivní mobilizace finančních a technologických zdrojů (United Nations General Assembly, 2015). V současné době vlády a mezinárodní organizace vědí, že nezvládnou řešit globální aktuální i budoucí problémy sami. Proto by se právě soukromý sektor měl podílet na spoluřešení SDGs a jejich naplnění, tak aby zároveň podniky zvládly uspokojit stakeholdery¹ a jejich působení bylo udržitelné.

2.2.1 Organizace zabývající se udržitelností

Jelikož SDGs by měly být inspirativní taktéž pro podnikovou sféru, v lednu 2016 v Davosu vznikla mezinárodní organizace nazývaná jako **Komise pro byznys a udržitelný rozvoj (The Business and Sustainable Development Commission)**, která si klade za cíl postavit byznys do centra řešení SDG, protože udržitelný rozvoj představuje obrovskou příležitost, když podniky budou chápat ekonomické, sociální

¹ Stakeholderi jsou v českém překladu taktéž zájmové skupiny, zainteresované subjekty nebo zúčastněné strany. Jedná se o skupinu lidí či jednotlivce, kteří se zajímají o činnost a fungování podnikatelského subjektu, například zákazníci, zaměstnanci, akcionáři, vlastníci, dodavatelé, partneři, veřejný sektor aj. (Bláha & Černek, 2015).

a environmentální problémy jako budoucí hodnoty. Zakladateli komise jsou CEO globální firmy Unilever pan Paul Polman, Mark Malloch-Brown, bývalý generální tajemník OSN, a členové B Týmu² (Business & Sustainable Development Commission, n.d.).

Komise byla vytvořena proto, aby podpořila globální cíle (SDG) a zmapovala jejich ekonomický přínos pro společnost. Chtěla na základě zapojení široké komunity stakeholderů prozkoumat nové byznys modely a pochopit je v rámci udržitelného rozvoje. Jejím hlavním úkolem bylo ukázat smysl zapojení se do udržitelného rozvoje v daleko strategičtějším ohledu podniků než doposud, ukázat možnost dosažení ziskovosti a zároveň splnit společenský účel či například představit, jak mohou nové finanční nástroje motivovat soukromý kapitál k zapojení se do společenských přínosů. Hlavní zprávou komise je report „*Better Business, Better World*“ (Business & Sustainable Development Commission, n.d.).

Mezi další organizace podporující udržitelný rozvoj patří samozřejmě také OSN, což vyplývá z přiblíženého vývoje udržitelného rozvoje výše, či Evropská unie (dále jen „EU“).

V ČR byla ustanovena Rada vlády pro udržitelný rozvoj, která je stálým poradním a iniciačním orgánem vlády v oblasti udržitelného rozvoje. Cílem této rady je mimo jiné informovat veřejnost o vývoji udržitelnosti v ČR a implementovat Strategický rámec Česká republika 2030 a Agendu 2030 OSN a současně vytvářet metodickou koordinaci koncepčních dokumentů (Ministerstvo životního prostředí, 2020b).

2.3 Koncepce podnikové udržitelnosti

Protože současná situace ve světě vede podniky k odpovědnosti, a jelikož udržitelnost je v posledních letech jeden z klíčových faktorů úspěchu, zapojují se firmy taktéž do aktivit v rámci udržitelného rozvoje.

Pojem udržitelnost se tedy zasazuje také do podnikání, které je dle § 420 občanského zákoníku v ČR definováno jako činnost, která je soustavně vykonávaná na vlastní odpovědnost podnikatele s cílem dosáhnout zisku. Právě smyslem podnikání je především zhodnotit vložený kapitál, avšak dlouhodobě úspěšné podnikání je založeno

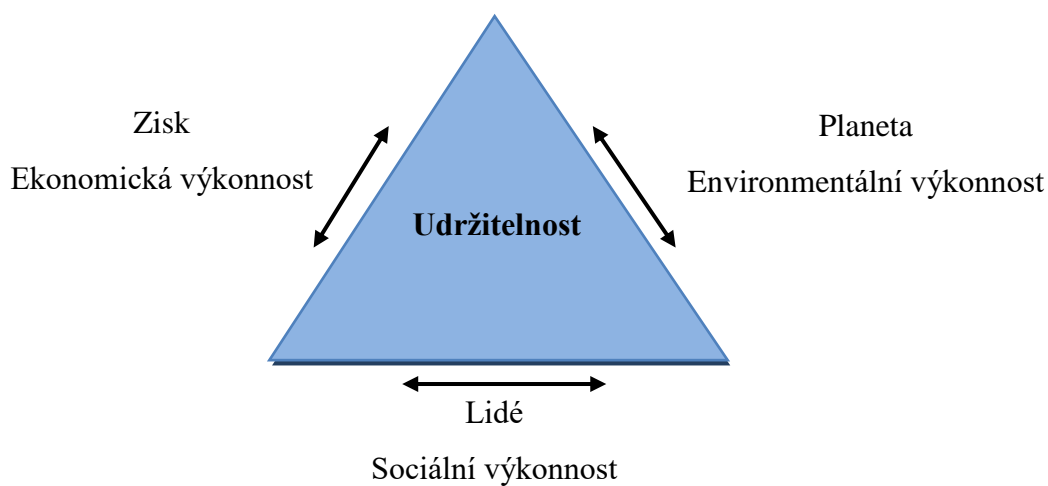
² B Tým je nezisková organizace, která se skládá ze skupiny byznys lídrů, a jejíž misí je zlepšit způsob podnikání, neboť na něm budou budoucí generace závislé (The B Team, 2020).

na plnění určitého společenského přínosu, kdy se uspokojují potřeby zákazníků (Mulačová et al., 2013) a ostatních stakeholderů.

Dle Dočekalové et al. (2013) představuje podniková udržitelnost neustálý rozvoj podnikové činnosti, který uspokojí potřeby současné bez toho, aby ohrozil potřeby budoucí. **Udržitelnost podniku tedy představuje chování podniku, které je sjednoceno s cíli a hodnotami udržitelného rozvoje a dokáže uspokojit potřeby všech zainteresovaných stran (stakeholderů) v krátkém i dlouhém období.**

Uspokojení současných potřeb zainteresovaných stran může být dosaženo využitím finančních prostředků, kterými podnik aktuálně disponuje, k naplnění sociální potřeby se současným respektováním limitů environmentálního prostředí. Cílem právě podnikové udržitelnosti je balanc mezi třemi základními pilíři, které byly představeny již v rámci udržitelného rozvoje, tedy ekonomickým, sociálním a environmentálním. Zmíněnou rovnováhu je možné též chápat jako trojí zodpovědnost, uváděnou také jako Triple Bottom Line, která má vliv na dlouhodobě udržitelnou konkurenceschopnost podniku. Další chápání významu modelu Triple Bottom Line včetně odpovídajících hesel je znázorněno na následujícím obrázku č. 3.

Obrázek č. 3: Triple Bottom Line



Zdroj: zpracováno autorkou dle Epstein & Buhovac (2014) a Elkington (1997), 2020.

Je však třeba si ujasnit, co konkrétně pojem udržitelnost pro podniky znamená. Pro lepší pochopení je možné uvést devět základních principů, které jsou představeny v tabulce č. 1, a které napomůžou lépe pochopit pojem podniková udržitelnost. Uvedené principy

může management firmy zahrnout do svých každodenních rozhodovacích procesů, postupně je pozorovat a vyhodnocovat (Epstein & Buhovac, 2014).

Tabulka č. 1: Principy podnikové udržitelnosti

Č.	Princip	Podstata principu
1.	Etika	Podnik se chová eticky – dodržuje etické standardy a postupy při jednání se stakeholdery.
2.	Forma řízení podniku	Společnost pečuje o všechny své zdroje.
3.	Transparentnost	Podnik poskytuje včasné informace podporující rozhodnutí.
4.	Obchodní vztahy	Podnik klade důraz na fair-trade praktiky.
5.	Finanční návratnost	Společnost poskytuje návratnost investic poskytovatelům kapitálu a chrání svůj majetek.
6.	Zapojení komunity	Podnik podporuje vzájemně prospěšné vztahy s komunitou, která je citlivá na kulturu, vzdělání apod.
7.	Hodnotné produkty/slужby	Společnost respektuje potřeby zákazníků a snaží se poskytovat nejvyšší kvalitu produktů či služeb.
8.	Pracovní přístupy	Podnik podporuje profesní a osobní růst zaměstnanců.
9.	Ochrana životního prostředí	Společnost se snaží o šetrné nakládání s přírodními zdroji.

Zdroj: zpracováno autorkou dle Epstein & Buhovac (2014), 2020.

Na obdobných principech samozřejmě taktéž stojí udržitelný rozvoj. Zde jsou přiblíženy principy ve vztahu k podniku.

Společnosti uplatňující podnikovou udržitelnost udržují ekonomický růst, roste hodnota pro jejich investory i dobré jméno firmy. Podniky tak pěstují dobré vztahy se zákazníky a zlepšují kvalitu svých produktů či služeb. Podniková udržitelnost také znamená prosazování etických obchodních praktik a utváření udržitelných pracovních míst včetně dobrých pracovních podmínek v souladu se společenským růstem a šetrností k životnímu prostředí.

2.4 Společenská odpovědnost firem ve smyslu udržitelnosti

Ve smyslu udržitelnosti v podnikání může být problém s rozlišením tohoto pojmu a pojmu společenská odpovědnost firem (Corporate Social Responsibility, dále také „CSR“). Ebner a Baumgartner (2006) doporučují používat v tomto smyslu CSR jako „složku“ koncepce udržitelného rozvoje, která se zaměřuje převážně na stakeholdery.

Společenská odpovědnost firem je komplexní pojem, který však není v současné době v českém ani v globálním měřítku jednotně vymezen. Důvodem je pravděpodobně skutečnost, že koncepce CSR je založena na dobrovolné bázi, není striktně vymezena určitými hranicemi, a proto dává velký prostor k diskusi a vede k odlišnému chápání a interpretaci jednotlivými skupinami (Kašparová & Kunz, 2013).

Základ CSR moderní doby byl položen vydáním publikace Howarda Bowena s názvem „*Social Responsibilities of the Businessman*“ z roku 1953, kde autor definoval CSR jako „*závazky podnikatele uskutečňovat takové postupy, přijímat taková rozhodnutí, nebo následovat takový směr jednání, který je žádoucí z hlediska cílů a hodnot naší společnosti*“ (Carroll, 1999, s. 270). O tuto myšlenku se společnosti už dále příliš nezajímaly (Křečková Kroupová, 2018).

V 60. letech 20. století však začala gradovat pozornost veřejnosti k aktivitám firem v sociální oblasti, a to díky hnutí za občanská práva, práva žen, spotřebitelů a ochranu životního prostředí. V další dekádě se význam CSR dále rozvinul díky OSN, která iniciovala debaty vedoucí k definování základů CSR, které jsou známé dnes (Křečková Kroupová, 2018).

K masovějšímu rozvoji CSR poté dochází v 90. letech prostřednictvím vzniku prvních platforem a iniciativ (etické podnikání, řízení stakeholderů, firemní občanství). V roce 1996 byla mimo jiné založena největší evropská centrála zabývající právě CSR s názvem CSR Europe (Křečková Kroupová, 2018). Na přelomu 20. a 21. století dochází také k vývoji konceptu udržitelnosti, anglicky Sustainability (Carroll, 2015 in Křečková Kroupová, 2018).

Problematikou jednotného vymezení CSR se zabývalo a v současnosti stále zabývá mnoho autorů jak v zahraničí, tak v ČR. Příkladem je Alexander Dahlsrud (2008), který potvrzuje a řeší tuto problematiku ve své práci „How Corporate Social Responsibility

is defined: an Analysis of 37 definitions“. Autor dospěl k závěru, že tři z pěti oblastí se vyskytují téměř ve všech zkoumaných definicích a čtyři z pěti oblastí se vyskytují v 80 % definic.

Analýza vymezení koncepce CSR odhalila pět oblastí s nejčastějším výskytem:

- environmentální,
- sociální,
- ekonomickou,
- stakeholdeři,
- dobrovolnost (Dahlsrud, 2008).

Z uvedeného vyplývá, že i když existuje mnoho rozdílných definice konceptu CSR, v konečném důsledku jsou definice velice podobné.

Mimo odborníků se definicí společenské odpovědnosti podniku zabývá velké množství národních i mezinárodních institucí. Pohled subjektů na CSR je různý. EU vymezuje CSR ve své Zelené knize o CSR jako: „*dobrovolné integrování sociálních a ekologických hledisek do každodenních firemních operací a interakcí s firemními stakeholdery*“ (Commission of the European Communities, 2001, s. 8). Tedy zapojení společenských a environmentálních potřeb do svého podnikání. Podle Business Leaders Forum je CSR „*dobrovolný závazek podniků chovat se v rámci svého fungování odpovědně ke společnosti i prostředí, ve kterém podnikají*“ (Business Leaders Forum, 2008).

Kašparová & Kunz (2013), a také Business Leaders Forum (n.d.), navíc rozšiřují a vymezují další charakteristické rysy CSR, kdy:

- Podniky vykonávají aktivity v rámci CSR **dobrovolně** nad rámec zákonných povinností.
- Podniky udržují transparentnost a otevřený **dialog se stakeholdery** včetně spolupráce s nimi, která vytváří „win-win“ situaci.
- Podniky se opírají o **Triple Bottom Line Business**, zaměřují se na ekonomickou, environmentální i sociální činnost.

- Aktivita v rámci CSR vykonávají podniky **dlouhodobě**, jsou zahrnuty v podnikových hodnotách a strategii.
- Podniky mají **odpovědnost** vůči společnosti a také **závazek přispívat k rozvoji kvality** života, jde tedy o etický požadavek ke společnosti.

Veškeré výše zmíněné charakteristiky dokazují, že je koncept společenské odpovědnosti založen na stejných základech (pilířích) jako je udržitelný rozvoj a udržitelnost na úrovni podniků. Zmíněné koncepce vycházejí z principu Triple Bottom Line.

Právě trojí zodpovědnost klade důraz na to, aby se firma rovnovážně zabývala třemi pilíři existence, a to ekonomickou životaschopností (*profit*), kvalitou environmentálního prostředí (*planet*) a společenským kapitálem (*people*). Aby společnost dosáhla této rovnováhy, musí se starat o všechny subjekty kolem sebe, tedy o stakeholdery (Elkington, 1997; Křečková Kroupová, 2018).

Tři pilíře CSR v rámci koncepce Triple Bottom Line jsou přiblíženy v následující tabulce č. 2 se zaměřením na stakeholdery, řešené problémy a využívané nástroje.

Tabulka č. 2: Tři pilíře CSR na základě Triple Bottom Line

	Ekonomický	Sociální	Environmentální
	Trhy	Společenství	Životní prostředí
Stakeholderi	<ul style="list-style-type: none"> – zákazníci – obchodní partneři – investoři 	<ul style="list-style-type: none"> – zaměstnanci – odbory – místní komunity – státní orgány 	<ul style="list-style-type: none"> – organizace a hnutí zabývající se problematikou životního prostředí
Řešené problémy	<ul style="list-style-type: none"> – kvalita – inovace – bezpečnost produktů – férové ceny – etická reklama – korupce 	<ul style="list-style-type: none"> – rovné příležitosti – různorodost na pracovišti – zdraví a bezpečnost – uspokojení z práce – pracovní práva – kvalita života 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Užívání zdrojů – těžba, nakládání s vodou 2. Odpady – nakládání s půdou, skládky 3. Znečištění – voda, půda
Nástroje	<ul style="list-style-type: none"> – kodexy chování – systém řízení kvality – corporate governance – standardy (ISO 9000, atd.) 	<ul style="list-style-type: none"> – vztahy s odbory – zaměstnanci v rozhodovacích procesech – peněžní a věcné dary 	<ul style="list-style-type: none"> – ekologické značky – předjímání legislativy – čistší produkce

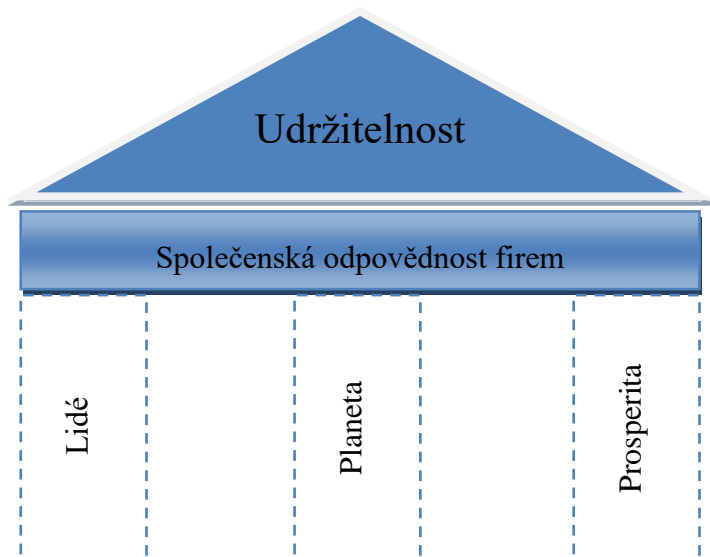
Zdroj: zpracováno autorkou dle Zadražilová et al. (2011), 2020.

Výčet v tabulce jistě není vyčerpávající, ale lze konstatovat, že zapojením CSR do podnikových každodenních činností, přináší větší uspokojení stakeholderů.

Pojem udržitelnost (Corporate Sustainability, zkráceně CS) a společenská odpovědnost firem (CSR) jsou často společně zahrnovány do skupiny spadající pod pojmy udržitelný rozvoj či etické podnikání (Křečková Kroupová, 2018). Dle některých vědců, například dle Laine (2005), jsou pojmy CSR a udržitelnost synonymy. Jiní zastávají názor, že je udržitelnost širší pojem než CSR. Společenská odpovědnost firem pak spíše představuje nástroj k dosažení udržitelnosti (Frame, 2005 in Křečková Kroupová, 2018) za využití dobrovolných nástrojů, jako jsou systémy řízení kvality, systémy environmentálního managementu, čistší produkce, ekologické značky apod. (Zadražilová et al., 2011).

Pro účely této práce je **CSR vnímána jako součást širšího konceptu udržitelného rozvoje**. CSR je tedy důležitým předpokladem k dosahování udržitelnosti. Tento předpoklad zachycuje následující obrázek č. 4.

Obrázek č. 4: Společenská odpovědnost ve vztahu k udržitelnosti



Zdroj: zpracováno autorkou dle Thwink.org (2014), 2020.

Na závěr je tedy ještě vhodné shrnout základní myšlenku udržitelnosti, ze které je v práci vycházeno. Udržitelnost znamená neustálý rozvoj hospodářské činnosti, který podniku napomáhá uspokojovat současné potřeby, aniž by byly ohroženy potřeby budoucí. Základním předpokladem udržitelnosti podniku je rovnováha mezi třemi pilíři (ekonomickým, sociálním a environmentálním), které jsou provázány a navzájem se ovlivňují.

2.5 Udržitelnost jako trend a předpoklad úspěšného podnikání

V současné době si podniky stále více uvědomují, že musejí svoji činnost stavět na základních principech udržitelnosti, protože se mění očekávání zaměstnanců, zákazníků i investorů. Podniky musejí přemýšlet o tom, jak zapojit udržitelnost do podnikové strategie. Při provádění udržitelnosti je poté efektem dlouhodobý růst a dále udržitelný rozvoj podniku.

Otázkou však pro firmy zůstává, co jim aktivity v rámci udržitelnosti přinesou. Dle Epsteina & Buhovec (2014) mohou udržitelné aktivity posílit výkonnost podniků v několika možných směrech:

- Přinesou **finanční výhody**, které podniku zajistí snížení operativních nákladů, rostoucí zisky či nižší kapitálové náklady.
- **Výhody plynoucí ze zákazníků**, kdy roste uspokojení zákazníků, roste také podíl na trhu či se naskytou nové příležitosti.
- V rámci **provozních výhod** přinese udržitelné podnikání firmě inovaci procesů, snížení výrobních časů, minimalizaci odpadu či lepší využití zdrojů.
- **Organizační výhody** představují pro podnik uspokojení zaměstnanců, zlepšení vztahů se stakeholdery, ale také snížení rizik.

Nejenže udržitelnost zvyšuje výkonnost firmy, ale také zlepšuje pohled stakeholderů na podnik. Samotné finanční i nefinanční výhody z aktivit udržitelnosti neplynou pouze organizaci, ale taktéž pro další zájmové skupiny (Kašparová & Kunz, 2013; Kuldová, 2010).

Jednotlivé výhody lze dále přiblížit dle Pavlíka a Bělčíka (2010), kteří například uvádějí:

Snižování nákladů a zvýšení efektivity

Při zavádění udržitelných aktivit mohou vzniknout podniku dodatečné náklady, které se odrážejí v ekonomické výkonnosti podniku. Dle Hyršlové (2009) se jedná například o nárůst investičních nákladů v oblasti ochrany ŽP či provozních nákladů vztahující se k novým výrobním postupům a technologiím šetrným k ŽP. Nicméně tyto náklady jsou dále vynaloženy za účelem zvýšení efektivity podnikových procesů do budoucna.

Efektivitu může představovat například úspora nákladů spojených s vysokou fluktuací zaměstnanců či snížení budoucích nákladů na zpracování produktů (Pavlík & Bělčík, 2010).

Větší uspokojení zákazníků a konkurenční výhoda

Současná podoba konkurenční výhody závisí na loajalitě zákazníků již ne na ceně. Lidé hledí při svých nákupních rozhodnutích také na aktivity společnosti v rámci udržitelnosti. Právě uplatnění základních principů udržitelného podnikání umožní podnikům odlišit se od konkurence (Pavlík & Bělčík, 2010). V současné době je také ze strany zákazníků vyvíjen tlak na energeticky šetrnou výrobu. Příkladem může být společnost Adidas, která již prodala přes jedenáct miliónů párů bot z recyklovatelného plastu z oceánu (B2B, 2019).

Snížení rizik a nové příležitosti

Snížení rizik a nové příležitosti závisí především na otevřené komunikaci a zájmu o všechny zainteresované strany ze strany podniku. Společnost tak získá cenné informace, které jí napomáhají se připravit na možné změny trhu a podporují určitou flexibilitu (Pavlík & Bělčík, 2010).

Právě spojení principů udržitelnosti do podnikání je vnímáno jako **investice**, která však není nepřekonatelnou překážkou, a firmám se může zanedlouho vrátit (B2B, 2019). Získané prostředky se postupem času přemění na finanční prostředky a zvýší tak finanční výkonnost firmy. Tato investice je však směřována dlouhodobě a když bude úspěšná, může podniku zajistit dlouhodobě udržitelný rozvoj tedy i dlouhodobě generovat příjmy.

Stěžejní zpráva Komise pro byznys a udržitelný rozvoj „*Better Business, Better World*” (zmíněná výše) dokázala, že udržitelné modely by do roku 2030 mohly otevřít hospodářské příležitosti v hodnotě nejméně dvanácti miliónů USD a přinést až 380 miliónů pracovních pozic. Pokud bude základem světové ekonomiky zaměření se na udržitelný rozvoj, může velice vzrůst produktivita a investice (United Nations Global Compact, 2017).

V posledních letech se ukazuje, že se udržitelnost stále více prosazuje do podnikových strategií. Podniky se postupně posouvají od naprostého upřednostňování zájmů akcionářů a generaci zisku přes filantropické aktivity až ke společenské odpovědnosti

(CSR) a udržitelnosti. CSR však není dlouhodobě udržitelná, což se ukázalo v době ekonomické a finanční krize po roce 2008, kdy podniky začaly výrazně opouštět projekty zaměřené právě na udržitelnost z finančních důvodů (Křečková Kroupová, 2015). Vystala tedy potřeba pro vznik nových byznys modelů a iniciativ, které mají za cíl zlepšit firemní udržitelnost.

Příkladem jsou modely jako:

- dlouhodobá návratnost investic,
- B Corporations zaměřující se na vztahy se všemi stakeholdery,
- sdílená ekonomika
- či sdílená hodnota, která odhaluje nové podnikatelské příležitosti při řešení sociálních a environmentálních problémů (Křečková Kroupová, 2018).

Časopis *Fortune* publikoval již pátý výroční seznam „Změňme svět“, který vyhodnotil padesát dva nejlepších společností zaměřujících se na dlouhodobou udržitelnost. Mezi nejlepší se řadila například společnost Walmart, která investovala miliardy do zvýšení odolnosti svých zaměstnanců, či Apple řešící problém elektronického odpadu (Fortune, 2019).

V ČR se mezi projekty zaměřených na udržitelnost řadí například společnost T-Mobile, Česká spořitelna či Škoda Auto, která se zaměřila na environmentální oblast a na bezpečnost v dopravních sítích. Nabídla ekologičtější motory a další produkty z řady GreenLine (Bockstette & Stamp, 2012 in Křečková Kroupová, 2018).

3 Reporting udržitelného rozvoje

S rostoucími aktivitami podniku v rámci udržitelnosti roste také zájem a míra reportingu o těchto aktivitách. Reportování znamená předávání jistých informací určitým zapojeným skupinám, je také chápáno jako komunikační či manažerský nástroj (Pavlík & Bělčík, 2010; Kuldová, 2012). V této kapitole je představena definice reportování udržitelnosti včetně prvků, které reportování ovlivňují, i jejich důvody. Jsou zde představeny standardy a normy, které napomáhají reporting usměrňovat, a je zde rovněž provedena analýza reportování jak ve světě, tak v samotné ČR. V závěru kapitoly je poukázáno na povinnost nefinančního reportingu, jež vytvořily orgány EU.

Reporting udržitelného rozvoje taktéž napomůže k pochopení udržitelnosti v podnikání jako trendu a předpokladu úspěšného podnikání. Bez reportů by nebylo téměř možné zanalyzovat udržitelné aktivity, neboť právě reporty obsahují dostatek relevantních informací, které budou využity k výzkumu v rámci této diplomové práce.

3.1 Definice reportingu udržitelného rozvoje

Pojem reporting se začal v podnicích ve smyslu výkaznictví objevovat až po roce 1990. Předchůdcem reportingu byly v období centrálně-direktivního plánování různé výkazy a hlášení plnění plánů státním i společenským orgánům či široké veřejnosti. V moderním pojetí se reporting objevuje v podnikatelské sféře později, a to konkrétně po zániku centrálního plánování a transformaci ekonomiky na tržní ekonomiku, která přinesla investice ze zahraničí. S moderním pojetím se také rozšířil obsah chápání výkaznictví, kdy jsou nejrůznější informace o aktivitách podniku předávány mimo jiné externím zainteresovaným stranám a široké veřejnosti (Machač, 2003).

Nejčastěji uváděnou definicí reportingu udržitelnosti je formulace dle Graye (1987), který považuje toto reportování za proces v podniku, kterým firma komunikuje sociální a environmentální dopady způsobené svojí hospodářskou činností zájmovým skupinám a společnosti jako celku (Kašparová & Kunz, 2013; Kašparová, 2012). Reporting udržitelného rozvoje patří díky svému obsahu především do skupiny nefinančního reportingu. Je možné konstatovat, že právě díky svému obsahu se stal součástí vnitropodnikového integrovaného výkaznictví a směřuje ke konceptu společenské odpovědnosti firem (CSR), která již byla vymezena v podkapitole 2.4.

Nefinanční reporting představuje zveřejnění významných **sociálních a environmentálních** aktivit, otázek **lidských práv** a rizika **korupce** ve výročních zprávách podniků nebo ve specializovaných reportech. Ve vztahu k těmto otázkám společnosti zveřejňují:

- uplatňované politiky a jejich výsledky,
- pracovní procesy,
- rizika negativních dopadů
- a prevenci rizik (Flagship, 2020a; Frank Bold Advokáti, 2018).

Nefinanční reporting představuje mimo dobrovolné zveřejňování také zákonnou povinnost, která byla upravena v roce 2014 Evropskou unií **Směrnici 2014/95/EU**, o uvádění nefinančních informací a informací týkajících se rozmanitosti některými velkými podniky a skupinami³. V ČR se tato směrnice zasazuje do úpravy českým právním řádem v zákoně č. 563/1991 Sb., o účetnictví. Účelem nefinančního reportingu a zavedením Směrnice 2014/95/EU je poskytnutí nefinančního přehledu podniku, které poslouží k posouzení a řešení rizik negativních dopadů, jak managementu tak také stakeholderům. Širším účelem vykazování nefinančních informací může být mimo jiné přispěvek k udržitelné ekonomice (Flagship, 2020a).

Pokud bude brán v úvahu fakt, že se v současné době rozšiřuje povědomí o udržitelnosti, které stojí na zmiňované Triple Bottom Line, zahrnuje se do témat reportingu také ekonomická oblast. Pro podniky, které udržitelnost začlenily do svých strategií a každodenních činností, je nezbytné podávat integrované reporty. Jeden ze způsobů tohoto reportingu představuje koncepce *One Report*, která znamená tvorbu jedné zprávy kombinující finanční, nefinanční i základní informace o společnosti a aktivitách v oblasti udržitelnosti ve výroční zprávě (Eccles & Krzus, 2010). Samotný report je možné považovat za výstup procesu i za příčinu vstupu dalších aktivit. Reportování může pomoci zrealizovat systémový přístup řízení aktivit v oblasti udržitelnosti, identifikovat rizika nebo příležitosti. Právě na reporting udržitelnosti je možné pohlížet jako na efektivní nástroj patřící do nefinančního reportování, který zajišťuje dlouhodobě udržitelné fungování a konkurenceschopnost, sloužící managementu podniku a všem zainteresovaným stranám (Kašparová & Kunz, 2013).

³ Uvedená směrnice bude detailněji představena níže.

V rámci reportingu udržitelného rozvoje je vhodné zmínit významné organizace, které se zasloužily o průlomovou platformu standardů nefinančního reportingu. Mezi ně se řadí UN Global Compact, vycházející z globální dohody OSN, a Global Reporting Initiative (dále „GRI“), světová organizace ve výkaznictví. První ze jmenovaných je dobrovolná síť podniků a dalších organizací, které se zavázaly k naplňování deseti principů založených právě na lidských právech, pracovních podmínkách, ochraně životního prostředí a protikorupčních opatření. Všechny principy již vychází z určitých dříve přijatých deklarácí či dokumentů. Mezi tyto dokumenty se například řadí Deklarace z Ria o životním prostředí či Všeobecná deklarace lidských práv a lze je řadit do aktivit v rámci udržitelného rozvoje. Principy jsou dále přiblíženy v příloze A z pohledu, co by podniky měly prosazovat.

Na základě deseti zmíněných principů UN Global Compact a standardů GRI byla vytvořena základní akční platforma, která podnikům pomůže začlenit podávání reportů o plnění SDGs do jejich procesů, kdy standardy ukazují návod vymezení podnikového pojetí udržitelného rozvoje. Platforma se nazývá „Business Reporting on the SDGs“ a jejím prostřednictvím jsou podniky schopné lépe měřit a podávat zprávy z hlediska naplňování globálních cílů udržitelnosti. Mimo informování zainteresovaných stran umožňuje reporting udržitelného rozvoje také lepší transparentnost v řízení rizik a příležitostí, kterým čelí (GRI, n.d.a).

Veškeré nefinanční informace mohou společnosti zveřejňovat buďto v rámci svých výročních zpráv nebo jako samostatnou zprávu, často nazývanou jako zpráva o udržitelnosti či zpráva o společenské odpovědnosti. Zveřejňování je v obou případech stejné, neboť samostatná zpráva je publikována spolu s výroční zprávou. Podniky by navíc měly mít zájem zveřejnit reporty na své webové stránky.

Reporting o udržitelnosti v posledních letech nabývá na významu. Udržitelnost napomáhá organizacím vést jejich sociální a environmentální dopady, zvyšuje efektivitu a nakládání se zdroji.

3.2 Důvody reportování

Důvody reportování o udržitelnosti jsou v této práci přiblíženy z praktického hlediska. Již několik významných organizací realizovalo výzkumy na tuto problematiku, mezi takovými organizacemi je možné řadit společnost KPMG či v českém podání společnost Flagship. Jejich výzkumy jsou dále nastíněny.

Na území ČR byl v nedávné době, konkrétně v roce 2018, realizován průzkum na téma nefinanční reporting, který provedla společnost Flagship – partner organizace GRI. V průzkumu bylo osloveno padesát středních a velkých podniků majících sídlo v ČR a věnující se reportingu společenské odpovědnosti firem (též udržitelnosti). Výsledky odhalily, že největšími důvody k tvorbě nefinančních reportů jsou především **legislativa, reputace podniku a Public Relations (PR)**. Společnosti mimo to pocítují také tlak od klientů, investorů v neposlední řadě i tlak v rámci konkurenčního boje (Flagship, 2020b). Výsledky výzkumu Flagship (2018) právě v oblasti motivů k vydávání nefinančních reportů zobrazuje Příloha B.

Zajímavé je, že výzkum odhalil nevýznamný tlak ze strany zaměstnanců na vydávání reportů. Za motivující však může podnik považovat generaci mileniálů, která se velmi zajímá o téma udržitelnosti, a také investory rozhodující se na základě odpovědného přístupu. Tento aspekt však představuje spíše přirozený vývoj potřeb jednotlivých investorů, zákazníků i zaměstnanců (Flagship, 2020b).

Také společnost KPMG již několikrát provedla výzkum se vzorkem 250 celosvětově největších firem dle žebříčku Fortune Global 500, který se zaměřuje na podniky dle dosažených výnosů. Jsou-li srovnávány výsledky výzkumů mezi roky 2005 až 2017, je zřejmé, že se důvody reportování nemění. Mění se však jejich pořadí. Zatímco v roce 2005 byly na prvním místě ekonomické důvody (např. zisk nebo hodnota společnosti), v posledním provedeném průzkumu se do popředí dostávají spíše etické důvody. Jako další důvody podávání zpráv o udržitelnosti lze uvést inovace a učení, vztahy s dodavateli, vztah se státními institucemi, redukce nákladů a další. V roce 2017 bylo společností KPMG mimo jiné zjištěno, že nefinanční reportování roste v posledních letech na významu a také byl identifikován velký vliv cílů SDGs na činnosti organizací po celém světě. Trend plnění SDGs má v příštích dvou až třech letech potenciál v nefinančních zprávách (KPMG, 2017; 2012; 2008; Kašparová & Kunz 2013).

Veškeré výše zmíněné argumenty pro reportování o udržitelnosti vycházejí ze zkušeností nejrůznějších podniků a shodují se s argumenty uváděnými různými autory nebo institucemi. Příkladem je Global Compact UN či Ernst & Young (2014).

Z interního ale i externího hlediska podniku lze také uvést následující argumenty pro vykazování zpráv o udržitelnosti:

- zpřehlednění vztahu mezi finanční a nefinanční výkonností,
- zjednodušení procesů, snížení nákladů a zvýšení efektivity,
- benchmarking udržitelnosti mezi organizacemi a odvětvími,
- zpřehlednění výkazů,
- snížení negativních dopadů na ŽP a sociální hledisko aj. (GRI, n.d.a; Hearsen, 2018).

Obdobné argumenty jsou shledávány také v první kapitole této práce pro realizaci udržitelných aktivit podniku. Stejně výhody vycházejí z mínění, že většina přínosů z uplatňování udržitelných aktivit je dosažena prostřednictvím reportování o nich. Dle Kašparové (2011) je možné mezi přínosy reportingu zařadit: transparentnost, dobré jméno, proaktivní řízení rizik, motivace zaměstnanců, získání dlouhodobého kapitálu prostřednictvím sladění zájmů podniku se stakeholdery aj.

Taktéž z důvodů reportování vyplývá, že pokud podniky uplatňují aktivity v oblasti udržitelnosti, mohou být úspěšné. Reportování o zmíněných aktivitách je poté prostředek, jak se všichni interní i externí subjekty tuto skutečnost dozvědí a mohou tak podnik vidět v lepším světle, což mu přináší i dlouhodobě úspěch.

3.3 Prvky ovlivňující reporting

Podniky jsou při reportingu udržitelnosti/udržitelného rozvoje mimo povinné náležitosti ovlivňovány několika různými aspekty, které mají vliv na konečnou podobu reportů. Následující výčet prvků není úplný a je nutné brát v úvahu skutečnost, že vliv každého prvku na reportování nelze hodnotit odděleně.

Do prvků ovlivňující reporting udržitelného rozvoje patří také využívané normy a standardy, které jsou však v této kapitole vynechány a je pro ně vymezena samostatná kapitola.

Kašparová (2012) identifikovala celkem deset možných aspektů, které reportování ovlivňují. Je to velikost organizace, vlastnictví a způsob řízení organizace, potřeba kapitálu, odvětví působnosti, standardy, konkurenční prostředí, tlak společnosti a stakeholderů, strach z ohrožení, rutina a kultura organizace. V následujícím textu budou představeny jen nejdůležitější z nich.

3.3.1 Velikost organizace

Velikost organizace je spojena s její viditelností. Tento faktor je jeden z nejčastějších faktorů působící na reportování podniku. Je to dáno především tím, že aktivity větších podniků ovlivňují daleko větší množství zájmových skupin a organizace jsou tak v hledáčku médií, politických a jiných subjektů. Z tohoto důvodu je v současnosti dobrovolnější reportování o udržitelnosti spojeno spíše s velkými podniky (Kašparová, 2012).

3.3.2 Způsob řízení a vlastnictví organizace

Dalším prvek ovlivňující reportování o udržitelnosti je vlastnictví a způsob řízení dané organizace, kdy nastává problém s oddělením funkce řízení a vlastnictví. I když oddělení funkcí přináší řadu výhod, může nastat problém, kdy manažeři sledují své zájmy a potřeby na úkor vlastníků. Tento faktor je také charakteristický asymetrií informací, které zapříčiní, že manažeři mají daleko více relevantních informací o aktivitách v rámci udržitelnosti. Z tohoto důvodu dochází k růstu finančního reportingu a poskytování dat o udržitelné angažovanosti podniku (Kašparová, 2012). Státní podniky jdou dle Tagessona (2009) příkladem ostatním organizacím, neboť právě pro státem vlastněné podniky je reporting charakteristický.

3.3.3 Potřeba kapitálu

Dalším aspektem je potřeba cizího kapitálu, ta vede manažery k většímu reportování, neboť jejím prostřednictvím získávají investoři informace. Organizace je tak transparentní a v jistém ohledu vstřícná. Tato skutečnost může mít značný dopad při rozhodování investorů o vložení prostředků do podniku, kdy pro ně bude další investice méně riziková a nebudou požadovat tak vysokou návratnost jako u podniků, které podávají neúplné informace (Kašparová, 2012).

3.3.4 Konkurenční prostředí

Konkurenční prostředí ovlivňuje podniky k reportování z hlediska odlišení se od konkurence nebo z hlediska zveřejňování dat pro rozhodování potencionálních investorů. Právě investoři porovnávají relevantnost poskytnutých informací s podobnými, často konkurenčními podniky. V rámci odlišení se od konkurence nastává situace, kdy podnik začíná reportovat o aktivitách v udržitelnosti jako první nebo se jedná již o nedílnou činnost organizace, protože roste reportování i ze strany konkurence (Kašparová, 2012).

3.3.5 Odvětví působnosti

Další prvek ovlivňující úroveň reportování podniku o udržitelných aktivitách závisí na příslušném odvětví, ve kterém působí. Vyšší objem reportování je možné zaregistrovat u podniků, jejichž činnosti spadají do tzv. citlivých odvětví. Prostřednictvím zveřejňování svých odpovědných aktivit se snaží podniky ochránit vztahy se stakeholdery a legitimitu svého působení ve společnosti. Vliv aspektu odvětví je často podmíněný dalšími faktory jako již zmíněnou velikostí a viditelností podniku či silou konkurence a existence rizika výskytu negativních dopadů, které jsou typické pro dané odvětví (Kašparová, 2012).

Taktéž dle výzkumu KPMG (2017) nabývá vliv odvětví na míře reportingu podniků. V ČR oproti roku 2015 narostlo vykazování v sektoru zdravotnictví, dopravy i průmyslu. V závěru je navíc možné konstatovat, že více než dvě třetiny podniků napříč všemi odvětvími (kromě maloobchodu) podávají zprávy o udržitelnosti.

3.3.6 Rutina reportování

Posledním zmíněným faktorem je rutina reportování, která má především značný dopad na kvalitu a rozsah samotných zpráv i na témata, o kterých společnosti v jednotlivých reportech informují. Výhodou je nakonec možnost historického porovnání dat ve všech repotech (Kašparová, 2012).

3.4 Standardy, normy a iniciativy

V rámci oboru nefinančního reportingu je možné v současnosti nalézt velké množství různých standardů a norem, které představují významný nástroj pro řízení aktivit v oblasti udržitelného rozvoje, do něhož patří také společensky odpovědné aktivity. Standardy podnikům nabízejí určitý návod či postup, jakým směrem můžou aktivity v oblasti udržitelnosti směřovat. I když jsou založeny převážně na dobrovolném charakteru, často se stávají součástí podnikových strategií.

Z doposud zavedených a přijatých standardů jsou nejvýznamnějšími a nejpodstatnějšími iniciativy světového měřítka vytvořené organizací Global Reporting Initiative (GRI) a Směrnice OECD pro nadnárodní podniky. Tyto dvě iniciativy jsou společně s dalšími známými standardy upravující nefinanční reporting charakterizovány v následujícím textu, nakonec jsou navzájem komparovány.

3.4.1 Global Reporting Initiative (GRI)

Ve světě existovala snaha vytvořit jednotný globální systém, který by napomohl podnikům vytvářet zprávy o svých odpovědných aktivitách. Od roku 1997 je cílem právě organizace GRI propagovat rámec pro výkaznictví o udržitelném rozvoji, který bude vhodný pro podniky všech velikostí. Dokument GRI pro hlášení udržitelnosti nazývaný „Sustainable Reporting Guidelines“ je v dnešní době nejrozsáhlejším a neobjektivnějším standardem pro poskytování zpráv o udržitelnosti. Jedná se o pokyny, které se dají srovnat i s podáváním finančních zpráv. Od roku 2006 se používala verze standardu G3, která mimo základní údaje o organizaci, její vytyčenou strategii a další sledovala výkon v ekonomické, sociální oblasti a oblasti životního prostředí. Jednotlivé dimenze obsahovaly celkem deset ekonomických, šestnáct environmentálních a dvacet čtyři sociálních indikátorů. Rozsah reportování si však mohla organizace zvolit sama. Dle míry respektování koncepce GRI byly poté rozlišovány tři úrovně A, B, C či A+, B+, C+, pokud byla zpráva ověřena externí stranou (GRI, n.d.b; 2015; Zadražilová et al., 2011).

Další aktualizace standardů GRI následně vyšla v roce 2015 a je označovaná jako G4. V rámci této změny byly standardy zjednodušeny a zpřístupněny i menším podnikům, které vykazují pouze strategické aktivity v ohledu hodnotového řetězce. Zjednodušení spočívalo v náhradě za dva doplňující se dokumenty, které jsou označovány jako

„Reporting Principles and Standard Disclosures“ a „Implementation Manual“. V první části jsou zahrnuty zásady vykazování, zveřejňování standardů a kritéria, která mají podniky využít při přípravě zprávy. V druhé části je vysvětleno uplatnění zásad a jak interpretovat dle nové metodiky. Aby byly zprávy připraveny dle pokynů, nabízí se podnikům dvě možnosti „Core“ a „Comprehensive“. Obě možnosti se zaměřují na identifikaci materiálových aspektů, které jsou významné pro ekonomické, environmentální a sociální dopady organizace, ale opět jsou vybírány na základě dobrovolnosti. Komplexnější obraz o odpovědných aktivitách společnosti poté představuje možnost „Comprehensive“, která zachycuje strategii podniku, řízení, etiku či informace o odměňování. V rámci každé úrovně však musejí být uveřejněny podrobné výsledky významných indikátorů materiálových aspektů (GRI, 2015). Od 1. července 2017 však mají organizace využívat nově aktualizované GRI Standardy, které se od GRI G4 příliš neliší, neboť jsou založeny na stejném obsahu jako G4. Při úpravě byly provedeny pouze malé změny (GRI, n.d.c; Greenstone+, 2016).

Rámcem GRI je nejvyžívanějším standardem pro tvorbu nefinančního reportingu. Tuto skutečnost potvrdila studie KPMG (2017), která v závěru uvedla, že nejpoužívanější rámec pro nefinanční vykazování je ze dvou třetin právě GRI G4. To je zapříčiněno pravděpodobně právě tím, že jsou stanovená jasná pravidla pro reporting o udržitelném rozvoji a lze veškeré zprávy porovnávat.

3.4.2 Směrnice OECD pro nadnárodní podniky

Směrnice OECD pro nadnárodní podniky, též označovaná jako Guidelines for Multinational Enterprises, je nejstarším nástrojem v oblasti společensky odpovědného podnikání, kdy vlády formulovaly své představy odpovědného chování korporací působících na mezinárodním trhu.

Směrnice vznikla již v roce 1976 jako součást Deklarace OECD o mezinárodních investicích a nadnárodních podnicích. Jejím cílem je napomáhat vzájemné důvěře mezinárodních podniků a společností, které jsou nositeli mezinárodních investic přispívající k růstu globální ekonomiky, a zvyšovat tak zapojení podniků do udržitelného rozvoje. Obecným cílem poté je zvýšení transparentnosti činností nadnárodních podniků prostřednictvím informování o jejich aktivitách v ekonomické, sociální a environmentální dimenzi. Mezi konkrétní oblasti, kterými se Směrnice OECD

pro nadnárodní podniky zabývá, patří zpřístupňování informací, zaměstnanost, životní prostředí, boj proti úplatkářství, zájmy spotřebitelů, věda a technologie, konkurence a zdanění. Od roku 2011, kdy byla směrnice aktualizována v reakci na změny světové ekonomiky, patří do těchto oblastí také kapitola lidská práva. Směrnice také doporučuje, aby byly zveřejňovány informace týkající se i negativních vlivů. Je však nutné podotknout, že tyto zásady mají pouze doporučující charakter a zahrnují pouze podniky a organizace působící v rámci OECD. Podíl těchto podniků ve světové ekonomice se však snižuje z důvodu růstu podílu podniků, které nejsou členy OECD (MPO, 2016; Zadražilová et al., 2011).

Obsažená pravidla a doporučení jsou v souladu s jinými standardy zabývající se společenskou odpovědností – jako UN Global Compact či ISO 26000 (MPO, 2016; Zadražilová et al., 2011).

3.4.3 Globální dohoda OSN (UN Global Compact)

Globální dohoda OSN představuje globální iniciativu, která byla nastíněna již v závěru předešlé podkapitoly 3.1. Jedná se o podporu společností při zavádění šetrných metod, odpovědných postupů a jejich následné informování veřejnosti. Příloha A představuje základní principy této dohody. Je však možné konstatovat, že uvedené principy se prolínají s iniciativou ze Směrnice OECD pro nadnárodní podniky.

V rámci Dohody OSN je možné kontrolovat plnění principů, neboť byl zaveden nástroj spočívající v podávání ročních zpráv – Zpráv o vývoji (též „COP“, Communication on Progress). Zpráva o vývoji obsahuje úsilí podniků při plnění principů Globální dohody a konkrétní informace včetně negativních dopadů výkonnosti podniku. Jejím nedostatkem však je, že nikde není přesně stanoveno, v jakém rozsahu mají být odpovědné aktivity prováděny. Reporting COP je poté sledován za těžko použitelný v případě, kdy probíhají mezipodniková srovnání. Pokud však COP není zveřejněna déle než jeden rok, jsou členové vyřazeni z listiny signatářů UN Global Compact (Asociace společenské odpovědnosti, 2014; Zadražilová et al., 2011).

3.4.4 Norma ISO 26000

Čtvrtou iniciativou mezinárodních standardů je norma ISO 26000 platná od roku 2011. Norma neslouží k certifikaci, ale představuje návod, jak mají organizace implementovat společensky odpovědné podnikání do svých již existujících strategií, procesů a systémů.

Norma se nezajímá o podniky samotné, ale o jakékoli organizace. Používá se pojem „společenská odpovědnost organizací“ nikoli „společenská odpovědnost firem“. Tím je možné konstatovat, že ISO 26000 má o něco větší záběr nežli Směrnice OECD či Globální dohoda. Zadražilová et al. (2011) uvádí, obdobně jako ostatní standardy, sedm zásad společenské odpovědnosti. Jedná se například o lidská práva, ochranu spotřebitele, etické chování, atd. (ISO, n.d.; Zadražilová et al., 2011). Norma je rovněž dobrovolná a doporučuje ověřit výsledné reporty třetími stranami. Konkrétní časové období, kdy by měly být nefinanční reporty vydány, však nedefinuje, ale pouze doporučuje je publikovat ve vhodných časových intervalech (Kašparová & Kunz, 2013).

3.4.5 AccountAbility (AA 1000)

Účelem série standardů AccountAbility, která vznikla již před dvaceti jedna lety, v roce 1999 v Londýně, je pomoci organizacím zlepšit jejich výkonnost prostřednictvím strategie udržitelnosti, environmentálních a sociálních dopadů v rámci managementu. AccountAbility představují praktický a snadno použitelný rámec pro jakékoliv organizace, které vedou účetnictví společně s uplatňováním udržitelnosti a zapojením zúčastněných stran (Accountability, 2020). V obsahu série norem AccountAbility je obdobně jako u předchozích standardů a iniciativ vymezen nefinanční reporting. Navíc je zde představen požadavek ve vztahu výkonnosti podniku a jeho cílů v rámci udržitelnosti (Kašparová & Kunz, 2013).

3.4.6 EMAS

Eco Management and Audit Scheme (dále jen „EMAS“) představuje dobrovolný nástroj, který zavedla Evropská komise a který slouží podnikům především pro hodnocení, vykazování a zlepšování jejich vlivu na ŽP. Jedná se tak o část celkového systému řízení organizace a lze jej zařadit do systému environmentálního managementu. EMAS vychází ze standardizovaných přístupů (jako je norma ISO 14001) nebo pouze z dobrovolného zavedení bez certifikace. Zavedením EMAS podniky dosahují větší transparentnosti, jak externě prostřednictvím každoročního environmentálního prohlášení (reportu), které obsahuje deskripci environmentálních politik či stanovení cílů v rámci ochrany ŽP, tak interně zapojením zaměstnanců.

Veškeré podniky zapojené do vedení EMAS v ČR jsou registrovány v rámci národního registru CENIA (European Commission, n.d.; Cenia, 2020; Ministerstvo životního prostředí ČR, 2020c).

3.4.7 Komparace jednotlivých standardů, norem a iniciativ

Komparace jednotlivých standardů, norem a iniciativ je dále provedena na základě výše zmíněných skutečností doplněná o analýzu jejich metodik. Přehled standardů uvádí taktéž Kašparová & Kunz (2013) ve své publikaci, kde uvádějí, že všechny zmíněné standardy, kromě EMAS, jsou využitelné na globální úrovni. Upozorňují také na územní omezení Směrnice OECD, která se týká pouze členů organizace a která obsahuje pouze pro ně relevantní témata, čímž je však snížena použitelnost tohoto standardu.

Všechny zmíněné standardy jsou sestaveny tak, aby je mohly využít podniky různých velikostí, z různých sektorů ekonomiky. Jsou však založeny na řízení na základě konzultace se zúčastněnými stranami – stakeholdery.

Celkové výsledky komparace jednotlivých standardů a iniciativ v rámci reportingu jsou znázorněny v tabulce č. 3 níže.

Tabulka č. 3: Obecné srovnání standardů pro reporting udržitelného rozvoje

Standard	Reportování	Pokrytí Triple Bottom Line	Vymezení obsahu reportu	Verifikace reportu	Časová lhůta pro vydání reportu
GRI	vyžadováno	ano	konkrétní	ano	obecně
Směrnice OECD	vyžadováno	ano	obecné	dobrovolně	obecně
UN Global Compact	vyžadováno	ano	obecné	dobrovolně	ano
ISO 26000	vyžadováno	ano	konkrétní	dobrovolně	obecně
AA 1000	vyžadováno	ano	konkrétní	ano	ne
EMAS	vyžadováno	pouze environmentální	konkrétní	ano	ano

Zdroj: zpracováno autorkou dle Kašparová & Kunz (2013) a metodik standardů, 2020.

Z komparace vyplývá, že všechny standardy obsahují požadavek na vykazování reportů. Podniky či organizace uplatňující udržitelnost a řídicí se možnými standardy by měly

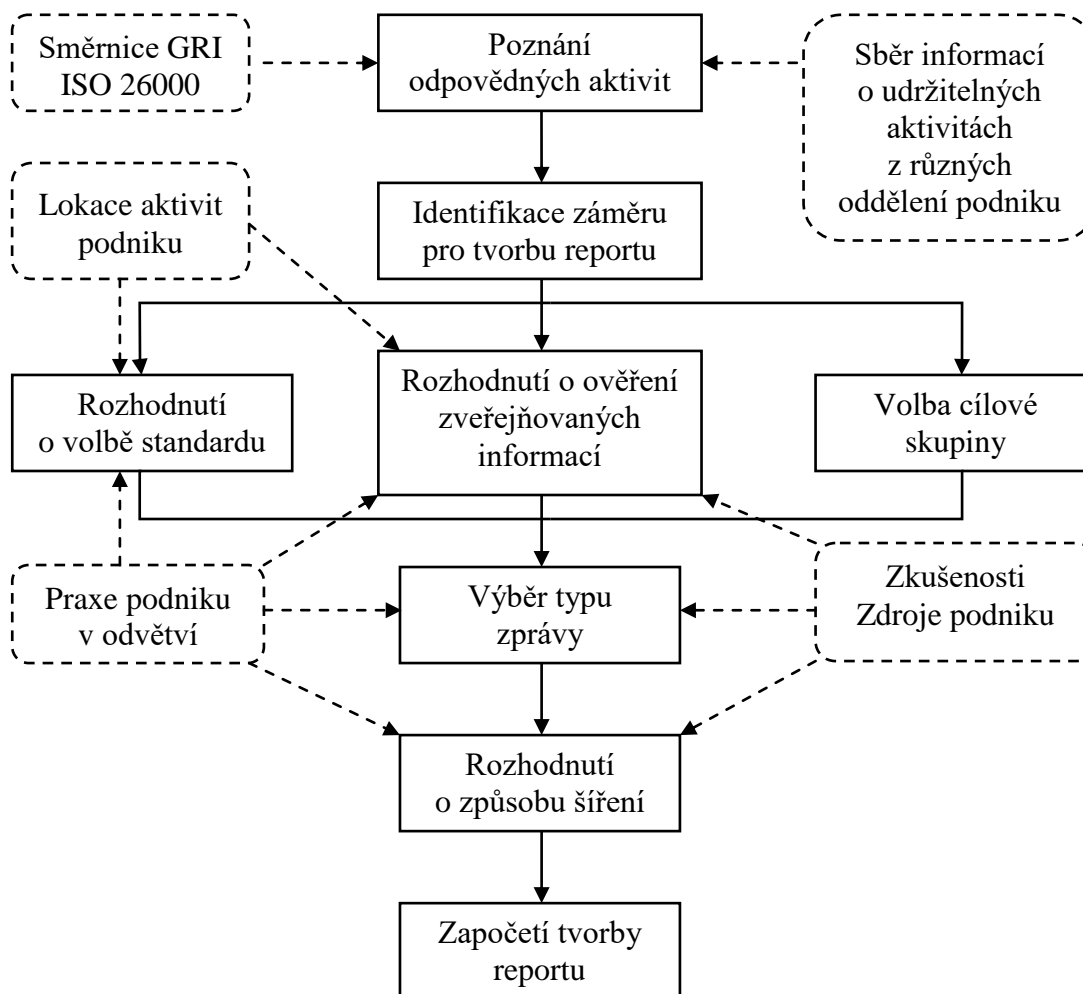
vydávat přehled o těchto činnostech a vykazovat je dle detailních pokynů a indikátorů, které právě jednotlivé standardy definují. Vykazované oblasti ve všech uvedených standardech, kromě EMAS, pokrývají celou širší Triple Bottom Line. Zaměřují se jak na ekonomickou, sociální tak environmentální dimenzi. Pouze EMAS se soustředí výhradně na vykazování v oblasti environmentální. Z analýzy pokrytí různých podoblastí v rámci jednotlivých dimenzí vyplývá, že největší pokrytí je u **standardů GRI či ISO 26000**. Tyto standardy ve svých metodikách obsahují například témata hospodářské výkonnosti, investice či vývoj finančních ukazatelů a platební morálku. V rámci environmentálního pilíře se jedná například o téma dopadu produktů a služeb či recyklace odpadů. Nejvíce jednotlivých podoblastí lze nalézt u sociálního pilíře, kam patří témata jako lidská práva, vztahy se zaměstnanci nebo jejich osobní rozvoj. Nejméně podoblastí naopak pokrývají standardy AA 1000. Tabulka naznačuje, že vymezení obsahu reportů a jejich verifikace se u jednotlivých standardů liší. Směrnice OECD a UN Global Compact nevymezují přesný obsah reportů o udržitelnosti. Taktéž ověření reportů externí osobou je rozdílné. Opět Směrnice OECD a UN Global Compact i ISO 26000 obsahují pouze dobrovolnou verifikaci reportu. Pravidelností vydávání reportů o udržitelnosti a informací pro stakeholdery se až na výjimku série standardů AA 1000 zabývají všechny uvedené standardy. Časová lhůta je stanovena normativně u Globální dohody OSN a EMAS. Standardy GRI a Směrnice OECD včetně AA 1000 apelují na pravidelné a včasné zveřejňování veškerých informací.

Normy jsou si v závěru velmi podobné co se týče obecnosti a nároků na reporting. Jejich využití může podniku přinést mnoho výhod. Závisí však na jejich implementaci, kdy se podnik může potýkat s komplikacemi. Mezi nejvhodnější standardy autorka práce považuje reportingový rámec GRI a normu ISO 26000.

3.5 Postup tvorby nefinančního reportu

Před samotnou tvorbou a vydáním nefinančního reportu by měl podnik učinit jisté kroky vedoucí ke kvalitnímu a věcnému reportu. Jednotlivé kroky jsou schematicky znázorněny na následujícím obrázku č. 5.

Obrázek č. 5: Kroky tvorby nefinančního reportu o udržitelnosti podniku



Zdroj: zpracováno autorkou dle Kašparová & Kunz (2013), 2020.

Dle Kašparové & Kunz (2013) se jedná konkrétně o osm kroků, které by podniky měly před vytvořením nefinančního reportu realizovat.

1) Poznání odpovědných aktivit

Na počátku tvorby nefinančního reportu musí podnik poznat své odpovědné aktivity, které se řadí do udržitelnosti a o kterých bude reportovat. Zjištěné aktivity budou tvořit obsah témat v nefinančním reportu.

2) Identifikace záměru pro tvorbu reportu

Druhým krokem při tvorbě reportu je identifikovat záměr reportingu, tedy důvod proč je důležité o odpovědných aktivitách společnosti vůbec informovat. Hlavní záměr podniku určí, která témata budou v reportu zohledněna, v jakém rozsahu a propracovanosti budou poskytovány uváděné informace a komu budou vůbec určeny.

3) Rozhodnutí o volbě standardu

Dále by se podnik měl rozhodnout, zda se při tvorbě svého nefinančního reportu bude držet některého z dobrovolných standardů. Nejvhodnějším se jeví reportingový rámec GRI či norma ISO 26000, což vyplývá taktéž z komparace jednotlivých standardů z předchozí kapitoly.

4) Rozhodnutí o ověření zveřejňovaných informací

Čtvrtým krokem je rozhodnutí o ověření zveřejňování informací. Toto rozhodnutí může ovlivnit jak záměr tvorby reportu tak také odvětví působnosti a chování konkurentů podniku. V případě, kdy se podnik rozhodne ověřit nefinanční informace třetí osobou, může tak zvýšit důvěryhodnost reportu a posílit svoji konkurenční pozici.

5) Volba cílové skupiny nefinančního reportu

Proto, aby byl nefinanční report zpracovaný kvalitně a věcně, je nutné jasně vymezit cílovou skupinu a v rámci reportu splnit její požadavky. Na základě volby cílové skupiny je proveden výběr a způsob zpracování jednotlivých témat reportu. V případě reportingu z důvodu zlepšení jména podniku či z legislativních požadavků, bude okruh cílového publika velmi široký.

6) Výběr typu zprávy

Důležité také je vybrat vhodný typ zprávy, kterým budou informace zveřejňovány. Společnost se může rozhodnout pro vydání nefinančního reportu v rámci své výroční zprávy, která je veřejně dostupná a k dispozici velkému množství stakeholderů. Tato varianta však může mít i své zápory, kdy mnoho informací může z výroční zprávy vytvořit příliš rozsáhlý dokument, čímž čtenář ztratí pozornost. Možné je využít samostatný specializovaný report, který

podniky mimo jiné tvoří z důvodu oddělení informací o udržitelných aktivitách od finančních výsledků.

7) Rozhodnutí o způsobu šíření

Posledním bodem předcházející tvorbě nefinančního reportu je rozhodnutí, jak bude zpráva publikována. V dnešní době je vhodné zveřejnění společně s výroční zprávou ve formátu PDF či zveřejnění reportu na webových stránkách společnosti tak, aby byla k dispozici všem zainteresovaným stranám. Vhodné je podpořit šíření povědomí o existenci zprávy prostřednictvím odkazování v rámci jiných podnikových publikací.

8) Započetí tvorby reportu

Po splnění všech zmíněných kroků je možné začít s tvorbou samotného reportu. Proto, aby byly dále rozvinuty výhody z reportování, je třeba dbát na rozsah a obsah reportu vytvořený na základě spolupráce se stakeholdery, kteří tak budou vnímat jeho informační hodnotu (Kašparová & Kunz, 2013).

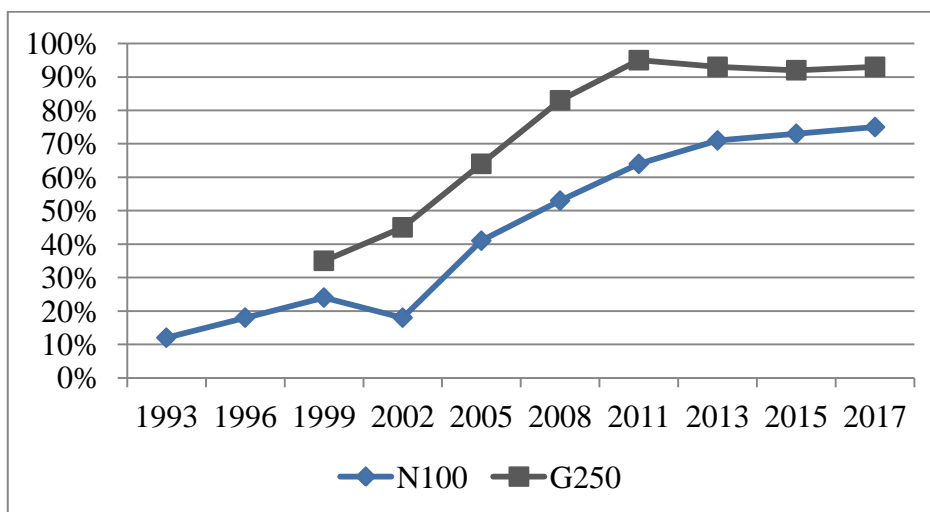
Po realizaci všech osmi kroků a při započetí tvorby reportu by podniky měly také hledět na principy tvorby reportu. Mimo naplnění požadavků stakeholderů by reporty měly být komplexní, srozumitelné, vyvážené a především přesné.

3.6 Analýza reportování ve světě a v ČR

Skutečnost, že se realizace udržitelných podnikových aktivit stala trendem, potvrzuje mimo jiné také výzkum KPMG (2017) zaměřený na reporting nefinančních informací. Právě prostřednictvím vykazování nefinančních informací je možné zjistit, kolik podniků odpovědné aktivity zařadilo do svých každodenních činností.

Celosvětová síť poradenských společností KPMG prokázala, že míra reportingu nefinančních informací se od roku 1993 rapidně zvýšila. Výzkum společnost provádí za účasti sto největších podniků ze čtyřiceti devíti zemí světa (označovaných jako N100), to představuje vzorek 4 900 podniků, a od roku 1999 také za pomoci světově největších společností (označovaných jako G250). Na následujícím obrázku č. 6 je znázorněn vývoj nefinančního reportingu zvolených podniků od roku 1993 do roku 2017, kdy byl společností KPMG proveden poslední výzkum tohoto typu.

Obrázek č. 6: Vývoj míry reportingu v letech 1993–2017



Zdroj: zpracováno autorkou dle KPMG (2017), 2020.

Z obrázku je patrné, že míra vykazování skupiny společností N100 se postupně zvyšuje až do roku 2017, kdy dosáhla 75 %, a dohání tak skupinu G250, která však ve čtyřech posledních srovnání stagnuje na stejné úrovni kolem 93 %. Díky zaměření se na finanční i nefinanční informace je tvořen komplexní obraz o působnosti podniku, který napomáhá odhadování budoucího vývoje důležitého pro akcionáře, zaměstnance a další zainteresované strany. V rámci reportování o udržitelnosti si podniky osvojily výchozí pravidla reportingového rámce GRI, který je harmonizován s jinými uznávanými standardy. Výzkum také odhalil, že podniky podávají zprávy o udržitelnosti spíše v rámci své výroční zprávy, a to v 78 % G250 a v 60 % N100. Obsahově se reporty mimo jiné ve čtyřech z deseti reportů také věnují spojitosti mezi udržitelnými činnostmi podniků a plnění cílů SDGs. Je zřejmé, že se tak jedná o trend, který se bude dále prosazovat do nefinančních zpráv (KPMG, 2017; Křečková Kroupová, 2018).

V případě mezinárodního srovnání dle kontinentů z výzkumu vyplynulo, že se Evropa nachází (se 77 %) na třetím místě v míře reportování za podniky z Asie a Severní Ameriky. Zajímavé je, že nejvyšší procento publikovaných zpráv mezi podniky patřící do N100 pochází z regionu Asie-Pacifik, kde jsou čtyři z rozvíjejících se ekonomik. V rámci Evropy patří mezi nejvyšší míru nefinančního reportingu Francie, kde je reportování o udržitelnosti legislativně upraveno, a Velká Británie téměř s 99 % reportujících podniků. Česká republika však patří mezi země, které jsou pod

reportingovým průměrem. Existuje tak málo podniků, které vykazují své nefinanční ukazatele. Je však vhodné zmínit, že míra reportingu v ČR se mezi roky 2015 a 2017 zvýšila o osm procentních bodů ze 43 % na 51 % (KPMG, 2017; Křečková Kroupová, 2018). Východiskem pro zvýšení nefinančního vykazování v ČR může být legislativní opatření povinnosti nefinančního reportingu (obdobně jako u Francie i Velké Británie).

3.7 Povinnost nefinančního reportingu

Povinnost nefinančního reportingu byla stanovena dne 22. října 2014, kdy Rada EU a Evropský parlament schválili Směrnici 2014/95/EU o uvádění nefinančních informací a informací týkajících se rozmanitosti některými velkými podniky a skupinami (dále jen „Směrnice“). Jelikož toto přijetí představuje zákonnou povinnost reportovat o nefinančních aktivitách pro všechny členské státy EU, musela také ČR uvést v účinnost Směrnici v souladu s právním předpisem. V ČR je povinnost uvádění nefinančních informací vymezena v části osm § 32f až § 32i zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví. Směrnice nabyla účinnosti 1. ledna 2017, tudíž první nefinanční informace byly zveřejňovány v první polovině roku 2018 za předcházející účetní období. Evropská komise navíc měla do 6. prosince 2016 zpracovat nezávaznou metodiku pro vykazování nefinančních reportů. Tento termín byl však posunut a pravidla byla zveřejněna o několik měsíců později, na jaře 2017 (Směrnice 2014/95/EU, 2014; Frank Bold Advokáti, 2018; Křečková Kroupová, 2018).

Samotné zveřejňování nefinančních informací by mělo napomoci k pochopení dopadů činnosti podniku na celou společnost. Směrnice má tak za cíl zvýšit transparentnost sociálních a environmentálních aktivit ve všech odvětvích. Veškeré informace mají pak přednostně sloužit managementu podniku a všem příslušným zájmovým skupinám (především investorům, zákazníkům). Mezi další cíle Směrnice patří například poskytnutí minimálního standardu pro posouzení a řešení rizik negativních dopadů podniků, poskytnutí zájmovým skupinám informace popisující přístup řešení negativních dopadů podnikové činnosti a zajištění základní komparace publikovaných informací. Právě spojení ekonomického úspěchu a vytváření hodnoty pro společnost, který odpovídá koncepci „Shared value“ pánů Michaela E. Portera a Marka R. Kramera, inspirovalo přístup EU (Směrnice 2014/95/EU, 2014; Gregor, 2016; Národní informační portál o CSR, 2015).

Směrnice se ve svém rámci snaží minimalizovat byrokratickou zátěž. Z tohoto důvodu jsou ve Směrnici vymezeny pouze obecné typy informací, které jsou jednoduché a škálovatelné. Co se týče struktury vykazovaných reportů, je v rámci Směrnice ponechán velký prostor pro flexibilitu. Podniky mohou vykazovat reporty odděleně od výroční zprávy či společně a mohou se opřít o některé ze standardů pro vykazování (GRI, UN Global Compact, ISO 26000; viz kapitola 3.4). Publikované informace by však měly svým charakterem vypovídat o výkonnosti, vývoji a dopadech činností podniku. V rámci metodiky vykazování reportů jsou mimo jiné vymezeny klíčové ukazatele výkonnosti (KPI), které by měly přispět k relevantnosti a užitečnosti reportingu. Využitelnost Směrnice i pro malé a střední podniky je dána právě tímto jednoduchým přístupem (Směrnice 2014/95/EU, 2014; Křečková Kroupová, 2018; Gregor, 2016).

Přestože je podávání nefinančního reportingu povinné, může Směrnice napomoci podnikům k novým zákazníkům. Nefinanční informace mají především zvyšovat úroveň v obchodních vztazích, především pak v dodavatelských řetězcích (Frank Bold, 2016).

Obsah Směrnice je dále přiblížen v následujícím textu.

3.7.1 Požadavky na zveřejněné informace

V rámci požadavků Směrnice je zavedena povinnost účetních jednotek zveřejňovat informace týkající se sociální, environmentální oblasti, lidských práv, zaměstnaneckých otázek, korupce a úplatkářství. Povinnost podniků je mimo jiné uvádět informace v oblasti rozmanitosti správních, řídicích a dozorčích orgánů, co se týká například věku, pohlaví, vzdělání či profesních zkušeností. Zveřejněny mají být také informace týkající se:

- a) popisu obchodního modelu podniku,
- b) popisu politik v určitých oblastech,
- c) výsledků těchto politik,
- d) hlavních rizik a jejich negativních dopadů,
- e) nefinančních klíčových ukazatelů výkonnosti vztahující se k podnikatelské činnosti (Směrnice 2014/95/EU, 2014).

Zákon o účetnictví (č. 563/1991 Sb.) uvádí stejné požadavky, konkrétně v § 32g.

3.7.2 Povinné subjekty

Povinnými subjekty jsou dle obsahu Směrnice podniky splňující následující kritéria:

- jedná se o obchodní společnost a subjekt veřejného zájmu (tedy například kótovanou obchodní společnost, banku, spořitelnu či úvěrní družstvo, pojišťovnu nebo zajišťovnu, penzijní společnost a zdravotní pojišťovnu)⁴,
- dosažení ročního čistého obrátu 40 mil. EUR nebo bilanční sumy 20 mil. EUR,
- průměrný počet zaměstnanců v průběhu účetního období alespoň 500 (Směrnice 2014/95/EU, 2014; Gregor, 2016; Národní informační portál o CSR, 2015).

V rámci EU je odhadováno, že se povinnost nefinančního reportingu dotýká šesti tisíců podniků. Na základě jednotlivých požadavků je zřejmé, že povinné subjekty jsou velké podniky, které patří svým rozsahem mezi největší z nich. Jedná se především o podniky z odvětví energetiky a finančních služeb. V ČR zmíněná kritéria splňuje přibližně 30 podnikatelských subjektů. Povinnost reportingu se však přeneseně vztahuje i na pobočky velkých nadnárodních podniků působící v ČR (Křečková Kroupová, 2018).

3.7.3 Zveřejnění a formální ověření reportů

Nefinanční informace z oblasti společenské odpovědnosti a udržitelnosti, které podnik zpracuje, by měly být zveřejněny ve výroční zprávě. Pokud se jedná o člena skupiny podniků, měly by být informace publikovány v rámci konsolidované zprávy (povinným subjektem je mateřská společnost). V tomto případě je poté samotný report ověřen auditorem společně s výroční zprávou. Podnik může vytvořit také samostatnou specializovanou zprávu, která však musí být vydána do šesti měsíců od rozvahového dne a veřejně dostupná. V rámci výroční či konsolidované výroční zprávy musí být na samostatný report odkazováno. Ověření finančním auditorem je zde pouze dobrovolné (Směrnice 2014/95/EU, 2014; Zákon o účetnictví; Gregor, 2016; Vácha, 2017). Proto, aby byl nefinanční report dle Směrnice řádně zpracovaný, je však nutné ověřit jej statutárním auditorem (fyzickou osobou). Tato osoba kontroluje, zda je report zpracovaný řádně. Nehledí však na kvalitu a věcnost předkládaných informací. V současnosti EU přenechává rozhodnutí o závazném posouzení kvality zveřejněných reportů na jednotlivých členských státech. Do budoucna se však očekává, že proběhne postupná harmonizace v rámci celé EU (Gregor, 2016).

⁴ Členské státy mohou dle svého uvážení definici subjektu veřejného zájmu dále rozšířit či zúžit (Směrnice 2014/95/EU, 2014).

4 Vybraný vzorek podniků a metodika analýzy aktivit v rámci udržitelného rozvoje

Tato kapitola je věnována charakteristice vybraného vzorku a metodice výzkumu aktivit podnikatelských subjektů v ČR v rámci udržitelného rozvoje. Nejprve je vymezen vybraný vzorek podniků, který je dále přiblížen z hlediska kritérií zařazení do kategorie velkých podniků a rozdělen dle odvětví. Druhá část je zaměřena na metodiku vlastní analýzy zahrnující vybrané oblasti a jejich ukazatele.

4.1 Představení vybraného vzorku podniků

Pro analýzu aktivit v rámci udržitelného rozvoje byl vybrán vzorek, který je tvořen **27 velkými podniky** působící v ČR. Nejprve bylo vybráno 21 podniků, které jsou od roku 2017 **povinné zveřejňovat nefinanční informace** na základě Směrnice 2014/95/EU, o uvádění nefinančních informací a informací týkajících se rozmanitosti některými velkými podniky a skupinami, a na základě zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví, a splňují tak kritéria uvedená v kapitole 3.7 teoretické části této práce. Výčet povinných podniků není vyčerpávající (vysvětleno níže). Vybraný soubor povinných podniků byl **z důvodu variability vzorku** dále doplněn o dalších 6 společností **z žebříčku** platformy Byznys pro společnost nazývaného **TOP Odpovědná firma**, tak aby byl zpřesněn obraz udržitelných aktivit podniků **v rámci různých odvětví**. Do vzorku byly tedy zařazeny další velké obchodní společnosti, které nejsou povinné uveřejňovat nefinanční informace, jelikož nejsou subjektem veřejného zájmu, avšak se o udržitelné aktivity velmi zajímají a dobrovolně o nich reportují v rozsahu, který mimo jiné odpovídá požadavkům Směrnice a zákona o účetnictví. Jedná se například o Pivovary Staropramen, s. r. o. a KPMG Česká republika, s. r. o.

U společností byly nejprve zodpovězeny otázky týkající se povinnosti uvádění nefinančních informací tedy:

- Jedná se o velkou účetní jednotku?
 - Hodnota celkových aktiv překračuje 500 000 000 Kč,
 - nebo roční čistý obrat 1 000 000 000 Kč?
- Překračuje hodnota průměrného počtu zaměstnanců v průběhu účetního období 500?

- Jedná se o obchodní společnost a zároveň o subjekt veřejného zájmu?
 - Je obchodní společností emitující cenné papíry na evropském trhu a používá mezinárodní účetní standardy upravené EU nebo je bankou, pojišťovnou nebo zajišťovnou, penzijní společností či zdravotní pojišťovnou (Zákon č. 563/1991 Sb., o účetnictví).

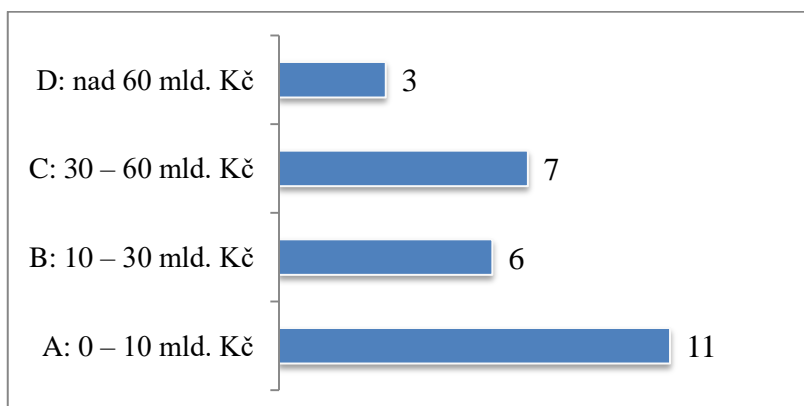
Při výběru podniků bylo dále nutné provést **vlastní rešerši výročních zpráv a webových stránek** vybraných podniků.

Do vzorku byly zařazeny podniky, které daná kritéria splnily a které uveřejňují nefinanční informace buďto v rámci svých výročních zpráv či samostatných zpráv o udržitelnosti nebo společenské odpovědnosti. V případě, že účetní jednotka patří do konsolidované účetní závěrky jiné společnosti z ČR, není do vzorku zařazena z důvodu duplikace informací. Jedinou výjimku tvoří Česká podnikatelská pojišťovna, která je součástí pojišťovny Kooperativa. Zbýlých 6 vybraných nepovinných podniků taktéž splňuje kritéria pro definici velkého podniku, ale jedná se především o společnosti s ručením omezením, které nejsou emitentem cenných papírů. Svoji velikostí a praktikovanými udržitelnými aktivitami by však mohly povinně reportovat nefinanční informace.

Všechny vybrané podniky, jejichž aktivity jsou v rámci udržitelného rozvoje v této diplomové práci analyzovány, uvádí příloha C. Zde jsou také uvedeny hodnoty bilanční sumy, počtu zaměstnanců a ročního čistého obrátu jednotlivých společností. Dle rešerše výročních zpráv je možné konstatovat, že všechny vybrané organizace jsou velkými podniky.

Konečných 27 podniků se řadí mezi největší a nejvlivnější společnosti v ČR. Podniky je možné dále rozdělit do kategorií dle počtu zaměstnanců a také dle velikosti ročního obrátu, a to z důvodu lepšího představení. Celkem 41 %, tedy 11 podniků z vybraného vzorku zaměstnává mezi jedním až pěti tisíci zaměstnanců. Poté následuje 30 % podniků s počtem zaměstnanců od pětiset do jednoho tisíce. Zbýlých osm podniků (tj. 29 %) zaměstnává více než pět tisíc zaměstnanců. Absolutní četnosti vybraných společností dle velikosti čistého ročního obrátu, který nastiňuje úspěšnost podniků, představuje následující obrázek č. 7.

Obrázek č. 7: Vybraný vzorek podniků dle velikosti čistého ročního obrátu



Zdroj: zpracováno autorkou, 2020.

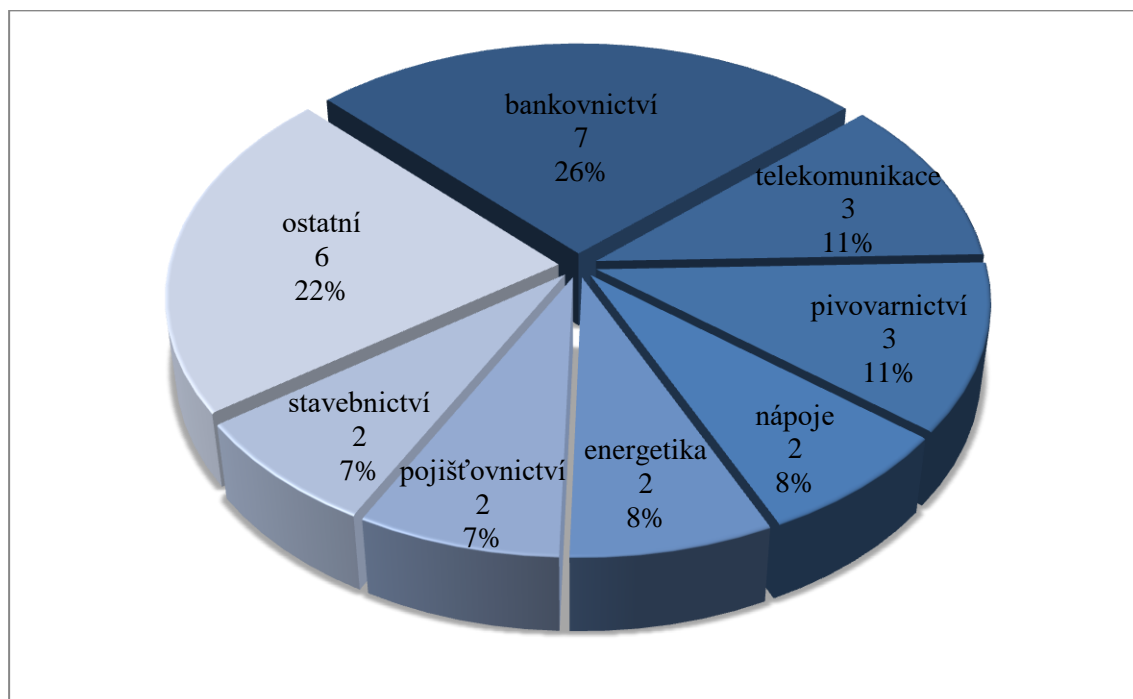
Jak již bylo uvedeno, minimální hranicí čistého ročního obrátu pro zařazení podniku do kategorie velkých účetních jednotek je hodnota jedna miliarda korun. Vybrané podniky byly rozděleny do čtyř kategorií (A až D). Jak je z obrázku patrné, největší zastoupení ve zkoumaném vzorku má kategorie A s hodnotou čistého ročního obrátu do 10 mld. Kč s 11 podniky. Celkem třináct společností spadá do kategorie B a C, které měly v roce 2018 čistý roční obrat do výše 60 mld. Kč. Zbýlé tři podniky s obratem nad 60 mld. Kč představuje Skupina AGROFERT, a. s., ČEZ, a. s. a ŠKODA AUTO, a. s.

Jelikož povinnost uvádění nefinančních informací mají velké účetní jednotky nebo konsolidující účetní jednotky velké skupiny, skládají se některé údaje čistého ročního obrátu, celkových aktiv i počtu zaměstnanců z konsolidovaných údajů. Z celkových 27 účetních závěrek, které byly analyzovány, je celkem 18 konsolidovaných, tj. 67 %. Dle rozdělení podniků do kategorií ročního čistého obrátu, jsou v kategorii D ze tří podniků dva konsolidující účetní jednotkou. ŠKODA AUTO, a. s. zde není konsolidujícím celkem, neboť patří do konsolidační skupiny VOLKSWAGEN AG (ŠKODA AUTO, a. s., 2019a). V kategorii C s obratem od 30 do 60 mld. Kč je konsolidujících jednotek šest ze sedmi, kategorie B zahrnuje pět konsolidovaných účetních závěrek podniků. Kategorie A s nejnižší hodnotou ročního čistého obrátu zahrnuje 45 % konsolidovaných účetních závěrek, což odpovídá výši výsledných posuzovaných hodnot z výročních zpráv.

Příloha C mimo kritéria pro definici velkých podniků zařadila vybrané podniky do odvětví, napříč kterými jsou udržitelné aktivity podniků v této diplomové práci také posuzovány, a díky kterým byl vzorek podniků doplněn o nepovinné subjekty.

Společnosti z vybraného vzorku se dle CZ-NACE dělí celkem do osmi kategorií ekonomických činností. Jejich poměrné rozdělení, včetně absolutní četnosti podniků, které je využito v rámci této práce představuje obrázek č. 8.

Obrázek č. 8: Poměr zastoupených odvětví ve vybraném vzorku podniků



Zdroj: zpracováno autorkou, 2020.

Vzorek podniků obsahuje především banky působící v ČR, jejichž zastoupení ve vzorku dělá 26 % (7 subjektů). Právě banky, společně s pojišťovnami, které jsou do analýzy zařazeny dvě, mají povinnost uvádět nefinanční informace a jejich aktivit v rámci udržitelnosti mají velký vliv na okolní subjekty i jejich fungování. Tři vybrané společnosti reprezentují odvětví telekomunikace i pivovarnictví. Oblast stavebnictví zastupují firmy Metrostav, a. s. a Skanska, a. s., za výrobu nápojů byly zařazeny známé značky – Coca-Cola HBC Česko a Slovensko a Kofola ČeskoSlovensko, a. s., energetika je zastoupena také dvěma podniky. Do oblasti *ostatní* jsou v obrázku zařazeny společnosti, jejichž odvětví působnosti není ve vzorku časté. Do této oblasti patří podniky: vyrábějící tabákové výrobky – společnost Philip Morris ČR, a. s., velkoobchod Tesco Stores ČR, a. s., z automobilového průmyslu ŠKODA AUTO, a. s., zemědělství a další AGROFERT, a. s. a poradenské společnosti KPMG Česká republika, s. r. o. a PricewaterhouseCoopers Česká republika, s. r. o. (dále „PwC“).

Vybraný vzorek podniků zahrnuje obchodní společnosti, které **patří k největším na území ČR** a mají vysoký **společenský a ekonomický dopad na velké množství okolních subjektů** (stakeholderi, veřejnost, atd.). Právě z tohoto důvodu, jsou do vlastní analýzy aktivit v rámci udržitelného rozvoje zařazeny velké podniky především s povinností reportování nefinančních informací, jejichž kroky ovlivňují velké množství lidí a jsou předpokladem ekonomické úspěšnosti.

4.2 Metodika analýzy aktivit

Cílem provedené analýzy je posouzení aktivit v rámci udržitelného rozvoje a jeho reportingu vybraných společností v ČR. Jedná se zejména o aktivity podnikatelských subjektů realizované v oblasti tvorby strategie, environmentálního, sociálního a ekonomického pilíře a úrovně reportingu. Na základě uvedeného cíle byly stanoveny výzkumné otázky (dále „VO“), které jsou koncipovány do tří základních témat a jež uvádí tabulka č. 4.

Tabulka č. 4: Výzkumné otázky k posouzení udržitelných aktivit vybraných podniků

Označení	Výzkumná otázka
I.	Udržitelnost a strategie podniku
VO1	Jaká je míra začlenění cílů udržitelného rozvoje (SDGs) a stakeholderů do strategie podniků?
II.	Analýza aktivit v rámci pilířů udržitelného rozvoje
VO2a	Jaké aktivity vybrané podniky realizují v rámci environmentálního pilíře udržitelného rozvoje a jak o nich reportují?
VO2b	Jaké aktivity podniky realizují v rámci sociálního pilíře udržitelného rozvoje a jak o nich reportují?
VO2c	Jaké aktivity podniky realizují v rámci ekonomického pilíře udržitelného rozvoje a jak o nich reportují?
III.	Reporting udržitelného rozvoje
VO3	Jaká je úroveň reportování podniků o udržitelných aktivitách?
VO3a	Jakým způsobem společnosti nejčastěji reportují o udržitelných aktivitách?

Zdroj: zpracováno autorkou, 2020.

První téma zaměření výzkumných otázek je na obecnou otázku udržitelnosti a strategie podniků, jejíž cílem je zjistit přístup podniků k udržitelnosti a její začlenění do podnikových strategií včetně jednotlivých SDGs a stakeholderů. Druhé téma skrývá

druhou výzkumnou otázku rozčleněnou a zaměřenou na tři pilíře udržitelného rozvoje. Posledním tématem je reporting udržitelného rozvoje, který obsahuje třetí výzkumnou otázku s jednou další podotázkou. Cílem v rámci tohoto tématu je analyzovat samotné reporty obsahující informace o aktivitách v oblasti udržitelného rozvoje podniků (jejich rozsah, délku, přehlednost či metodiku). Výzkum má možná omezení v rozsahu a obsahu zveřejňovaných dat od analyzovaných společností.

Jelikož jsou jednotlivé reporty vybraných společností koncipovány velmi odlišně s různými ukazateli v různých podobách, bylo zapotřebí nejprve sjednotit postup pro zaznamenání aktivit tak, aby bylo možné posoudit a dále zhodnotit přístup těchto podniků k udržitelnosti. **Na základě požadavků** zveřejňování nefinančních informací Směrnice a zákona o účetnictví **a vlastního zohlednění s inspirací metodiky GRI**, která je dle již uváděného výzkumu reportingu nefinančních informací KPMG (2017) ve světě nejvíce využívaná, byly vybrány oblasti a ukazatele, podle kterých bude přístup jednotlivých podniků hodnocen. Tímto bude sledováno naplnění zákonných požadavků a využito inspirace jedné z možných metodik. Posouzení realizace aktivit v rámci udržitelného podnikání je dále **provedeno v pěti oblastech**, které odpovídají výzkumným otázkám:

- strategie podniků včetně plnění SDGs,
- environmentálního pilíře,
- sociálního pilíře,
- ekonomického pilíře
- a úrovně reportingu nefinančních informací.

V každé z uvedených oblastí jsou dále zvoleny specifické podoblasti aktivit vybraných podniků a definovány ukazatele, které jsou prostřednictvím sémantického diferenciálu⁵, vážených průměrů nebo absolutních a relativních četností následně srovnávány a hodnoceny. Veškeré zvolené parametry, které budou posuzovány, uvádí následující tabulky č. 5, 6 a 7.

⁵ Sémantický diferenciál je dle Osgooda et al. (1957) nástroj měření postojů vybraných respondentů k dané osobě, předmětu či události. Tento nástroj vyjadřuje názory respondentů ve dvou různých dimenzích, které jsou významově opačné a často vyjádřené přídavnými jmény. Respondent svůj postoj vyjadřuje na několikastupňové škále, jejíž vrcholy se řadí k daným dimenzím a střední hodnota představuje neutrální postoj (Friedrich, 2017). Jeho využití v rámci této práce slouží především ke kvalitativnímu posouzení přístupu jednotlivých společností k aktivitám na základě názoru autorky.

Tabulka č. 5: Oblast strategie podniku a její ukazatele hodnocení

Oblast	Strategie udržitelnosti vybraných podniků
Aspekt Ukazatel	Zahrnutí SDGs <i>Poměr zastoupení cíle 1 až 17</i> Dialog se stakeholdery <i>Jednotliví stakeholderi</i>

Zdroj: zpracováno autorkou, 2020.

V rámci první oblasti je hodnocena samotná strategie udržitelnosti podniků a zahrnutí jednotlivých SDGs. Mimo jiné je zde analyzováno zahrnutí jednotlivých cílů (od prvního až po sedmnáctý) SDG do podnikových strategií. Cílem je určit SDGs, o které se nejčastěji opírají podnikové strategie. Druhým sledovaným okruhem je, zda společnosti při tvorbě strategie vedou dialog se stakeholdery a případně jaké zainteresované strany do dialogu zvou.

Tabulka č. 6: Oblasti jednotlivých pilířů a jejich ukazatele hodnocení

Oblast	Environmentální	Sociální	Ekonomická
Aspekt Ukazatel	Standardy, certifikace <i>Přijaté, získané</i> Nakládání s odpady <i>Poměr</i> <i>recyklovatelných</i> Spotřeba energií <i>Spotřebované energie</i> <i>[jednotky]</i> Spotřeba vody <i>Spotřebované množství</i> <i>vody [hl]</i> Emise <i>Emise oxidu uhličitého</i> <i>[t]</i> Projekty na ochranu ŽP <i>Zapojení podniku</i>	Diverzita/rovné příležitosti <i>Poměr žen a další [%]</i> Motivační program Vzdělávání zaměstnanců <i>Počet školení, počet odškolených hodin na zaměstnance [hod]</i> Firemní dobrovolnictví a podpora místních komunit <i>Počet zapojených zaměstnanců, počet projektů</i> Vlastní Nadace <i>Ano x ne</i> Podpora vzdělávání, spolupráce se školami <i>Ano x ne</i>	Etické kodexy <i>Vlastní, obecné</i> Protikorupční opatření <i>Školení, aplikace</i> Řízení rizik a kvality a dodavatelský řetězec <i>Jakým způsobem</i> Ekonomická výkonnost <i>Reportované ukazatele</i>

Zdroj: zpracováno autorkou, 2020.

V oblasti environmentálního pilíře jsou hodnoceny přijaté standardy či certifikace, podle kterých se aktivity vybraných podniků řídí. Dále také nakládání s odpady, spotřeba energií, zahrnující elektrickou energii a teplo. Důležitým aspektem tohoto pilíře je také spotřeba vody, o kterou se zajímají mimo jiné i standardy GRI, a emise především oxidu uhličitého, které mají přímý dopad na ŽP. Tyto ukazatele jsou analyzovány pomocí měrných jednotek a jejich průměrů napříč odvětvími. Posledním ukazatelem je zapojení podniku do různých projektů na ochranu ŽP hodnocené pomocí sémantického diferenciálu.

Jak z tabulky vyplývá, v rámci sociálního pilíře je hodnoceno nejvíce aspektů, neboť tato oblast zahrnuje jak dopady aktivit na zaměstnance, tak místní komunity a širokou veřejnost. Prvním aspektem je diverzita neboli rovné příležitosti. Do analýzy je zde zahrnuto procentní zastoupení žen v podnicích a jejich zastoupení ve vedoucích pozicích. Dále motivační a vzdělávací program, kde jsou zjišťovány typy školení a počet odškolených hodin na zaměstnance a na sémantickém diferenciálu je hodnocena celková úroveň motivačního programu (motivační – nemotivační). Velký počet zaměstnanců a samotné podniky se zajímají také o firemní dobrovolnictví a místní komunity, což bude hodnoceno dále prostřednictvím průměrného počtu zaměstnanců na různých projektech v rámci odvětví. Vybraný vzorek podniků je také analyzován na základě vlastních nadací a sponzorství. V rámci sociálního pilíře podniky dále podporují vzdělání například prostřednictvím spolupráce se školami. Tato podpora bude hodnocena taktéž pomocí sémantického diferenciálu.

Ekonomická oblast zahrnuje analýzu etických kodexů, kterými se podniky řídí. Může se jednat o vlastní či obecně uznávané kodexy. Ukazatelem zde je jejich četnost v rámci odvětví. Obdobě jsou hodnocena protikorupční opatření podniků, jejichž posouzení je doplněno o postoje autorky na základě sémantického diferenciálu. Dalšími aspekty jsou systém řízení rizik a kvality a dodavatelský řetězec hodnocené taktéž na základě sémantického diferenciálu. Do této oblasti se samozřejmě řadí i ekonomická výkonnost podniků, která je dále posuzována na základě reportování ukazatelů v rámci zpráv společností.

Tabulka č. 7: Oblast úrovně reportingu a její ukazatele hodnocení

Oblast	Úroveň reportingu udržitelného rozvoje vybraných podniků	
Aspekt <i>Ukazatel</i>	Délka reportování <i>Reportování od roku</i>	Metodika (standard) <i>Tvorba reportu dle určité metodiky</i>
	Název reportu <i>Obsah udržitelnosti či CSR</i>	Přehlednost reportu <i>Vizuální stránka</i>
	Rozsah reportu <i>Počet stran</i>	

Zdroj: zpracováno autorkou, 2020.

V rámci poslední sledované oblasti, tedy úrovně reportingu udržitelného rozvoje, je monitorováno a dále zhodnoceno šest podoblastí. První z nich je délka reportování podniku o udržitelnosti či společenské odpovědnosti na základě intervalového rozdělení. Dalšími aspekty jsou název reportu, zda obsahuje slova udržitelnost a udržitelný rozvoj či společenskou odpovědnost, poté jeho rozsah odrážející se v počtu stran a metodika, kterou se podnik při tvorbě zprávy inspiroval. Ukazateli jsou absolutní či relativní četnosti. Nakonec je hodnocena vizuální stránka reportu prostřednictvím sémantického diferenciálu.

Rozbor udržitelných aktivit a hodnocení výsledků jsou založeny na informacích, které byly čerpány z **výročních zpráv** podniků za rok 2018, neboť aktuálnější verze nebyly v době provádění analýzy (leden až duben 2020) dostupné u všech společností. Pro sjednocení byly i u podniků, které již zveřejnily výroční zprávu za rok 2019, vybrány zprávy z předchozího roku. Informace byly doplněny o data z posledních **samostatných zpráv** o udržitelnosti (či společenské odpovědnosti) v případě, kdy jsou vydávány, a z **webových stránek** podniků. Analýza tedy vychází z veřejně dostupných sekundárních dat. Veškerá data o přístupu podniků k udržitelnému rozvoji byla postupně zaznamenávána do jednoho souboru na základě obsahové analýzy výše uvedených informačních zdrojů.

Analýza aktivit v rámci udržitelného rozvoje včetně reportingu je v následujícím textu rozdělena do pěti kapitol dle hodnocených oblastí zmíněných výše. Na konci každé kapitoly jsou v této oblasti zodpovězeny výzkumné otázky, zhodnocen přístup vzorku podniků k udržitelnosti obecně, společnosti jsou srovnány, zdůrazněny zjištěné

odlišnosti a je doplněno doporučení autorky. Kapitoly jsou navíc rozděleny do subkapitol, které jsou zaměřené na jednotlivé aspekty vybraných oblastí. Z důvodu velikosti vzorku podniků a jeho rozčlenění, je analýza dále prováděna především v rámci odvětví.

Je třeba zdůraznit, že vybrané ukazatele byly stanoveny autorkou pro potřeby analýzy této diplomové práce, na základě požadavků na nefinanční informace, které uvádí zmíněná Směrnice 2014/95/EU a § 32g až 32i zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví, a na základě inspirace standardů GRI. Nejedná se tedy o bezpodmínečně nutná kritéria, která musí zahrnovat každý nefinanční report. Vykazování a realizace těchto aspektů by však mělo podnikům přinést vyšší transparentnost a kvalitu reportů, které ocení zájmové strany.

5 Vlastní analýza aktivit vybraného vzorku podniků v rámci udržitelného rozvoje včetně reportingu

Obsahem této kapitoly je vlastní analýza aktivit vybraných podniků z ČR v rámci udržitelného rozvoje a jeho reportingu. Samotné aktivity jsou analyzovány dle předem zvolených kritérií a je uvedeno celkové zhodnocení přístupu podniků ke konceptu udržitelného rozvoje. Podkladem k vypracování této části práce jsou výroční zprávy, samostatné reporty o udržitelnosti, webové stránky a další zprávy deklarující přístup podniků k udržitelnosti.

5.1 Strategie udržitelnosti vybraných podniků

V rámci podnikových strategií vybraných subjektů jsou zakotveny pojmy udržitelný rozvoj či společenská odpovědnost. Všechny vybrané společnosti musejí v dnešní době brát ohled na tuto koncepci, neboť jejich činnost představuje velký podíl na celkové produkci. Podniky si navíc uvědomují, že udržitelnost je jednou z cest k dlouhodobému úspěchu.

Veškeré vybrané společnosti se ve svých zprávách či na webových stránkách zmiňují o vlastní strategii udržitelnosti, kterou naplňují mimo legislativní požadavky (dodržování pravidel bezpečnosti zdraví při práci, atd.), které jsou samozřejmostí. Strategie se opírají především o lidi a ŽP ve spojení s ekonomickou výkonností podniku. Vlastní analýza odhalila, že napříč odvětvími mají nejlépe propracovanou strategii udržitelnosti **pivovarnické podniky**. Plzeňský Prazdroj a Pivovary Staropramen mají strategii rozčleněnou na několik oblastí zabývajících se surovinami, zákazníky a ŽP. Heineken Česká republika má sjednocené veškeré aktivity v rámci udržitelného rozvoje ve strategickém programu Brewing a Better World, který vychází z celosvětové strategie. Tento program obsahuje jednotlivá témata, která odpovídají Triple Bottom Line. Další velmi propracované strategie v rámci udržitelného rozvoje mají **ČEZ, a. s. a ŠKODA AUTO, a. s.**, které se řadí do kategorie D ze vzorku podniků dle výše ročního čistého obratu. Skupina ČEZ má ve své strategii stanovenou pět priorit – Zajistit udržitelný provoz, Být dobrým partnerem, Přinášet užitečná řešení zákazníkům, Umožnit transformaci energetiky a Nastartovat motor inovací (Skupina ČEZ, 2018a). Strategie druhého jmenovaného podniku z kategorie D ŠKODA AUTO, a. s. vychází

z koncernové strategie matky s názvem Together 2025. Obdobně jako strategie předešlé společnosti stanovuje strategie ŠKODA AUTO, a. s. pět oblastí udržitelného rozvoje. Automobilka se opírá o excelentní tým, silnou profitabilitu, spokojené zákazníky, integritu a trvalou udržitelnost a pokrokové produkty a služby (ŠKODA AUTO, a. s., 2019b).

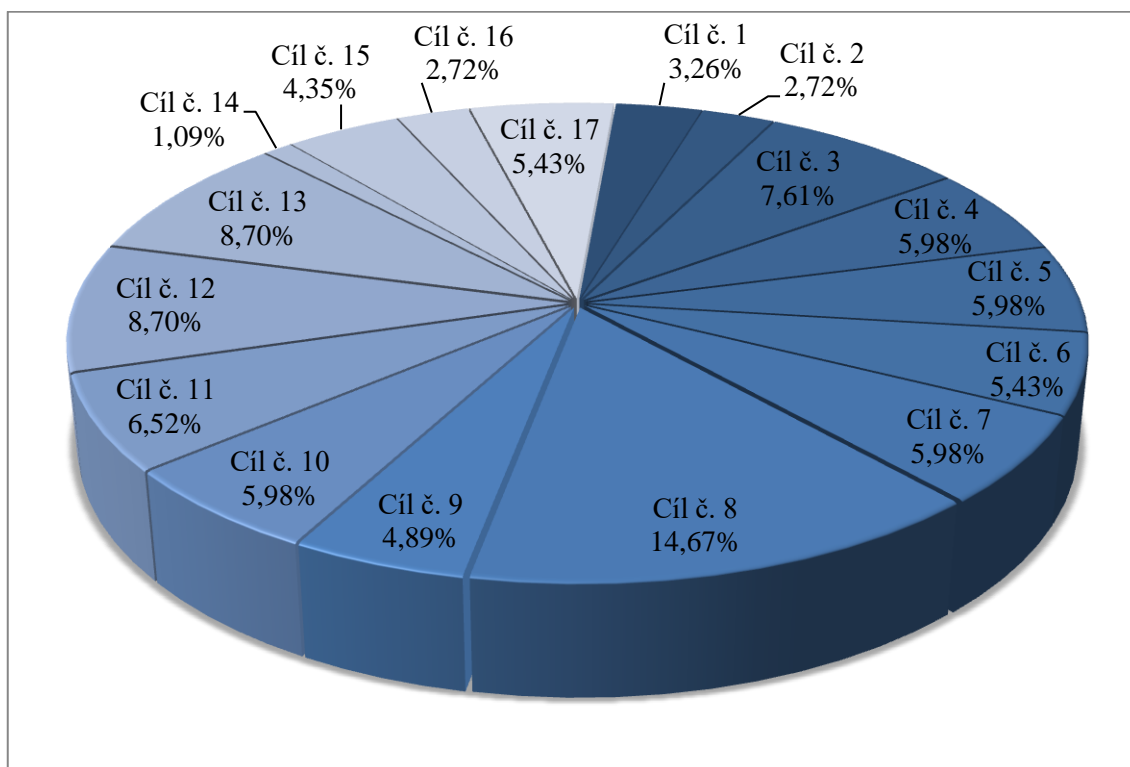
Strategie jsou často založeny na obecných prioritách společností, principech firemní kultury, etických kodexech či samotné politice bezpečnosti a ochrany ŽP. Vybrané podniky informují o všech svých politikách a jejich dopadech a popisují vlastní obchodní model, jak to ukládá legislativa (Směrnice 2014/95/EU i zákon o účetnictví).

Za odpovědný, komplexní, strategický a inovativní rozvoj podnikání směrem k udržitelnosti jsou vybrané velké podniky mimo jiné oceňovány. Jedním nezávislým ratingem pro velké firmy je žebříček platformy Byznys pro společnost TOP Odpovědná velká firma, kde se v roce 2018 na zlaté úrovni umístily společnosti z vybraného vzorku podniků. Jedná se o společnost ŠKODA AUTO, KPMG Česká republika, Plzeňský Prazdroj, Skanska, O2 Czech Republic, PwC Česká republika, Skupina ČEZ, Tesco Stores ČR, Vodafone Czech Republic. Ocenění na stříbrné úrovni bylo uděleno za strategii také bance ČSOB či Pivovarům Staropramen a na bronzové úrovni MONETĚ Money Bank (Byznys pro společnost, 2018). Zmíněná ocenění dokazují, že společnosti patří k nejvíce odpovědným podnikům v ČR.

5.1.1 Zahrnutí SDGs

Jak již bylo zmíněno, veškeré vybrané společnosti naplňují v rámci svých činností udržitelné strategie. Na základě provedené analýzy bylo dále zjištěno, že **třináct podniků, tj. 48 %**, realizuje své udržitelné strategie v souladu s cíli udržitelného rozvoje SDGs a jednotlivé priority strategií staví na určitých z nich (cíl č. 1 až č. 17). **Další tři společnosti** uvádějí, že SDGs v rámci svých strategií plní, ale již konkrétně neuvádějí jaké. Následující obrázek č. 9 zobrazuje relativní četnosti jednotlivých SDGs, které zahrnují strategie vybraných podniků a které jsou přesně uváděny. Při analýze byly brány v potaz jednotlivě definované cíle jedna až sedmá a z jejich absolutních četností bylo vytvořeno poměrné zastoupení.

Obrázek č. 9: Poměr zahrnutí jednotlivých SDGs do strategií vybraných podniků



Zdroj: zpracováno autorkou, 2020.

Z výsledků vyplývá, že nejvíce zastoupeným cílem v podnikových udržitelných strategiích, které jsou založeny na SDGs, je **cíl č. 8 – Důstojná práce a ekonomický růst**. Tato skutečnost odpovídá předpokladu, že společnosti v rámci udržitelných aktivit sledují také další úspěch, a to nejen svůj vlastní. V souladu s tímto cílem podniky investují do komunit v místě, kde působí, realizují etické podnikání nebo chtějí být uznávaným zaměstnavatelem a poskytovatelem služeb, se kterým budou zákazníci spokojeni. Co se týče podniků napříč odvětvími, o tento cíl se opírají udržitelné strategie všech vybraných podniků implementující SDGs. S největším poměrem zastoupení následují předchozí cíle č. 12 – Odpovědná spotřeba a výroba a cíl č. 13 – Klimatická opatření, dotýkající se ochrany ŽP a environmentálního pilíře. Naopak v nejmenším rozsahu podniky uvádějí své udržitelné aktivity v souladu s cílem č. 14 – Život ve vodě. Tato skutečnost, je pravděpodobně dána tím, že se ČR nenachází v blízkosti moře a podniky jej při své činnosti nevyužívají či příliš neovlivňují. Pouze společnost Tesco Stores ČR má za cíl „získávat volně žijící ryby z udržitelného rybolovu“, který pokrývá právě cíl č. 14 (Tesco Stores ČR, a. s., 2019a). Tento cíl uvádí

také Coca-Cola HBC Česko a Slovensko v rámci svého pilíře spotřeby vody (Coca-cola HBC Česko a Slovensko, 2018).

V rámci odvětví se odlišuje poradenská společnost KPMG Česká republika, s. r. o., která ve svém reportu zmiňuje, že klíčovým faktorem pro naplnění všech sedmnácti SDGs je cíl č. 4 – Kvalitní vzdělání. Ostatní podniky se o tento cíl také opírají, nicméně dle uvedené společnosti je tento cíl jakýmsi prostředkem proti nestabilitě a nerovnostem, a tak jako znalostní organizace prostřednictvím svých aktivit přispívá především k rozvoji vzdělání a plnění dalších cílů (KPMG Česká republika, s. r. o., 2020a).

5.1.2 Dialog se stakeholdery

Podniky při tvorbě svých strategií neberou v potaz pouze SDGs či strategie matek, ale velmi často zapojují také stakeholdery, se kterými vedou dialog. Z dvaceti sedmi vybraných podniků **celkem sedmnáct (63 %)** hledí na názory stakeholderů. Tyto podniky uvádějí, že je důležité brát v potaz názor zainteresovaných stran. Jejich postoj zjišťují na základě různých výzkumů, jako jsou dotazníková šetření, diskusní fóra, samostatné rozhovory či semináře a přednášky. Čtyři z těchto společností ve svých reportech či na webových stránkách zveřejňují matici významnosti, která slouží k identifikaci klíčových témat udržitelných strategií a která je založena na dimenzi důležitosti témat pro stakeholdery a na dimenzi důležitosti pro podnik. Matice významnosti je velmi vhodným nástrojem k identifikaci cílů, jež se mají odrážet ve strategii podniku a tedy i v aktivitách v rámci udržitelného rozvoje. Další dvě společnosti taktéž zajímá názor stakeholderů, nezveřejňují však, koho za zainteresované strany považují ani jakým způsobem s nimi komunikují. Zbýlých osm podniků (30 %) se vůbec nezmiňuje o dialogu se zainteresovanými stranami.

Celkem tedy **sedmnáct podniků** stanovuje konkrétní zainteresované strany. Jedná se celkem o šest bank, čtyři podniky z kategorie odvětví ostatní (poradenství, automobilový průmysl, velkoobchod), dva pivovarnické podniky a dva podniky z odvětví telekomunikace a po jedné společnosti z odvětví pojišťovnictví, nápojů, energetiky. Skupina ČEZ navíc vede dialog se stakeholdery na základě principů mezinárodních standardů AA 1000 SES (Skupina ČEZ, 2018a). Stavební podniky konkrétně nevymezují své stakeholdery. Z analýzy vyplynulo, že společnosti napříc

odvětvími nejčastěji identifikují jako své **zainteresované strany zaměstnance a zákazníky, klienty nebo spotřebitele** (v 82 % případů). Dvanáct z nich dále uvádí své dodavatele a v deseti případech také vlastní investory a akcionáře. Banky navíc z jedné třetiny nezapomínají na Českou národní banku jako zainteresovaný subjekt. Vhodným příkladem jsou také poradenské společnosti, které jako jediné uvádějí za své stakeholdery studenty. Jako další zainteresované strany vnímají podniky místní komunity i neziskové či nevládní organizace. Tyto subjekty registrují banky, energetické a pivovarnické společnosti i ŠKODA AUTO, a. s. a KPMG Česká republika, s. r. o.

Závěrem je možné konstatovat, že vlastní zainteresované strany identifikují a do tvorby udržitelné strategie zapojují velké podniky, které považují vlastní aktivity v rámci udržitelného rozvoje za důležitý aspekt odpovědného a dlouhodobě udržitelného podnikání.

5.1.3 Zhodnocení přístupu tvorby strategie vybraných podniků

Přístup podniků k začlenění udržitelnosti do strategií je kladný. Všechny vybrané společnosti určitým způsobem zapojují udržitelné aktivity do svých činností. Ve zvoleném vzorku podniků tedy nezávisí zahrnutí udržitelnosti na odvětví ekonomické činnosti. Vybrané podniky tak navíc berou ohled na přínosy udržitelnosti.

VO1: Jaká je míra začlenění cílů udržitelného rozvoje (SDGs) a zainteresovaných stran do strategie podniků?

Na první výzkumnou otázku lze odpovědět, že míra začlenění cílů udržitelného rozvoje (SDGs) do strategie je v dnešní době na dobré úrovni. Více než polovina (59 %) z vybraných podniků propojuje vlastní cíle s SDGs. Cílem analýzy bylo mimo jiné zjistit, o který cíl se nejčastěji podnikové strategie opírají. Z výsledků analýzy vyplynulo, že podniky se v největší míře opírají o cíl č. 8 – Důstojná práce a ekonomický růst, následují ho cíle č. 12 – Odpovědná spotřeba a výroba a č. 13 – Klimatická opatření. Zaměření na jednotlivé SDGs následně ovlivňuje definici podnikových strategií a jejich zapojení napomáhá společně určit konkrétní směr udržitelných aktivit.

O něco více analyzovaných podniků ve svých zprávách identifikuje klíčové zainteresované strany (63 %). Jejich označením vyjadřují společnosti své odpovědné

chování a poukazují na jejich důležitost. Názory stakeholderů jsou aktivně zjišťovány prostřednictvím různých výzkumů. Míra začlenění stakeholderů je tedy poměrně vysoká.

Podniky by se **o zapojení SDGs a stakeholderů** do vlastních strategií měly více zajímat, neboť právě jejich podíl zvyšuje důvěryhodnost udržitelných aktivit společností.

5.2 Aktivity vybraných podniků v rámci environmentálního pilíře

Aktivity vybraných podniků v rámci environmentálního pilíře jsou blíže analyzovány dle aspektů uvedených v předchozí kapitole 4.2 v tabulce č. 6. V rámci této kapitoly jsou představeny výsledky provedené analýzy.

5.2.1 Environmentální politika, standardy a certifikace

Mnoho cílů v rámci udržitelného rozvoje analyzovaných podniků směřuje k šetrnému vztahu k životnímu prostředí. Pro trvalé zlepšení svých procesů přijaly společnosti ze vzorku podniků řadu environmentálních politik, systémů environmentálního managementu a za udržitelné aktivity, které jsou zaměřeny na životní prostředí, získávají certifikace.

Celkem třináct z dvaceti sedmi vybraných podniků v rámci zveřejňovaných informací uvádí určité certifikace, které získaly na základě certifikačních auditů. Všech třináct podniků, které jsou držiteli určitých standardů, splňují požadavky **normy ISO 14001 systému environmentálního managementu**. K tomuto systému splňuje 46,2 %, tj. 6 podniků, také požadavky normy ISO 50001 tzv. energetického managementu, který vede ke snižování energetické náročnosti činností podniků. Další certifikace uvádí stavební podnik Metrostav, a. s., který je držitelem jak systému EMAS (přiblížený v kapitole 3.4.6 EMAS), tak normy SA 8000 zaměřené na sociální odpovědnost, a také podnik Vodafone Czech Republic, a. s. z odvětví telekomunikace splňující požadavky systému managementu společenské odpovědnosti ČSN 01 0391. Z odvětví telekomunikace a stavebnictví jsou certifikovány všechny vybrané společnosti. Naopak ani jedna z pojišťoven není certifikována určitým standardem nebo tuto skutečnost alespoň neuvádí.

Podniky jsou oceňovány také dalšími certifikáty, které ukládají především jiné společnosti, jako je REMA systém, EKO-KOM, a. s. nebo nezisková organizace CI2, o. p. s. Jedním z takovýchto certifikátů je ocenění zapojení podniků do programu SLEDUJEME/SNIŽUJEME CO₂, který se zaměřuje na snižování uhlíkové stopy podniků, či označení Zelená firma dbající na efektivní recyklaci a zpětný odběr elektroodpadu, které náleží pěti společnostem. Šesti z analyzovaných podniků z odvětví bankovníctví, pojišťovnictví, poradenství a stavební společnosti Metrostav, náleží certifikát LEED oceňující budovy, ve kterých společnosti působí a jsou šetrné k ŽP nebo ekologické. Pivovarnické podniky Plzeňský Prazdroj a Pivovary Staropramen navíc disponují certifikovaným systémem krmných surovin dle mezinárodních standardů pro krmiva s označením GMP+. Stejný standard a některé další dodržují také podniky z koncernu AGROFERT, jejichž činnost je specifická, dále dopadá na mnoho subjektů a s ohledem na udržitelný rozvoj je důležité, aby odpovědný přístup podkládaly určitými certifikacemi.

5.2.2 Nakládání s odpady

Jak bylo zmíněno, aspekt nakládání s odpady je v rámci analýzy sledován prostřednictvím ukazatele poměru recyklovatelného odpadu. Z vybraného vzorku dvaceti sedmi podniků zveřejňuje pouze deset podniků, 37 %, poměrné zastoupení recyklovatelných odpadů. Při hodnocení však nastává problém s porovnatelností informací. Celkem sedm z těchto podniků uvádí konkrétní procento recyklovatelného odpadu, dva uvádějí recyklovatelný odpad ve hmotných jednotkách na vyrobený produkt a tři podniky v tunách či roční procentní změně. Pivovary Staropramen uvádějí jak procentní zastoupení recyklovatelného odpadu, tak počet gramů na vyrobený hektolitr piva. Následující tabulka č. 8 zobrazuje výčet recyklovatelných odpadů jednotlivých podniků.

Tabulka č. 8: Výčet recyklovatelných odpadů v podnicích

Podnik	Ukazatel	Podnik	Ukazatel	Podnik	Ukazatel
AGROFERT	49 %	Pivovary Staropramen	5,21 g/hl piva	ČEZ	Meziroční navýšení o 39 % na 17 264 t/rok
Coca-Cola HBC Česko a Slovensko	99 %	ŠKODA AUTO	0,78 kg/vůz	Kofola ČeskoSlovensko	Vše recyklovatelné
O2 Czech Republic	51 %	–	–	T-Mobile Czech Republic	30 000 kg recyklovatelného odpadu
Philip Morris	90 %	–	–	–	–
Pivovary Staropramen	91 %	–	–	–	–
Plzeňský Prazdroj	98 %	–	–	–	–

Zdroj: zpracováno autorkou, 2020.

Jak je z tabulky patrné, informaci poměru recyklovatelného odpadu zveřejňují především **výrobní podniky**, které mají snadnější přístup ke sledování a vyhodnocení tohoto aspektu. Srovnatelnost v rámci odvětví zde není vypovídající. Z váženého průměru podle velikosti ročního čistého obratu lze stanovit procentní zastoupení recyklovatelného odpadu u společností, které zveřejňují konkrétní výši tohoto odpadu. Výsledným poměrem je hodnota 58 %, kterou největším dílem ovlivňuje velikost obratu skupiny AGROFERT řadící se do kategorie D.

Poměr podniků, které ve svých výročních zprávách či samostatných reportech neuvádějí informaci o procentním zastoupení recyklovatelných odpadů, je 63 %, tj. 17. Devět z těchto společností však uvádí, že třídí odpad a elektroodpad nebo se jim daří velikost odpadů snižovat. Příkladem je banka ČSOB, která zveřejňuje, že meziročně snížila produkci odpadu o 177 tun. Čtyři podniky poskytující služby, alespoň uvádějí spotřebu papíru a jeho recyklovatelnost. Zde však nastává problém s růzností uvádění této spotřeby. Česká spořitelna využívá z 94,6 % recyklovatelný papír, KPMG Česká republika měří spotřebu papíru v počtu kusů listů.

5.2.3 Spotřeba energií

Vlastní spotřebu energií sleduje a dále o ní informuje téměř polovina analyzovaných podniků (48 %). Informace o spotřebované energii jsou dále porovnány z důvodu zveřejňování ve stejných jednotkách, jednotkách energie, které jsou navzájem

převoditelné. Analýza spotřeby energie je dále provedena na základě počtu spotřebovaných megawatt hodin (dále jen „MWh“). Následující tabulka č. 9 představuje konkrétní množství spotřebované energie napříč odvětvími.

Tabulka č. 9: Množství spotřebované energie napříč odvětvími

Odvětví	Podnik	Spotřeba energií [MWh]
Energetika	ČEZ, a. s.	8 873 174
Bankovníctví	Česká spořitelna, a. s. Komerční banka, a. s.	1 313 915
Automobilový	ŠKODA AUTO, a. s.	1 257 000
Telekomunikace	Vodafone Czech republic, a. s. O2 Czech Republic, a. s.	149 419
Stavebnictví	Skanska, a. s.	12 000*
Pojišťovnictví	Česká podnikatelská pojišťovna, a. s.	2 058
Poradenství	PwC Česká republika, s. r. o.	1 314

*Pozn.: pouze z obnovitelných zdrojů.

Zdroj: zpracováno autorkou, 2020.

Jak je z tabulky patrné, nejvíce spotřebované energie vykazuje ČEZ, a. s., který je energetickým podnikem a spotřebovává téměř 9 mil. MWh, avšak desetkrát více energie ročně prodá. Skupina ČEZ navíc v závěru svého reportu detailně rozepisuje spotřebu z obnovitelných a neobnovitelných zdrojů. Přední příčky v tabulce tvoří další velké podniky, které byly dle velikosti tržeb zařazeny do kategorie D nebo B. Mezi tyto společnosti se řadí především výrobní podniky a podniky z odvětví telekomunikace, které spotřebovávají především elektrickou energii pro své komunikační technologie. Tabulka však neuvádí pět dalších podniků zmiňující se o spotřebě energií. Jedná se o výrobní podniky (piva, nealkoholické nápoje), které sledují spotřebu energií ve vztahu k vyrobenému množství nápoje. Společnost Plzeňský Prazdroj uvádí, že v roce 2018 spotřebovala energie ve výši 0,82 MJ na jeden litr piva, a společnost Coca-Cola HBC Česko a Slovensko 0,64 MJ na litr nápoje. Zbylé podniky měří spotřebu energií v souvislosti s emisemi oxidu uhličitého (dále „CO₂“) do ovzduší a neuvádějí tak konkrétní energetické hodnoty, ale tuny vyprodukovaného CO₂ či procentní zastoupení emisí ze spotřeby energií z celkové emise CO₂⁶. Podniky napříč odvětvími se snaží o co

⁶ Emisím oxidu uhličitého do ovzduší je věnována samostatná kapitola 5.2.5.

nejefektivnější nakládání s energiemi a zlepšování energetické účinnosti tak, že snižují spotřebu energií, **využívají energie z obnovitelných zdrojů** napříč všemi podnikovými procesy. Skanska, a. s. se věnuje naplňování cirkulární ekonomiky a principům šetrného hospodaření s energiemi i materiály.

Obecně o snižování spotřeby energií hovoří ve svém reportu Plán K společnost KPMG, která tento ukazatel vztahuje na jednoho zaměstnance. V reportu konkrétně uvádí služební cesty autem, letadlem a vlakem v kilometrech včetně uhlíkové stopy, kterou sledují a měří. Stejnou skutečnost uvádí dalších šest společností informující pouze o šetrném využívání energií, nakupování **zelené energie**, **snižování počtu služebních jízd** či výměně klasických žárovek za LED, neuvádějí však konkrétní hodnotu. Velikost spotřeby energií obecně neuvádí pět společností, které z větší části vkládají nefinanční informace do svých výročních zpráv a nevěnují těmto informacím mnoho prostoru.

5.2.4 Spotřeba vody

Obdobě jako uvádění konkrétních hodnot spotřeby energií a poměru recyklovatelného odpadu, zveřejňuje celkem devět podniků (tj. 33,3 %) konkrétní objem spotřebované vody. Další dva podniky informují obecně o snižování spotřeby, což mají stanoveno ve svých strategiích naplňující cíle udržitelného rozvoje nebo vlastních environmentálních politikách. Šest z těchto společností zveřejňuje objem spotřebované vody ve vztahu k jednotce vyrobeného produktu. Jedná se o všechny vybrané pivovarnické podniky, kde Plzeňský Prazdroj spotřebuje 2,99 hl na hl vyrobeného piva, Heineken Česká republika 3,3 hl na hl piva a Pivovary Staropramen 4,19 hl na hl. Vážený průměr spotřeby vody pivovarnických společností dle velikosti čistého ročního obratu představuje hodnota **3,41 hl na hl piva**. Stejný údaj uvádí také společnost Coca-Cola HBC Česko a Slovensko se spotřebou ve výši 2,97 litru na litr nápoje, ČEZ, a. s. s 11,93 m³ vody na jeden MWh vyrobené energie a automobilka ŠKODA AUTO, a. s., která uvádí průměrnou spotřebu ve výši 1,71 m³ na jeden vůz. Poslední ze jmenovaných společně s Heineken Česká republika předkládá také celkovou spotřebu vody za rok, tj. 1 545 000 m³ a 95 000 000 m³. Tento rozdíl je dán skutečností, že při výrobě piva spotřebuje společnost daleko více vody, neboť vstupuje do výrobku. Konkrétní hodnotu roční spotřeby vody uvádí dále pojišťovna Česká podnikatelská pojišťovna, Komerční banka, a. s. a poradenská společnost PwC Česká republika. Jak je z výše uvedeného patrné, opět se jedná především o výrobní společnosti a tři největší z podniků

poskytující služby. Společnosti při omezování spotřeby vody nejčastěji **investují do změny výrobních i provozních technologií, využívají zachycenou vodu v další výrobní činnosti nebo zamezují plýtvání**. Veškeré informace odrážející spotřebu vody byly zveřejněny v rámci samostatných zpráv společností o udržitelnosti, kde podniky sledují více aspektů, nežli ve výročních zprávách.

Další čtyři podniky taktéž snižují spotřebu vody, již ale neuvádějí, jaké množství opravdu spotřebují. Philip Morris ČR, a. s. pouze předkládá, že se podařilo meziročně snížit spotřebu vody o 12 %, což je skoková změna. Takového snížení spotřeby dosáhl podnik prostřednictvím optimalizace procesů, které vykompenzovalo negativní vlivy nově zavedených zpracovatelských procesů (Philip Morris ČR, a. s., 2018). Zbýlých 52 % podniků nevydává žádné informace ohledně spotřeby vody.

5.2.5 Emise oxidu uhličitého

Aspekt emise oxidu uhličitého (CO₂) je v rámci vlastní analýzy sledován na základě ukazatele emisí CO₂ do ovzduší v tunách. Výpočet uhlíkové stopy stanovuje mimo jiné mezinárodní standard GHG Protocol, který je nejpoužívanějším výpočetním nástrojem určující velikost emisí do ovzduší. GHG Protokol dělí ukazatele do tří oblastí činnosti podniku. Jedná se o Scope 1, který zahrnuje přímé emise z aktivit podniku, Scope 2 obsahující nepřímé emise z nákupu energií a Scope 3 odrážející další nepřímé emise jako emise ze zdrojů, které jsou mimo kontrolu podniku a nejsou zahrnuté ve Scope 1 nebo Scope 2, například nakupované služby (CI2, o. p. s., 2016; WRI & WBCSD, n.d.). Výsledky měření podnikům pomáhají odhalit největší zdroje vytvořeného CO₂ a jejich procentní zastoupení na celkové emisi. V rámci analýzy aspektu spotřeby energií již byly odhaleny čtyři vybrané podniky, které měří spotřebu energií právě na základě emisí CO₂ v tunách nebo procentním zastoupení emisí jednotlivých oblastí Scopes 1 až 3. Jedná se o podniky Kofola ČeskoSlovensko, Kooperativa pojišťovna, banka MONETA Money Bank a Pivovary Staropramen, jež nebyly do analýzy spotřeby energií z důvodu nezveřejnění konkrétních jednotek spotřeby energie zařazeny, nicméně do analýzy emisí CO₂ již vstupují. Do samotné analýzy však není zahrnuto sedm z vybraných podniků, neboť se měřením emisí CO₂ ve svých reportech ani výročních zprávách nezaobírají.

Měření emisí CO₂ a podávání informací o jejich velikosti realizuje celkem 12 podniků (44 %) napříč odvětvími. Všechny vybrané podniky z odvětví pivovarnictví a nápojů informují o velikosti emisí. Mimo Pivovary Staropramen zveřejňují podniky emise CO₂ ve vztahu k jednotce vyrobeného produktu. Stejně tak tuto informaci podává i automobilka ŠKODA AUTO, a. s. V rámci analýzy zveřejňovaných údajů však opět nastává problém s porovnatelností v rámci odvětví. Kofola ČeskoSlovensko navíc uvádí kilogramy CO₂ na 1 000 Kč obratu, ostatní společnosti gramy či kilogramy na vyrobenou jednotku produkce (hektolitr, litr, vůz). Podniky však meziročně vykazují nižší hodnoty. Tato skutečnost nastává z důvodu **investic do vozového parku, optimalizace výroby i distribuce či využívání energie z obnovitelných a čistších zdrojů**. Dalších osm společností doprovází informaci o realizaci aktivit omezující emise konkrétní hodnotou vyprodukovaných tun CO₂. Největší množství emisí ročně produkuje ČEZ, a. s., které představuje 27 905 278 tun CO₂. Dvě banky, Česká spořitelna a MONETA Money Bank, uvádějí v pořadí 15 133 tun a 6 021 tun CO₂. V rámci analýzy je přepočtena emise na jednoho zaměstnance, Česká spořitelna tak produkuje pouze 1,48 tuny CO₂ na zaměstnance a MONETA Money Bank 1,89 tun CO₂ na zaměstnance. S ohledem na velikost obou bank, by tak produkce CO₂ měla být u MONETY Money Bank ještě nižší, i když se jí meziročně podařilo více snížit tuto produkci, téměř o polovinu. Právě banky, Kooperativa pojišťovna a O2 Czech Republic však vykazují menší množství emisí na zaměstnance, nežli například výrobní společnosti ŠKODA AUTO, a Pivovary Staropramen, jejichž činnost produkuje přímou i nepřímou emisi ve výši přes 11 tun CO₂ na jednoho zaměstnance.

Zbýlých šest podniků (dvě banky, dvě poradenské společnosti, Philip Morris ČR a Skanska) v rámci nefinančních informací zveřejňuje skutečnost, že se daří snižovat uhlíková stopa. Poradenské společnosti navíc sami měří **emisi CO₂ na jednoho zaměstnance** a informují o meziročním snížení v průměru o 30 %. Výrobce tabákových produktů uvádí snížení uhlíkové stopy meziročně pouze o 1 %, za osm let však o 84 %. Snižování emisí CO₂ probíhá na základě opatření vztahující se k projektům úspory a zvyšování efektivity využívání energií, třídění odpadu, minimalizaci služebních cest do zahraničí či využívání ekologický dopravních prostředků (elektroautomobily, hybridní vozy).

5.2.6 Zapojení do projektů ochrany životního prostředí

Každá z dvaceti sedmi vybraných společností se zapojuje do dalších projektů ochrany životního prostředí. Některá společnost o těchto projektech zveřejňuje více informací, jiná pouze uvádí, že je začleněna do projektů s pozitivním vlivem na ŽP. Pouze dva podniky, Metrostav a T-Mobile, informují o projektech, které souvisejí především se společenskou odpovědností a mají větší dopad na lidi nežli na ŽP.

V rámci analýzy bylo zjišťováno, zda se podnik dostatečně zapojuje a reportuje o dalších projektech související s ochranou ŽP. Tento aspekt je hodnocen zvláště u každého podniku pomocí pětistupňové škály sémantického diferenciálu s bipolárními adjektivy zapojuje se – nezapojuje se. Každé možnosti je také přiřazena váha 1 až 5 pro další zhodnocení.

Dle názoru autorky se do dalších projektů související s ochranou ŽP nejlépe zapojují a o těchto projektech reportují podniky z odvětví energetiky a pivovarnictví. Průměrná váha odpovědí u těchto odvětví tvoří hodnotu 4, tedy spíše k dimenzi zapojují se. Energetické podniky jsou především zainteresovány do rekultivace krajiny vyuhelněných lokalit či biodiverzity a E-mobility. Pivovarnické podniky se soustředí na ochranu vodních zdrojů v rámci projektů Světový den vody a Firmy a voda 14+. Pivovary Staropramen realizují další aktivity v rámci Dne Země a Dne životního prostředí. Plzeňský Prazdroj hovoří o cirkulární ekonomice v rámci obalového hospodářství a distribuce. Podniky zařazené do odvětví *ostatní* získaly v rámci analýzy průměrné hodnocení mezi průměrnou hodnotou zapojení a spíše se zapojují. Dle autorky se z tohoto odvětví do dalších projektů nejvíce zapojuje a reportuje o nich společnost PwC ČR, která realizuje interní kampaň Zelené dny či zelené dobrovolnictví spojující teambuilding s čištěním lesů. Podniky se realizují mimo jiné v projektu Do práce na kole, který je zaměřený na snižování spotřeby energií. Naopak nejhorší hodnocení napříč odvětvími získaly stavitelské podniky. Jak již bylo zmíněno Metrostav, a. s. je zaměřen spíše na projekty cílené na společnost. Skanska, a. s. uvádí pouze skutečnost, že šetrně hospodáří s energiemi a snaží se zlepšovat hodnocení svých projektů z hlediska ochrany životního prostředí.

Za zmínku stojí projekty společností Coca-Cola HBC Česko a Slovensko, Tesco Stores ČR a banky ČSOB, které byly oceněny v žebříčku TOP Odpovědná firma v životním

prostředí 2018. Coca-Cola získala zmíněné ocenění za minimální vodní stopu nápojů – Voda má svou cenu, ČSOB za snížení spotřeby jednorázových nápojových kelímků z automatů za využití vlastních hrnečků (Byznys pro společnost, 2018). Tesco Stores ČR neplýtvá potravinami, zapojuje se do projektů Love Food Hate Waste či programu OSN a do prodeje zařadila i „nehezké“ ovoce a zeleninu, kterou by dodavatelé neprodali.

Podniky se v současnosti mohou zapojovat či sami iniciovat řadu projektů souvisejících s ochranou ŽP. O těchto projektech by však měly dostatečně informovat, nejen vlastní zaměstnance, ale i veřejnost, například prostřednictvím reklamních kampaní či v přehledných reportech o udržitelnosti.

5.2.7 Zhodnocení přístupu vybraných podniků v oblasti environmentálního pilíře

Z výsledků provedené analýzy vyplývá, že všechny vybrané společnosti snižují dopady na ŽP, své jednání mají zakotveno ve vlastních environmentálních politikách. Aktivita v oblasti environmentálního pilíře a podávání detailních zpráv ovlivňuje přijímání norem environmentálního managementu (ISO 14001), které splňuje 48 % podniků. Společnosti by ve větším rozsahu mohly přijímat i další certifikace a dostatečně o nich reportovat.

VO2a: Jaké aktivity vybrané podniky realizují v rámci environmentálního pilíře udržitelného rozvoje a jak o nich reportují?

Z výsledků analýzy vyplynulo, že vybrané podniky v rámci environmentálního pilíře recyklují odpad a elektroodpad, snižují spotřebu energií, využívají energie z obnovitelných („zelených“) zdrojů, snižují počet služebních jízd či obměňují vozové parky za elektromobily nebo vozy s hybridním motorem, zamezují plýtvání s vodou změnou výrobních a provozních technologií, snižují emise CO₂ do ovzduší. Téměř 20 % analyzovaných podniků je držitelem certifikátu SLEDUJEME/SNIŽUJEME CO₂. Společnosti se také zapojují či iniciují mnoho vlastních projektů. U většiny podniků napříč odvětvími však nastává problém s porovnatelností jednotlivých ukazatelů vyjadřující dopady těchto aktivit. V průměru pouze 40 % společností zveřejňuje konkrétní hodnoty ukazatelů spotřeby vody, emisí CO₂, spotřeby energií a poměr recyklovaného materiálu. Navíc se jednotlivé měrné jednotky a ukazatele od sebe

odlišují. Detailnější reporty o dopadech svých činností na životní prostředí předkládají výrobní a zpracovatelské podniky. Ostatní podniky pouze reportují všeobecné informace o těchto aktivitách. Podíl a vypovídající schopnost environmentálních ukazatelů je nízká. Dle doporučení autorky by bylo vhodné **sjednotit měrné jednotky a zveřejňovat minimálně ukazatel** spotřeby energií, vody a emise CO₂ do ovzduší v rozsahu Scope 1 až 3, tak aby bylo možné jednotlivé podniky lépe porovnávat.

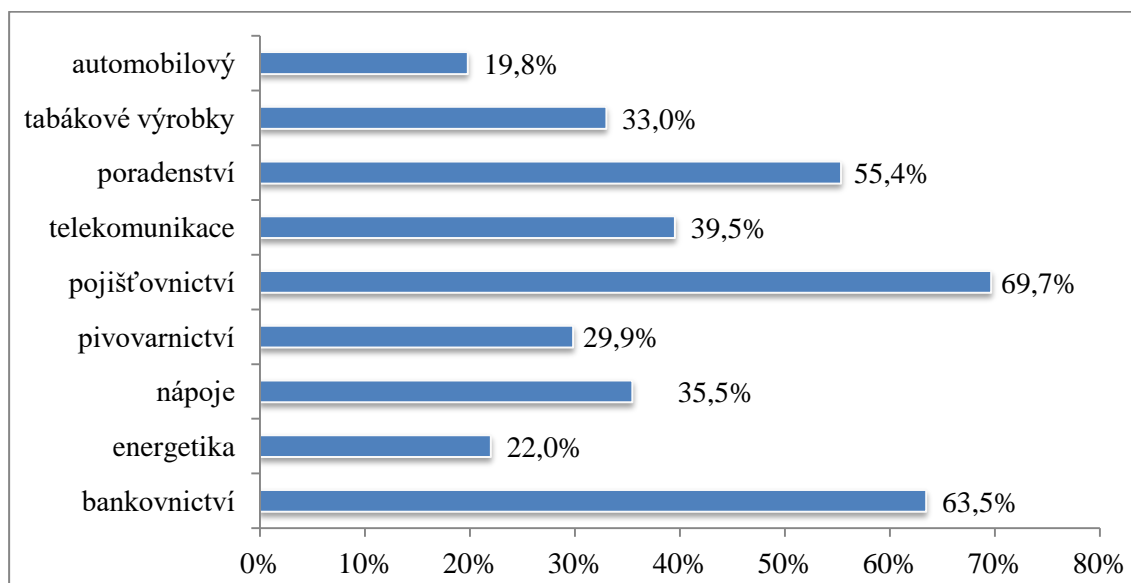
5.3 Aktivity vybraných podniků v rámci sociálního pilíře

Tato kapitola je věnována analýze aktivit v rámci sociálního pilíře. Aktivity vybraných podniků jsou stejně jako u předešlé kapitoly analyzovány na základě zvolených aspektů, které uvádí tabulka č. 6. Analýza je zaměřena především na rovné příležitosti motivaci a vzdělávání zaměstnanců, firemní filantropii a podporu vzdělávání.

5.3.1 Diverzita, rovné příležitosti

Veškeré analyzované společnosti preferují rovnost příležitostí, a to jak z hlediska pohlaví, tak národnosti, barvy pleti, zdravotního postižení či rodinného stavu. Tuto skutečnost uvádějí ve svých samostatných zprávách, výročních zprávách či na webových stránkách v sekci udržitelného rozvoje nebo společenské odpovědnosti. Navíc mají všechny podmínky ošetřené kolektivními smlouvami. Počet zaměstnanců vybrané podniky zveřejňují především ve vztahu k věku a k dosaženému vzdělání. V rámci analýzy je dále sledován aspekt procentního zastoupení žen v podniku a ve vedoucích pozicích, čímž je sledováno naplnění SDG č. 5 – Rovnost mužů a žen. Následující obrázek č. 10 zobrazuje vážené průměry procentního zastoupení v rámci odvětví dle počtu zaměstnanců. Z vybraných společností **celkem 18, tj. 66,7 %**, uvádí konkrétní procento zastoupení žen v podniku.

Obrázek č. 10: Procentní zastoupení žen v rámci odvětví (N = 18)



Zdroj: zpracováno autorkou, 2020.

Jak je z tabulky patrné, nejvíce žen zaměstnávají pojišťovny, banky a poradenské společnosti. Nejméně naopak ŠKODA AUTO, a. s., ČEZ, a. s. a pivovarnické podniky. Rozložení je dáno zejména povahou pracovních pozic v podnicích. Philip Morris, a. s., zařazený do odvětví tabákových výrobků, zaměstnává 33 % žen. Za své aktivity v oblasti diverzity získal ocenění EQUAL-SALARY tzv. platové rovnosti, které uděluje stejnojmenná švýcarská nadace ve spolupráci s Ženevskou univerzitou a PwC (Philip Morris ČR, a. s., 2018). Stavební podniky rozložení zaměstnanců dle pohlaví neuvádějí, stejně tak jako ČEPS, a. s., Kofola ČeskoSlovensko, a. s. a Vodafone Czech Republic, a. s. Proto, aby splnily povinnost nefinančních informací, však zveřejňují skutečnost, že uplatňují politiku rovného zacházení, rozmanitost obecně a rozložení počtu zaměstnanců dle věku a vzdělání. Některé společnosti navíc procházejí genderovým auditem, který se zaměřuje na hodnocení, odměňování, diverzitu a vzdělání. Příkladem prováděných aktivit v oblasti diverzity je poté **zaměstnávání žen, podpora pracujících rodičů, sladování osobního a pracovního života, nábor čerstvých absolventů či zaměstnávání osob s hendikepem.**

Co se týče uvádění procentního zastoupení žen ve vedení a řídicích pozicích, jedenáct zveřejněných údajů se příliš neodlišuje od podílu žen na celkovém počtu zaměstnanců. Výjimku však tvoří poradenské společnosti, jejichž procento zastoupení žen ve vedoucích pozicích dělá pouze 12,2 %, tedy o 43,2 % méně.

5.3.2 Motivační program a vzdělávání zaměstnanců

V úvodu vlastní analýzy zaměřené na téma motivačních programů podniků a vzdělávání jejich zaměstnanců bylo nejprve identifikováno jedenáct **motivačních prvků**, které podniky svým zaměstnancům poskytují a zároveň o nich informují veřejnost. Analýza odhalila, že všech 27 zkoumaných podniků zveřejňuje informaci o benefitech, avšak jejich rozsah se liší. Tabulka č. 10 odhaluje jedenáct nejčastěji se vyskytujících motivačních prvků a četnosti podniků, které je uvádějí.

Tabulka č. 10: Jedenáct nejčastěji zveřejňovaných motivačních prvků

Motivační prvek	Absolutní četnost	Relativní četnost
Časová flexibilita práce, home office	13	48 %
Program Cafeteria, MultiSport	13	48 %
Speciální zdravotní péče na pracovišti	12	44 %
Příspěvek na penzijní a životní pojištění	10	33 %
Baby Office, firemní školka, příspěvek na hlídání, a další	9	33 %
Občerstvení na pracovišti, večírky, akce	8	30 %
Zvýhodněné produkty podniku	8	30 %
Závodní stravování, stravenky	7	26 %
Zaměstnanecké půjčky, pomoc v těžké životní situaci	7	26 %
Dovolená navíc, Sick Days	7	26 %
Odměny za pracovní, životní jubilea, za odchod do důchodu	5	19 %

Zdroj: zpracováno autorkou, 2020.

Analyzované podniky jako motivační nástroj nejčastěji zveřejňují časovou flexibilitu práce a práci z domova (48 % společností). Tento nástroj zahrnuje výhody především pro rodiče malých dětí, kteří mohou využívat zkrácené pracovní doby. 44 % společností realizuje speciální zdravotní péči na pracovišti v podobě masáží, cvičení jógy či dne za zdravá záda a další.

Detailní analýza odhalila, že podniky informují veřejnost o svých motivačních programech a dle názoru autorky jsou veškeré aktivit společnosti pro zaměstnance **spíše motivující**. Hodnocení motivačních programů jednotlivých podniků je založeno na sémantickém diferenciálu s póly motivační – nemotivační. Mezi vrcholy byla

vytvořena škála 1 až 5. Dále byly podniky ohodnoceny a následně rozděleny do kategorií dle velikosti ročního čistého obrátu (A až D).

Společnosti získaly následující průměrné hodnocení napříč kategoriemi:

- kategorie D: nad 60 mld. Kč hodnotu 4,
- kategorie C: 30 – 60 mld. Kč hodnotu 3,4,
- kategorie B: 10 – 30 mld. Kč hodnotu 3,5 a
- kategorie A: 0 – 10 mld. Kč hodnotu 3,4.

Nejvyšší hodnocení motivačních programů získaly podniky z kategorií D, které vykazují největší čistý roční obrát a informují o mnoha různých prvcích motivace pro zaměstnance. Naopak nejnižší hodnocení získaly společnosti z kategorie C, neboť 4 z 5 podniků příliš o motivačních programech veřejnost neinformují. S klesajícím čistým obrátem se ohodnocení snižuje a je možné konstatovat, že je zřetelná klesající tendence vykazování a poskytování motivačních prvků pro zaměstnance.

Pro rozšiřování a zkvalitňování kvalifikace jsou zaměstnanci společnostmi pravidelně **vzdělávání** v rámci různorodých školení nebo vzdělávacích programů. Podniky poskytují mimo povinná školení svým zaměstnancům jak profesní, tak osobní rozvoj prostřednictvím jazykových, manažerských (zaměřené na tzv. soft skills) či technických kurzů. Společnosti konkrétně uvádějí:

- manažerský rozvoj zaměstnanců,
- e-learningové kurzy,
- mentoring, koučink, leadership,
- jazykové kurzy,
- trainee programy a stáže,
- bezpečnost a ochrana zdraví při práci
- a ostatní školení jako jsou programy pro rodiče, rekvalifikační kurzy, školení pro výrobu a logistiku, development centra, tréninkové mapy či vzdělání pro elektromobilitu a průmysl 4.0.

V rámci vlastního vzdělávání zaměstnanců realizují podniky i vlastní programy vzdělávání. Jedná se například o programy Kofola Management, Skanska Unlimited,

Skanska Stretch, T-Univerzita, KPMG Business School, Miniintro, Škoda Akademie, Marketingové a obchodní akademie, Pivní akademie a další.

Do detailní analýzy vzdělávání dále vstupuje pouze **14 podniků (51,9 %)**, které uvádějí konkrétní hodnoty vztahující se k počtu školících hodin na zaměstnance případně celkový počet proškolených hodin nebo zaměstnanců. Výsledky z analýzy představuje tabulka č. 11.

Tabulka č. 11: Výsledky analýzy počtu proškolených hodin napříč kategoriemi čistého ročního obrátu (N = 14)

Kategorie podniku dle čistého ročního obrátu	Průměr [počet odškolených hodin na zaměstnance]	Medián [počet odškolených hodin na zaměstnance]	Počet podniků uvádějící konkrétní hodnotu (n)
D: nad 60 mld. Kč	18,4	16,1	3
C: 30 – 60 mld. Kč	22,6	25,6	2
B: 10 – 30 mld. Kč	–	–	0
A: 1 – 10 mld. Kč	23,5	26,9	4
Celkově odškolených hodin na zaměstnance	21,6	25,4	9
Celkově proškoleno zaměstnanců	145 %	140 %	6

Zdroj: zpracováno autorkou, 2020.

Podniky řadící se dle čistého ročního obrátu do kategorie B, neuvádějí ani jednu ze sledovaných hodnot. Po přepočtu odškolených hodin na jednoho zaměstnance je patrné, že více kurzů absolvovali zaměstnanci v menších podnicích v kategorii A, nežli v kategorii D. V nejmenší kategorii dle ročního obrátu však tyto informace zveřejňuje menší procento podniků (45 % oproti 100 %). Výsledky naznačují, že **menší společnosti vkládají více času a prostředků do rozvoje svých zaměstnanců**. Co se týče celkového počtu proškolených zaměstnanců, uvádí tuto hodnotu pouze 6 podniků. Zpravidla ty, které neuvádějí počet hodin. Průměrně tyto podniky v průběhu roku vzdělaly 145 % zaměstnanců. Je tedy patrné, že někteří pracovníci se účastní více než jednoho kurzu. A jako jediná z vybraných společností zveřejňuje Česká podnikatelská pojišťovna investice do vzdělání v hodnotě 8 674 364 Kč.

V oblasti motivačních programů a vzdělání zaměstnanců nastává opět problém se sjednocením veškerých informací, které analyzované podniky zveřejňují. Dle názoru

autorky, by společnosti měly minimálně informovat o nadstandardních nefinančních benefitech, počtu proškolených hodin na jednoho zaměstnance, případně o celkovém počtu pracovníků a vzdělávacích hodin, tak aby se zainteresované strany lépe seznámily se všemi aktivitami společnosti.

5.3.3 Firemní dobrovolnictví a místní komunita

V rámci dimenze firemní filantropie se vybrané podniky věnují dobrovolnickým aktivitám a podpoře místních komunit. Nejčastějšími subjekty v okolí, ke kterým aktivity směřují, jsou **dětské domovy, domovy důchodců, neziskové organizace, spolky a nemocnice**. Podniky se také zajímají o přírodu, města a obce, chtějí tak být **dobrym sousedem**. Nejčastější aktivity, které společnosti v rámci firemního dobrovolnictví uskutečňují, včetně četností podniků zobrazuje následující tabulka č. 12. Do analýzy je zde zařazeno 100 % vybraných podniků, neboť se všichni o těchto aktivitách v určitém rozsahu zmiňují.

Tabulka č. 12: Nejčastější dobrovolnické aktivity podniků

Aktivita	Absolutní četnost podniků	Relativní četnost podniků
Podpora festivalů, sportovní události	14	52 %
Sbírky (oblečení, peněz, a další)	13	48 %
Tvorba Vánočních přání, kola pro Afriku, kočárky pro trojčátka, jarmarky	12	44 %
Charitativní snídaně, potravinové sbírky	8	30 %
Zvelebování okolí	7	26 %
Výstavba hřišť, bezbariérové bankomaty	5	19 %
Darování krve	5	19 %
Výsadba stromů	5	19 %
Úklid (domovy důchodců, zámky, obce, ZOO)	4	15 %
Tvorba speciálních aplikací	4	15 %
Zapojení do projektu Movember	3	11 %
Dražby (umělecké pivní lahve, ...)	2	7 %
Odběr produktů z chráněných dílen, kavárny	2	7%

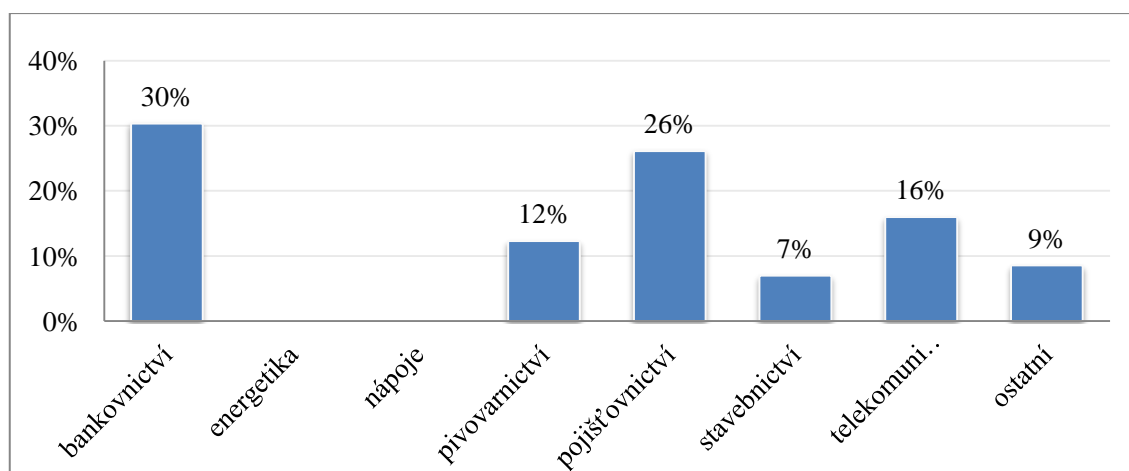
Zdroj: zpracováno autorkou, 2020.

Podniky se nejčastěji podílejí nebo sami organizují sportovní akce, které napomáhají osobám s hendikepem a dětským domovům, nebo podporují hudební i kulturní

festivaly. Pořádají charitativní sbírky či dražby. Podniky dále podporují zaměstnance v darování krve a pomoci zvelebování a úklidu okolí. Analýza odhalila, že společnosti realizují mnoho filantropických aktivit a pomáhají tak svému okolí. Napříč odvětvími se však odlišuje rozsah aktivit i způsob informování. Jak bylo nastíněno v metodice analýzy, zhodnocení míry zapojení podniků v rámci odvětví je uskutečněno na základě počtu zaměstnanců, kteří se na takovýchto projektech podílejí.

Celkem 74 %, tj. 20, z vybraných podniků informuje veřejnost o firemním dobrovolnictví prostřednictvím konkrétních hodnot míry zapojení. 85 % těchto podniků uvádí počet zaměstnanců, kteří se v průběhu roku podíleli na uskutečnění dobrovolných a prospěšných akcí. Obrázek č. 11 zobrazuje výsledky analýzy napříč odvětvími. Ukazatelem je procento dobrovolníků z celkového počtu zaměstnanců podniku.

Obrázek č. 11: Průměrné procento zaměstnanců podniků na dobrovolných akcích



Zdroj: zpracováno autorkou, 2020.

Nejvíce zaměstnanců se účastní dobrovolnických akcí prostřednictvím podniku v odvětví bankovníctví a pojišťovnictví. Konkrétní počet vlastních dobrovolníků neuvádí ani jeden z energetických a nápojových podniků. Na základě výsledků analýzy je možné konstatovat, že nejvíce dobrovolných zástupců se angažuje v menších podnicích. Neboť největší poměr zastoupených dobrovolníků má společnost KPMG, která zaměstnává pouze 530 osob. Naopak ŠKODA AUTO, a. s. s více než 33 000 zaměstnanci vykazuje pouze 7 % dobrovolníků.

5.3.4 Vlastní nadace a nadační fondy, sponzoring

Na firemní dobrovolnictví a spolupráci s místní komunitou navazuje existence vlastních nadací či nadačních fondů jednotlivých společností. Jak bylo uvedeno, všechny analyzované společnosti realizují spolupráci s různými subjekty. Prostřednictvím nadací, nadačních fondů a grantových programů mimo jiné tyto subjekty podporují, a to jak finančně, tak právě svými aktivitami. Následující tabulka č. 13 zobrazuje počet nadací, matchingových fondů a jiné nadace, se kterými podniky spolupracují. Matchingové fondy zde představují fondy, do kterých mohou především zaměstnanci věnovat část svého platu pro veřejně prospěšné účely (Svěřenecká správa, 2019).

Tabulka č. 13: Nadace, nadační fondy a spolupráce podniků napříč odvětvími

Odvětví	Nadace	Matchingový fond	Spolupráce s nadacemi
Bankovníctví	3	3	2
Energetika	1	–	1
Nápoje	–	–	2
Pivovarnictví	1	–	2
Pojišťovnictví	1	–	1
Stavebnictví	–	–	1
Telekomunikace	2	–	1
Ostatní	3	–	3
Celkem	11	3	13

Zdroj: zpracováno autorkou, 2020.

Nadaci či vlastní nadační fond nezaložili pouze podniky vyrábějící nápoje a stavitelské společnosti. Ty však spolupracují s jinými nadacemi, jako je Nadace Terezy Maxové, Nadace Partnerství nebo jsou dárci do Národního protikorupčního fondu. Celkem 40,7 %, tj. 11 společností má vlastní nadaci. Banky, podniky z odvětví *ostatní* a telekomunikace vlastní v rámci analyzovaného vzorku nejvíce nadací. Jedná se například o Nadaci České spořitelny, Nadaci AGROFERT, Nadaci Vodafone Česká republika, Nadaci O2 a také o Nadaci ČEZ, které se řadí do první poloviny mezi TOP 100 nadací a fondů dle objemu rozdělených příspěvků za rok 2018 (Fórum Dárců, 2018). Spolupráci s nadacemi, vlastní nadace a matchingové fondy vykazují **největší z vybraných společností**. Žebříček dvaceti analyzovaných podniků dle ročního čistého obratu včetně jejich nadací uvádí příloha D.

5.3.5 Podpora vzdělávání, spolupráce se školami

Dalším tématem analýzy v oblasti sociálního pilíře je podpora vzdělávání a spolupráce se školami, kde je hodnoceno **celkem 25 podniků (92,6 %)**, které tyto aktivity realizují a informují o nich. Do analýzy nejsou zařazeny pouze dvě banky, které ve svých výročních zprávách ani na webových stránkách nezveřejňují tyto aktivity. Je tedy opět patrné, že rozsah informací je ve výročních zprávách podniků menší. Aktivity, které podniky v rámci podpory vzdělávání a spolupráce se školami realizují, zobrazuje následující tabulka č. 14.

Tabulka č. 14: Nejčastější aktivity podniků v oblasti podpory vzdělávání

Aktivita	Absolutní četnost	Relativní četnost
Spolupráce se školami (přednášky, workshopy, exkurze, den otevřených dveří, výchova)	21	78 %
Stáže, stipendia, trainee programy	12	44 %
Kurzy	10	37 %
Soutěže	9	33 %
Finanční vzdělávání, poradna při finanční tísní	8	30 %
IT gramotnost, rozvoj dovedností a znalostí	4	15 %

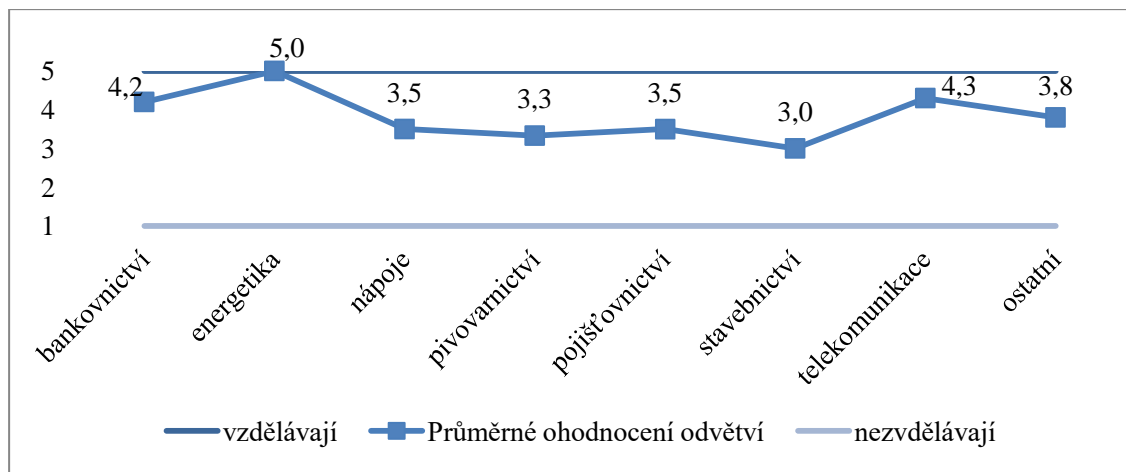
Zdroj: zpracováno autorkou, 2020.

Z analýzy podpory vzdělávání a spolupráce se školami vyplynulo, že podniky mimo vlastní zaměstnance vzdělávají znevýhodněné děti, studenty a seniory, podporují finanční a IT gramotnost, zaměstnávají studenty, pořádají soutěže a kurzy na nejrůznější témata. Finanční vzdělávání a poradnu při finanční tísní realizují především banky. Podniky napříč odvětvími zastřešují aktivity v oblasti podpory vzdělávání vlastními projekty. Příkladem je Abeceda peněz České spořitelny, Chytrá škola O2, ČEZ Svět energie, Škola odpovědného podnikání KPMG či projekt „To dáš!“ od společnosti Coca-Cola HBC Česko a Slovensko.

Na základě zveřejněných informací o aktivitách byl dle postojů autorky hodnocen celkový přístup analyzovaných podniků k podpoře vzdělávání okolních subjektů a škol prostřednictvím sémantického diferenciálu s bipolárními pojmy vzdělávají – nevzdělávají. Přístup je hodnocen pomocí pětibodové škály, kde nejvyšší ohodnocení je ukládáno za aktivní přístup podniku. V oblasti vzdělávání a spolupráce se školami napříč odvětvími provádějí nejlepší **aktivity podniky z odvětví energetiky,**

telekomunikace a banky, které získaly průměrné hodnocení nad hodnotu 4, a provádějí nejvíce aktivit. Celkové výsledky analýzy z této oblasti uvádí následující obrázek č. 12.

Obrázek č. 12: Výsledky analýzy aktivit podniků v oblasti podpory vzdělávání



Zdroj: zpracováno autorkou, 2020.

Vybrané společnosti uskutečňují mnoho aktivit v oblasti vzdělávání a spolupráce se školami a mají tak pozitivní dopad na okolí. Dle autorky by se na tyto aktivity dále měly soustředit především podniky, které obdobné informace vůbec nezveřejňují.

5.3.6 Zhodnocení přístupu vybraných podniků v oblasti sociálního pilíře

Na základě výše zmíněných informací z výsledků analýzy lze konstatovat, že vybrané podniky k aktivitám v rámci sociálního pilíře přistupují velmi aktivně a zodpovědně. To mimo jiné dokazuje nespočet projektů, které společnosti samy realizují se zaměřením na vlastní zaměstnance, znevýhodněné děti, důchodce, neziskové organizace a nemocnice.

VO2b: Jaké aktivity podniky realizují v rámci sociálního pilíře udržitelného rozvoje a jak o nich reportují?

Na VO2b lze odpovědět, že všechny vybrané společnosti uskutečňují mnoho aktivit v rámci sociálního pilíře. Z velkého množství těchto aktivit je v největší míře realizováno firemní dobrovolnictví (100 % společností) prostřednictvím podpory událostí, uskutečnění sbírek a dalších, vzdělávání a spolupráce se školami (93 % podniků), které je na velmi dobré úrovni. Podnikovou filantropii mimo jiné společnosti podporují ze 41 % vlastními nadacemi. Dalšími aktivitami jsou především motivace v podobě nadstandardních benefitů (home office, Baby Office, atd.) a vzdělávání

vlastních zaměstnanců v rámci programů či školení, které je na dobré úrovni, a zaměstnávání žen, podpora pracujících rodičů či zaměstnávání osob s hendikepem.

Analyzované společnosti zveřejňují mnoho informací v oblasti sociálního pilíře. V průměru 60 % podniků zveřejňuje konkrétní ukazatel dopadů vlastních aktivit. Sledovanými aspekty jsou procentní zastoupení žen, počet proškolených hodin na zaměstnance a poměr zapojených zaměstnanců do firemního dobrovolnictví. Z analýzy vyplynulo, že rozložení žen napříč odvětvími je dáno povahou pracovních pozic, lepší motivační program realizují především větší společnosti (z kategorie D ročního čistého obratu), naopak je tomu u vzdělávání zaměstnanců a největší poměr dobrovolníků se angažuje v menších podnicích. Reporting sociálních aktivit je tedy na dobré úrovni. Dle názoru autorky by však všechny povinné podniky měly minimálně zveřejňovat procento zastoupení žen (i ve vedoucích pozicích), počet odškolených hodin na zaměstnance a míru zapojení vlastních zaměstnanců do dobrovolných projektů tak, aby byly informace lépe porovnatelné.

5.4 Aktivity vybraných podniků v rámci ekonomického pilíře

Tato část je věnována výsledkům z provedené analýzy v rámci ekonomického pilíře. Pro účely diplomové práce byly vybrány oblasti, které představila tabulka č. 6. Výsledky zahrnují oblast etických kodexů, protikorupčních opatření, řízení kvality a jakosti, spolupráce s dodavateli a ekonomické ukazatele.

5.4.1 Etické kodexy

Vybrané společnosti jsou si vědomi nutnosti udržitelnosti svých činností do budoucna, proto mají ve svých strategiích zakotvené odpovědné podnikání, které stojí především na etice a dodržování relevantních závazků a norem. Základem odpovědných aktivit jsou pro společnosti stanovené zásady či pravidla, s nimiž se všichni zaměstnanci, vedení a v některých případech i dodavatelé musejí obeznámit. Následující tabulka č. 15 představuje procentní zastoupení podniků, které své činnosti realizuje na základě vlastních či jiných kodexů zahrnující pravidla jejich chování k zaměstnancům, společnosti, životnímu prostředí, partnerům a dalším.

Tabulka č. 15: Etické kodexy podniků napříč odvětvími

Odvětví	Vlastní etické kodexy	Jiné kodexy
Bankovníctví	86 %	71 %
Energetika	100 %	0 %
Nápoje	50 %	50 %
Pivovarnictví	100 %	0 %
Pojišťovnictví	100 %	50 %
Stavebnictví	100 %	0 %
Telekomunikace	100 %	0 %
Ostatní	83 %	83 %
Celkem	83 %	44 %

Zdroj: zpracováno autorkou, 2020.

Většina podniků (83 %) se kromě legislativních pravidel řídí vlastními etickými kodexy. Vybrané podniky zmiňují především vlastní Etický kodex, pravidla chování a obchodních principů, Kodex řízení či nákupu a pravidla jednání s dodavateli. Méně společností z vybraného vzorku (44 %) se opírá o jiné kodexy či pravidla (etický kodex mateřské společnosti, atd.). Největší zastoupení mají společnosti v odvětví bankovníctví, jež se řídí především kodexem České bankovní asociace. Jiným příkladem je Kodex správy a řízení společnosti dle OECD, o který se opírá a uvádí jej 33 % z těchto podniků.

5.4.2 Protikorupční opatření

Na zastoupení etických kodexů v rámci činností podniků navazují protikorupční opatření, která jsou v pravidlech chování společností zakotvena. Jelikož je otázka korupce a úplatkářství součástí požadavků na zveřejňování nefinančních informací dle Směrnice a zákona o účetnictví, všech dvacet sedm vybraných podniků zveřejňuje svůj přístup k tomuto tématu. Analýza odhalila několik aktivit v oblasti protikorupčních opatření, které podniky uskutečňují a zveřejňují. Následující tabulka č. 16 představuje nejčtenější z nich včetně počtu podniků, jež je realizují.

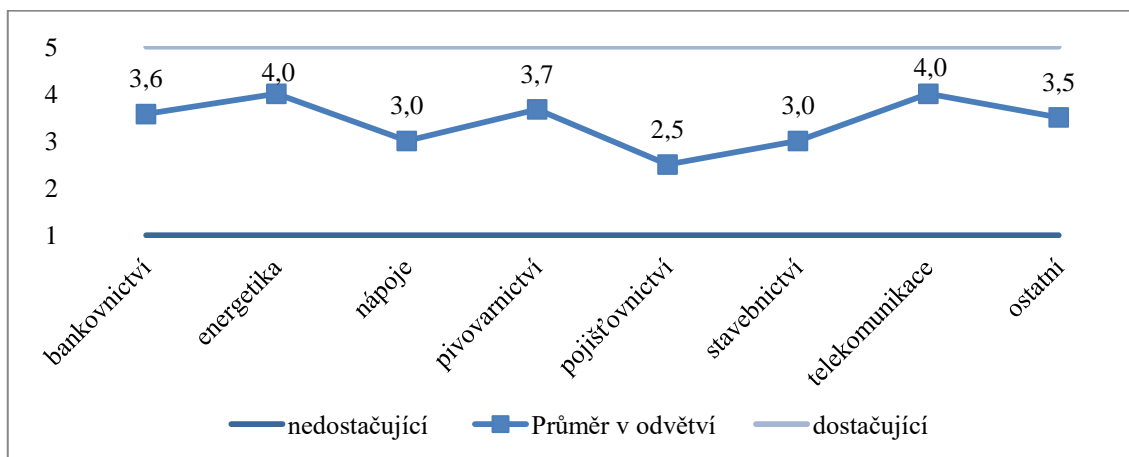
Tabulka č. 16: Aktivity podniků v oblasti boje proti korupci a úplatkářství

Aktivita	Absolutní četnost	Relativní četnost
Stanovení pravidel, kodexů	27	100 %
Pravidelná školení, školící programy	15	56 %
Aplikace, linky, konkrétní osoba pro hlášení podezření	12	44 %
<i>Ostatní (registr darů., obecná pravidla, a další)</i>	18	66 %

Zdroj: zpracováno autorkou, 2020.

Všechny vybrané společnosti mají protikorupční **politiku stanovenou v rámci vlastních kodexů či pravidel**. Více než polovina z nich (56 %) pravidelně, alespoň jedenkrát za rok, proškoluje své zaměstnance v otázkách protikorupčního jednání. Společnosti dále zmiňují obecný přístup k boji proti korupci a úplatkářství, nezaznamenávají žádný korupční případ a vedou registry darů aj. V rámci analýzy byl celkový přístup podniků k protikorupčním opatřením zhodnocen na základě sémantického diferenciálu pětibodovou škálou s dimenzemi dostačující – nedostačující. Výsledky analýzy napříč odvětvími uvádí obrázek č. 13.

Obrázek č. 13: Výsledky hodnocení aktivit podniků v oblasti protikorupčních opatření



Zdroj: zpracováno autorkou, 2020.

Z analýzy vyplývá, že se celkový přístup podniků v oblasti protikorupčních opatření nachází kolem střední hodnoty. Nejvíce aktivit v této oblasti uskutečňují a zveřejňují podniky v odvětví **energetiky a telekomunikace**, které byly na zvolené škále ohodnoceny průměrnou hodnotou 4,0. Naopak pod střední hodnotou (3) se nachází

pojišťovny, které ve svých zprávách aktivitám v boji proti korupci a úplatkářství pozornost příliš nevěnují.

5.4.3 Řízení kvality a rizik a spolupráce s dodavateli

V rámci realizace odpovědného podnikání společnosti zavádějí systémy řízení kvality a rizik, kde se zaměřují na **jakost a bezpečnost výrobků a poskytovaných služeb** a své **interní procesy**. Analýza v této oblasti odhalila pět nejčastějších aktiv, které včetně četností podniků uvádí tabulka č. 17.

Tabulka č. 17: Aktivity podniků v oblasti řízení rizik a kvality (N = 27)

Aktivita	Absolutní četnost	Relativní četnost
Politika řízení rizik, oddělení	22	81 %
Politika řízení kvality	18	67 %
Certifikace (ISO 9001, GMP+, a jiné)	10	37 %
Interní audity, controlling	9	33 %
Odpovědný marketing	5	19 %

Zdroj: zpracováno autorkou, 2020.

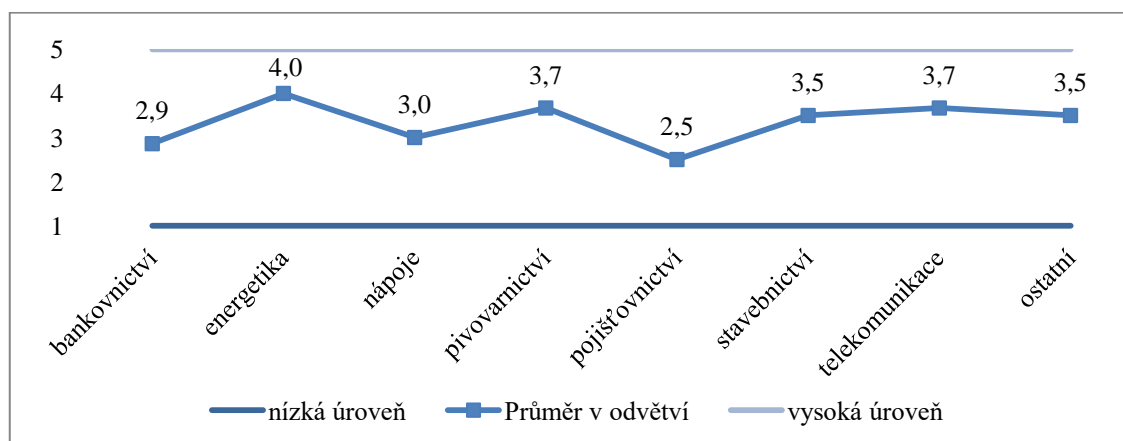
Analýza se zaměřila na konkrétní zveřejňované údaje v této oblasti. Více než polovina vybraných podniků má nastavené politiky řízení rizik i kvality, podle kterých se řídí. 37 % podniků disponuje certifikacemi jakosti. Nejčastěji (z 30 %) se jedná o plnění podmínek normy ISO 9001 managementu jakosti a z 15 % o certifikaci GMP+⁷ s dodatkovým označením B1 či B2. Podniky dále provádějí interní audity a zachovávají pravidla odpovědného marketingu. Odpovědný marketing lze nalézt především u výrobců piva a aut.

Taktéž spolupráce s dodavateli je založena na odpovědném podnikání. Celkem 22 společností ze vzorku podniků uvádí jednání a hodnocení v rámci dodavatelského řetězce. Tyto skutečnosti neuvádí většina bank a pojišťovna. Mezi aktivity v oblasti spolupráce s dodavateli se nejčastěji řadí **dodržování etických kodexů dodavatelů** a nákupu, smluvní doložky, **centrální nákup** a pravidla pro veřejné zakázky, **hodnocení dodavatelů** na základě dodržování protikorupčních pravidel, ochraně ŽP a spolupráce s lokálními dodavateli.

⁷ GMP+ představuje certifikaci bezpečnosti krmiv ve všech článcích řetězce. Je určen pro průmyslovou výrobu složek krmiv i jejich skladování a obchodování (GMP+ International, 2018).

Součástí analýzy je i celkové zhodnocení přístupu podniků k této oblasti na základě postojů autorky. K posouzení byl využit sémantický diferenciál s pětibodovou škálou a bipolárními adjektivy hodnotící systém řízení rizik, kvality a dodavatelského řetězce jako vysoká úroveň – nízká úroveň. Průměrné hodnocení napříč odvětvími představuje následující obrázek č. 14.

Obrázek č. 14: Výsledky hodnocení aktivit podniků v oblasti řízení rizik, kvality a dodavatelského řetězce



Zdroj: zpracováno autorkou, 2020.

Mezi podniky, které nejlépe realizují aktivity v oblasti řízení kvality, rizik a dodavatelském řetězci, se opět řadí **energetické a telekomunikační** společnosti a také **pivovarnické** podniky. I zde je hodnoceno nejvíce ovlivněno mírou zveřejněných informací.

5.4.4 Ekonomická výkonnost

V oblasti ekonomické výkonnosti podniků byla v rámci analýzy sledována míra reportování ekonomických ukazatelů ve zprávách podniků. Celkem 10 podniků zpracovává nefinanční informace do svých výročních zpráv. Zde je tedy možné konstatovat, že 37 % podniků propojuje nefinanční ukazatele s finančními. Analýza se však zaměřila především na zbylých **17 samostatných zpráv** podniků. Bylo odhaleno, že pouze **6 z nich (tj. 35 %) zahrnuje konkrétní finanční ukazatele**. Další tři zprávy obsahují v rámci svého GRI rejstříku odkaz na výroční zprávy podniků. Zbylých 11 samostatných zpráv (65 %) nepojímá finanční ukazatele, je však možné je nalézt ve výročních zprávách společností.

Nejčastější ukazatele, které podniky v rámci udržitelnosti sledují, představuje tabulka č. 18. Jedná se zejména o objem prodaných výrobků či poskytnutých služeb, počet zákazníků nebo klientů a obecné ekonomické ukazatele vykazované v rámci výročních zpráv.

Tabulka č. 18: Nejčastěji sledované ukazatele v rámci ekonomické výkonnosti podniků

Ukazatel	Absolutní četnost zpráv	Relativní četnost zpráv
Prodané výrobky, služby	13	48 %
Čistý zisk	9	33 %
Počet klientů/zákazníků	8	30 %
EPS – zisk na akcii	7	26 %
Tržby	7	26 %
Ukazatele rentability (ROA, ROE)	6	22 %

Zdroj: zpracováno autorkou, 2020.

Je tedy patrné, že podniky do témat udržitelného rozvoje či společenské odpovědnosti příliš nezahrnují vlastní ekonomickou výkonnost. Všechny vybrané podniky však uvádějí ukazatele ekonomické výkonnosti minimálně ve výročních zprávách, což vyplývá z legislativních požadavků vykazování účetních jednotek.

5.4.5 Zhodnocení přístupu vybraných podniků v oblasti ekonomického pilíře

Vybrané společnosti zodpovědně realizují aktivity v rámci ekonomického pilíře a to tak, že poctivě dodržují příslušné právní předpisy, kladou důraz na etické chování a zajišťují transparentnost.

VO2c: Jaké aktivity podniky realizují v rámci ekonomického pilíře udržitelného rozvoje a jak o nich reportují?

Odpovědí na VO2c je, že 83 % vybraných podniků sestavuje a dodržuje mnoho vlastních etických kodexů a dodržuje i jiné oborové kodexy (Kodex České bankovní asociace, Kodex řízení a správy společností OECD). Všechny z analyzovaných společností mají v rámci kodexů stanovenou protikorupční politiku, prostřednictvím níž 56 % z nich pravidelně školí své zaměstnance a zajišťuje aplikace či linky k nahlášení podezření korupční činnosti. Podniky také zavádějí systémy řízení kvality a rizik, kde se zaměřují na jakost a bezpečnost produktů a interních procesů a tyto systémy certifikují

(37 % společností). Odpovědné podnikání realizují taktéž ve spolupráci s dodavateli, na které kladou jisté nároky. 48 % podniků ve svých zprávách také sleduje objem prodaných produktů, počet klientů/zákazníků a další. Aktivity v oblasti ekonomického pilíře udržitelného rozvoje společností jsou uskutečňovány dobře.

Co se týče reportingu těchto aktivit, ze všech tří pilířů věnují podniky ve svých zprávách právě ekonomické oblasti **nejméně prostoru**. Tato skutečnost je pravděpodobně dána tím, že podniky svoji výkonnost hodnotí převážně na základě ukazatelů finanční analýzy. Dle názoru autorky zde existuje prostor pro zlepšení realizace a reportování **protikorupčních opatření a ukazatelů ekonomické výkonnosti** důležitých pro stakeholdery (objem prodaných výrobků, ROE, atd.) vybraných podniků.

5.5 Analýza reportingu udržitelného rozvoje vybraných podniků

Oblast úrovně reportingu udržitelného rozvoje zahrnuje analýzu celkového přístupu vybraných podniků k informování zájmových stran. Všechny společnosti z vybraného vzorku podniků určitým způsobem reportují nefinanční informace. Buďto je to dáno jejich povinnostmi nebo tradicí dobrovolného reportingu.

Výsledky analýzy ukázaly, že 17 společností (63 %) z vybraného vzorku podniků zařazuje své nefinanční informace do **samostatných zpráv**, kde jsou více rozvedeny, zbylých 37 % (tj. 10 podniků) zveřejňuje tyto informace pouze ve **výroční zprávě**. V rámci odvětví pivovarnictví a pojišťovnictví tvoří všechny vybrané podniky samostatné zprávy. Opakem je stavebnictví, kde oba podniky podávají nefinanční informace ve svých výročních zprávách. Pivovary reportují spíše z důvodu tradice komunikace aktivit k veřejnosti, u stavebních podniků by se dalo říci, že reportování v rámci výročních zpráv začalo až s legislativní povinností. Některé z uvedených podniků však zveřejňují nefinanční informace jak ve formě samostatné zprávy, tak v rámci výroční zprávy.

Pokud jde o **délku zveřejňování** samostatných nefinančních zpráv, byly podniky v rámci analýzy rozčleněny do tří intervalů. Prvním z nich je nejdelší doba reportingu, tedy déle než 10 let. Do druhé kategorie jsou zařazeny podniky, které reportují své udržitelné aktivity 5 až 9 let. Poslední interval je vytvořen pro podniky zveřejňující

informace čtyři roky a méně. Četnosti podniků v rámci jednotlivých intervalů zobrazuje následující tabulka č. 19.

Tabulka č. 19: Délka reportování

Reporting od roku	Absolutní četnost	Relativní četnost	Příklad podniku (od roku)
2010 a dříve	7	26 %	ČSOB (2006), ČEZ (2008)
2011–2015	3	11 %	AGROFERT (2012)
2016–2020	7	26 %	Kooperativa pojišťovna (2017)

Zdroj: zpracováno autorkou dle webových stránek podniků, 2020.

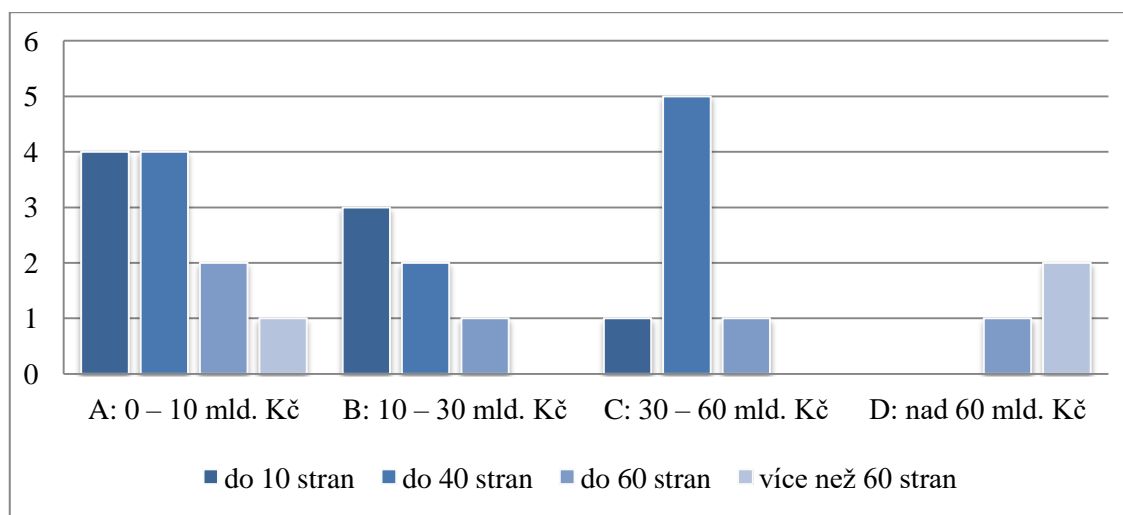
Nefinanční informace, které jsou uváděny nejdříve, zahrnují samostatné zprávy o udržitelnosti a společenské odpovědnosti podniků. Jedná se o společnosti, které mají nejvýznamnější vliv na své okolí a často mají i mezinárodní dosah, tedy největší z vybraných podniků. Krátce reportují spíše podniky, kterým byla povinnost uložena až se zavedením Směrnice a nemají dlouhou ani vlastní historii. Nefinanční informace poté převážně uvádějí v rámci výročních zpráv.

Analýza dalších aspektů úrovně reportingu udržitelného rozvoje se vztahuje na nejnovější reporty a výroční zprávy vybraných podniků. Sledovanými reporty jsou tedy údaje za rok 2018.

Samotné **názvy** reportů či části výročních zpráv nejsou nijak legislativně sjednoceny. Podniky si tak mohou své nefinanční informace nazvat jakkoli chtějí. Z analýzy zveřejňovaných informací vyplývá, že ze 41 % nadpisů obsahuje samotný pojem **udržitelnost** či **udržitelný rozvoj**, tj. v 11 případech z vybraných zpráv. 33 % poté obsahuje pojem **společenská odpovědnost** (nebo pouze zkratku CSR). O nefinanční informace se opírá pouze šest nadpisů vybraných reportů a zpráv. Zbylé dva představuje Zpráva o naplňování strategie Tesco Stores ČR a osmá kapitola výroční zprávy společnosti ČEPS, a. s. s názvem Vnitřní a vnější vztahy. Představení jednotlivých názvů reportů dle odvětví obsahuje příloha E. Právě názvům reportů odpovídá i směřování témat informací. Zprávy zaměřující se na strategii společností dle SDGs jsou nazývány spíše jako udržitelnost či udržitelný rozvoj. Zprávy o CSR se zabývají především filantropickými aktivitami podniků.

Co se týče **rozsahu** samostatných reportů či kapitol výročních zpráv, ve kterém společnosti informují veřejnost o svých udržitelných aktivitách, bylo v rámci vlastní analýzy reportů zjištěno, že nejvíce podniků (tj. 41 %) zveřejňuje nefinanční informace v rozsahu od 11 do 40 stran. Celkem 30 % z vybraných podniků uvádí informace ve velmi stručném rozsahu (do 10 stran). V tomto případě se jedná o nefinanční informace v rámci výročních zpráv. Více než šedesátistránkové zprávy vydávají pouze tři z vybraných podniků, a to Skupina ČEZ, a. s., PwC, s. r. o. a ŠKODA AUTO, a. s., které vydávají samostatné zprávy. Nejrozsáhlejším dokumentem zahrnující nefinanční informace je právě samostatný report Skupiny ČEZ s názvem Zpráva o udržitelném rozvoji Skupiny ČEZ o 151 stranách. Uvedená zpráva je rozdělena do čtyř kapitol, kde největší část tvoří kapitola dvě rozdělující informace dle pěti strategických priorit udržitelného rozvoje Skupiny. Samostatně vydávané zprávy pak obsahují i grafické prvky, které dělají reporty rozsáhlejší, ale dle autorky přehlednější. V tomto případě není velký rozsah kritickým faktorem. Obrázek č. 15 zahrnuje rozsah reportů v závislosti na kategorizaci podniků dle čistého ročního obrátu. Je patrné, že zpracování zpráv podniků z kategorie A, B, C je rozdílné od zpracování podniků z kategorie D (s ročním čistým obrátem nad 60 mld. Kč).

Obrázek č. 15: Rozsah nefinančních zpráv dle kategorií ročního čistého obrátu podniků



Zdroj: zpracováno autorkou, 2020.

V rámci analýzy rozsahu a názvů zveřejňování nefinančních informací bylo zjištěno, že informace, které jsou reportovány v rámci výročních zpráv podniků, jsou často v malém a zvláště nepřehledném rozsahu, což bylo nastíněno již ve výsledcích analýzy tří pilířů.

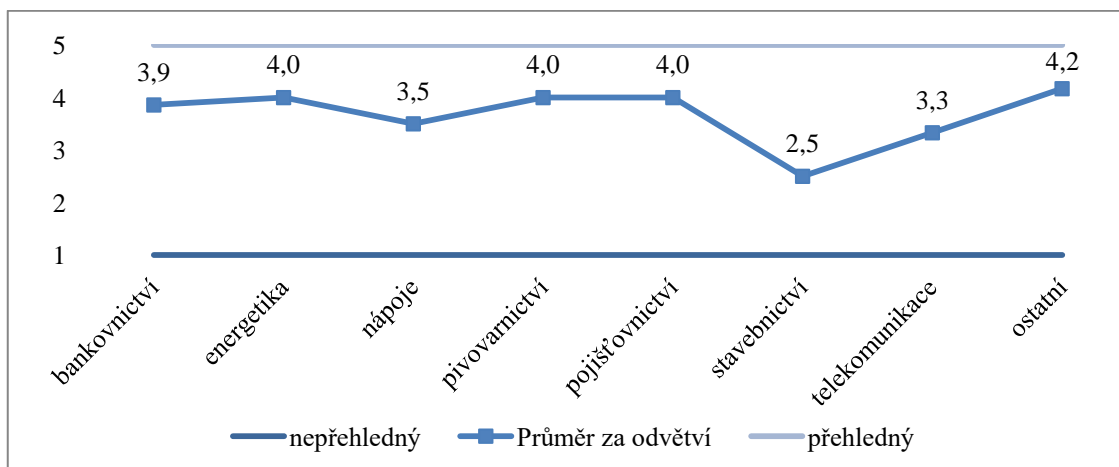
Čtenáři musejí informace o udržitelných aktivitách podniku náročně dohledávat. Proto je doporučeno, aby nefinanční informace byly ve výročních zprávách uváděny ve vlastních přehledných kapitolách, jednoduše shrnující veškeré udržitelné aktivity podniku, případně vyčleněny do vlastního reportu, kde bude zachován dostatečný prostor pro vysvětlení i grafické znázornění aktivit.

Jednotlivé podniky se při tvorbě zpráv o nefinančních informacích opírají o určité doporučené **metodiky či postupy tvorby**. Jak bylo uvedeno v teoretické části této práce, nejpoužívanější metodikou jsou standardy GRI. Samostatné zprávy velkých podniků jsou nejčastěji sestavovány na základě doporučení právě tohoto mezinárodního standardu. Z vybraného vzorku podniků se o standardy **GRI** při tvorbě nefinančních zpráv zajímají především největší podniky, které mají zveřejňování povinné a podniky, které reportují velmi dlouhou dobu a považují tak předávání informací o udržitelných aktivitách zainteresovaným skupinám za důležité. Tyto podniky představuje celkem osm společností. Většina z nich navíc na konci vlastního reportu uvádí tzv. GRI rejstřík, který obsahuje odkazy na části reportu či jiných zpráv, kde se daný ukazatel GRI Standardů nachází, případně zde uvádí doplňující poznámky. Tento rejstřík vhodně shrnuje veškeré udržitelné aktivity. Dalším nástrojem, o který se z vybraného vzorku podniků opírá pouze společnost Vodafone Czech Republic, je **zpráva o vývoji COP** organizace UN Global Compact, která byla představena v kapitole *3.4.3 Globální dohoda OSN (UN Global Compact)*. Další čtyři podniky pouze uvádějí, že je zpráva vytvořena na základě požadavků **Směrnice 2014/95/EU**. Zbylé společnosti ve svých reportech nepředkládají informaci o tom, že by se o některou z dalších metodik opíraly. Je však možné vyzorovat, že další čtyři z vybraných podniků, své reporty zakládají na plnění jednotlivých **SDGs**, k jejichž naplnění může dopomáhat i norma ISO 26000. Ostatní společnosti splňují požadavky Směrnice i zákona o účetnictví, ale tuto informaci nikde neuvádějí.

Závěrečným aspektem hodnoceným v rámci úrovně reportingu je **celková přehlednost reportů**. Dle názoru autorky, by společnosti měly zveřejňovat samostatné zprávy o udržitelnosti, které jsou zaměřené právě pouze na realizované udržitelné aktivity. Nefinanční informace v rámci výročních zpráv, pokud netvoří vlastní hlavní kapitolu, jsou velmi nepřehledné a není jim věnována velká pozornost. Stakeholderi získávají obecné informace a jejich názor tak nemusí být pro podniky kladný. Analýza

jednotlivých reportů je založena na sémantickém diferenciálu, který hodnotila autorka dle vykazovaných nefinančních informací a jejich přehlednosti. Přístup podniků k reportování vlastních aktivit je hodnocen na pětibodové škále s póly přehledný – nepřehledný. Celkové výsledky zhodnocení reportu napříč odvětvími přináší obrázek č. 16.

Obrázek č. 16: Výsledky hodnocení celkové přehlednosti reportů



Zdroj: zpracováno autorkou, 2020.

Vybrané podniky reportují nefinanční informace odpovídající jejich aktivitám na dobré úrovni. Nejlepší hodnocení získaly podniky z odvětví *ostatní*, které reportují v průměru téměř **sedm let** a připravují **samostatné zprávy**. Mezi nejlepší se také řadí energetické společnosti, pivovarnické podniky a pojišťovny. Tato skutečnost odpovídá i výsledkům analýzy z oblastí tří pilířů, kde právě tyto společnosti uspokojivě informují zainteresované strany o realizovaných aktivitách a do reportů zahrnují **mnoho ukazatelů**.

Co se týče reportů jednotlivých podniků, nejvyšší hodnocení získala Skupina ČEZ, MONETA Money Bank, Plzeňský prazdroj a ŠKODA AUTO. I přes to, že banka **MONETA Money Bank** zveřejňuje nefinanční informace pouze ve výroční zprávě, jsou tyto informace i jejich přehlednost na vysoké úrovni, neboť jim je vymezena vlastní kapitola s rozdělením dle strategických pilířů společnosti a odkazovou tabulkou GRI indexu. Společnost **Plzeňský Prazdroj** zveřejňuje nefinanční informace v interaktivní podobě na svých webových stránkách, které jsou přehledně rozděleny včetně úvodní stránky do 10 oblastí. Nejen že zpráva obsahuje aktivní grafické prvky, ale také je vhodně a přehledně rozdělena. V každé oblasti jsou uváděny informace, které

jsou věcné a které čtenáře jasně o aktivitách v oblasti udržitelného rozvoje informují. Autorka postrádá pouze konečný GRI rejstřík, který by čtenáře přímo odkazoval do dané oblasti. Dále je vhodné vyzdvihnout i závěrečnou stránku Nefinančního reportingu Kooperativy, která stručně a zábavně shrnuje přípravu a realizaci zprávy. Tato stránka je k nahlédnutí v příloze F.

Vysoké hodnocení přehlednosti reportů odpovídá i udělovaným oceněním. Jedním z každoročně konaným oceňováním je TOP Odpovědná firma za Reporting organizovaná platformou Byznys pro společnost. Tato cena odráží komplexní, transparentní a efektivní měření a komunikaci udržitelných a odpovědných aktivit podniků. V letech 2017 a 2018 byly oceněny vybrané podniky Plzeňský prazdroj, Skupina ČEZ, Vodafone Czech Republic, ČSOB, KPMG Česká republika a PwC Česká republika. Za zmínění také stojí soutěž o nejlepší výroční zprávu v ČR a kategorii „Informační hodnota“ či „Grafické provedení“ udílené společností CZECH TOP 100, kterou v roce 2017 vyhrála společnost ČEZ, a. s.

5.5.1 Zhodnocení přístupu vybraných podniků k reportingu udržitelného rozvoje

Pravidelné reportování o udržitelných aktivitách patří již několik let k povinnosti vykazování dle Směrnice a zákona o účetnictví, což přináší kladný přístup podniků. Veškeré zveřejňované aktivity jsou však koncipovány velmi odlišně co se týče rozsahu i podrobnosti. Následující text přináší odpovědi na výzkumné otázky právě v oblasti reportingu udržitelného rozvoje.

VO3: Jaká je úroveň reportování podniků o udržitelných aktivitách?

Jelikož analýza probíhala na vzorku podniků především s povinností reportování nefinančních informací v ČR, z výsledků vyplývá, že vykazování těchto informací je na velmi dobré úrovni i s ohledem na to, že nefinanční reporting není v ČR příliš rozšířený (viz výzkum KPMG, 2017). Nejdleší dobu o aktivitách v oblasti udržitelného rozvoje reportují podniky, které mají nejvýznamnější vliv na své okolí a často mají i mezinárodní dosah (ČEZ, a. s., ŠKODA AUTO, a. s., Plzeňský Prazdroj, a. s., a další). Z analýzy také vyplynulo, že podniky dosahující **vyššího čistého ročního obratu zveřejňují větší objem** nefinančních informací. Vhodné je také vyzdvihnout přehlednost jednotlivých reportů, které obsahují mnoho grafických prvků a dělají tak

zprávy přehlednější pro jakéhokoli čtenáře (v odvětví pivovarnictví, *ostatní*, energetiky).

VO3a: Jakým způsobem společnosti nejčastěji reportují o udržitelných aktivitách?

Nejvíce analyzovaných podniků (63 %) zveřejňuje informace o aktivitách v rámci udržitelného rozvoje **v samostatných reportech**, ostatní podniky v méně přehledných výročních zprávách. Všechny vybrané podniky navíc tyto aktivity komunikují na svých webových stránkách prostřednictvím specializované sekce. Bylo odhaleno, že **názevů reportů odpovídá i směřování témat informací**, kdy CSR zprávy míří především na filantropické aktivity ve vztahu ke společnosti a zprávy o udržitelnosti či udržitelném rozvoji na environmentální ukazatele nebo SDGs. Větší rozsah nefinančních reportů zveřejňují větší podniky v kategoriích dle ročního čistého obrátu. Dobrou praxí reportingu se ukázala metodika GRI, podle níž se řídí 30 % analyzovaných podniků, obsahující závěrečný GRI rejstřík s odkazem na konkrétní ukazatele.

Dle doporučení autorky by se podniky měly zaměřit na **srozumitelnost** zveřejňovaných udržitelných aktivity a zakládat je na vlastních strategických pilířích dle **SDGs**, třech pilířích udržitelného rozvoje a metodice **GRI**. Společnosti tak lépe naplní požadavky všech svých stakeholderů, kteří očekávají odpovědné chování a transparentnost.

6 Závěry z provedené analýzy

Z provedené analýzy aktivit udržitelného rozvoje vybraných podniků z ČR vyplývá, že se tyto podniky velmi zajímají a realizují **mnoho aktivit** ve zkoumaných oblastech. Jejich přístup k aktuálnímu tématu udržitelnosti je na **vysoké úrovni**. Jelikož se vlastní analýza zaměřila i na reporting aktivit v rámci udržitelného rozvoje, je vhodné konstatovat, že také úroveň zveřejňování těchto aktivit je u vybraných podnikatelských subjektů **velmi kvalitní**. Veškeré aktivity byly posuzovány na základě zvolených oblastí a ukazatelů, které odpovídají legislativním požadavkům zveřejňování nefinančních informací a vlastnímu zohlednění autorky s inspirací nejpoužívanější metodiky GRI. Znovu je důležité podotknout, že tyto aspekty jsou především doporučením autorky, tak aby společnost dosáhla vyšší transparentnosti a kvality nefinančních reportů. Nejedná se tedy o všechna bezpodmínečně nutná kritéria, která musí zahrnovat každý report. Smyslem zvolené analýzy bylo zjistit, jaká je v současnosti míra uskutečňování udržitelných aktivit vybraných velkých českých podniků a vyvodit závěry a zhodnocení.

Vysoká úroveň realizovaných aktivit udržitelného rozvoje se dala s ohledem **na velikost a povinnost** vybraných subjektů předpokládat. Vybrané podniky uskutečňují a reportují své udržitelné aktivity dlouhou dobu a mohou jít ostatním příkladem. I když se jedná o velké podniky, v rámci analýzy bylo zjištěno, že každý z nich realizuje a vykazuje své udržitelné aktivity v jiném rozsahu, které mimo jiné ovlivňuje oblast podnikání společností. Tyto aktivity jsou však pro vybrané podniky jedním z aspektů úspěšného podnikání.

Průběžné závěry analýzy a odpovědi na výzkumné otázky zahrnovaly předešlé části práce – zhodnocení přístupu vybraných podniků v daných oblastech. Nejlepší realizované aktivity a jejich reporting uskutečňují pivovarnické a energetické podniky a společnosti, které byly v rámci odvětví zařazeny do kategorie *ostatní*. Tato skutečnost odpovídá i výsledkům výzkumu reportování dle Kašparové (2011), který dokládá, že detailnější zprávy o dopadech svých činností podávají výrobní a zpracovatelské podniky. Co se týče jednotlivých pilířů udržitelného rozvoje, analyzované podniky své zainteresované subjekty informují především o aktivitách v sociální oblasti, poté následuje oblast environmentální a nejmenší prostor věnují aktivitám v ekonomické

oblasti. Nejčastěji realizované aktivity v rámci udržitelného rozvoje analyzovaných podniků jsou:

- přijetí environmentálních politik a certifikací aktivit v oblasti ŽP,
- recyklace odpadu, elektroodpadu,
- snižování spotřeby energií, využívání energií z obnovitelných zdrojů,
- snižování počtu služebních cest,
- zamezování plýtvání s vodou,
- snižování emisí do ovzduší,
- zaměstnávání žen, osob s hendikepem, nábor čerstvých absolventů,
- firemní dobrovolnictví, podpora či realizace projektů (z vlastních zdrojů či nadací),
- nadstandardní benefity zaměstnancům, jejich vzdělávání,
- stanovení vlastních etických kodexů a pravidel chování,
- uskutečňování protikorupční politiky, protikorupční školení
- a řízení kvality a rizik, řízení vztahů s dodavateli.

Dle Swedish Institute (2020) jsou jednotlivé cíle společností stanovovány s důrazem na životní prostředí, dodržování lidských práv, pracovních podmínek, protikorupční opatření, podnikatelskou etiku a rovnost žen a mužů. Této tendenci odpovídají i výsledky aktivit analyzovaných podniků napříč pilíři udržitelného rozvoje.

Propojení vlastních cílů s SDGs realizuje více než polovina (59 %) vybraných společností. Cílem analýzy bylo mimo jiné odhalit, o jaký SDGs se podniky nejčastěji opírají. Na prvních třech pozicích se umístily cíle č. 8, 12 a 13 a 3, které korespondují s výsledky studie KPMG (2018). Shodu výsledků provedené analýzy a studie KPMG (2018) potvrdily taktéž nejméně zastoupené SDGs ve strategiích podniků. Mezi nejméně zahrnované cíle analyzovaných společností patří cíle č. 14, 2, 1 a 15 stejné výsledky obsahuje právě i studie KPMG (2018). Zahrnování jednotlivých SDGs do strategií podniků z ČR tak odpovídá celosvětové tendenci. Tato skutečnost je dána především porozuměním, prioritizací a měřením jednotlivých SDGs. Identifikaci klíčových stakeholderů zahrnuje do svých zpráv 63 % analyzovaných podniků, čímž poukazují na jejich důležitost a vyjadřují své odpovědné podnikání. Na tuto skutečnost by se však podniky mohly dále zaměřit.

V analyzované oblasti úrovní reportingu je patrné, že 63 % podniků vytváří **samostatné reporty**, kde jsou aktivity v rámci udržitelného rozvoje více rozvinuty a přehledněji zpracovány. Povinné informace dle požadavků Směrnice však zveřejňují všechny vybrané společnosti. Informace jsou zveřejňovány taktéž v podobě integrovaného reportingu, kdy jsou data o udržitelných aktivitách zapojena do závěrečných účetních výkazů (výročních zpráv). Společnosti ze vzorku podniků mají navíc na svých webových stránkách vytvořenou specializovanou sekci věnující se právě udržitelnosti. Dále bylo zjištěno, že zprávy **o udržitelnosti či udržitelném rozvoji** mají tendenci zahrnovat více informací z oblasti **environmentálního pilíře** nebo jednotlivých **SDGs**. Zprávy o CSR obsahují naopak více informací z oblasti sociálního pilíře. Dobrou praxí reportingu je v současnosti metodika GRI, dle které se řídí pouze 30 % vybraných podniků. Přehlednost reportů je vzhledem ke zkušenostem a velikosti podniků na vysoké úrovni. Rozsáhlejší zprávy poté vytváří větší podniky z vybraného vzorku. V současnosti je patrný celosvětově dynamický nárůst významu nefinančního reportingu, který dokládá také Směrnice EU. Taktéž společnosti, kterých se Směrnice nedotýká, by však měly držet krok s tímto celosvětovým trendem a věnovat pozornost realizaci samotných udržitelných aktivit i jejich reportingu, čímž mohou vyrovnat konkurenční výhodu podniků, které se mu věnují již několik let. Reportování o udržitelných aktivitách by se tak **nemělo týkat pouze velkých podniků**, jelikož může společností přinést spoustu výhod (viz kapitola 3.2 *Důvody reportování*).

Komplexně by bylo možné vybraným českým podnikům doporučit, aby ve všech oblastech udržitelného rozvoje uskutečňovaly a vykazovaly nefinanční aktivity a dbaly tak na **vyváženost těchto informací**. Pro naplnění požadavků a očekávání všech svých stakeholderů, kteří očekávají odpovědné podnikání, by se vybrané společnosti mohly ve svých reportech zaměřit především na **zlepšení identifikace a zapojení právě zainteresovaných subjektů** do tvorby strategií. Podniky tak mohou dále zvýšit důvěryhodnost vlastních udržitelných aktivit. Jelikož je nízký podíl a vypovídající schopnost environmentálních ukazatelů a ukazatelů v sociální oblasti (zastoupení žen, odškolené hodiny na zaměstnance, zapojení zaměstnanců na dobrovolných projektech) podniky by měly ve větší míře sledovat tyto **ukazatele a změny konkrétních jednotek**. Na základě výsledků lze doporučit vybraným i ostatním společnostem v ČR, aby zvážily **využívání obecně doporučených metodik** a dle jedné se řídily (například

nejvyžívanější metodiku GRI). Jejich využití vede podniky k vyváženému vykazování všech nefinančních informací v oblastech udržitelného rozvoje, které jsou důležité pro všechny zainteresované strany. Mezinárodně uznávané metodiky a iniciativy pro zveřejňování nefinančních informací jsou koncipovány tak, aby byly využitelné pro všechny typy společností (dle velikosti, zaměření). Výhodou navíc je porovnatelnost aktivit v nefinančních zprávách a výkonnosti s jinými podniky využívající stejnou metodiku.

Závěr

Udržitelnost v podnikání a s ní spojené realizované aktivity podniků v oblasti udržitelného rozvoje je velmi aktuálním tématem, které se stává celosvětovým trendem a přináší společnostem mnoho výhod. Právě udržitelnost v podnikání byla tématem diplomové práce. Smyslem bylo pohlédnout právě na tuto problematiku a zjistit, jak vybrané české podniky přistupují k udržitelným aktivitám a čelí tak aktuálnímu trendu.

Hlavním cíle diplomové práce bylo provést analýzu aktivit vybraných podnikatelských subjektů v České republice v rámci udržitelného rozvoje a jeho reportingu, který byl dále rozdělen do pěti dílčích cílů. V teoretické části práce byly naplněny první dva dílčí cíle, které měly teoreticky vymezit a popsat udržitelnost, s ní související pojmy a reporting udržitelného rozvoje. Byly zde objasněny pojmy udržitelnost a udržitelný rozvoj, včetně jeho vývoje od poloviny 20. století, tři pilířů – ekonomického, environmentálního a sociálního a organizací zabývajících se udržitelností. Dále byla definována koncepce udržitelnosti na úrovni podniků, společenská odpovědnost firem a udržitelnost jako trend a předpoklad úspěšného podnikání. V oblasti reportingu udržitelného rozvoje pojednávala práce o jeho definici, důvodech, prvcích, které ovlivňují míru reportování podniků, současných standardech a normách, mezi nimiž je ve světě nejvyužívanější metodika GRI, a byl uveden vhodný postup tvorby nefinančního reportu. Závěr teoretické části se věnoval rostoucí míře reportování ve světě a v ČR založené na výzkumu reportování společnosti KPMG a také představení Směrnice 2014/95/EU, která ukládá povinnost zveřejňovat nefinanční informace velkým podnikatelským jednotkám.

K naplnění hlavního cíle diplomové práce přispěla především praktická část, která postupně naplnila i zbylé tři dílčí cíle. Nejprve byl vybrán a blíže charakterizován vzorek dvaceti sedmi velkých podniků z ČR, které jsou převážně povinné zveřejňovat nefinanční informace dle Směrnice EU a udržitelnými aktivitami se zabírají. Tyto podniky patří k největším v ČR a mají vysoký dopad na mnoho okolních subjektů. Následovalo zachycení výsledků a jejich zhodnocení vlastní analýzy, která byla provedena na základě dříve definovaných aspektů. Samotná analýza se zaměřila na pět oblastí vztahující se k udržitelnosti a udržitelným aktivitám podniků – strategii, aktivity v oblasti environmentálního, sociálního, ekonomického pilíře a úroveň reportingu.

Z výsledků této analýzy vyplynulo, že realizace udržitelných aktivit a jejich reporting vybraných podniků je na velmi dobré úrovni i vzhledem k tomu, že není reportování o udržitelnosti v ČR příliš rozšířené. Vybrané podniky tak mohou jít v oblasti udržitelnosti ostatním příkladem. Tímto byl naplněn čtvrtý dílčí cíl. Poslední kapitola dále závěry z analýzy shrnula a zhodnotila, čímž byl splněn i poslední dílčí cíl. Na základě zjištěných skutečností v jednotlivých oblastech analýzy byla dále navržena doporučení. Tato doporučení jsou vhodná nejen pro vybrané společnosti, ale pro všechny ostatní podniky působící v ČR, které se o aktivity v oblasti udržitelného rozvoje a jeho reporting zajímají či v budoucnu chtějí zajímat.

Autorka přínos předložené diplomové práce shledává především v provedené detailní analýze, která zkoumá aktivity v oblasti udržitelného rozvoje a jeho reportování napříč odvětvími v ČR, které nejsou příliš zmapovány. Uskutečněnou analýzou samostatných zpráv o udržitelnosti nebo společenské odpovědnosti, výročních zpráv a webových stránek byl zjištěn a následně zhodnocen přístup podniků ke koncepci udržitelnosti. A dále byla z výsledků určena doporučení pro realizaci udržitelných aktivit. Výstupy práce jsou přínosem i pro samotnou autorku práce, která získala další znalosti a zkušenosti v rámci současného trendu.

Seznam použitých zdrojů

Tištěné zdroje:

- Bláha, J., & Černek, M. (2015). *Podnikatelská etika a CSR*. Ostrava, Česko: VSB-TU Ostrava.
- Dočekalová, M. et al. (2013). *Měření podnikové výkonnosti*. Brno, Česko: Littera.
- Eccles, R. G., & Krzus, M. P. (2010). *One report: integrated reporting for a sustainable strategy*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: the Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Oxford, United Kingdom: Capstone.
- Epstein, M. J., & Rejc Buhovac, A. (2014). *Making Sustainability Work. Best Practices in Managing and Measuring Corporate Social, Environmental and Economic Impacts*. Sheffield, United Kingdom: Greenleaf.
- Friedrich, V. (2017). *Postojové a hodnotící škály v marketingu a managementu: vybrané statistické metody a aplikace*. Ostrava, Česko: VŠB-TU Ostrava.
- Gates, B. (2008). *Time Magazine: U. S. Edition*, 172(6).
- Gray, R. (1987). *Corporate Social Reporting – Accounting & Accountability*. Prentice-Hall, UK.
- Hendl, J. (2012). *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. Praha, Česko: Portál.
- Hyršlová, J. (2009). *Účetnictví udržitelného rozvoje podniku*. Praha, Česko: Vysoká škola ekonomie a managementu.
- Kašparová, K. (2011). *Reportování o společenské odpovědnosti podniku*. Brno, Česko: Masarykova univerzita.
- Kašparová, K. (2012). *Faktory ovlivňující CSR reportování*. Brno, Česko: Masarykova univerzita.
- Kašparová, K., & Kunz, V. (2013). *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*. Praha, Česko: Grada.
- Kocmanová, A. (2010). *Udržitelnost: Integrace environmentální, sociální a ekonomické výkonnosti podniku*. Brno, Česko: Akademické nakladatelství CERM.
- Krechovská, M. (2018). Řízení neziskových organizací s ohledem na koncepci udržitelnosti. In M. Krechovská et al., *Řízení neziskových organizací: klíčové oblasti pro jejich udržitelnost* (s. 43–54). Praha, Česko: Grada.
- Křečková Kroupová, Z. (2018). *Udržitelnost v České republice v kontextu vývoje v pokrizovém období*. Praha, Česko: Oeconomica.
- Kuldová, L. (2010). *Společenská odpovědnost firem. Etické podnikání a sociální odpovědnost v praxi*. Plzeň, Česko: OPS.
- Kuldová, L. (2012). *Nový pohled na společenskou odpovědnost firem. Strategická CSR*. Plzeň, Česko: Nava.

- Moldan, B., & Kolářová H. (2001). *(Ne)udržitelný rozvoj: ekologie - hrozba i naděje*. Praha, Česko: Karolinum.
- Mulačová, V. et al. (2013). *Obchodní podnikání ve 21. století*. Praha, Česko: Grada.
- Nováček, P. (2011). *Udržitelný rozvoj*. Olomouc, Česko: Univerzita Palackého v Olomouci.
- Osgood, C. E., Succi, G. J., & Tannenbaum, P. H. (1957). *The Measurement of Meaning*. Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Pavlík, M., & Bělčík, M. (2010). *Společenská odpovědnost organizace: CSR v praxi a jak s ní dál*. Praha, Česko: Grada.
- Punch, K. (2008). *Úspěšný návrh výzkumu*. Praha, Česko: Portál.
- Rynda, I. (2000). Trvale udržitelný rozvoj a vzdělání. In: J. Dlouhá, *Hledání odpovědní na současné výzvy světa* (s. 10–16). Praha, Česko: COŽP UK.
- World Commission on Environment and Development (1987). *Our Common Future*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Zadražilová, D. et al. (2011). *Udržitelné podnikání*. Praha, Česko: Oeconomica.

Elektronické zdroje:

- Accountability (2020). *AccountAbility*. Dostupné z <https://www.accountability.org/>
- AGROFERT, a. s. (2018a). *AGROFERT 2018*. Dostupné z https://www.agrofert.cz/sites/default/files/prilohy/brozura_agf_2019-e.pdf
- AGROFERT, a. s. (2018b). *Zpráva o společenské odpovědnosti 2018*. Dostupné z https://www.agrofert.cz/sites/default/files/prilohy/csr_agrofert_2018.pdf
- AGROFERT, a. s. (2019). *Výroční zpráva konsolidovaná 2018*. Dostupné z <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=58599522&subjektId=525681&spis=78767>
- AGROFERT, a. s. (2020). *O AGROFERTu*. Dostupné z <https://www.agrofert.cz/o-agrofertu>
- Asociace společenské odpovědnosti (2014). *UN Global Compact: Praktický průvodce společenskou odpovědností pro malé a střední podniky*. Dostupné z http://www.spolecenskaodpovednostfirem.cz/wp-content/uploads/2014/09/acsr_prirucka-UN-GC_po-sazb%C4%9B.pdf
- B2B (2019). *Může být udržitelné podnikání zároveň úspěšné?* Dostupné z <https://www.b2b-nn.com/muze-byt-udrzitelne-podnikani-zaroven-uspesne/>
- Bockstette, V., & Stamp, M. (2012). *Vytváření sdílené hodnoty: Průvodce novou firemní (r)evolucí*. Dostupné z http://files.luciekuldova.webnode.cz/200000284-43fbc4455c/Vytv%C3%A1%C5%99en%C3%AD%20sd%C3%ADlen%C3%A9%20hodnoty_pr%C5%AFvodce.pdf
- Business & Sustainable Development Commission (n.d.). *Business & Sustainable Development Commission*. Dostupné z <http://businesscommission.org/>

Business Leaders Forum (2008). *Společenská odpovědnost firem: průvodce nejen pro malé a střední podniky*. Dostupné z https://csr-online.cz/wp-content/uploads/2018/09/BLF_pruvodce_CSR.pdf

Business Leaders Forum (n.d.). *Co je CSR*. Dostupné z <https://www.csr-online.cz/co-je-csr/>

Byznys pro společnost (2017). *TOP Odpovědná firma 2017. Férové podnikání má cenu a vy ji můžete získat, výsledková listina*. Dostupné z <http://www.odpovednefirmy.cz/cena-top/galerie-uspesnych-1/brozury-a-vysledky.html>

Byznys pro společnost (2018). *TOP Odpovědná firma 2018 cena Byznysu pro společnost, přehled nejlepších projektů a strategií. Již 15 let pomáháme firmám nacházet recept na udržitelnost!*. Dostupné z <http://www.odpovednefirmy.cz/cena-top/galerie-uspesnych-1/brozury-a-vysledky.html>

Carroll, A. B. (1999). Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct. *Business & Society review*, 38(3), 268–295. Dostupné z https://www.academia.edu/419517/Corporate_Social_Responsibility_Evolution_of_a_Definitional_Construct

Carroll, A. B. (2015). Corporate Social Responsibility: The centerpiece of competing and complementary frameworks. *Organisational Dynamics*, 44, 87–96. Dostupné z <https://media.terry.uga.edu/socrates/publications/2015/10/Carroll.2015.pdf>

CENIA (2020). *Cenia. EMAS*. Dostupné z <https://www.cenia.cz/spolecenska-odpovednost/emas/>

ČEPS (2020). *Společenská odpovědnost*. Dostupné z <https://www.ceps.cz/cs/spolecenska-odpovednost>

ČEPS, a. s. (2019). *Výroční zpráva ČEPS, a. s. 2018*. Dostupné z <https://www.ceps.cz/cs/vyrocnizpravy>

Česká podnikatelská pojišťovna, a. s., Vienna Insurance Group (2018). *Výroční zpráva 2018*. Dostupné z https://www.cpp.cz/User_data/Media/Original/PPP/201904/m4_vyrocnizprava_2018_06150dpi.pdf

Česká spořitelna (2020). *Věříme dobrým věcem*. Dostupné z <https://www.csas.cz/cs/onas/verime-dobrym-vecem>

Česká spořitelna, a. s. (2018a). *Česká spořitelna. Výroční zpráva 2018*. Dostupné z [https://www.csas.cz/static_internet/cs/Obchodni_informace-Produkty/Investovani_\(Fondy_a_Financni_trhy\)/Akcije_a_dluhopisy/Prilohy/2019_001_0_cs_matka_vz_2018_cz_06.pdf](https://www.csas.cz/static_internet/cs/Obchodni_informace-Produkty/Investovani_(Fondy_a_Financni_trhy)/Akcije_a_dluhopisy/Prilohy/2019_001_0_cs_matka_vz_2018_cz_06.pdf)

Česká spořitelna, a. s. (2018b). *Věříme v prosperitu jednotlivce i společnosti. Zpráva o trvalé udržitelnosti České spořitelny za rok 2018 v souladu se směrnicí č. 2014/95/EU (inspirována cíli udržitelného rozvoje SDGs)*. Dostupné z https://www.csas.cz/static_internet/cs/Redakce/Ostatni/Ostatni_IE/Prilohy/cs-nefinancni-report.pdf

Československá obchodní banka, a. s. (2019). *Výroční zpráva 2018*. Dostupné z <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=58772071&subjektId=56666&spis=90502>

- ČEZ, a. s. (2020). *Udržitelný rozvoj energie pro budoucnost*. Dostupné z <https://www.cez.cz/cs/o-cez/energie-pro-budoucnost>
- CI2, o. p. s. (2016). *Metodika stanovení uhlíkové stopy podniku*. Dostupné z https://ci2.co.cz/sites/default/files/souboryredakce/metodika_final_vystup.pdf
- Coca-cola HBC Česko a Slovensko (2018). *Zpráva o udržitelnosti 2018*. Dostupné z <https://cz.coca-colahellenic.com/media/3176/zpr%C3%A1va-o-udr%C5%BEitelnosti-2018.pdf>
- Coca-Cola HBC Česko a Slovensko, s. r. o. (2019). *Účetní závěrka, zpráva o vztazích, zpráva auditora 2018*. Dostupné z <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=58283601&subjektId=715284&spis=93939>
- Coca-Cola Hellenic Bottling Company (2019). *Coca-Cola HBC Česko a Slovensko. Dlouhodobá udržitelnost*. Dostupné z <https://cz.coca-colahellenic.com/cz/dlouhodobau-drzitelnost/>
- Commission of the European Communities (2001). *Green Paper: Promoting a European framework for Corporate Social Responsibilities*. Brussels: European Commission. Dostupné z https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/DOC_01_9
- ČPP (2015). *Firemní společenská odpovědnost (CSR)*. Dostupné z <https://www.cpp.cz/firemni-spolecenska-odpovednost/>
- ČPP, Vienna Insurance Group (2018). *Zpráva o udržitelném podnikání za rok 2018*. Dostupné z https://www.cpp.cz/User_data/Media/Original/PPP/201906/zprava-o-udrzitelnem-podnikani_2018.pdf
- ČSOB (2018). *Výroční zpráva o společenské odpovědnosti skupiny ČSOB 2018*. Dostupné z <https://www.csob.cz/portal/documents/10710/619935/csob-csr-2018-cz.pdf>
- ČSOB (2020). *Společenská odpovědnost*. Dostupné z <https://www.csob.cz/portal/csob/spolecenska-odpovednost>
- Dahlsrud, A. (2008). How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 15(1), 1–13. doi:10.1002/csr.132
- Ebner, D., & Baumgartner, R. J. (2006). *The relationship between Sustainable Development and Corporate Social Responsibility*. Dostupné z <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.485.5912&rep=rep1&type=pdf>
- Equa bank (2019a). *O nás*. Dostupné z <https://www.equabank.cz/o-nas>
- Equa bank, a. s. (2019b). *Konsolidovaná výroční zpráva 2018*. Dostupné z <https://m.equabank.cz/download/1335-vyrocnizprava-equa-2018.pdf?>
- European Commission (n.d.). *European Commission: Environment, Eco-Management and Audit Scheme. What is EMAS?* Dostupné z https://ec.europa.eu/environment/emas/index_en.htm
- EY (2014). *Sustainability reporting – the time is now*. Dostupné z [https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-Sustainability-reporting-the-time-is-now/\\$FILE/EY-Sustainability-reporting-the-time-is-now.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-Sustainability-reporting-the-time-is-now/$FILE/EY-Sustainability-reporting-the-time-is-now.pdf)

- Flagship (2020a). *Flagship. Nová směrnice o nefinančním reportingu*. Dostupné z https://flagship.cz/blog/detail/nova-smernice-o-nefinancnim-reportingu_290
- Flagship (2020b). *Flagship. Průzkum: nefinanční reporting v ČR*. Dostupné z https://flagship.cz/blog/detail/pruzkum-nefinancni-reporting-v-cr_375
- Fortune (2019). *Change the World*. Dostupné z <https://fortune.com/change-the-world/>
- Fórum Dárců (2018). *TOP 10 nadací a fondů. Přehled TOP 10 (+90) nadací a fondů podle objemu rozdělených příspěvků v roce 2018*. Dostupné z <https://www.donorsforum.cz/zebricky-ceny/top-100-nadaci-a-fondu.html>
- Frame, B. (2005). Corporate social responsibility: A challenge for donor community. *Development in Practice*, 15(3/4), 422–432. doi:10.1080/09614520500076324
- Frank Bold (2016). *Nefinanční zpráva bude povinná, firmám ale může pomoci k novým zákazníkům*. Dostupné z <https://frankbold.org/pro-media/tiskova-zprava/nefinancni-zprava-bude-povinna-firmam-ale-muze-pomoc-k-novym-zakaznikum>
- Frank Bold Advokáti (2018). *Nefinanční reporting*. Dostupné z <https://nefinancnireporting.eu/#1532353526499-fe0fcadc-5c88>
- GMP+ International (2018). *Production of Feed Ingredients, GMP+ B 2, GMP+ Feed Certification scheme*. Dostupné z <https://www.gmpplus.org/media/2196/gmpplus-b2-en-20180701.pdf>
- Greenstone+ (2016). *Everything you need to know about the new GRI Standards*. Dostupné z <https://www.greenstoneplus.com/blog/everything-you-need-to-know-about-the-new-gri-standards>
- Gregor, F. (2016). *Obsah a účel směrnice o nefinančním reportingu*. Dostupné z <https://www.fbadvokati.cz/cs/clanky/410-obsah-a-ucel-smernice-o-nefinancnim-reportingu>
- GRI (2015). *Reporting principles and standard disclosures*. Dostupné z <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/grig4-part1-reporting-principles-and-standard-disclosures.pdf>
- GRI (n.d.a). *Reporting on the SDGs*. Dostupné z <https://www.globalreporting.org/information/SDGs/Pages/Reporting-on-the-SDGs.aspx>
- GRI (n.d.b). *About GRI*. Dostupné z <https://www.globalreporting.org/Information/about-gri/Pages/default.aspx>
- GRI (n.d.c). *Questions and feedback. Questions about transitioning from G4 to GRI Standards*. Dostupné z <https://www.globalreporting.org/standards/questions-and-feedback/transitioning-from-g4-to-gri-standards/>
- Haersens, J. (2018). *Sustainalize. Five reasons why you should report non-financial information*. Dostupné z <https://sustainalize.com/be/nl/2018/10/five-reasons-why-you-should-report-non-financial-information/>
- Hašková, K., Krpata, Š., Rejmonová, L., & Trybenkr, J. (2011). *Zelené podnikání a trvale udržitelný rozvoj*. Dostupné z <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:WXA5mnIdWbQJ:https://www.ibm.com/developerworks/community/wikis/basic/anonymous/api/wiki/3100e8aa-f900-41a4-8452-665c3b3d6848/page/c4235f50-fba7-4b06-97a1->

- Kooperativa pojišťovna, a. s., Vienna Insurance Group (2020). *Společenská odpovědnost*. Dostupné z <https://www.koop.cz/pojistovna-kooperativa/spolecenska-odpovednost>
- Koubská, K., & Hralová, E. (2006). *Společensky odpovědné podnikání jako trend a příležitost*. Dostupné z <http://docplayer.cz/17444011-Spolecensky-odpovedne-podnikani-jako-trend-a-prilezitost.html>
- KPMG (2008). *International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2008*. Dostupné z <https://www.scribd.com/document/46504569/KPMG-CSR-Reporting-Survey-2008>
- KPMG (2012). *International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2011*. Dostupné z <https://home.kpmg/ru/en/home/insights/2012/02/international-survey-of-corporate-responsibility-reporting.html>
- KPMG (2017). *The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2017*. Dostupné z <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/xx/pdf/2017/10/kpmg-survey-of-corporate-responsibility-reporting-2017.pdf>
- KPMG (2018). *How to report on the SDGs. What good looks like and why it matters*. Dostupné z <https://home.kpmg/xx/en/home/insights/2018/02/how-to-report-on-the-sdgs.html>
- KPMG Česká republika, s. r. o. (2018). *Výroční zpráva (nekonsolidovaná) společnosti KPMG Česká republika, s.r.o. za obchodní rok od 1. října 2017 do 30. září 2018*. Dostupné z <https://www.donorsforum.cz/zebricky-ceny/top-100-nadaci-a-fondu.html>
- KPMG Česká republika, s. r. o. (2020a). *Plán K, Náš plán k udržitelnému podnikání*. Dostupné z <https://www.plan-k.cz/>
- KPMG Česká republika, s. r. o. (2020b). *Společenská odpovědnost*. Dostupné z <https://home.kpmg/cz/cs/home/o-nas/spolecenska-odpovednost.html>
- Krechovská, M., & Taušl Procházková, P. (2014). Sustainability and its Integration into Corporate Governance Focusing on Corporate Performance Management and Reporting. *Procedia Engineering*, 69, 1144–1151. Dostupné z <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S187770581400349X?via%3Dihub>
- Křečková, Z. (2015). Shared Value and Its Regional and Industrial Reflection in Corporate Project. *Central European Business Review*, 4(3), 13–22. doi:10.18267/j.cebr.129
- Laine, M. (2005). Meanings of the term ‘sustainable development’ in Finnish corporate disclosures. *Accounting Forum*, 29(4), 395–413. doi:10.1016/j.accfor.2005.04.001
- Louda, J. (2012). Udržitelný rozvoj a jeho aplikace v podmínkách ČR. *Business & IT*, 1, 81–96. Dostupné z http://bit.fsv.cvut.cz/issues/01-12/full_01-12_06.pdf
- Machač, O. (2003). *SystemOnLine. Reporting jako součást informačního systému podniku*. Dostupné z <https://www.systemonline.cz/clanky/reporting.htm?mobilelayout=false>
- Metrostav (2020). *Udržitelný rozvoj*. Dostupné z <https://www.metrostav.cz/cs/udrzitelny-rozvoj>

- Metrostav, a. s. (2019). *Souhrnná výroční zpráva 2018*. Dostupné z <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=57695990&subjektId=415404&spis=73539>
- Ministerstvo životního prostředí (2020a). *Udržitelný rozvoj*. Dostupné z https://www.mzp.cz/cz/udrzitelny_rozvoj
- Ministerstvo životního prostředí (2020b). *Rada vlády pro udržitelný rozvoj*. Dostupné z https://www.mzp.cz/cz/rada_vlady_pro_udrzitelny_rozvoj
- Ministerstvo životního prostředí (2020c). *EMAS*. Dostupné z <https://www.mzp.cz/cz/emas>
- MONETA Money Bank (2018). *Výroční zpráva 2018*. Dostupné z <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=57629485&subjektId=15311&spis=77687>
- MONETA Money Bank, a. s. (2020). *MONETA Money Bank*. Dostupné z <https://www.moneta.cz/o-nas>
- Montanari, A. (2019). *What are sustainability and sustainability development?* Dostupné z <https://www.albertomontanari.it/?q=node/160>
- MPO (2016). *Ministerstvo průmyslu a obchodu. Směrnice OECD pro nadnárodní podniky*. Dostupné z <https://www.mpo.cz/cz/zahranicni-obchod/narodni-kontaktni-misto/smernice/smernice-oecd-pro-nadnarodni-podniky--223693/>
- Národní informační portál o CSR (2015). *Oficiální portál České republiky o společenské odpovědnosti. Implementace Evropské směrnice*. Dostupné z <https://www.narodniportal.cz/implementace-evropske-smernice/>
- O2 (2020). *Myslíme na lidi a přírodu*. Dostupné z <http://www.o2myslimena.cz/>
- O2 Czech Republic a. s. (2018a). *Výroční zpráva 2018*. Dostupné z https://www.o2.cz/file_conver/631902/VZ_2018_CZ_18_3.pdf
- O2 Czech Republic, a. s. (2018b). *Zpráva o nefinančních ukazatelích 2018*. Dostupné z https://www.o2.cz/file_conver/644830/_190819_Nefinancni_zprava_CZ_2018_FINAL.pdf
- Philip Morris ČR, a. s. (2018). *Výroční zpráva 2018*. Dostupné z <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=57630141&subjektId=428734&spis=73432>
- Philip Morris Products SA (2020). *Czech Republic. Vytváříme budoucnost bez kouře*. Dostupné z <https://www.pmi.com/markets/czech-republic/cs/about-us/our-vision>
- Pivovary Staropramen, a Molson Coors Company (2020). *Společenská odpovědnost*. Dostupné z <https://pivovary-staropramen.cz/cs/o-nas/pomahat-nas-bavi/>
- Pivovary Staropramen, s. r. o. (2018). *Zpráva o trvale udržitelném rozvoji*. Dostupné z https://pivovary-staropramen.cz/data/2019/08/28/12/zprava_o_trvale_udrzitelnem_rozvoji_2018_cj.pdf
- Pivovary Staropramen, s. r. o. (2019). *Výroční zpráva k 31. prosinci 2018*. Dostupné z <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=60273941&subjektId=687699&spis=274245>

- Plzeňský Prazdroj, a. s. (2019). *Výroční zpráva společnosti 2018*. Dostupné z <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=58492855&subjektId=709880&spis=472856>
- Plzeňský Prazdroj, a. s. (2020a). *Odpovědnost*. Dostupné z <https://www.prazdroj.cz/odpovednost>
- Plzeňský Prazdroj, a. s. (2020b). *Podnikání pro budoucnost*. Dostupné z <https://www.prazdroj.cz/odpovednost/report-2018>.
- PricewaterhouseCoopers Česká republika, s. r. o. (2019). *Výroční zpráva. Roční období končící 30. června. 2019*. Dostupné z <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=60085733&subjektId=230436&spis=131093>
- PwC (2020). *Firemní odpovědnost. Pomáháme byznysem*. Dostupné z <https://www.pwc.com/cz/cs/o-nas/firemni-odpovednost.html>
- PwC Česká republika, s. r. o. (2019). *CSR Report 2018. Zpráva o trvale udržitelném podnikání a firemní odpovědnosti za finanční rok 2018*. Dostupné z <https://www.pwc.com/cz/cs/spolecenska-odpovednost/pwc-csr-report-fy-2018.pdf>
- Raiffeisenbank (2018). *Výroční zpráva 2018*. Dostupné z <https://www.rb.cz/o-nas/kdo-jsme/vysledky-hospodareni/vyrocní-zpravy>
- Raiffeisenbank (2020). *Společenská odpovědnost*. Dostupné z <https://www.rb.cz/o-nas/spolecenska-odpovednost>
- Sberbank CZ, a. s. (2018). *Výroční zpráva '18*. Dostupné z https://www.sberbank.cz/-/media/files/sberbankcz/povinne-informace/vyrocní-zpravy/vyrocní_zprava_2018_cz.pdf
- Sberbank CZ, a. s. (2020). *Společenská odpovědnost*. Dostupné z <https://www.sberbank.cz/cs-cz/spolecenska-odpovednost/zpravy>
- Skanska (2020). *Kdo jsem*. Dostupné z <https://www.skanska.cz/kdo-jsme/>
- Skanska, a. s. (2019). *Výroční zpráva, účetní závěrky a zpráva nezávislého auditora za rok 2018*. Dostupné z <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=58240272&subjektId=537706&spis=86764>
- ŠKODA AUTO, a. s. (2019a). *ŠKODA AUTO Výroční zpráva 2018*. Dostupné z https://cdn.skoda-storyboard.com/2019/03/SKODA_2018_CZE.pdf
- ŠKODA AUTO, a. s. (2019b). *Zpráva o trvale udržitelném rozvoji 2017/18*. Dostupné z <https://www.skoda-storyboard.com/cs/tiskove-zpravy-archiv/zprava-o-trvale-udrzitelnem-rozvoji-2017-2018-skoda-se-spickovym-vysledkem-v-ochrane-zivotniho-prostredi-a-spolecenske-angazovanosti/>
- ŠKODA AUTO, a. s. (2020). *Udržitelnost*. Dostupné z <https://www.skoda-auto.cz/o-nas/udrzitelnost>
- Skupina ČEZ (2018a). *Zpráva o udržitelném rozvoji skupiny ČEZ za rok 2018. Energie pro budoucnost*. Dostupné z <https://www.cez.cz/edee/content/micrositesutf/zprava-o-udrzitelnem-rozvoji-2018/pdf/CSR.pdf>

- Skupina ČEZ (2018b). *VZ 2018 Skupina ČEZ*. Dostupné z <https://www.cez.cz/webpublic/file/edee/ospol/fileexport/investori/vz-2018/2018-vyrocní-zprava.pdf>
- Spangenberg, J. H. (2002). Environmental space and the prism of sustainability: Frameworks for indicators measuring sustainable development. *Ecological Indicators*, 2(3), 295–309. Dostupné z https://www.academia.edu/1593080/Environmental_space_and_the_prism_of_sustainability_frameworks_for_indicators_measuring_sustainable_development
- Svěřenecká správa (2019). *Matchingový fond (Matching Fund)*. Dostupné z <https://www.svsp.cz/slovník/matchingovy-fond>
- Swedish Institute (2020). *Sustainable Business In Sweden*. Dostupné z <https://sweden.se/business/sustainable-business-in-sweden/#>
- Tagesson, T. (2009). What explains the extent and content of social and environmental disclosures on corporate websites: a study of social and environmental reporting in Swedish listed corporations. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 16(6), 352–364. doi:10.1002/csr.194
- Tesco Stores ČR, a. s. (2019a). *Little Helps Plan. Zpráva o naplňování strategie 2018/2019*. Dostupné z <https://corporate.itesco.cz/udr%C5%BEiteln%C3%A9-podnik%C3%A1n%C3%AD/>
- Tesco Stores ČR, a. s. (2019b). *Udržitelné podnikání*. Dostupné z <https://corporate.itesco.cz/udr%C5%BEiteln%C3%A9-podnik%C3%A1n%C3%AD/>
- Tesco Stores ČR, a. s. (2019c). *Výroční zpráva za rok končící 28. února 2019*. Dostupné z <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=59415463&subjektId=1325&spis=74121>
- The B Team (2020). *The B Team. Who We Are*. Dostupné z: <https://bteam.org/>
- The Club of Rome. (2020). *Club of Rome*. Dostupné z <https://www.clubofrome.org/about-us/history/>
- Thwink.org (2014). *The Three Pillars of Sustainability*. Dostupné z <https://www.thwink.org/sustain/glossary/ThreePillarsOfSustainability.htm>
- T-Mobile Czech Republic, a. s. (2018). *Souhrnná výroční zpráva T-Mobile Czech Republic a. s. 2018*. Dostupné z https://www.t-mobile.cz/dcpublish/VZ_TM_2018_CZ.pdf
- T-Mobile Czech Republic, a. s. (2019). *Pomáháme*. Dostupné z <https://www.t-mobile.cz/microsites/pomahame/index.html>
- Týden udržitelnosti (2020). *Co je udržitelný rozvoj. Evropský týden udržitelného rozvoje*. Dostupné z <https://www.tydenudrzitelnosti.cz/o-projektu/>
- UN Global Compact (n.d.). *The Ten Principles of the UN Global Compact*. Dostupné z <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>
- United Nations (2002). *Report of the World Summit on Sustainable Development*. Dostupné z <https://digitallibrary.un.org/record/478154>

United Nations (2015). *The Millenium Development Goals Report*. Dostupné z [https://www.un.org/millenniumgoals/2015_MDG_Report/pdf/MDG%202015%20rev%20\(July%201\).pdf](https://www.un.org/millenniumgoals/2015_MDG_Report/pdf/MDG%202015%20rev%20(July%201).pdf)

United Nations General Assembly (2015). *Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development*. Dostupné z https://www.un.org/en/development/desa/population/migration/generalassembly/docs/globalcompact/A_RES_70_1_E.pdf

United Nations Global Compact (2017). *Sustainable Business Can Unlock at Least US\$12 Trillion in New Market Value, and Repair Economic System*. Dostupné z https://www.unglobalcompact.org/news/3891-01-16-2017?utm_medium=email&utm_campaign=2016-10-03%20-%20January%202017%20Bulletin%20Subscribers&utm_content=2016-10-03%20-%20January%202017%20Bulletin%20Subscribers+CID_d13a471c7346dd01cd3c6a34fca30c02&utm_source=Monthly%20Bulletin&utm_term=Sustainable%20Business%20Can%20Unlock%20at%20Least%20US%2012%20Trillion%20in%20New%20Market%20Value%20and%20Repair%20Economic%20System

United Nations, Informační centrum OSN v Praze (n.d.). *Cíle udržitelného rozvoje (SDGs)*. Dostupné z <https://www.osn.cz/osn/hlavni-temata/sdgs/>

Váchal, J. (2017). *Fučík & partneři. Novela zákona o účetnictví od roku 2017*. Dostupné z <https://www.fucik.cz/publikace/novela-zakona-o-ucetnictvi-od-roku-2017/>

Vidal, D. J. (2011). Corporate Sustainability Today. In: Tonello M. et al., *Sustainability Matters: Why and How Corporate Boards Should Become Involved* (s. 7–21). New York: The Conference Board. Dostupné z https://www.academia.edu/31227762/Sustainability_Matters_Why_and_How_Corporate_Boards_Should_Become_Involved

Vodafone Czech Republic, a. s. (2019). *We connect for a better future. Výroční zpráva společnosti za účetní období 1.4.2018 do 31.3.2019*. Dostupné z <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=58805345&subjektId=701434&spis=78272>

Vodafone Czech Republic, a. s. (2020). *Udržitelné podnikání*. Dostupné z <https://www.vodafone.cz/udrzitelne-podnikani/>

Vodafone Czech Republic, a. s. (2018). *Communication on Progress. Sustainable Business Report 2017 – 2018*. Dostupné z https://www.vodafone.cz/_sys_/FileStorage/download/2/1199/sustainable-business-report-2017-18.pdf

Werbach (2009). *When sustainability means more than 'green'*. Dostupné z <https://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/when-sustainability-means-more-than-green>

WRI & WBCSD (n.d.). *Greenhouse GAS Protocol*. Dostupné z <https://ghgprotocol.org/>

Právní předpisy:

Směrnice Evropského parlamentu a rady 2014/95/EU ze dne 22. října 2014, kterou se mění směrnice 2013/34/EU, pokud jde o uvádění nefinančních informací a informací týkajících se rozmanitosti některými velkými podniky a skupinami. Dostupné z <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=CELEX%3A32014L0095>

Zákon č. 17/1992 Sb., o životním prostředí.

Zákon č. 563/1991 Sb., o účetnictví.

Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník.

Seznam tabulek

Tabulka č. 1: Principy podnikové udržitelnosti	22
Tabulka č. 2: Tři pilíře CSR na základě Triple Bottom Line	26
Tabulka č. 3: Obecné srovnání standardů pro reporting udržitelného rozvoje	42
Tabulka č. 4: Výzkumné otázky k posouzení udržitelných aktivit vybraných podniků	55
Tabulka č. 5: Oblast strategie podniku a její ukazatele hodnocení	57
Tabulka č. 6: Oblasti jednotlivých pilířů a jejich ukazatele hodnocení	57
Tabulka č. 7: Oblast úrovně reportingu a její ukazatele hodnocení	59
Tabulka č. 8: Výčet recyklovatelných odpadů v podnicích	68
Tabulka č. 9: Množství spotřebované energie napříč odvětvími	69
Tabulka č. 10: Jedenáct nejčastěji zveřejňovaných motivačních prvků.....	77
Tabulka č. 11: Výsledky analýzy počtu proškolených hodin napříč kategoriemi čistého ročního obratu (N = 14).....	79
Tabulka č. 12: Nejčastější dobrovolnické aktivity podniků	80
Tabulka č. 13: Nadace, nadační fondy a spolupráce podniků napříč odvětvími.....	82
Tabulka č. 14: Nejčastější aktivity podniků v oblasti podpory vzdělávání.....	83
Tabulka č. 15: Etické kodexy podniků napříč odvětvími.....	86
Tabulka č. 16: Aktivity podniků v oblasti boje proti korupci a úplatkářství	87
Tabulka č. 17: Aktivity podniků v oblasti řízení rizik a kvality (N = 27).....	88
Tabulka č. 18: Nejčastěji sledované ukazatele v rámci ekonomické výkonnosti podniků	90
Tabulka č. 19: Délka reportování.....	92

Seznam obrázků

Obrázek č. 1: Pilíře udržitelného rozvoje včetně odpovídajících hesel	16
Obrázek č. 2: Sedmnáct cílů udržitelného rozvoje (SDGs) dle OSN	19
Obrázek č. 3: Triple Bottom Line	21
Obrázek č. 4: Společenská odpovědnost ve vztahu k udržitelnosti	27
Obrázek č. 5: Kroky tvorby nefinančního reportu o udržitelnosti podniku.....	44
Obrázek č. 6: Vývoj míry reportingu v letech 1993–2017	47
Obrázek č. 7: Vybraný vzorek podniků dle velikosti čistého ročního obrátu.....	53
Obrázek č. 8: Poměr zastoupených odvětví ve vybraném vzorku podniků.....	54
Obrázek č. 9: Poměr zahrnutí jednotlivých SDGs do strategií vybraných podniků	63
Obrázek č. 10: Procentní zastoupení žen v rámci odvětví (N = 18)	76
Obrázek č. 11: Průměrné procento zaměstnanců podniků na dobrovolných akcích	81
Obrázek č. 12: Výsledky analýzy aktivit podniků v oblasti podpory vzdělávání.....	84
Obrázek č. 13: Výsledky hodnocení aktivit podniků v oblasti protikorupčních opatření.....	87
Obrázek č. 14: Výsledky hodnocení aktivit podniků v oblasti řízení rizik, kvality a dodavatelského řetězce	89
Obrázek č. 15: Rozsah nefinančních zpráv dle kategorií ročního čistého obrátu podniků.....	93
Obrázek č. 16: Výsledky hodnocení celkové přehlednosti reportů	95

Seznam použitých zkratk

a. s.	Akciová společnost
AA	AccountAbility
aj.	A jiné
atd.	A tak dále
CO ₂	Oxid uhličitý
COP	Communication on Progress
CS	Corporate Sustainability
CSR	Corporate Social Responsibility
ČR	Česká republika
EMAS	Eco Management and Audit Scheme
EU	Evropská unie
GRI	Global Reporting Initiative
hl	Hektolitr
KPI	Klíčové ukazatele výkonnosti
MDG	Millenium Development Goal
MPO	Ministerstvo průmyslu a obchodu
MWh	Mega watt hodin
OECD	Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj
OSN	Organizace spojených národů
PwC	PricewaterhouseCoopers
s. r. o.	Společnost s ručením omezeným
SDGs	Sustainable Development Goals
tj.	To je
VO	Výzkumná otázka
WCED	World Commission on Environment and Development
ŽP	Životní prostředí

Seznam příloh

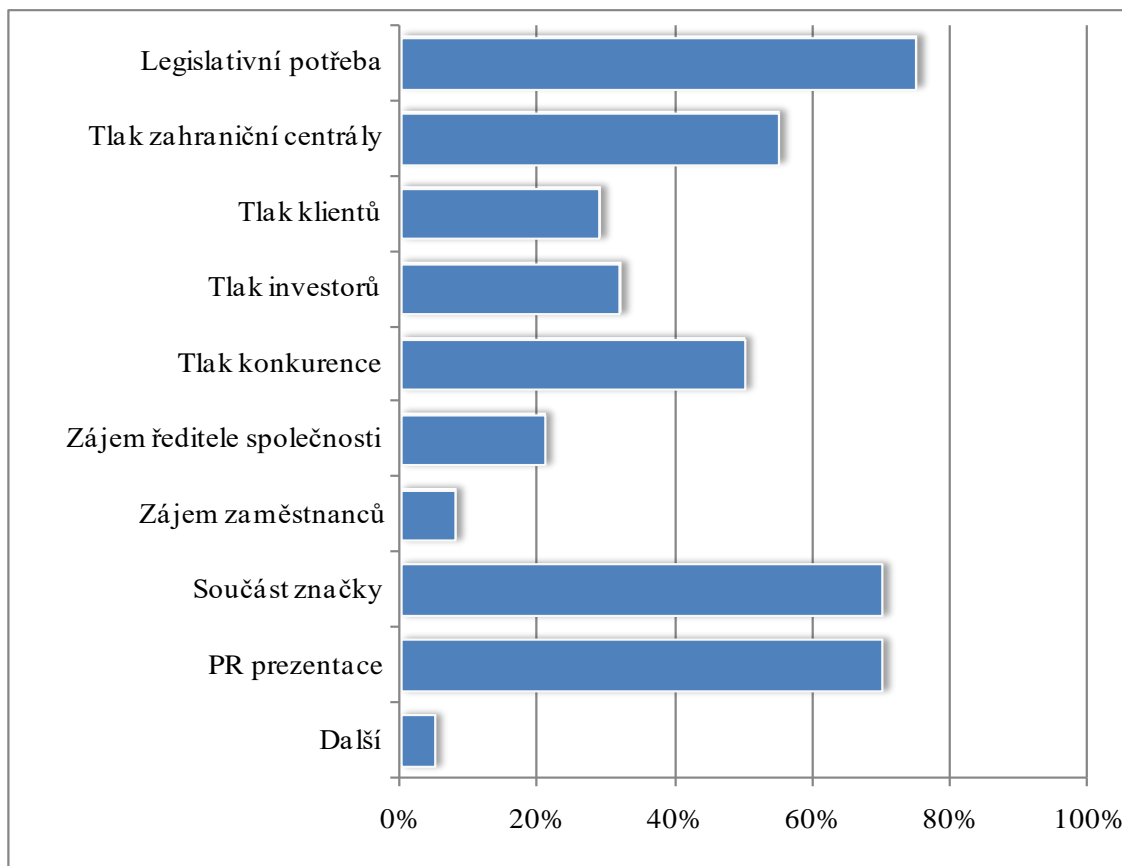
Příloha A: Základní principy – UN Global Compact	120
Příloha B: Motivy k vydávání nefinančních reportů	121
Příloha C: Seznam vybraných podniků	122
Příloha D: Žebříček dvaceti vybraných společností dle čistého ročního obratu a jejich nadace	123
Příloha E: Názvy posledních reportů vybraných podniků dle odvětví	124
Příloha F: Informace o přípravě a realizaci reportu pojišťovny Kooperativa.....	125

Příloha A: Základní principy – UN Global Compact

Princip	Oblast/Charakteristika principu
Lidská práva	
Princip 1	Podpora a ochrana mezinárodně uznávaných lidských práv.
Princip 2	Zajištění neporušení lidských práv.
Pracovní podmínky	
Princip 3	Dodržování svobody sdružování a práva kolektivního vyjednávání.
Princip 4	Odstranění forem násilné a nucené práce.
Princip 5	Podporovat účinné odstranění dětské práce.
Princip 6	Podporovat odstranění diskriminace zaměstnání a povolání.
Životní prostředí	
Princip 7	Podporovat postoj k ochraně ŽP.
Princip 8	Zavázat se k vyšší odpovědnosti ve vztahu k ŽP.
Princip 9	Podpora a rozvoj technologií šetrných k ŽP.
Protikorupční opatření	
Princip 10	Bojovat proti všem formám korupce.

Zdroj: zpracováno autorkou dle UN Global Compact (n.d.) a Zadražilová et al. (2011), 2020.

Příloha B: Motivy k vydávání nefinančních reportů



Zdroj: zpracováno autorkou dle Flagship (2020b), 2020.

Příloha C: Seznam vybraných podniků

Podnik	Průměrný počet zaměstnanců 2018	Bilanční suma 2018 [v mil. Kč]	Roční čistý obrat 2018 [v mil. Kč]	Odvětví
AGROFERT, a. s.	32 730	155 708	157 492	zemědělství
Coca-Cola HBC Česko a Slovensko	966	5 646	7 878	nápoje
ČEPS, a. s.	721	41 513	14 361	energetika
Česká spořitelna, a. s.	10 224	1 426 465	39 088	bankovníctví
České podnikatelská pojišťovna, a. s.	849	16 946	9 500	pojišťovnictví
Československá obchodní banka, a. s.	8 318	1 378 038	37 102	bankovníctví
ČEZ, a. s.	30 545	707 443	184 486	energetika
Equa bank, a. s.	608	55 585	2 049	bankovníctví
HEINEKEN Česká republika, a. s. ⁸	558	2 986	3 134	pivovarnictví
Kofola ČeskoSlovensko, a. s.	2 198	6 563	7 119	nápoje
Komerční banka, a. s.	7 511	1 059 932	32 203	bankovníctví
Kooperativa pojišťovna, a. s.	3 728	89 905	33 190	pojišťovnictví
KPMG Česká republika, s. r. o.	530	935	1 190	poradenství
Metrostav, a. s.	5 009	31 498	34 767	stavebnictví
MONETA Money Bank, a. s.	3 188	206 932	9 275	bankovníctví
O2 Czech Republic, a. s.	4 354	36 130	37 996	telekomunikace
Philip Morris ČR, a. s.	1 159	15 956	12 771	tabákové výrobky
Pivovary Staropramen, s. r. o.	1 488	26 081	9 446	pivovarnictví
Plzeňský Prazdroj, a. s.	1 977	14 259	16 769	pivovarnictví
PricewaterhouseCoopers Česká republika, s. r. o.	982	745	1 679	poradenství
Raiffeisenbank, a. s.	3 006	366 158	15 023	bankovníctví
Sberbank CZ, a. s.	828	79 755	2 400	bankovníctví
Skanska, a. s.	2 297	8 147	8 045	stavebnictví
ŠKODA AUTO, a. s.	33 696	219 318	416 695	automobilový
Tesco Stores ČR, a. s.	10 158	28 506	45 675	velkoobchod
T-Mobile Czech Republic, a. s.	3 499	42 830	26 976	telekomunikace
Vodafone Czech Republic, a. s.	1 630	15 818	15 180	telekomunikace

Zdroj: zpracováno autorkou dle výročních zpráv podniků (2017; 2018), 2020.

⁸ Údaje za rok 2017.

Příloha D: Žebříček dvaceti vybraných společností dle čistého ročního obrátu a jejich nadace

Pořadí	Podnik	Roční čistý obrát 2018 [v mil. Kč]	Nadace, nadační fond, spolupráce
1.	ŠKODA AUTO, a. s.	416 695	Nadační fond ŠKODA AUTO
2.	ČEZ, a. s.	184 486	Nadace ČEZ
3.	AGROFERT, a. s.	157 492	Nadace AGROFERT
4.	Tesco Stores ČR, a. s.	45 675	Nadační fond Tesco
5.	Česká spořitelna, a. s.	39 088	Nadace České spořitelny
6.	O2 Czech Republic, a. s.	37 996	Nadace O2
7.	Československá obchodní banka, a. s.	37 102	Matchingový fond Společně s ČSOB ČSOB Nadační program vzdělání
8.	Metrostav, a. s.	34 767	–
9.	Kooperativa pojišťovna, a. s.	33 190	Nadace Kooperativy
10.	Komerční banka, a. s.	32 203	Nadace KB Jistota
11.	T-Mobile Czech Republic, a. s.	26 976	Grantová výzva T-Mobile Pomáháme
12.	Vodafone Czech Republic, a. s.	15 180	Nadace Vodafone
13.	Plzeňský Prazdroj, a.s.	16 769	Grantový program
14.	Raiffeisenbank, a. s.	15 023	Partner nadačního fondu DOBRÝ ANDĚL
15.	ČEPS, a. s.	14 361	–
16.	Philip Morris ČR, a. s.	12 771	spolupráce s Nadací Charty 77
17.	České podnikatelská pojišťovna, Vienna Insurance Group, a. s.	9 500	–
18.	Pivovary Staropramen, s. r. o.	9 446	–
19.	MONETA Money Bank, a. s.	9 275	Matchingový a Sociální fond Grantový program MONETA
20.	Skanska, a. s.	8 045	spolupráce s Nadace partnerství

Zdroj: zpracováno autorkou, 2020.

Příloha E: Názvy posledních reportů vybraných podniků dle odvětví

Odvětví	Samostatný report	Část výroční zprávy
Bankovníctví	Zpráva o trvalé udržitelnosti ČS v souladu se směrnicí Výroční zpráva o společenské odpovědnosti skupiny ČSOB Nefinanční report	Doplňující informace Odpovědná banka: ekonomická, sociální, občanská, enviro. a zákaznická odpovědnost společnosti Moneta Neobchodní činnost Společenská odpovědnost
Telekomunikace	Zpráva o nefinančních ukazatelích Sustainable Business Report	Jsme společensky odpovědní
Pivovarnictví	Zpráva o udržitelnosti Zpráva o trvale udržitelném rozvoji Podnikání pro budoucnost – udržitelné podnikání	–
Nápoje	Zpráva o udržitelnosti	Nefinanční informace
Energetika	Zpráva o udržitelném rozvoji Skupiny ČEZ	Vnitřní a vnější vztahy
Pojišťovnictví	Zpráva o udržitelném podnikání Nefinanční reporting Kooperativy	–
Stavebnictví	–	Udržitelný rozvoj a společenská odpovědnost Udržitelný rozvoj a podpora komunit
Ostatní	Zpráva o trvale udržitelném rozvoji Zpráva o odpovědném podnikání KPMG Česká republika CSR report Zpráva o naplňování strategie Zpráva o společenské odpovědnosti	Udržitelnost

Zdroj: zpracováno autorkou, 2020.

Příloha F: Informace o přípravě a realizaci reportu pojišťovny Kooperativa

Informace o přípravě a realizaci Nefinančního reportingu

Na základě vypracovaného Nefinančního reportu za rok 2018 jsme identifikovali řadu podnětů pro zlepšování a prohlubování aktivit směřujících k udržitelnosti, efektivnosti a odpovědnosti našeho podnikání. Spolu s dotčenými útvary a v souladu s interními strategiemi, zejména Strategií udržitelného

a odpovědného podnikání (CSR), chceme nadále nejenom identifikovat tyto nedostatky, ale především jejich příčiny eliminovat či transformovat tam, kde je to vhodné. Odpovědné jednání považujeme za součást naší firemní kultury, právě proto považujeme takto identifikované aktivity za příležitosti pro neustálé zlepšování.

Obsahově je tento Report úzce propojen s Výroční zprávou za rok 2018, kterou doplňuje o vybrané údaje nefinanční povahy.

Zpráva o udržitelnosti Nefinančního reportu

Vypracování tohoto Reportu vytvořilo uhlíkovou stopu ve výši 0,492 t CO₂ e, která byla změřena společností CI2, o.p.s. K vypracování tohoto Nefinančního reportingu bylo využito:

450 km služebních cest, z čehož 75 % hromadnou dopravou 0 dopravních nehod
13 dní týmové práce
7 dní home office
jedno naražené koleno
8 ks dortů z lokálních provozů
18 protažení s overballem
34 šálků fair trade kávy

Nefinanční reporting Kooperativy 2018 získal ekologický štítek měření uhlíkové stopy, která byla následně offsetována a je tedy uhlíkově neutrální.



Zdroj: Kooperativa pojišťovna, a. s., Vienna Insurance Group, 2019.

Abstrakt

Klailová, K. (2020). *Udržitelnost v podnikání – trend a předpoklad úspěšného podnikání* (Diplomová práce), Západočeská univerzita v Plzni, Fakulta ekonomická.

Klíčová slova: udržitelnost, udržitelný rozvoj, reporting udržitelného rozvoje, analýza.

Diplomová práce se zabývá problematikou konceptu udržitelnosti v podnikání. Hlavním cílem je provedení a zhodnocení analýzy aktivit vybraných podnikatelských subjektů v České republice v rámci udržitelného rozvoje a jeho reportingu. První část práce obsahuje teoretické vymezení pojmů udržitelnost, udržitelný rozvoj, společenská odpovědnost firem a reporting udržitelného rozvoje, jakožto trendu a předpokladu úspěšného podnikání. Součástí tohoto vymezení je také představení a zhodnocení využívaných standardů a norem a představení povinnosti nefinančního reportingu. Praktická část práce se podrobněji zabývá realizací udržitelných aktivit vybraných velkých podniků z České republiky, které jsou hodnoceny v rámci pěti oblastí – udržitelných strategií, tří pilířů udržitelného rozvoje a úrovně jeho reportování. Prezentované výsledky vlastní analýzy vypovídají o vysoké úrovni uskutečňování udržitelných aktivit a jejich reportingu. Poslední kapitola práce se věnuje zhodnocení dílčích závěrů a dalším doporučením v řešené oblasti.

Abstract

Klailová, K. (2020). *Sustainability in business - trend and assumption of a successful business* (Master's Thesis). University of West Bohemia, Faculty of Economics.

Key words: sustainability, sustainable development, sustainable development reporting, analysis.

The master thesis deals with the issue of sustainability in business. The main objective is carrying out and evaluating the analysis of activities of selected business entities in the Czech Republic in the framework of sustainable development and its reporting. The first part of the thesis contains theoretical definitions of sustainability, sustainable development, corporate social responsibility and reporting of sustainable development as a trend and assumption of a successful business. The content of the definition part is also presentation and evaluation of used standards and norms and presentation of the obligation of non-financial reporting. The practical part of the thesis deals in more detail with the implementation of sustainable activities of selected large companies from the Czech Republic, which are evaluated in five areas – sustainability strategies, the three pillars of sustainable development and the level of reporting. The presented results of own analysis show a high level of implementation of sustainable activities and their reporting. The last chapter is devoted to the evaluation of partial conclusions and other recommendations in this area.