

Návrh GRI reportingu pro malý průmyslový podnik

Bakalářská práce

Vedoucí práce:

Ing. Sylvie Formánková, Ph.D.

Veronika Šulová

Brno 2017

Děkuji vedoucí mé bakalářské práce Ing. Sylvii Formánkové, Ph.D. za poskytnutí cenných rad a připomínek při zpracování práce. Dále chci poděkovat panu Aleši Šlechtovi za poskytnutí všech podkladů k této práci a také osobní přístup a seznámení s jeho podnikem.

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto práci: **Návrh GRI reportingu pro malý průmyslový podnik** vypracovala samostatně a veškeré použité prameny a informace jsou uvedeny v seznamu použité literatury. Souhlasím, aby moje práce byla zveřejněna v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách ve znění pozdějších předpisů, a v souladu s platnou *Směrnicí o zveřejňování vysokoškolských závěrečných prací*.

Jsem si vědoma, že se na moji práci vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon, a že Mendelova univerzita v Brně má právo na uzavření licenční smlouvy a užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 Autorského zákona.

Dále se zavazuji, že před sepsáním licenční smlouvy o využití díla jinou osobou (subjektem) si vyžádám písemné stanovisko univerzity o tom, že předmětná licenční smlouva není v rozporu s oprávněnými zájmy univerzity, a zavazuji se uhradit případný příspěvek na úhradu nákladů spojených se vznikem díla, a to až do jejich skutečné výše.

V Brně dne 2. ledna 2017

Abstract

Šulová, V. Proposal of GRI Standards for a small industrial company. Bachelor thesis. Brno: Mendel University, 2017.

The bachelor thesis „Proposal of GRI Standards for a small industrial company“ is thesis which processing for enterprise., which is from category small and medium enterprises. The main goal is creating report and evaluate if this methodics is correct for this particular company and what can offer surroundings up. In the theoretical part is approached the corporate social responsibility concept and ways of creating reports from this field. More text is devoted to the GRI methodology, which is crucial for this thesis and the emphasis is on the history of this methodology, how was originated and how it gradually changed to its present form. It is explained the functioning of social responsibility in small enterprises, how it differs from large and on what principles does it work. Results part is focused directly on the selected company, an introduction to various activities, functioning, and routing of the company. Based on this information is created the report. It is based on the company's strategy, as well as a modified SWOT analysis that it is adapted to the needs of reporting in small and medium-sized enterprises. It concludes with recommendations for the future and a proposal to improve, in this case put options to the reporting enterprise may move further.

It was found that small enterprise can generate reports according to GRI methodology. Must be properly set goals and procedure must be elected on the basis of available information. The enterprise may be advised to monitor data from areas in which they act, but they do not monitored. For communications with stakeholders the report is sufficient.

Keywords

Corporate Social Responsibility, Global Reporting Initiative, Small and medium-sized enterprises, report, responsibility, value

Abstrakt

Šulová, V. Návrh GRI reportingu pro malý průmyslový podnik. Bakalářská práce. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2017.

Bakalářská práce na téma „Návrh GRI reportingu pro malý průmyslový podnik“ je prací, která je zpracována přímo pro podnik, který se řadí do kategorie malých a středních podniků. Hlavním cílem této práce je vytvoření samotného reportu a vyhodnocení, zda je zvolená metodika vhodná i pro tento konkrétní podnik a co přinese svému okolí. V teoretické části je přiblížen koncept společenské odpo-

vědnosti a způsob vytváření reportů z této oblasti. Více prostoru je věnováno metodice GRI, která je pro tuto práci zásadní a důraz je kladen na historii této metodiky, jak vznikala a jak se postupně měnila do dnešní podoby. Je vysvětleno fungování společenské odpovědnosti v malých podnicích, čím se liší od velkých a na jakém fungují principu. Výsledková část je již zaměřena přímo na vybraný podnik, seznámení se jednotlivými aktivitami, fungováním a směřováním podniku. Na základě těchto informací je vytvořen samotný report. Vychází se ze strategie podniku a také modifikované SWOT analýzy, která je přizpůsobena potřebám reportování v malých a středních podnicích. V závěru jsou uvedena doporučení pro další období a návrh na zlepšení, v tomto případě uvedení možnosti, jak se v reportování může podnik posunout dále.

Bylo zjištěno, že malý podnik může vytvářet report dle GRI metodiky. Musí být správně stanovené cíle a postup musí být zvolen na základě dostupnosti informací. Danému podniku lze doporučit, aby sledoval data z oblastí, ve kterých koná aktivity, ale prozatím je nemonitoruje. Pro komunikaci se zainteresovanými skupinami je report dostačující.

Klíčová slova

Společenská odpovědnost firem, Global Reporting Initiative, malé a střední podniky, report, zodpovědnost, hodnota

Obsah

1	Úvod	9
2	Cíl práce a metodika	10
2.1	Cíl práce.....	10
2.2	Metodika.....	10
3	Literární rešerše	13
3.1	Společenská odpovědnost firem (CSR).....	13
3.2	Vývoj CSR.....	14
3.3	Měření CSR.....	16
3.4	GRI.....	17
3.4.1	Základní pojmy.....	22
3.4.2	Výhody reportování o udržitelnosti.....	23
3.1	Malé a střední podniky – CSR.....	24
3.2	Rozdíl v reportování malých a středních podniků a podniků velkých.....	25
3.3	Budoucnost v legislativě a reportování.....	26
4	Výsledky	28
4.1	GALVAMET spol. s r.o.	28
4.2	Zainteresované skupiny.....	29
4.3	Jednotlivé aktivity CSR.....	31
4.3.1	Ekonomický pilíř.....	31
4.3.2	Sociální pilíř.....	32
4.3.3	Environmentální pilíř.....	34
4.4	SWOT analýza společenské odpovědnosti podniku GALVAMET spol. s r.o.	35
4.5	Základní informace o reportu.....	36
4.5.1	Vznik reportu.....	38
4.6	Doporučený postup při vytváření reportu.....	39
4.6.1	Základní kroky pro vytvoření reportu.....	39
4.7	Volba strategie dle ekonomických možností.....	40

4.8	Seznam aktivit pro zavedení do podniku.....	41
4.9	Ekonomická interpretace.....	42
5	Diskuse	46
5.1	Problematika CSR v odborných studiích.....	46
5.2	GRI pro malé a střední podniky.....	46
6	Závěr	48
7	Literatura	50
8	Seznam obrázků	53
9	Seznam tabulek	54
	Report podniku GALVAMET spol. s r.o.	56

1 Úvod

Společenská odpovědnost firem (Corporate Social Responsibility) je dnes velmi ožehavé téma, kterému se věnuje mnoho autorů ve svých publikacích. Důležité je, že se o toto téma začíná zajímat dlouhá řada podniků. Poprvé použil pojem sociální odpovědnost v roce 1953 Howard R. Bowen. Nedával žádnou přesnou definici, ale pouze směr a doporučení, jak by se měli chovat společensky odpovědní podnikatelé. To se nezměnilo a jednotná definice neexistuje, je mnoho různých, které se v jistých věcech liší, tak ta hlavní myšlenka zůstává stejná.

V dnešní době se při pohledu na podniky nesleduje pouze to, zda mají vysoký zisk, ale do popředí se dostávají mnohem důležitější aspekty, které zajímají všechny stakeholdery. Právě proto se velmi často mluví o společenské odpovědnosti firem či CSR. Všechny tyto aktivity jsou dobrovolné a nejsou dané zákonem. Ale jsou to právě ty činnosti, které odlišují podniky a to je důležité, jak z pohledu zákazníků, tak samozřejmě i interních zaměstnanců a jejich motivace se zlepšovat a podávat skvělé výkony.

Společenská odpovědnost firem je koncept, který je velmi široký a přináší celou řadu oblastí, které lze pod tento termín zahrnout. Samotné reportování o této problematice je jedno z odvětví CSR a v poslední době se dostává do popředí, protože z ní mohou vycházet další oblasti a hlavně dochází k tolik důležité komunikaci mezi jednotlivými stranami.

V této práci jsou uvedeny základní informace o CSR, ale především je zaměřena na reportování pomocí GRI metodiky a přímo vytvoření reportu pro malý podnik GALVAMET, spol. s r.o.

Podnik GALVAMET, spol. s r.o. získal ocenění v soutěži TOP odpovědná firma v kategorii malá firma. Všechny aktivity, které v rámci CSR vykonávají, jsou provozovány zcela přirozeně. Report, který je zpracován v této práci, je prvním reportem o společenské odpovědnosti v jejich podniku. Přišli s žádostí o vytvoření tohoto reportu a zhodnocení přínosu informací pro ně samotné. Historie GRI metodiky sahá do roku 1997, kdy byla založena v Bostonu, USA. Kořeny leží v amerických neziskových organizacích Tellus Institute a Koalice environmentálně zodpovědných ekonomik. Do vzniku GRI byl zapojen také Program organizace spojených národů pro životní prostředí. V průběhu následujících let docházelo k postupnému vylepšování dané metodiky a vytváření konceptu, který bude přístupný co nejvíce firmám.

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíl práce

Hlavním cílem této bakalářské práce je návrh reportu společenské odpovědnosti (CSR) pro malý průmyslový podnik dle metodiky GRI (Global Reporting Initiative). GRI je mezinárodně uznávaným, externě auditovaným a pravidelně aktualizovaným způsobem reportingu a současně nástrojem pro komunikaci a obhajování CSR aktivit jak uvnitř podniku, tak vůči stakeholderům. Stanoveného cíle bude dosaženo na základě analýzy současného stavu vybraného podniku, rozčlenění CSR aktivit do jednotlivých oblastí a aplikace GRI metodiky. Součástí práce bude posouzení vhodnosti využití této metodiky pro malý průmyslový podnik a určení aplikační úrovně core nebo comprehensive. Důležitou částí této práce je správné zařazení daného podniku a vysvětlení chování těchto podniků v oblasti CSR. Řada těchto podniků o svých CSR aktivitách přímo neví a provozují je přirozeně, proto je důležité vyhodnotit, co pro ně reportování a vyhodnocování těchto aktivit může znamenat, jaké výhody a nevýhody jim to může přinést. Celá práce je vypracována pro podnik GALVAMET, spol. s r.o., která nese ocenění ze soutěže TOP odpovědná firma 2013 a 2015 v kategorii TOP odpovědná malá firma. Cílem mojí bakalářské práce je vytvoření reportu a zjištění, zda je daný malý průmyslový podnik schopen plnit standardy CSR na bázi zavedeného reportingu. Ke sledování, zda jsou dané strategie naplňovány, bude použita GRI metodika. Práce bude dále sledovat, jakou hodnotu podnik ve skutečnosti dává, proto jsou velmi důležitým zdrojem příručky pro vytváření reportu v podnicích.

Pro tuto práci jsou stanoveny následující dílčí cíle:

- vytvoření přehledu způsobů měření CSR,
- vyhodnocení vhodnosti metodiky GRI pro daný podnik,
- návrh pro budoucí využití.

2.2 Metodika

Tato práce je rozdělena do dvou větších celků. První je literární rešerše, kde je vysvětlen pojem CSR, dále základní informace o CSR a jsou uvedeny různé náhledy na tuto problematiku. V této části je kladen důraz na porovnávání náhledů různých autorů. Dále je tu část věnována měření CSR a daným standardům. Jelikož se tato práce věnuje malému průmyslovému podniku, je v literární rešerši prostor věnovaný právě problematice CSR v malých podnicích. V práci je vypracován přehled nejdůležitějších informací týkajících se CSR. Tyto informace jsou čerpány z české i ze zahraniční odborné literatury. Důraz je kladen na jednotlivé způsoby měření CSR. Dále je v práci vysvětlen důležitý koncept - Triple Bottom Line, na kterém stojí CSR do dnes.

Metodika GRI byla zvolena na základě požadavku ze strany podniku. Tento standard využívají převážně velké nadnárodní podniky, ale je určen i malým, proto je důležité se zaměřit na rozdíl v reportování v těchto rozdílných podnicích a jaké výhody to malému podniku přinese. Bude využívána nejnovější verze, která je v této době vyžadována a to G4, vychází z předchozích verzí, ale doznala určitých změn, které vedou k ještě lepšímu vyhodnocení jednotlivých oblastí. Součástí G4 je i příručka pro reportování malými podniky, která vysvětluje základní rozdíly a poukazuje na důležité body, kterým se má daný podnik při reportování věnovat. Nastala situace, že v době zadávání této bakalářské práce byla používána metodika G3, ve které se volila aplikační úroveň A, B nebo C. Ve verzi G4 se volí úroveň core nebo comprehensive.

Druhá část práce je již věnována samotnému podniku GALVAMET spol. s r.o. Nejdříve je představen a jsou uvedeny základní informace, dále jsou sepsány CSR aktivity, které tento podnik provozuje a jsou uvedeny další nápady a myšlenky, jak toto portfolio aktivit ještě rozšířit. Nejpodstatnější částí pro samotnou praxi je report, který je primárně vytvořen pro zákazníky a osoby žijící v okolí tohoto podniku. Report je dle metodiky G4 a přizpůsoben přímo pro malý průmyslový podnik tak, aby jim přinášel co nejvíce informací a aby byl pro cílové skupiny přehledný, aby se v něm laická veřejnost dobře orientovala.

Vytvoření reportu obsahuje několik kroků, které je nutné splnit pro určení správné verze a formy. Na začátku je důležité rozhodnout o úrovni reportu, v tomto případě je zvolena úroveň core a to z důvodu množství dat a informací, které může podnik poskytnout a které lze zjistit. Tato úroveň je pro malé a střední podniky vhodná i proto, že není přímo vytvořena pracovní pozice, které by měla na starosti pouze oblast společenské odpovědnosti. Dále musí být zpracovány všechny standardní indikátory, které jsou povinné a to ty, které spadají pod úroveň core. Následuje určení specifických indikátorů, které se vybírají na základě druhu podniku, odvětví, rozvinutosti jednotlivých aktivit atd. Tyto indikátory byly vybrány dle dostupných informací, aby mohly být jednotlivé indikátory zcela naplněny a také dle odvětví a zároveň aktivit, které jsou pro daný podnik klíčové ve spojitosti se společenskou odpovědností. Tyto indikátory lze postupně doplňovat při opakovaném vytváření reportu a postupném zjišťování dalších informací a podkladů pro jednotlivé skupiny faktorů. Následně byla data vyhodnocena a zpracována tak, aby jednoduchým a přehledným způsobem informovala o tom nejdůležitějším.

Při vytváření práce bylo využito kvalitativního výzkumu, který zjišťuje důvody chování lidí a konání aktivit, dále jejich motivaci a zaměřuje se na úzkou skupinu lidí, která nás přímo zajímá. Součástí byl nestrukturovaný rozhovor s jednatelem firmy, který měl prostor pro poskytnutí svého pohledu a všech zásadních informací. Zdrojem dat byla i jeho prezentace, kterou přednášel na vysoké škole. Byla provedena SWOT analýza společenské odpovědnosti, která je přizpůsobena právě této problematice. Součástí analýzy byla i samotná návštěva podniku a možnost polostrukturovaného rozhovoru se zaměstnanci. Rozhovor byl veden s patnácti zaměstnanci ze všech oblastí podniku a následoval individuální pohovor s náhodně vybraným zaměstnancem. Všechna ostatní data v podobě interních do-

kumentů byla poskytnuta elektronicky. Tato data byla za poslední dva roky, aby mohlo dojít ke srovnání jednotlivých údajů.

Důležité je zhodnocení přínosu a vytvoření reportu, který bude sloužit i v budoucnu, protože tento report je prvním reportem v oblasti CSR pro daný podnik.

3 Literární rešerše

Dle Národního informačního střediska podpory kvality (2014, s. 19) by implementace strategie CSR neměla být oddělována od běžných obchodních postupů, ale měla by se stát součástí interních procesů. Například zařazení CSR do systému managementu kvality ISO 9001 nebo do modelu EFQM může podnikům umožnit seznámit se s nejlepšími strategiemi a nastavit interní postupy.

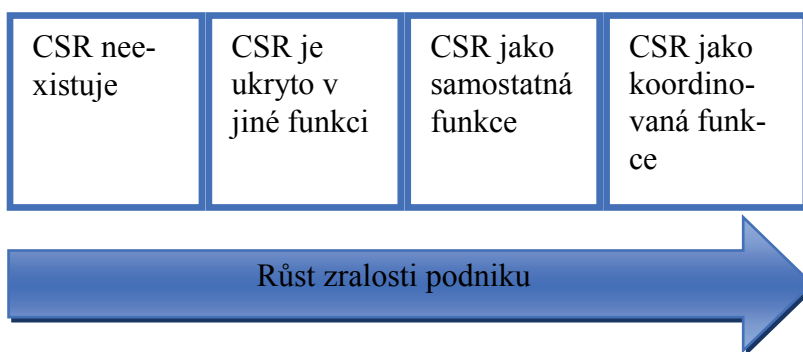
3.1 Společenská odpovědnost firem (CSR)

„Společenská odpovědnost firem (Corporate Social Responsibility, CSR) je důležitým aspektem strategického chování firem a jako takový je uznáván i na úrovni Evropské unie. V rámci tohoto konceptu se podnik chová odpovědně nejen v oblasti obchodních rozhodnutí a strategie, ale také v oblasti životního prostředí a sociálního dopadu fungování firmy. Společenská odpovědnost znamená udržení si ekonomického úspěchu a získání konkurenční výhody tím, že firma buduje svou dobrou pověst a získává důvěru lidí, kteří v ní pracují či žijí v komunitě, kde firma podniká.“ (Standard odpovědná firma, 2010). Tento pojem však nelze přesně definovat, existuje mnoho různých definic a pohledů na tuto problematiku.

V České republice s ohledem na více než čtyřicet let komunistické vlády se koncept CSR objeví mnohem později, tj. v druhé polovině devadesátých let. Nicméně pokud se podíváme do historie podnikání na území bývalého československého státu, tak za zmínku jistě stojí Tomáš Baťa. Snažil se vytvořit příznivé podmínky pro své zaměstnance, kterým poskytl široké zaměstnanecké výhody. Jako příklad můžeme uvést výši průměrné mzdy (v roce 1927 na platech jeho zaměstnanci dosáhli 150% průměrné mzdy), lepší standard bydlení ubytoven pro zaměstnance. Dále zaměstnával lidi se zdravotním postižením a nevidomé. Výrazně přispěl k rozvoji města, který byl nazýván Baťův Zlín. (Sokolovská a Mohelská, 2015)

V České republice není obecně pro podniky CSR prioritou, což způsobuje mimo jiné i malý důraz na CSR reportování. Z výzkumu vyplývá, že se v ČR v porovnání s jinými zeměmi vydává málo reportů. Ty, které jsou podniky vydané, jsou však se zahraničními srovnatelné. Nejčastěji reporty vytváří podniky z průmyslového sektoru, z oblasti elektroniky a financí. Identifikaci témat obsažených v CSR reportech komplikuje nejednotný výklad pojmu CSR. Ten vede k využívání odlišných metodik, což následně ztěžuje komparaci výsledků provedených výzkumů. (Kašparová 2011, s. 55, 56)

Následující obrázek zobrazuje, jak se může koncept CSR vyvíjet v rámci podniku a na jaké úrovni má daný podnik tuto problematiku v rámci správy a funkce.



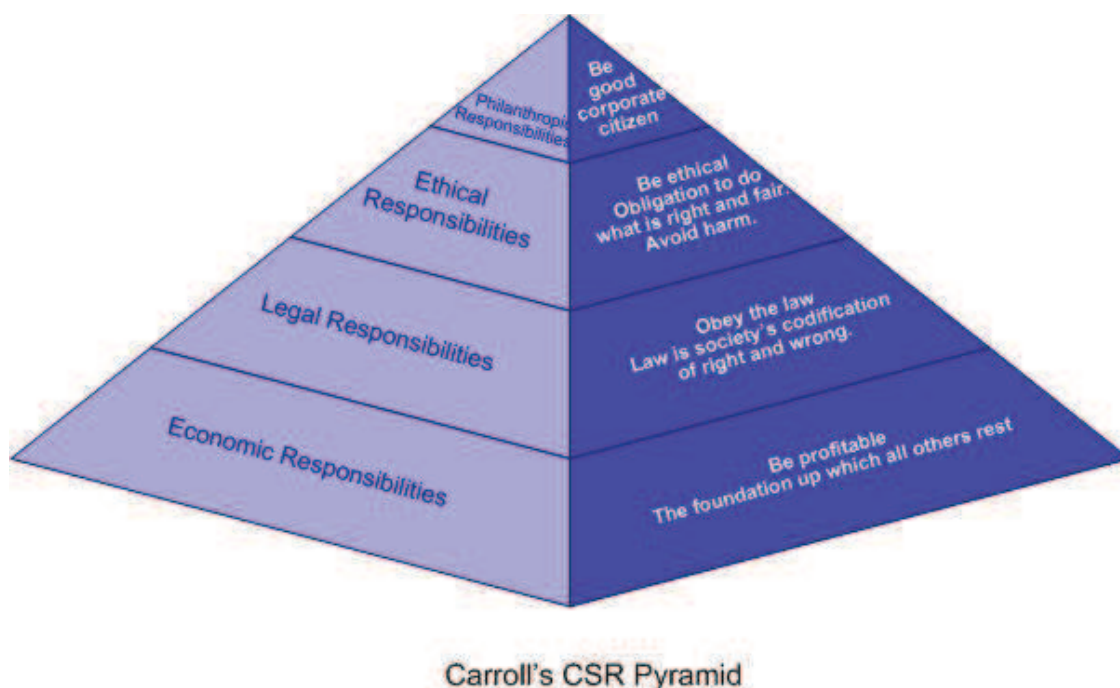
Obr. 1 Rozvoj CSR v podniku

Zdroj: Szczanowicz, J, & Saniuk, S 2014, Implementation of CSR concept in manufacturing SMEs

3.2 Vývoj CSR

Dle Petříkové (2008, s. 30) pochází první zlomový bod z roku 1953, kdy Bowen vydal knihu *Social Responsibilities of the Businessman*.

Dalším důležitým milníkem byla Carrollova pyramida z roku 1979. Dle autorů Crane a Matten (2010, s. 53) je to vícevrstevný koncept, který se dělí do čtyř částí, které můžeme vidět na obr. 2. Tvrdí, že to "pravé" CSR je tvořeno všemi čtyřmi částmi.



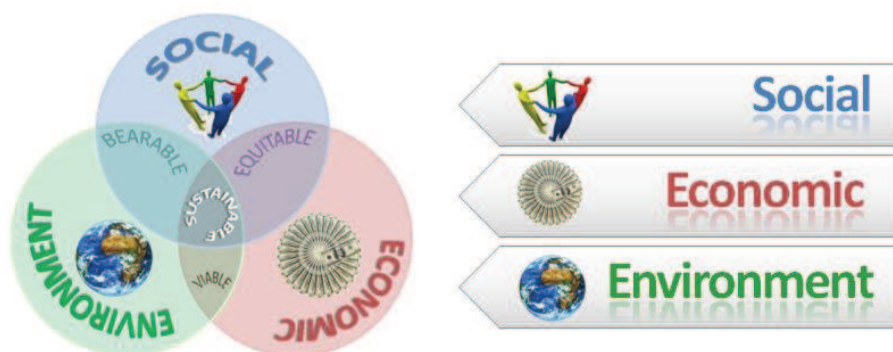
Obr. 2 Carrollova pyramida

Zdroj: Research Methodology. [online] [2016-04-30] Dostupné z: <http://research-methodology.net/classification-of-csr-activities/>

Nejnižše umístěný pilíř samotné pyramidy je ekonomická odpovědnost, která je vyžadována od všech organizací. Dále je právní odpovědnost, která samozřejmě souvisí s ekonomickou a to tak, že podnik je povinen plnit ekonomické úkoly v mezích zákona. Další pilíř již nehovoří o tom, co podnik musí a co je určeno předpisy, ale o tom, aby podnik dělal to, co je správné či spravedlivé. Velmi důležitou částí je problematika životního prostředí a udržitelnosti. Nejvýše je v pyramidě položená filantropická odpovědnost, do které spadají aktivity, jako jsou např. dárky, služby, partnerství apod., jsou různé formy těchto aktivit. Autoři Crane a Matten (2010, s. 53) ve své knize uvádí, že ekonomická a právní odpovědnost jsou vyžadovány společnostmi, etická je očekávána a filantropická zodpovědnost je ta, kterou si společnost přeje a sní o ní, aby ji plnila většina podniků.

Dalším významným pojmem v období osmdesátých let minulého století je dle Petříkové (2008, s. 30) skupina „stakeholders“. Freeman formuloval stakeholder-skou koncepci v roce 1984. Identifikoval tak nejdůležitější skupiny, které ovlivňují podnik.

V roce 1994 John Elkington vytvořil koncept, který nazval - Triple Bottom Line (dále jen TBL). Důležité je, že podnik nemá pouze jeden hlavní cíl a to generovat zisk, ale má další úkoly. Je to nejvýznamnější přístup, na kterém stojí CSR do dnes. Dle Kunze (2012, s. 20) je CSR moderní koncept podnikání, který vede k širšímu pohledu na podnikání a je postaven na třech základních pilířích a to jsou ekonomický (profit), sociální (people) a environmentální (planet).



Obr. 3 Triple Bottom Line

Zdroj: Insight Associates Sustainability Wing [online] [cit 2016-05-01] Dostupné z: <http://www.insightassociate.com/sustainability.html>

3.3 Měření CSR

V oblasti CSR se nachází více standardů, které tuto problematiku upravují, ale z literatury vyplývá, že není přesně daný systém těchto standardů. V následném textu budou popsány jednotlivé standardy a jejich případná kritika a nedostatky.

Petříková (2008, s. 112) ve své publikaci uvádí, že koncept CSR není v současnosti nijak právně upraven, a to ani ve svých základních myšlenkách, což není smyslem koncepce CSR. Následující iniciativy se snaží podpořit CSR jako podnikatelský standard na národní i globální úrovni.

Do oblasti managementu jakosti lze zařadit dokument **ČSN EN ISO 9001** (systémy managementu jakosti – Požadavky). „Tato mezinárodní norma podporuje používání procesního přístupu při vytváření, implementaci a zvyšování efektivity systému managementu kvality s cílem zvýšit spokojenost zákazníka prostřednictvím plnění jeho požadavků. Aby organizace fungovala efektivně, musí stanovit a řídit mnoho vzájemně propojených činností. Činnost nebo soubor činností, které využívají zdroje a jsou řízeny za účelem přeměny vstupů na výstupy, lze považovat za proces. Výstup z jednoho procesu často přímo tvoří vstup pro další proces. Využití systému procesů v rámci organizace spolu s identifikací těchto procesů, jejich vzájemným působením a jejich managementem tak, aby vytvářely zamýšlený výstup, lze nazývat procesní přístup.“ (Technické normy, 2016)

Dále uvedené standardy již spadají do oblasti společenská odpovědnosti. **ISO 26 000** (Guidance on Social Responsibility) – velmi důležité je to, že podniky nefungují ve vakuu, ale jejich vztah ke společnosti a životnímu prostředí je zásadní faktor ve schopnosti fungovat efektivně. „ISO 26000 poskytuje spíše návod, než požadavky, proto nemůže být certifikována na rozdíl od některých jiných známých norem ISO. Místo toho pomáhá objasnit, co je společenská odpovědnost, pomáhá podnikům a organizacím proměnit zásady v účinné akce a sdílí nejlepší postupy ve společenské odpovědnosti na celém světě. Je zaměřen na všechny typy organizací bez ohledu na jejich činnosti, velikosti nebo umístění.“ (ISO, 2016)

OECD (Organization for Economic Co-operation and Development) je organizace, která se mimo jiné zaměřuje na ekonomickou spolupráci členských států. (Kuldová, 2010, s. 83- 84) „Z pohledu CSR je důležité, že vydává Směrnici pro nadnárodní podniky (Doporučení pro odpovědné chování podniků v globálním kontextu), která obsahuje doporučení týkající se odpovědného chování nadnárodních korporací.“ (Petříková, 2008, s. 117) Tato doporučení jsou primárně pro nadnárodní korporace, ale každý podnik má možnost se čímkoli inspirovat a aplikovat dle svého.

Dalším standardem spadajícím do oblasti společenské odpovědnosti je **Global Compact**. Jak uvádí Asociace společenské odpovědnosti (cit. 2016) je UN Global Compact síť firem a organizací, které se rozhodly sjednotit své poslání i každodenní činnosti s deseti obecně přijímanými principy společenské odpovědnosti v oblasti lidských práv, pracovních podmínek, životního prostředí a korupce. Global Compact Česká republika je národní síť, která podporuje firmy od roku 2015. Petříková (2008, s. 118) uvádí aspekty, které obsahuje tento dokument, patří tam ochrana lidských práv, uznání svobody sdružování a práva na kolektivní vyjednávání, ochrana životního prostředí, odmítání korupce včetně vydírání a nabízení úplatků, atd. Global Compact má mnoho kritiků, důležitá část odpůrců není přesvědčena o tom, že je ekonomická globalizace ta správná myšlenka. (Williams, 2014, s. 83)

3.4 GRI

Stěžejní pro tuto práci je standard GRI (Global Reporting Initiative). GRI je organizace, která vytváří soustavu ukazatelů. Na základě těchto ukazatelů je možnost měřit a porovnávat společenskou odpovědnost jednotlivých podniků. V této organizaci působí mnoho odborníků různých národností.

Autoři Crane a Matten (2010, s. 217) uvádí, že je to snaha zájmových skupin o vytvoření společného rámce reportování všech tří pilířů TBL. Mnoho podniků po celém světě reportuje informace všech tří pilířů, ale tyto informace jsou mnohdy nekonzistentní, nekompletní a neověřené. Rozsah měření a reportování se liší na základě odlišnosti oborů, různých oblastí a požadavků. Existence společného rámce je velmi důležitá pro stakeholdery, aby byli schopni vypovídajícího srovnání jednotlivých podniků a jednotlivých činností.

GRI je organizace, která byla založena v roce 1997 Koalicí pro environmentálně odpovědnou ekonomii (CERES) ve spolupráci s Programem OSN na ochranu životního prostředí (UNEP). GRI je mezinárodní organizace, která zahrnuje mimo jiné dialog a spolupráci mezi podniky, nevládními organizacemi, účetními organizacemi, podnikateli a dalšími zájmovými skupinami za účelem rozvíjet a implementovat udržitelné pokyny k reportování. (Crane a Matten, 2010, s. 218)

Je velmi důležité, jak postupoval vývoj GRI metodiky. Z následujícího přehledu lze vidět, že se každým rokem posouvali dál, aby to bylo přístupnější více podnikům a aby report přehledně a jasně ukazoval přesně to, co má. Postupně se meto-

dika upravovala a přizpůsobovala novým odvětvím. Zde jsou uvedeny nejdůležitější milníky dle GRI: Discover the Essentials of Reporting (cit. 2016).

1997

GRI byla založena v Bostonu, USA. Kořeny leží v amerických neziskových organizacích Koalice environmentálně zodpovědných ekonomik (CERES) a Tellus Institute. Do vzniku GRI byl zapojen také Program organizace spojených národů pro životní prostředí (UNEP).

Bývalý výkonný ředitel CERES Dr. Robert Massie a působící generální ředitel Dr. Allen White byli průkopníky rámce pro podávání zpráv o životním prostředí v časných devadesátých letech. Cílem bylo vytvořit mechanismus k zajištění odpovědnosti společnosti v návaznosti na CERES zásady pro zodpovědné environmentální chování. Investoři byli původní cílová skupina.

1998

V tomto roce byl zřízen výbor zúčastněných stran. Heslo tohoto období bylo „do more than the environment.“ Rámec rozšířen o otázky sociální a ekonomické.

2000

GRI spustila první verzi pokynů, které představují první globální rámec pro komplexní reporting udržitelného rozvoje.

2001

CERES na základě rady řídicího výboru GRI vytvořil z GRI samostatnou, nezávislou neziskovou instituci.

2002

GRI přesídlila do Amsterdamu, Nizozemí a byla formálně zahájena jako organizace spolupracující s UNEP.

Ernst Ligteringen byl jmenován generálním ředitelem GRI.

Druhá generace pokynů, G2, byla odhalena na Světovém summitu o udržitelném rozvoji v Johannesburgu.

2003

GRI zahájila program zúčastněných stran, který umožňuje vybraným organizacím (GRI's core supporters) uvedení svého jména na misi GRI. Tyto organizace měly za úkol přispět svými zkušenostmi, hrát důležitou roli správy, a investovat do GRI prostřednictvím ročních finančních příspěvků. Vybrány byly společnosti z businessu, obchodu, organizací občanské společnosti, zprostředkujících institucí, akademických obcí, veřejných institucí a mezivládních agentur. V tomto roce proběhlo první jmenování a první schůze Rady pro GRI zúčastněných stran (SC). Klíčové funkce správy SC zahrnovaly jmenování členů rady a podávání doporučení k budoucí politice, obchodnímu plánování a aktivitám.

2005

Byl založen Technický poradní výbor (TAC), aby pomáhal radě a sekretariátu GRI a aby byla udržována celková kvalita a soudržnost rámce GRI. Pomáhá převážně tím, že poskytuje vysokou úroveň technického poradenství a odborné znalosti.

2006

Neustále rostla poptávka vedení reportingu udržitelného rozvoje, to vedlo k tomu, že byla zahájena třetí generace, G3. Na vývoji G3 se podílelo více než 3000 odborníků.

Současně GRI zahájila první XBRL taxonomie pro G3. Dříve byla XBRL taxonomie používána především pro finanční výkaznictví. Nicméně, XBRL mohou být také použity pro nefinanční informace.

Proběhla vůbec první globální konference o udržitelnosti a transparentnosti. Sešlo se na ní 1150 účastníků z 65 zemí. Asi polovina účastníků byla z Evropy a Severní Ameriky a asi 250 účastníků pocházelo z 37 rozvojových zemí. Po zahájení G3 na celosvětové konferenci začalo GRI expandovat svou strategii a rámec pro podávání zpráv a začalo budovat silné spojení. Formální partnerství byla uzavřena s OSN Global Compact, Organizací pro hospodářskou spolupráci a rozvoj a dalšími.

2007

Klíčový cíl pro GRI je publikace všech článků či reportů, v tomto směru je častá spolupráce s akademickými institucemi. První publikace byla Pathways I, poskytovala návod krok za krokem pro reportéry. Dále byl kladen důraz na spojování jednotlivých stran a skupin zájímajících se o reportování. Začaly vznikat regionální kanceláře známé jako kontaktní místa, první byl Focal Point v Brazílii.

GRI rovněž spustila svůj Application Service Level, novou iniciativu poskytující cí organizacím ověřit, že zprávy o udržitelnosti mají požadované nastavení a mají správnou aplikační úroveň.

2008

GRI vydala své první pokyny pro odvětví finančních služeb. Sektorové pokyny jsou určeny k zachycení jedinečné otázky udržitelnosti, protože každé odvětví čelí různorodým vlivům a jsou sestaveny podle vícestranných pracovních skupin.

GRI vydala novou publikaci Pathways II. Pro organizace, které s reportingem začínají, vydala publikace Starting Points I a II. Otevřelo se nové kontaktní centrum v Austrálii. Proběhla druhá globální konference za účasti více než 1000 účastníků z 58 zemí.

V Brazílii vzniklo první místo pro školení, která poskytují odbornou přípravu ohledně GRI a jak používat GRI Guidelines.

2009

GRI rovněž zahájila Action Network Global pro transparentnost v programu Supply Chain (GANTSCh, později přejmenovaný Business Transparentnost Program - BTP). Původně na podporu malých a středních podniků v jejich reportingu udržitelného rozvoje, GANTSCh se nyní rozrostla co do rozsahu a zaměřuje se na členy obchodních a průmyslových asociací, pomáhají zlepšit ekonomický a udržitelný výkon u místních a odvětvových obchodních skupin.

2010

V tomto roce byly vydány nové publikace a to GRI a ISO 26000: Jak používat GRI guidelines v kombinaci s normou ISO 26000. GRI také vydal pokyny pro nové sektory a to potravinářství a nevládní organizace. Bylo podepsáno memorandum o porozumění mezi GRI a OSN Global Compact.

2011

Byly provedeny aktualizace G3 a vznikla upravená verze G3.1. Byly zařazeny nové sektory, mezi které patří těžební průmysl a metalurgie, letištní operátoři, stavebnictví a obchod s nemovitostmi. Nově zahájili kampaň, při které dávali prostor všem, kteří chtějí zveřejňovat zprávy o trvalé udržitelnosti. Dále je to důležitý nástroj pro zpětnou vazbu a je možnost sledovat, zda organizace dosahují svých cílů.

2012

Klíčovou konferencí bylo Rio+20 United Nations Conference pro udržitelný rozvoj, která byla plná doprovodných akcí a byla součástí Green Economy Coalition.

2013

GRI vydala čtvrtou generaci svých pokynů G4, které nabízejí zásady reportování, standardy vykazování a implementační příručku pro přípravu zpráv o udržitelnosti v libovolné velikosti podniku nebo odvětví.

G4 online byla zahájena o několik měsíců později, je to volný webový nástroj představující úplný obsah pokynů G4 v dynamickém formátu pro ty, kteří již jsou obeznámeni se zásadami reportování a zásadami zveřejňování informací dle G4.

2014

Ready to report? - Publikace zaměřená na malé a střední podniky, které zvažují, zda reporting udržitelnosti je pro ně relevantní, pokud ano, jak spustit proces podávání zpráv.

Organizace prošla řadou interních změn. Michael Meehan byl jmenován novým nejvyšším výkonným představitelem a krátce poté nová struktura řízení organizace nabyla účinnosti s následujícími klíčovými změnami:

- Vytvoření organizační zdi mezi normotvorné činnosti a všechny ostatní organizační aktivity.

- Implementace samostatné struktury řízení pro zavádění norem, včetně vytvoření nové globální udržitelnosti Standards Board (GSSB), řádný proces výboru pro dohled (DPOC) a nezávislý výboru pro jmenování (IAC).
- Nezávislá základna veřejného financování normalizačních činností vznikla odděleně od ostatních organizačních aktivit.
- Větší transparentnost všech procesů rozvoje norem.

Současnost

V roce 2015 byla zahájena zkouška G4. Obsahuje 60 otázek a více možností pro potřeby jednotlivých podniků při vytváření reportů. Je přítomna ve více než 70 zemích a úspěšní účastníci obdrželi certifikát a jsou uvedeni na stránkách GRI na tři roky. U zkoušky museli získat alespoň 75 % bodů. Z České republiky tento certifikát nezískal nikdo.

Reporting 2025 byla klíčová iniciativa, která byla zahájena. Tento dvanáctiměsíční projekt zjišťuje hlavní otázky, které by měly ovlivnit agendy obchodních společností, a tudíž jejich veřejné zprávy. Hlavní představitelé z různých oblastí budou dotazováni na témata týkající se datových technologií pro společnost, scénářů pro rozvoj podnikání, pro podporu mezinárodní diskuze dále vznikala videa a analytické papíry v průběhu celého roku.

Přehled nejdůležitějších událostí a milníků:

Tab. 1 Přehled nejdůležitějších událostí a milníků

1997	Založení v Bostonu
1998	Heslo: "do more than the environment"
2000	První verze pokynů G1
2001	GRI - samostatná, nezávislá instituce
2002	GRI přesídlila do Amsterdamu, druhá generace G2
2003	První jmenování a první schůze Rady pro GRI
2005	Založení Technického poradního výboru
2006	Zahájena třetí generace G3
2007	První publikace, návod pro reportéry
2008	První pokyny pro odvětví finančních služeb
2009	Zahájeno Action Network Global pro transparentnost
2010	Publikace GRI a ISO
2011	Nová verze G3.1
2012	Konference Rio+20
2013	Byla vydána čtvrtá generace pokynů G4
2014	Ready to report? Publikace zaměřená na malé a střední podniky
2015	Zkouška G4
současnost	Iniciativa Reporting 2025

Zdroj: Zpracování dat dle GRI: Discover the Essentials of Reporting (cit. 2016)

3.4.1 Základní pojmy

Při vypracovávání reportu se autor potká s pojmy, které jsou potřebné pro správné vytvoření reportu. Účel Sustainability Reportingu je způsob měření, zveřejňování a zodpovědnosti za informace o výkonu organizace vůči interním i externím zainteresovaným skupinám. (Pokyny pro Sustainability Reporting. 2000. s. 3). Na základě této definice lze říci, že zpráva by měla poskytovat obraz o výkonu dané společnosti a to v kladném i záporném pohledu.

Každá zpráva by měla být doplněna o informace, kterými se daný subjekt může prokázat a ukázat svoji identitu, to lze shrnout souslovím běžné zveřejňování informace, mezi tyto informace patří: profil organizace - strategie, manažerský přístup, způsoby řízení, dále výkonnostní ukazatele, které umožňují porovnání v ekonomické, environmentální a společenské oblasti. (Pokyny pro Sustainability Reporting. 2000, s. 40)

„Reportingový rámec GRI si klade za cíl poskytnout všeobecně uznávaný rámec pro reporting výsledků organizací v oblasti ekonomického, environmentální-

ho a společenského působení. Rámec sestává z Pokynů pro Sustainability reporting, Protokolů jednotlivých ukazatelů, Technických protokolů a Sektorových dodatků.“ (Pokyny pro Sustainability Reporting .2000, s. 41)

Podle příručky Pokyny pro Sustainability Reporting (2000, s. 41) jsou zainteresované skupiny jednotlivci nebo skupiny, kteří jsou ovlivněni danou organizací nebo podnikem, která provádí reporting. Jejich aktivity mohou směřovat k dané organizaci, případně naopak mohou očekávat určitou aktivitu ze strany podniku či organizace. Velmi důležité je vzájemné ovlivňování těchto subjektů.

Zásady reportingu jsou dané informace, které by měla závěrečná zpráva obsahovat. Na základě těchto informací se lze během reportování rozhodovat, jak je následně prezentovat a využít. (Pokyny pro Sustainability Reporting. 2000, s. 41)

Existuje několik definic udržitelnosti, ta nejznámější byla vytvořena Brundtlandskou komisí (1987). Udržitelnost je rozvoj, který uspokojuje potřeby současnosti, aniž by byla ohrožena schopnost budoucích generací uspokojovat své potřeby. Tato široká makroekonomická definice byla kritizována za to, že není dostatečně specifická na to, aby podala radu, jak správně řídit společnosti a jejich dodavatelské řetězce. V reakci na to byl vytvořen koncept - Triple Bottom Line, který obsahoval sociální, environmentální a ekonomickou výkonnost. (Ağan, cit. 2016)

„Mnoho firem už začalo dělat něco pro to, aby se chovali k přírodě i komunitám zodpovědněji. A každá firma, která se naučí odhodlat se k jednomu zodpovědnému kroku bez zaváhání, získává sebedůvěru pro kroky další. Pro nás slovíčko „zodpovědný“ znamená ten vhodný, výstižný a skromný výraz pro přístup, který nás, doufáme, povede tím správným směrem do budoucnosti, kde si podnikání nebude z přírody brát nic, co by jí nedokázalo vrátit.“ (Chouinard, Stanley, 2014, s. 40)

3.4.2 Výhody reportování o udržitelnosti

Reportování je důležitý krok k dosažení udržitelnosti globální ekonomiky. Reportování posiluje odpovědnost jednotlivých společností za negativní dopady a tímto posilují svoji důvěru. Velmi důležité je sdílení hodnot. Vlády jednotlivých zemí mohou použít reporty k tomu, aby posoudily dopad případně přínos do národní ekonomiky.

Mnoho podniků využívá reportování k tomu, aby zvýšily svoji konkurenceschopnost na trhu, protože většina odvětví je čím dál více nasycena a je potřeba zvyšovat svoji hodnotu. Pro stakeholdery je důležité, že tyto aktivity a následné reporty mají pozitivní dopad na životní prostředí, sociální otázky a dodržování lidských práv.

Přidaná hodnota pro podniky, které reportují (Národní informační středisko podpory kvality, 2016, s. 24):

Budování důvěry – informace o nefinanční výkonnosti může pomoci otevřít dialog se zúčastněnými stranami, těmi mohou být zákazníci a investoři a prokázat otevřenost a odpovědnost.

Zlepšení procesů a systémů – vnitřní řídicí procesy mohou být zlepšeny, ve-
de to například ke snížení spotřeby energií či materiálů pomocí monitorování
všech procesů.

Zlepšující vize a strategie – součástí přípravy reportu je analýza silných
a slabých stránek, ta může vést ke zlepšení strategií a vizí daného podniku, analý-
zou identifikujeme body, na které se zaměřit a naopak ty, které se budeme snažit
zlepšit nebo jejich dopady minimalizovat. Udržitelnost může být součástí strategie
daného podniku.

Snížení nákladů na plnění požadavků – měření udržitelnosti může pomoci
podnikům k efektivnímu splnění regulačních požadavků, vyhnout se nákladným
poruchám a shromáždit potřebné údaje k účinnějšímu a nákladově efektivnějšímu
způsobu.

Konkurenční výhoda – podniky považované za vůdce a inovátory mohou mít
silnější vyjednávací pozici v případě přilákání investic, zavádění nových činností,
vstupování na nové trhy a sjednávání smluv.

3.1 Malé a střední podniky – CSR

Základním rysem malých a středních podniků je často jejich intuitivní a neformální
aplikace CSR. Aktivita, které se dají zařadit do CSR jsou pro ně přirozené a berou to
jako součást svého podnikání. Většinou jsou to podniky, které mají vliv na své oko-
lí, přináší práci v problematických oblastech a podobně. Důležitý je také fakt, že se
většinou všichni znají osobně a to přináší do podniku určitou pohodu. Bývá pravi-
dlem, že vedoucí pracovníci si váží práce svých zaměstnanců a proto sociální pilíř
bývá většinou naplněn.

Malé podniky většinou nemají dobře propracovanou komunikační strategii.
V dnešní době však není problém vytvořit alespoň účet na nějaké ze sociálních sítí.

Přínosy pro podniky zapojené do reportingu v rámci malých a středních pod-
niků jsou následující. Možnost představit svůj podnik tak, jak chci, vyprávět svůj
příběh, nalákat nové zaměstnance, zákazníky nebo dodavatele, vytvořit důvěru se
stakeholdery.

Motivace k zapojení malého či středního podniku do CSR může být různá, zá-
visí to na tom, na jakých hodnotách danému podniku záleží. Jednak to mohou být
obchodní hodnoty – potřeba vytvářet hodnoty a to hmotné nebo nehmotné, dále
osobní hodnoty – potřeba naplňovat vlastní individuální hodnoty. Další motivací
mohou být institucionální faktory – potřeba vyhovět očekáváním průmyslu, spo-
lečnosti i legislativy a případně motivace vynucená zainteresovanými stranami –
potřeba vyhovět očekáváním zainteresovaných skupin. (Tipy a triky, 2016)

Jak již bylo uvedeno výše, tak základním rysem CSR v malých a středních pod-
nicích je to, že tyto činnosti dělají intuitivně, ale pokud tyto podniky zavedou stra-
teгии CSR, tak se může zaměřit na způsoby a postupy, které jsou nejefektivnější.
Začít se může například sepsáním strategií a základních vizí, už jen to může dopo-
moci k lepší komunikaci uvnitř podniku případně se zákazníky a dalšími skupina-
mi. Tato komunikace bude důvěryhodnější a podložena danými spisy.

Společenská odpovědnost v malých podnicích je jednak možná a dokonce je přímo vítána, ne jako součást lepší společnosti nebo životního prostředí, ale může přinést jisté zlepšení podniku. Samozřejmě jsou rozdílné důvody pro zodpovědné chování a aktivity v malých a velkých podnicích. V malých podnicích se dá více hovořit o zaměření na motivaci pracovníků, manažerů nebo majitelů, zatímco ve velkých podnicích jde především o zájmové skupiny. Velké podniky potřebují vidět velké výsledky a to převážně finanční přínos jednotlivých aktivit. Společenská odpovědnost zahrnuje širokou škálu činností, které lze dělat a v malých podnicích se rozdílnosti a originalitě nebrání, ve velkých podnicích probíhají nejrůznější školení v této oblasti a to přináší následnou jednotnost a určité plnění různých norem, což ovšem ztrácí originalitu. Malé podniky mají většinou přínos pro okolí podniku, což má pozitivní vliv na rozvoj dané lokality. (Crowther, 2010)

Je vidět, že pojetí je opravdu rozdílné a proto je důležitá i komunikace mezi odlišnými podniky, protože se mohou navzájem inspirovat a přinášet nové nápady. Rozvíjet komunikaci v této oblasti je i jeden z cílů GRI.

3.2 Rozdíl v reportování malých a středních podniků a podniků velkých

„Jedním z nejčastěji uváděných faktorů, které ovlivňují množství poskytovaných CSR informací, je velikost podniku. Obecně se předpokládá, že aktivity větších podniků ovlivňují větší počet stakeholderů. V důsledku toho jsou pak tyto podniky a jejich aktivity zajímavější pro média, různé nátlakové skupiny či politiky.“ (Kašparová, 2012, s. 25)

Většina podniků je přesvědčena o tom, že pro ně reportování o CSR není, že je to pouze pro velké podniky či nadnárodní korporace. Tento názor je však mylný, ale je pravda, že pojetí reportu se v malých a velkých podnicích v určitých věcech liší. Ve velkých společnostech již vznikají přímo pracovní pozice, na kterých se zaměstnanci věnují pouze této problematice a připravují plány, jak toto téma v jejich podniku posunout dál. V tomto případě je nesmírně nutné, aby tito zaměstnanci byli v kontaktu s co nejvíce lidmi z dané společnosti, v tom bývá občas problém a z důvodu velkého počtu zaměstnanců nelze vyslechnout potřeby a přání každého. V tomto mají malé podniky nesmírnou výhodu, protože je zde mnohem větší šance na vyslechnutí více zaměstnanců a komunikace tu většinou probíhá lépe. Zaměstnanci se navzájem více znají, není to pro ně anonymní prostředí. Je důležité, aby se o životní prostředí a další CSR aktivity zajímali v podniku všichni, aby to nebylo pouze na jedné osobě, aby to všichni vzali za své a uvědomovali si své chování a chování celého podniku. Reporty velkých podniků obsahují mnoho informací a to díky tomu, že tyto údaje mají k dispozici. Zaměstnanci vytvářející report mají dostatek času na zpracování. V malých podnicích nebývá přímo vyčleněna pozice, kde by se zaměstnanec těmto aktivitám přímo věnoval. Tuto funkci většinou zastřešuje jednatel firmy, ale samotné aktivity a ideje vychází ze samotných zaměstnanců. V menších podnicích nejde o plnění daných předpisů a splňování norem, ale o naplňování vlastních snů a ideálů a přinášet něco pozitivního pro své okolí. Report,

který vytvoří malý podnik, tak přináší převážně informace o sobě samém a svých aktivitách. Ve velkých podnicích, ve kterých se tomuto tématu věnují více, mají již nástroje a podávají nejen informace o svých aktivitách a číslech, ale také o tom, jak na ně nahlíží ostatní. Dokážou působit na více místech a to nejen v rámci jedné republiky. U malých podniků je velmi důležité působit na své okolí a rozvíjet lokalitu, kde se daný podnik nachází.

Metodika GRI nabízí mnoho možností, jak report vytvořit, proto je použitelná pro malé i velké podniky, i když se tyto reporty liší. Každý podnik má určitou možnost výběru tak, aby report vypadal dle jejich představ, ale samozřejmě jsou náležitosti, které musí splnit všechny podniky, aby byla možnost případného částečného srovnání a to za účelem, aby se podniky vzájemně mohli učit a motivovat v jednotlivých oblastech.

Výzkum Szczanowicze a Saniuka (2014) dokazuje, že strategické CSR je pro malé a střední podniky možné a může nabídnout způsob, jak profesionalizovat podnik, speciálně tam, kde doposud neexistovala formální strategie. Pokud podnik, zavede CSR aktivity, ale neprezentuje se přímo, že se zabývá touto problematikou, tak hrozí, že se mu nedostane slávy, kterou očekával. Je možné, že se koncept CSR v budoucnu stane neviditelným, s ohledem na vývoj hnutí kvality se CSR stává mainstreamovou záležitostí. Pro společnost a komunitu CSR je to dobrá zpráva.

3.3 Budoucnost v legislativě a reportování

V lednu roku 2016 byl schválen Národní akční plán společenské odpovědnosti organizací v České republice (NAP CSR). V tomto dokumentu jsou nastavena základní východiska pro šíření myšlenek CSR v ČR. Celý dokument je vypracován velmi podrobně a pro každou oblast jsou nadefinovány aktivity, realizátoři těchto aktivit, termíny a očekávané výsledky a výstupy. Verze je platná pro roky 2016 a 2017.

Důležitá oblast v rámci dokumentu pro tuto práci je, že se chtějí zaměřit na šíření osvěty CSR a cílit na malé a střední podniky. Ti tyto aktivity vykonávají intuitivně, ale problém je v tom, že veřejnost o tomto konceptu ještě není dostatečně informována, proto nedochází k oboustrannému přínosu CSR. Dále u malých a středních podniků nedochází k provázanosti CSR aktivit a hlavního podnikání, to je v konceptu CSR v dnešní podobě již důležité. Společenská odpovědnost firem není pouze problematikou velkých firem, a to i proto, že je v rámci malých a středních firem zaměstnáno více lidí než v podnicích velkých. Malé podniky mají větší dopad na místní komunitu a obyvatelstvo a mohou je motivovat.

Významným krokem vpřed je i novela zákona ohledně veřejných zakázek, která hovoří o tom, že je nyní umožněno hodnotit i vliv na zaměstnanost osob se ztíženým přístupem na trh práce, respektive zahrnout do hodnocení také sociální aspekty vyjadřující společenskou odpovědnost zadavatele, pokud tyto aspekty přímo souvisí s plněním veřejné zakázky. (Zákon č. 134/2016 Sb.)

Jsou státy, ve kterých již mají velké podniky povinnost reportovat odpovědně chování. V České republice tato povinnost nastane. Proto je důležité vědět, co toto reportování obnáší a být na to připraven. Velké podniky mají povinnost vykazovat

ekonomické a kvantitativní ukazatele, ale nadchází čas, kdy bude nutnost monitorovat i hledisko kvalitativní. Směrnice Evropské Unie týkající se CSR nařizuje podnikům, které splňují následující podmínky, vytvářet CSR report od roku 2017. (Směrnice 2014/95/EU)

Podmínky jsou:

- více než 500 zaměstnanců,
- čistý obrat minimálně 1,5 mld. korun,
- předmět podnikání spadá do veřejného zájmu,
- akcie firmy jsou obchodovatelné na burze.

Svět postupuje stále dál a až praxe ukáže, jaké výhody tato směrnice přinese a zda to bude postupovat i na další typy firem. Je možné, že v budoucnu budu muset i malé podniky vytvářet CSR reporty povinně.

4 Výsledky

4.1 GALVAMET spol. s r.o.

Tento podnik byl založen v roce 1999, je to tedy mladý podnik, historie sahá mnohem dál. Podnik GALVAMET spol. s r.o. navázal na společnost Zbrojovka Vsetín (ta byla založena v roce 1938) a převzal tradici výroby a působí v bývalém areálu do teď. Zbrojovka vynikala především výrobou zbraní a munice, proto byla vyžadována vysoká odbornost.

Po roce 1989 došlo ve Zbrojovce k rozdělení na několik částí, jednou z nich byla divize Metal, která zajišťovala tepelné zpracování a úpravy kovů a právě ta byla převzata podnikem GALVAMET, musela projít složitou cestou, aby splnila strategické cíle, to hlavně náročné požadavky na ekologii a ochranu životního prostředí.

Velmi důležitým posunem byla certifikace systému řízení jakosti renomovanou auditorskou firmou TÜV SÜD v květnu 2002. Kromě certifikátu dle normy ISO 9001:2008 dále vlastní certifikát kvality pro automobilový průmysl VDA 6.1 a ČSN EN ISO 14001:2005. Podnik čerpá dotace z Operačních programů podnikání a inovace. Důležité je ocenění TOP odpovědná malá firma za CSR.

Plány pro rok 2016 jsou takové, že se podnik zaměří na budování vztahu se zákazníky. V oblasti lidských zdrojů se chce podnik dostat na úroveň zahraničních kalíren ve zvyšování výkonnosti a produktivity práce. Dále chce získat certifikát AS 9100 v oblasti kvality pro letecký průmysl.

Společnost provádí tepelné zpracování a povrchové úpravy kovů dle požadavků zákazníků. Stěžejní služby jsou kalení, žíhání, nitridování, černění, vysokofrekvenční kalení, omílání a pískování kovových dílů zákazníků. Všechny služby jsou poskytovány v provozovně ve Vsetíně. K poskytování služeb využívá tři elektrické pece, všechny jsou monitorovány, je tedy možné doložit celý průběh procesu. Dále disponuje třemi automatizovanými linkami pro tepelné a chemicko-tepelné zpracování kovů výhradně v ochranné atmosféře. Mezi další vybavení patří vakuové pece firem TAV, BMI, IPSEN a vakuová kalící pec se systémem nízkotlaké cementace FineCarb a horizontální vakuová popouštěcí pec s turbo chladícím systémem od firmy Seco/Warwick. Další nabízenou službou je plynová nitridace metodou ZeroFlow včetně plynové karbonitridace a následné oxidace. Nedílnou součástí jsou i odmašťovací zařízení a moderní stroje na indukční kalení.

Veškeré informace jsou čerpány z Výroční zprávy hospodaření za rok 2015, s. 3 -7.

Tab. 2 Základní informace o GALVAMET spol. s r.o.

Název podniku	GALVAMET spol. s r. o.
Sídlo společnosti	Jasenice 783, 755 01 Vsetín
Právní forma	Společnost s ručením omezeným
IČ	25779893
Základní kapitál	200 000 Kč
Statutární orgán	2 jednatelé – Aleš Šlechta, Ing. Ivona Šlechtová
Předmět podnikání	Tepelné a povrchové zpracování kovů

Zdroj dat: Výroční zpráva hospodaření za rok 2015

GALVAMET spol. s r. o. je zástupce malých a středních podniků, který praktikuje aktivity CSR a přestože většinu těchto aktivit koná intuitivně a přirozeně, tak si plně uvědomuje, o čem tyto aktivity jsou a jak je důležitý šířit to dále a to nejen mezi své zaměstnance, ale i široké okolí.

Tento podnik splňuje požadavek toho, že je to podnik, který se řadí mezi malé a střední, dále se zajímá o CSR a sám chce vědět, jak na tom je a co dále mohou dělat. Jednak jaké aktivity se dají dále provozovat a jak správně vytvářet report. Tento podnik sám dal požadavek o vytvoření této práce, z čehož plyne, že nemá problém poskytovat potřebné údaje a podklady, které má k dispozici.

4.2 Zainterесované skupiny

Podnik, který se chce chovat zodpovědně v dnešních podmínkách, musí klást důraz na vztahy se svým okolím. Jako nejdůležitější skupiny z okolí podniku GALVAMET byly identifikovány následující. Byla vybrána nejvhodnější komunikace s danými skupinami a témata, která jsou pro skupiny nejdůležitější.

Tab. 3 Zainteresované skupiny

	Komunikace	Témata
Zákazníci	Osobní kontakt, e-mail, webové stránky, sociální síť, telefonická komunikace	Kvalita služeb, vzájemná spokojenost, spolupráce, bezpečnost, komunikace
Zaměstnanci	Osobní kontakt, týmové akce, porady, školení, akce pro veřejnost	Komunikace, spolupráce, zdraví a bezpečnost, vzdělávání, rovné pracovní příležitosti, úcta k zaměstnancům
Obyvatelé Vsetína a okolí	Webové stránky, sociální síť, osobní setkání	Ochrana životního prostředí, pozitivní působení, nová pracovní místa, společenské události
Studenti	Osobní schůzky, sociální síť, zprostředkovaně přes školy	Komunikace, pracovní příležitosti, spolupráce, možnost realizace

Dodatečné informace pro přiblížení jednotlivých skupin

Pro zákazníky budou v rozvíjejícím se světě mnohem důležitější informace týkající se vzniku výrobku a dopadu na životní prostředí. Ceny zboží a služeb porostou a zákazník bude čím dál náročnější a bude promýšlet nákup z více hledisek. Stále roste zájem o sledování toho, za jakých podmínek pracovali zaměstnanci vyrábějící daný produkt. Bude růst význam podniků, které svým zaměstnancům vyplácí férovou mzdu a poskytují jim odpovídající podmínky. (Chouinard, Stanley, 2014, s. 57)

Informace týkající se komunity, v tomto případě obyvatelé Vsetína a okolí, jsou důležité z dlouhodobého hlediska. „S nárůstem cen dopravy a cestování v průběhu příštích padesáti let pravděpodobně budeme pozorovat přinejmenším částečný návrat firem k povědomí o svém přímém okolí. To může napomoci posílit místní komunity a podnítit je, aby se aktivněji snažily přilákat a udržet dobré a prospěšné zaměstnavatele.“ (Chouinard, Stanley, 2014, s. 58)

U zaměstnanců je potřeba klást důraz na to, aby byli motivováni do práce a měli odpovídající plat. Posledních padesát let roste zájem o automatizaci. Dříve bylo normální, že většinou muž vydělával na životní náklady celé rodiny, do budoucích padesáti let je dán skromnější cíl a to, aby pracovníci vydělávali polovinu životních nákladů čtyřčlenné rodiny. Aby tento cíl byl splněn, tak přes rostoucí trend automatizace bude nutné zavedení zkráceného pracovního týdne (prostřídá se více zaměstnanců) nebo rozšíření místních zemědělských pracovních míst, která

vyžadují manuální práci a nelze je nahradit automatickými stroji. (Chouinard, Stanley, 2014, s. 57)

4.3 Jednotlivé aktivity CSR

V následujících kapitolách jsou rozděleny aktivity do jednotlivých pilířů a tyto pilíře jsou blíže specifikovány.

4.3.1 Ekonomický pilíř

V předcházejících letech byly provedeny investice do nových modernějších technologií ve výrobě a to se pozitivně projevilo v objemu poskytovaných služeb a tudíž i tržeb z prodeje služeb. Tržby za rok 2015 byly 86, 362 mil. Kč, v roce 2014 to bylo 75, 450 mil. Kč. Meziroční nárůst byl tedy 14,46 %. Co se týče mezinárodní spolupráce, tak tento podnik má zákazníky ze Slovenska a Polska, je to asi 5 % tržeb.

Vliv na zisk podniku je ovlivněn finanční situací na trhu, výhodou je, že to není ovlivněno klimatickými podmínkami a dalšími neovlivnitelnými faktory. Zákazníci tohoto podniku jsou z textilního, stavebního, vojenského, ale hlavně automobilového průmyslu, důležité je klást důraz na dlouhodobé vztahy. Jsou to perspektivní oblasti průmyslu, které služby tohoto podniku potřebují stále. Jak již bylo zmíněno, modernizace pomohla ke zvýšení objemu poskytovaných služeb, tudíž se zvedla hodnota poskytovaných služeb, protože odběratelé mají stále větší zájem.

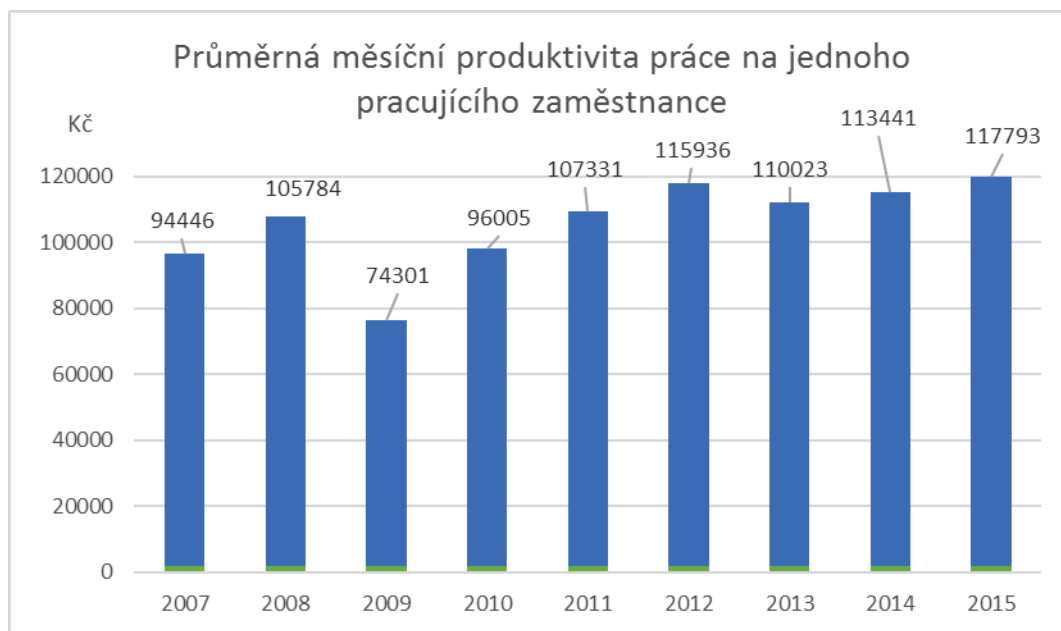
I v této společnosti si moc dobře uvědomují, že konkurence je i v tomto odvětví, přestože poskytují velmi specializované služby. I z tohoto důvodu docházelo k rozsáhlým investicím a modernizaci. Největším konkurentem je společnost Bodycote HT spol. s r.o. Hlavním rozdílem v těchto dvou podnicích je to, že tato společnost je zahraniční a je schopna poskytovat služby v mnohem větších objemech. Je to velký podnik a proto se také zaměřuje na trošku jinou cílovou skupinu, což je pro GALVAMET spol. s r.o. výhodou. Co se týče společenské odpovědnosti ve firmě Bodycote HT spol. s r.o., tak mají na svých webových stránkách přímo záložku s tímto tématem, tudíž se o tuto problematiku zajímají, po hlubším prozkoumání lze však uvést, že nemají doposud tento koncept posunut na vyšší úroveň. Základní principy však splňují. Další konkurenční podnik je Q.I.P. s.r.o., což je podnik se sídlem v Brně. Výhodou pro tento podnik je strategické umístění s lepší dostupností. Tento podnik se cíleně o CSR nezajímá, lze předpokládat, že některé činnosti dělají zcela přirozeně, aniž by si uvědomovali, že se dá touto problematikou zabývat více. Na webových stránkách o tomto konceptu nejsou žádné informace. Další finančně silnou společností je HTB BB s.r.o., což je německý podnik, který se zaměřuje na český, slovenský a polský trh. Z mého pohledu tento podnik neklade důraz na komunikaci s potenciálními zákazníky a zakládá si na dlouhodobém vztahu se stálými odběrateli.

Plány na další roky jsou spojeny se snahou stát se respektovanou firmou. V budoucnu bude docházet ke koupi nových strojů nahrazujících staré, které budou méně energeticky náročné a také ulehčí práci zaměstnancům při obsluze daných strojů. Výhodou bude i ušetřený čas.

V rámci programu EU - CZ.1.03 OP podnikání a inovace získal podnik v roce 2015 dotace ve výši 18 896 473,00 Kč.

Ve výroční zprávě je vidět, že míra čistého zisku v roce 2015 oproti roku 2014 klesla a to z důvodu vysokých investic. Odpisy vzrostly oproti roku 2014 o 56 %.

Velmi dobré hodnoty má podnik GALVAMET spol. s r.o. v produktivitě práce na jednoho zaměstnance. Je to částka 117 793 Kč. V podniku, který nabízí služby je tato hodnota velmi dobrá. Určení měsíční produktivity práce na jednoho zaměstnance je poměr výstupů a vstupů.



Obr. 4 Průměrná měsíční produktivita práce

Zdroj dat: Výroční zpráva hospodaření za rok 2015

4.3.2 Sociální pilíř

V tomto podniku bylo k 31.12. 2015 zaměstnáno 70 pracovníků, z toho je 11 žen. Zaměstnané osoby jsou rozděleny následovně – 38 výrobních dělníků, 12 režijních dělníků 20 osob je zaměstnáno v řízení a administrativě. V tomto podniku se projevuje sezónnost, a proto je nutné brát brigádníky a to převážně v létě, průměrně jsou to dva studenti na měsíc.

Vsetín se i kvůli své poloze potýká s tím, že mladí lidé odchází pryč a to hlavně kvůli práci. V této lokalitě nejsou takové možnosti. Problém je i v tom, že mnoho mladých v této lokalitě jde studovat obor kuchař – číšník apod., počet absolventů pak převyšuje počet pracovních míst v tomto oboru. Zájem o technické obory je bohužel malý a střední školy se snaží motivovat nejrůznějšími stipendii a dalšími nástroji. Ve Vsetíně se tyto obory samozřejmě studovat dají. GALVAMET spol. s r.o. spolupracuje se středními i vysokými školami, dává možnost praxe a pořádá dny otevřených dveří, aby mladí věděli, jaké jsou možnosti uplatnění

a aby viděli, jak může jejich budoucí zaměstnání vypadat. Kvůli odlivu mladých musí podnik nabírat zaměstnance z úplně jiných oborů a přeučovat je. Tento fakt je pozitivní pro místní obyvatele, že je jim někdo ochotný nabídnout práci i za cenu toho, že bude nějaký čas trvat, než se daný zaměstnanec v oboru plně zorientuje. Každoročně probíhá setkání na SPŠS Vsetín, studenti této školy v průběhu studia absolvují praxi v laboratoři i v provozu a někteří mají možnost brigády právě v letních měsících. Jednou ze společných aktivit je také v rámci projektu Leonardo výjezd studentů na zahraniční stáž k firmám spolupracujícím s GALVAMETEM. Spolupráce probíhá i se SOŠ Josefa Sousedíka Vsetín. Studenti VŠB-TU Ostrava měli možnost zúčastnit se praktického zaměstnání v kalírně, vyzkoušeli si reálnou práci, kdy řešili logistiku a zpracování zakázky. Již byla zmíněna spolupráce se střední a vysokou školou, ale možnost podívat se, jak to funguje v takovém podniku, mají i žáci škol základních a absolvují exkurzi v deváté třídě, protože v této době se rozhodují o své budoucnosti a je důležité jim ukázat, že technika může být zábavná. Tyto aktivity nejsou přínosem jen pro dané studenty a případně podnik jako takový, že osloví potenciální zaměstnance, ale také pro stávající zaměstnance, kteří si vyzkouší pozici lektorů či učitelů a mohou se zlepšit v prezentačních a dalších schopnostech, které si běžně při své práci nevyzkouší.

Během roku probíhají celofiremní setkání zaměstnanců, která jsou jednak z důvodu školení, ale hlavně zde dochází ke kontaktu všech zaměstnanců, kteří se mají možnost poznat a mohou přijít s novými nápady, inovacemi a mnoho dalších. Každý má prostor vyjádřit svůj názor co se komu nelíbí, případně co a jak zlepšit. Součástí školení jsou probíraná témata například Nový občanský zákoník a seznámení s případnými zásadními změnami nebo Spokojená a výkonná firma. Každý rok vstupují zaměstnanci do práce společně ve spolupráci s Koučink akademie Libchavy je pro ně připraven program v podobě teambuildingových aktivit.

Tento pilíř je pro podnik velmi důležitý, protože je kladen důraz na dobré vztahy a hlavně spokojenost všech. Do tohoto pilíře lze zařadit mnoho aktivit, které tento podnik vykonává. Následuje základní popis těch nejzajímavějších a pro podnik profilových aktivit. Zdroj: GALVAMET, cit. 2016

Dárek jako spolutvorba hodnoty

Dříve podnik podporoval vybrané charitativní organizace přímo finančně na účet, ale dnes se snaží darovat něco, co vytvoří hodnotu a bude to přínosné pro všechny. S Auxiliem, charitativní organizací, tvoří budky a krmítka jako umělecká díla, pak je daruje zákazníkům jako firemní dárek. Zalíbila se jim posloupnost, kdy jedni budku vytvoří, druzí z ní udělají lidové umělecké dílo, třetí jsou obdarovaní a ptáci v zimě mohou snáze přežít.

Galvamedobraní

Tento příběh začal již dříve, zaměstnanec, který byl tichý, byl pro všechny velkou záhadou. Jednatel firmy se s ním bavil a snažil se najít, co ho opravdu baví. Zjistilo se, že velkou zálibou jsou včely, tak došlo k tomu, že vznikl přímo u podniku

včelín a tak si vyrábí vlastní med, který je věnován jako firemní dárek a to pod názvem GALVAMED, který naprosto vystihuje celé propojení.

Náš Tonda je v kalírně 35 let

Podnik je velmi hrdý na to, že jsou tu někteří zaměstnanci vlastně déle než samotný podnik a přesto jsou mu stále odevzdáni a pracují v plném nasazení a pomáhají mladším kolegům. Jako poděkování probíhají oslavy a vždy je darován nějaký osobní dárek, nad kterým se přemýšlí velmi dlouho, aby přinesl radost a byl osobitý.

Vzpomínka na staré dobré časy

„Ze starých filmů známe milé dámy v pozadí domácností, hospodářství a rodin. Byly to hospodyně. Dobré duše, které se staraly o pohodu a bezproblémový chod domácností. My máme naši Kateřinu. Paní milou a pracovitou. Stará se o naše vzdělávací středisko, připravuje občerstvení návštěvám, našim zaměstnaným kolegyním zajistí nákup nebo vyžehlení prádla. Znáte to sami, když najdete dobrého člověka, najdete poklad.“ GALVAMET, cit. 2016

Nám se svátek MDŽ líbí

Přestože je v podniku pouze 11 žen, což je o dost méně než mužů, tak si jich tu o to více váží. Poděkování jim patří hlavně za svědomitou práci, za to, že pečlivostí předstihují muže a udržují skvělé pracovní prostředí.

4.3.3 Environmentální pilíř

GALVAMET spol. s r.o. se velmi snaží, aby byli co nejvíce ekologičtí i přesto, že je to průmyslový podnik. Splňují normy ISO 14001, dále se snaží snižovat energetické náklady, kde jen to jde, svoje zkušenosti předávají dále a také se sami inspirují u jiných firem, co se dá ještě zlepšit. Snaží se o vytváření vztahu člověka k přírodě a to nejen svých zaměstnanců.

Využívají dešťovou vodu a po použití a pročištění ji vrací zpět do výroby, prostory podniku včetně kanceláří a většinu místností vyhřívají odpadní teplem, dále čerpají elektřinu ze slunce a větru. Nebrání se velkým investicím do ekologicky šetrných technologií a hlavně vedou své zaměstnance, aby se i oni chovali odpovědně ke svému okolí a to nejen po dobu pobytu v práci. Sbírají nejen papír a šrot, ale i použité oleje a namísto zneškodnění je dále prodávají. V okolí podniku vytvořili naučnou ekologicko-průmyslovou stezku pro školy a pro veřejnost.

Podnik nemá až tak negativní vliv na životní prostředí, protože se všemi nebezpečnými látkami nakládají dle pravidel. Z administrativní činnosti vzniká odpad, který je tříděn na papír, lepenky, plastové obaly a sklo. Chemické a nebezpečné látky jako jsou filtrační materiály, odpadní rezné emulze a roztoky, odpady z procesu kalení, obaly, které jsou znečištěné nebezpečnými látkami atd., jsou likvidovány speciálními firmami.

Všechny aktivity, které jsou v rámci tohoto pilíře provozovány, jsou součástí Hry o zemi GALVAMET. Jde o to, že aby byla tato země konkurenceschopná, tak

musí hospodařit dle selského rozumu a přinášet do okolí co nejvíce pozitiv. Součástí jsou samozřejmě všichni lidé v okolí – mládež, zaměstnanci, zaměstnavatelé, dále životní prostředí, Vsetín, Česká republika, neziskové organizace, každý jedinec a mnoho dalších, z toho všeho se GALVAMET skládá.

Jednou z pravidelných aktivit je čištění Jasenického potoka, který teče hned před kalírnou. Nepořádek se tam nahromadí částečně i z GALVAMETU spol. s r.o., ale hlavně od ostatních firem. Integra, což je podnik zaměstnávající dlouhodobě nezaměstnané pracovníky, se stará o čistotu potoka a stará se o zeleň v okolí, proto s nimi podnik spolupracuje a několikrát do roka potok čistí. Je to vizitka podniku, aby byl tok čistý, a také je velká škoda, že se v tomto toku již nevyskytují pstruzi a další živočichové, jako tomu bylo dříve.

4.4 SWOT analýza společenské odpovědnosti podniku GALVAMET spol. s r.o.

SWOT analýza je v tomto případě modifikovaná a přizpůsobená danému účelu, kterým je zhodnocení silných a slabých stránek a příležitostí a hrozeb v oblasti společenské odpovědnosti v podniku. V následující tabulce vidíme zásadní body SWOT analýzy, při vytváření reportu je důležité si tyto okolnosti uvědomit a podporovat ty pozitivní, ale hlavně nepodcenit hrozby, které fungování celého podniku mohou neblaze ovlivnit.

Tab. 4 Modifikovaná SWOT analýza

Strengths (silné stránky)	Weaknesses (slabé stránky)
Vytvořený CSR koncept Kladný přístup ke svému okolí Odhodlaní zaměstnanci Důraz na vztah k zákazníkům	Umístění podniku Malá mezinárodní konkurenceschopnost Omezené kapacity výroby
Opportunities (příležitosti)	Threats (hrozby)
Ojedinečnost Střední průmyslová škola strojnická Vsetín Okolí, které podporuje tyto aktivity	Zaměření CSR na neperspektivní skupiny Mladí lidé z okolí odchází Vzdálenost od velkých měst

Silné stránky

Podnik má velmi dobře zpracovaný CSR koncept. Vědí, jakým směrem se ubírají a informují o tom své zaměstnance. Spolupracují s okolními institucemi a připravují akce pro své okolí. Všichni zaměstnanci musí projít úvodním školením seznámit se s hodnotami podniku a sami se rozhodnou, zda vše přijmou a budou chtít být součástí a pracovat na všech hodnotách. Ve službách je důležitý vztah se zákazníky, proto je důležitá vzájemná komunikace.

Slabé stránky

Podnik sídlí v malém městě, které leží mimo hlavní cesty. Podnik je to malý a má omezené prostory, v množství poskytnutí služeb a to hlavně v objemech nelze konkurovat velkým mezinárodním podnikům.

Příležitosti

Podnik je ojedinělý v přístupu ke společenské odpovědnosti. Mnoho malých podniků zatím nemá vypracovaný určitý koncept a nezakládají si na výchově zaměstnanců. Přímo ve městě se nachází střední školy, se kterými podnik spolupracuje a školy spolupracující s podnikem to hodnotí kladně. Je to skvělá příležitost pro žáky. Podnik je přínosný pro své okolí a lidé to dokáží ocenit a sami jsou ochotni pomoci.

Hrozby

CSR aktivity v podniku jsou velmi různorodé a některé přináší pozitiva okolí, ale zpětná akce není až tak přínosná. Tato situace je v rámci CSR vyžadována, při vyvíjení nových aktivit a postupů je důležité si uvědomit, do jaké míry si to podnik může dovolit. Místo podniku není pro mladé lidi perspektivní a většina těch, kteří studují pryč nebo se pracovní uchytili jinde, se zpátky nevrací. Velkou hrozbou je vzdálenost od větších měst, kde by se dali najít potenciální zaměstnanci i zákazníci, ale vzdálenost je odradí.

Strategie

Vhodná strategie vyplývající z analýzy je S – O strategie (vývoj nových metod, které jsou vhodné pro rozvoj silných stránek společnosti). Velkou výhodou lze spatřit v ojedinělosti, protože prozatím tento koncept není moc rozšířen, proto ho lze stále zlepšovat a propagovat. Nejen, že to přiláká nové zaměstnance či zákazníky, ale může to motivovat další strany a to je v oblasti CSR důležitý bod, protože pomocí reportů se rozvíjí komunikace podniků. Proto lze zlepšovat koncept CSR a posouvat ho dále, díky tomu, že je to pro široké okolí něco nového.

4.5 Základní informace o reportu

Společnost GALVAMET dosud žádný report týkající se CSR aktivit nevytvářela. Zatím k tomu neměla žádný důvod, jak již bylo zmíněno dříve, tato společnost aktivity týkající se společenské odpovědnosti provádí zcela přirozeně. Všechny tyto

aktivity jsou založeny na dobrosrdečnosti a lásce k tomu, co každý jedinec dělá. Ocenění tohoto podniku bylo prvním krokem k tomu, aby se o tuto problematiku zajímali více. CSR v tomto podniku není o tom, co jim to přinese nebo jaké zisky z toho povedou. Převládá to, jak oni mohou pomoci svým zaměstnancům, lidem v okolí atd. Otázku reportování řeší z důvodu zájmu, jak jim to může pomoci v případném realizování dalších aktivit, dále zájem o přehled všech aktivit, zda splňují všechny pilíře a oblasti nebo zda se některým oblastem věnují více.

Důležité je říci pro koho bude report vytvářen, kdo bude cílová skupina. Důvody mohou být různé, ale tento podnik chce report zaměřit na zákazníky a osoby žijící v okolí tohoto podniku. Při pohledu na služby, které tato společnost nabízí, si mnoho lidí může říci, že jsou velmi neekologičtí a okolí je může vidět velmi negativně. Opak je však pravdou, provádí mnoho aktivit a má pokročilé systémy, kterými minimalizuje negativní dopady na okolí. Je důležité, aby tyto informace byly k dostání pro všechny zákazníky, aby věděli, jakou cestou se tato společnost dala a případně to ocenit.

Velmi dobrým zdrojem o společnosti je výroční zpráva, však s ohledem na cílovou skupinu, kterou jsou pro tento report zákazníci, je nutné vytvořit zprávu, která bude přijatelnější, hlavně vizuálně a v tomto případě, aby se v ní veřejnost lehce orientovala, aby přinesla správným způsobem nejpodstatnější informace.

Dle metodiky GRI lze zvolit dvě aplikační úrovně – core a comprehensive. Liší se v množství indikátorů, které musí být v reportu zahrnuty, neovlivňují však konečnou kvalitu, pro každý podnik je vhodné něco jiného. Jelikož tento report je zpracováván pro malý podnik a je omezené množství informací, tak je zvolena úroveň core. Dále je nutné rozhodnout o specifických indikátorech, které nejsou povinné pro všechny reporty, povinné jsou pouze obecné indikátory. Specifické se vybírají na základě daného podniku, jeho oboru podnikání a dalších, je nutné vyhodnotit, o kterých informacích je důležité reportovat, které jsou pro daný podnik přínosné a zda lze vůbec data dohledat. Ze specifických indikátorů byly vybrány následující:

Tab. 5 Specifické indikátory

G4-EC4	Finanční pomoc od státu
G4-EN6	Redukce spotřeby energií
G4-EN13	Obnovená nebo chráněná místa
G4-EN27	Rozsah dopadu zmírnění ekologických vlivů produktů a služeb
G4-LA1	Počet a míra obměny zaměstnanců dle věku, pohlaví a místa bydliště
G4-LA9	Průměrný počet hodin strávených vzděláváním na zaměstnance dle pohlaví a dle zaměstnaneckých kategorií
G4-HR3	Počet incidentů, které se týkaly diskriminace a případná opatření
G4-SO1	Počet událostí, které zahrnují místní komunitu, posouzení dopadu a rozvojové programy

Tyto indikátory byly vybrány s ohledem na množství dostupných dat a také dle aktivit, které daný podnik provozuje. Jsou to indikátory, které malý průmyslový podnik dokáže zcela naplnit.

Report bude následně uveřejněn na webových stránkách. Podnik používá pro komunikaci se stakeholdery webové stránky a také profil na sociální síti. Na obou těchto komunikačních kanálech prezentuje svoje CSR aktivity a informuje o všech novinkách, proto nebude nutné vytvářet novou sekci na stránkách, ale pouze zakomponovat do již stávajících, které jsou zpracovány na velmi vysoké úrovni a přehledně a jasně představují společnost.

4.5.1 Vznik reportu

Aby mohl vzniknout report, který bude sloužit i danému podniku, je nutné si stanovit cíl a důvod jeho vzniku. Ve všech částech GRI metodiky je nutné se při vytváření reportu zamyslet nad směřováním daného podniku. Je kladen důraz na systematické tvoření, které bude podporovat daný úkol. Následující vydání by měla být tvořena ve stejném duchu, mohou však být již rozšířena o další oblasti. Problém u jednotlivých oblastí může nastat v tom, že podnik nevede přesné statistiky, i když se o danou oblast zajímá. Tento problém nastává především u malých podniků. V tomto případě jsou v reportu uvedeny ekonomické ukazatele, které lze zjistit ve všech podnicích z výroční zprávy, jsou tedy dobré pro srovnání. V oblasti ekologických indikátorů je náročné sledovat všechny hodnoty, proto nejsou všechny v reportu uvedeny. Uvedeny jsou pouze ty, o kterých lze určité informace zjistit a dohledat. Při vytváření reportu je nutné projít všechny indikátory, pokud v nějaké oblasti zatím data nejsou, tak lze pro příští období již začít tvořit statistiku.

4.6 Doporučený postup při vytváření reportu

Celý report je vypracován třetí stranou a to z důvodu nezájatosti a nestrannosti. Veškeré informace jsou čerpány z ověřených zdrojů. Rozsah a obsah reportu je přizpůsobený danému podniku a také množství informací, které lze zjistit a v tomto rozsahu je schopen každý podnik toto hlášení publikovat. Základní část verze „core“ naplní většina podniků a specifické indikátory si již určí na základě typu podnikání a také dle aktivit, kterým se v jednotlivých oblastech věnuje. Samotný report nakonec ukáže, které oblasti jsou naplněny a ve kterých jsou jisté rezervy. Vše je však nutné hodnotit ve spojitosti s druhem podnikání, takže nelze obecně říci, že musí být vyrovnaně zaplněny všechny oblasti, některé jsou pro danou společnost důležitější a některé by nepřinesly nic ani jedné ze zainteresovaných stran. Nelze generalizovat ani skupinu malé průmyslové podniky i ty se v určitých věcech liší, ale na základě reportování se mohou vzájemně inspirovat v různých oblastech. Tento report však může sloužit jako základní předloha pro malé podniky, které stále váhají, zda se do toho zapojit a vůbec neví jak. Samotný guideline je již navede na cestu, která odpovídá jejich potřebám a pomůže naplnit cíle, které si stanovili.

4.6.1 Základní kroky pro vytvoření reportu

Při vytváření reportu je důležité si uvědomit, za jakým účelem daná zpráva vzniká. Je nutné si stanovit, kdo je cílová skupina, jakým způsobem se bude zpráva šířit, jaké informace jsme ochotni poskytnout a o jakých jsou vedeny záznamy.

Při dalších krocích je již možné postupovat dle dané metodiky. Samozřejmě si lze vytvořit report, který splňuje interní pravidla a autor si sám určí, jakým směrem bude postupovat. Tato možnost je také správná, ale je nutné si stále uvědomovat účel, za kterým report vzniká. Pokud je zvolena metodika GRI, tak lze postupovat krok za krokem přesně dle návodu. Určit si rozsah reportu a následně splnit povinné části, které musí obsahovat všechny reporty. V této části jsou obsaženy informace, které následně lze porovnávat v různých podnicích, ať se jedná o podnik průmyslový nebo například účetní firmu. Podniky se odlišují dle toho, na které části a oblasti se více zaměřují.

Následující část je již plně v rukou daného podniku, může si zvolit, o jakých oblastech bude reportovat. Samozřejmě nejdříve naplní oblasti, ve kterých má nejvíce doložitelných údajů a ve kterých se cítí být silný. Zároveň se během práce s manuálem seznámí s oblastmi, které jsou pro něho nové. Může se na ně v příštím období více zaměřit, aby další report mohl být obohacen o další oblasti. V této části lze dobře vidět a určit, kde jsou určité rezervy. Na konci je uveden rejstřík GRI, který tvoří základní přehled o reportovaných tématech a přímý odkaz na místo v dokumentu, kde lze tyto informace dohledat.

Samotné zpracování reportu je již plně v kompetencích autora. Zohlednit musí cílovou skupinu, způsob publikování a šíření, ale může se rozhodnout sám. Propracované reporty bývají uživatelsky velmi přívětivé při pročítání hlavně v elektronické formě. Dále lze report šířit v tištěné podobě, to už je na daném pod-

niku. Možností vizuálního zpracování je mnoho a vzhled je v tomto případě velmi důležitý, veškeré uveřejněné informace by měly být přehledně uspořádány, aby zaujaly na první pohled. Report je vizitkou firmy, ona se v něm prezentuje a proto je nutné se vyhnout chybám či překlepům, nesprávným informacím a klamavým informacím. To vše vychází ze samotného názvu, že je to report o společenské odpovědnosti.

4.7 Volba strategie dle ekonomických možností

Ve velkých podnicích již často vznikají pracovní pozice, které se přímo věnují problematice společenské odpovědnosti, daní pracovníci vymýšlejí strategii, jakým způsobem budou ve většině případů naplňovat nějaké standardy a očekávání zainteresovaných skupin. Tento způsob je pro podniky poměrně nákladný, velké podniky si to však mohou dovolit, pro malé podniky je to téměř nemožné. Důležité je, že v malých podnicích vzniká CSR strategie odlišně. Založena je na všech zaměstnancích a vedení podniku, je velmi intuitivní a není tvořena dle daných standardů, ale dle potřeb a přání jedinců.

Z výše uvedených důvodů není potřeba, aby v malém podniku byla zřizována pozice přímo pro tuto oblast. Strategie by měla vycházet z celkové politiky podniku. V případě vytváření reportu či informování okolí o aktivitách lze tyto úkony přesunout na administrativního zaměstnance, který to bude mít v rámci své práce, navíc je to člověk, který se během své práce setkává se všemi oblastmi podniku, takže může jednotlivé body podložit vlastními zkušenostmi. V tomto případě jsou náklady pro podnik minimální.

Dalším způsobem, který je vhodný pro malé podniky, je externí zpracování a to studentem v rámci jeho bakalářské či diplomové práce. Pro studenta je to cenná zkušenost, kdy může nahlédnout do fungování podniku a zároveň může přinést své znalosti a obohatit jimi daný podnik. Vzájemná spolupráce je přínosná pro obě strany.

Vydání reportu převážně ve velkých podnicích má reprezentativní účely, proto je důležité klást důraz na vizuální stránku. Množství tištěných vydání však není potřeba velké. Mnohem oblíbenější způsob je zveřejnění reportu na webových stránkách podniku, kde si ho může prohlédnout každý a většinou jsou vytvářeny v interaktivní formě, takže prohlížení čtenáři usnadňují. Záleží na rozhodnutí daného podniku, kolik chce do tištěné formy investovat. V případě barevného tisku na lesklý papír, ve formátu A5 a lepené vazbě jsou ceny uvedeny v následující tabulce. Ceny jsou uvedeny bez DPH.

Tab. 6 Náklady na vydání a tisk

Počet kusů	Cena
1000	22 493 Kč
2000	27 262 Kč
3000	32 347 Kč

Zdroj: <http://www.cenytisku.cz/bookletprint/>

V malém podniku tato forma není důležitá, pokud má podnik webové stránky, kterým se aktivně věnuje, tak lze report uveřejnit tam. Dobré je však poskytnout tištěnou verzi svým zaměstnancům a lidem v blízkém okolí podniku, případně obchodním partnerům. Tady je nutné rozhodnout, v jaké formě tento report dodat. S ohledem na životní prostředí a šetření zdrojů není nutné tisknout lesklé brožury. Pro tyto účely a s vyjádřením vlastního názoru lze tisk provést na obyčejný papír (může být klidně recyklovaný, ne z důvodu šetření peněz, ale životního prostředí) a svázat do kroužkové vazby. Při tisku lze využít inkousty s nízkým obsahem těžkých látek, případně inkousty na rostlinné bázi. Tento tisk je ohleduplnější k životnímu prostředí.

Přínos CSR aktivit a reportování nelze přímo číselně vyjádřit. Na základě rozhovoru s jednatelem firmy a zaměstnanci lze říci, že je to výborný způsob, jak zaměstnance spojit a vytvořit jim možnost spolupráce a vlastní kreativity. Společnými silami jsou schopni provádět i aktivity nad rámec svých pracovních povinností. Pokud budou zájmové skupiny seznámeny se CSR reportem, pak je velmi pravděpodobné, že v případě volby mezi více podniky a to buď z hlediska obchodního, nebo třeba volby zaměstnání, tak zohlední právě tyto skutečnosti. Oni si sami nemusí uvědomovat, co přesně je přimělo k danému rozhodnutí, ale na základě komunikace se zájmovými skupinami vzniká jistý vztah.

4.8 Seznam aktivit pro zavedení do podniku

Podnik GALVAMET již splňuje mnoho bodů, které jsou pro podniky zabývající se společenskou odpovědností typické. Ať již je to spolupráce se školami v okolí nebo třeba umožnění zaměstnancům plnit si své sny. Všemi těmito aktivitami je již vzorem pro podniky další, ale lze uvést další body, kterými se mohou posunout dále a mohou inspirovat nejen své okolí, ale i sami sebe. Všechna následující doporučení jsou pro podnik GALVAMET ve spojitosti s tím, co již provozují. Tyto aktivity lze však uplatnit v každém podniku, jsou tedy doporučením pro široké spektrum zájemců.

V podniku je zaveden systém kontroly finančních úkonů. Dále je dobré zvolit osobu, která bude zodpovědná za sledování sociální a ekologické výkonnosti, měl by to být člověk z řad zaměstnanců.

Důležité je sledovat, zda na vyšší pozice postupují zaměstnanci z nižších pozic, nebo je nutné nabírat na tyto pozice zaměstnance nové. Pokud je nutné hledat nové, tak je potřeba zjistit důvod, proč stávající zaměstnanci nemohou tyto pozice zastat a co jim v tom brání.

Pracovní síla by měla být v celém podniku vyvážená, důležitá je různorodost a genderová vyváženost. Na každé pozici může tato rozdílnost jednotlivých zaměstnanců přinést nové pohledy a nápady.

Dobrá odměna pro zaměstnance může být více placeného volna, množství volna se může odvíjet od odpracované doby v daném podniku. Dalším krokem vpřed je i zavedení zkrácené pracovní doby nebo flexibilní pracovní doba, to je však individuální a nelze aplikovat na všechna pracovní místa.

Pokud je podnik malý, tak nemá cenu přemýšlet nad mateřskou školou přímo na půdě podniku, ale dobré je navázat blízké vztahy s mateřskou školou v okolí.

Na některá pracovní místa nabrat lidi se zdravotním hendikepem či jiným znevýhodněním. V tomto případě také nejsou vhodná všechna pracovní místa, ale lze zapřemýšlet nad tím, jak někoho do podniku zapojit. V podniku GALVAMET by to byla pracovní místa v kancelářích, případně doplňkové práce.

Při sledování spotřeby energií je dobré si vést záznamy a sledovat, zda nedochází k nějakým nečekaným změnám, nebo pokud opakovaně v určitých obdobích dochází k navyšování. Při výskytu těchto událostí je důležité najít příčinu, pokud je to možné, tak ji napravit. Možným důvodem může být zastarávání stroje a případná modernizace může ušetřit energii.

Vhodná je podpora zaměstnanců v hromadném dojíždění do zaměstnání, aby každý nejezdil svým autem, ale využila se všechna místa v autě, pokud mají společnou cestu.

Další vhodné aktivity nebo spíše způsoby, jak zodpovědně přistupovat ke svému okolí může být například volba osvětlení – nejlépe úsporné žárovky nebo LED diody, dále šetřit vodou, to lze mnoha způsoby, mnohdy se stačí pouze zamyslet, například, zda je vážně nutné umývat tak často okna apod. Třídění odpadu by již měla být pro většinu podniků samozřejmostí, ale je nutné k tomu zaměstnance vést a učit je, aby to pro ně bylo přirozené. Vhodné je omezení čistících a dezinfekčních prostředků tam, kde to není vyloženě nutné, zamyslet se nad vhodnější alternativou. V kancelářích je vhodné využívat produkty z recyklovaného materiálu a to jak papíry, tak obálky a mnoho dalšího.

Je na samotném podniku, jak se rozhodne chovat a zda bude určitá pravidla dodržovat. V mnoha věcech se stačí pouze zamyslet, zda ten směr, kterým se podnik ubírá, je vhodný a zda by to nešlo dělat lépe a ohleduplněji.

4.9 Ekonomická interpretace

Je více možností, jak se podnik k vytváření reportu může postavit. Každá z těchto variant má své výhody, ale samozřejmě také určité nevýhody či nedostatky. V malých podnicích je důležité sledovat ekonomickou stránku, jaká možnost pro ně bude nejvýhodnější, aby tyto aktivity mohli v podniku zavést, ale neohrožovalo to samotnou činnost podniku. Zavedení novinek je vždy spojeno s určitou investicí.

Podnik má na výběr z více variant, kdo bude report pro podnik zpracovávat. To je samozřejmě spojeno se strategií a celkovým přístupem k samotnému CSR a k reportování. Samotné aktivity jsou důležitější, report však napomáhá k dalšímu

rozvoji a správnému nastavení jednotlivých kroků. Každá varianta má určité výhody, takže nelze posuzovat pouze finanční náročnost. Jsou zohledněny pouze varianty, které lze použít v malých a středních podnicích.

Report může být zpracován vlastním zaměstnancem, není to však zřízená pozice přímo na CSR v podniku, ale může to být téměř kdokoli. Velkou výhodou je přímý vztah s podnikem, je však nutné, aby report byl vytvořen objektivně. Pokud je autorem reportu člověk z podniku, tak jsou data v reportu podložena vlastní zkušeností. Zda to bude zpracovávat v rámci pracovní doby, nebo mimo ni, to už záleží na domluvě. Za předpokladu, že autor bude reportu věnovat cca 40 hod práce, tak by odpovídající výše odměny byla 5 000 Kč. To je v přepočtu 125 Kč za hodinu, v tomto se však podniky mohou lišit a sami rozhodnout v jaké výši tato odměna bude. Další informace jsou uvedeny v tabulce 7. Rozeslání zajistí zaměstnanec, který report vytváří. Doporučené psaní pro zaslání bulletinu je 54 Kč. (Česká pošta, s.p., cit. 2016)

Tab. 7 Ekonomická interpretace – varianta 1

Varianta 1	Vlastní zaměstnanec	Poznámky
Mzdové náklady/odměny	5 000 Kč	40 hod práce
Tisk	2 249,30 Kč	100 ks
Frekvence reportování	roční	
Způsob komunikace reportu	webové stránky, sociální sítě, tištěná forma	
Bulletin pro partnery	2 700 Kč	Zajištění rozeslání, poštovné, 50 ks
Celkem	9 949 Kč	

V případě zpracování externí firmou případně konzultantem musí podnik počítat s vyšší cenou, ta se pohybuje v hodinové sazbě kolem 600 Kč za hodinu, ovlivňují ji individuální přístup, množství podložených dat a další faktory. Z tabulky 8 vidíme, že celkové náklady jsou vyšší. Musí se počítat s tím, že v případě zaslání bulletinů je potřeba zaplatit nebo zajistit osobu, která to provede. Tuto činnost externí firma neprovádí. Výhodou externího zpracování je nezájatost a nestrannost. Způsob komunikace se stakeholdery je zvolena dle funkčnosti a uveřejní na internetu je šetrné vůči životnímu prostředí, není nutné vše tisknout. Předpokládá se zaslání 50 ks bulletinů partnerům, dalších 50 ks vytištěných reportů je možnost nabídnout zájemcům z blízkého okolí.

Tab. 8 Ekonomická interpretace – varianta 2

Varianta 2	Externí firma/konzultant	Poznámky
Mzdové náklady/odměny	24 000 Kč	40 hod práce
Tisk	2 249,30 Kč	100 ks
Frekvence reportování	roční	
Způsob komunikace reportu	webové stránky, sociální sítě, tištěná forma	
Bulletin pro partnery	3 700 Kč	Zajištění rozeslání, poštovné, 50 ks, vlastní zaměstnanec
Celkem	29 949 Kč	

Dalším možným způsobem je zpracování studentem v rámci jeho závěrečné práce. Mnoho studentů má problém nalézt podnik, který by poskytl informace pro zpracování závěrečné práce, proto je možnost se studenty tímto způsobem spolupracovat. Slabým místem může být nezkušenost, pokud se však obě strany dohodnou na vzájemné spolupráci a shodnou se na svých cílech a očekáváníích, tak je to spolupráce přínosná pro obě strany. Tato varianta je pro podnik nejméně nákladná, co se týče financí, ale zase je potřeba věnovat více času. Důležité je seznámení s celkovým fungováním podniku. Dobré je přiřazení zaměstnance studentovi, který mu bude poskytovat odpovědi na všechny dotazy. V nejlepším případě může spolupráce pokračovat i po vypracování závěrečné práce. Záleží na přístupu daného podniku a způsobu ohodnocení dané práce, hlavní odměnou pro studenta by však měla být právě možnost nahlédnout do podniku a vidět, jak vše v praxi probíhá.

Tab. 9 Ekonomická interpretace – varianta 3

Varianta 3	Student	Poznámky
Mzdové náklady/odměny	0 Kč	Čas na seznámení s podnikem, příspěvek na cestovné
Tisk	2 249 Kč	100 ks
Frekvence reportování	roční	
Způsob komunikace reportu	webové stránky, sociální sítě, tištěná forma	
Bulletin pro partnery	3 700 Kč	Zajištění rozeslání, poštovné, 50 ks, vlastní zaměstnanec
Celkem	5 949 Kč	

Závěrečné srovnání všech variant můžeme vidět v následující tabulce. Kterou variantu si podnik zvolí, je zcela v jeho kompetencích, musí se však shodovat se strategií. Pokud jednou s reportováním podnik začne a zvolený způsob je vyhovující, tak by neměl být problém pokračovat dále. Frekvence reportování je zvolena roční, protože za toto období lze vysledovat případné změny a také zohlednit všechna roční období, pokud je potřeba zjistit výkyvy v produkci apod. (toto je důležité hlavně v podnicích, které jsou závislé na klimatických podmínkách). Komunikace se zainteresovanými skupinami by byla hlavně v elektronické podobě reportu a to na webových stránkách a sociálních sítích. Pro nejbližší partnery a zájemce bude k dispozici i tištěná forma.

Tab. 10 Ekonomická interpretace - srovnání

	Cena	Možné výhody	Možné nevýhody
Vlastní zaměstnanec	9 949 Kč	Vztah k podniku, data	Zaujatost
Externí firma/konzultant	29 949 Kč	Zkušenosti, objektivnost	Není přímý vztah k podniku
Student	5 949 Kč	Vzájemný přínos, zájem	Nezkušenost

5 Diskuse

Literatura k tématu společenská odpovědnost firem (Corporate social responsibility) je momentálně dostupná hlavně v anglickém jazyce, převážně v podobě brožurek nebo článků v zahraničních časopisech. Je možnost čerpat i ze zdrojů, které jsou psány česky, těchto zdrojů však není mnoho, protože toto odvětví se v ČR teprve rozvíjí, abych tento rozvoj podpořila svojí prací, tak je velmi důležité čerpat ze zahraničních zdrojů, které mohou přinést nejen mnoho informací, ale i inspirace.

5.1 Problematika CSR v odborných studiích

Na toto téma jsou zpracovány diplomové práce. Jednu z nich vypracoval Polášek David. Název této práce je Corporate Social Responsibility in Small and Medium-Sized Companies in the Czech Republic (Polášek D., 2010). V této práci se zaměřuje na malé a střední podniky a celkové fungování CSR v ČR a v zahraničí. Poukazuje na problematiku konkurenceschopnosti ve spojitosti se společenskou odpovědností, zda to má velký význam. Zjišťoval povědomí o těchto aktivitách v jednotlivých podnicích a zjistil, že čím je podnik větší, tím více zaměstnanců o tom ví. Je potřeba rozšířit tyto informace i mezi menší podniky, protože jim to může velmi pomoci a není pravda, že by tyto aktivity musely být vždy finančně nákladné a že by si je mohly dovolit jen větší podniky. Nedostatek je právě v té informovanosti.

Práci, která je ještě bližší svým tématem té mojí, vypracovala Steinerová Magdaléna. Zaměřuje se již na problematiku reportování. Název práce je Společenská odpovědnost firem – reportování jako součást implementačního cyklu. (Steinerová M., 2008) V práci se zabývá celkovou implementací, ale důležitou část zabírá právě reporting. V této části je navržena optimální skladba reportu, na co by se nemělo zapomenout, pro koho je vytvářen, ale problematickou část vidím v tom, že není definováno, jaký je přesně obsah.

5.2 GRI pro malé a střední podniky

V práci bylo ukázáno, že i malý podnik může pokrýt základní indikátory GRI metodiky. Pokud se postupuje dle určených kroků a objektivně se vyhodnotí cíl, kterého se chce dosáhnout, tak lze report vytvořit.

Hlavní otázkou však bylo, zda je nutné, aby malé podniky naplňovaly normy a nezůstaly u toho, že tyto aktivity konají zcela přirozeně a dobrovolně. Zatím to není legislativně nařízeno, není však vyloučeno, že tato situace v budoucnu nastane. Hlavním důvodem, který vyplývá z této práce, je, že v této době je důležitá komunikace se zainteresovanými stranami a report je jeden z nástrojů, kterým lze tuto komunikaci podpořit. CSR je v České republice zatím na začátku a každá iniciativa podniků přináší nové informace a nápady pro další podniky. Dále je to velmi důležité pro zákazníky a komunitu, která je kolem daného podniku, ale samozřejmě může být i vzdálená. Pokud zákazníci začnou přihlížet k tomu, kde dané výrob-

ky a služby vznikají, zda jsou v daném podniku dodržována základní práva a svobody a firemní kultura je na určité úrovni, tak se můžeme postupně posouvat dále a lidé začnou oceňovat jisté hodnoty.

6 Závěr

V této bakalářské práci byl vysvětlen pojem CSR a jakou zastává v dnešní době roli hlavně v malých a středních podnicích. Hlavním tématem této práce však není přímo CSR jako takové, ale význam reportování o této oblasti v rámci podniku. Koncept CSR se stále vyvíjí a posouvá dál a komunikace je důležitá pro jednotlivé podniky a jejich okolí. Jsou určité rozdíly ve vytváření reportů v malých a velkých podnicích, každý k tomu přistupuje jinak a samozřejmě je rozdílné množství dat, která podniky sledují. Přínos CSR v podniku je evidentní a to z pohledu všech zainteresovaných stran, report není o tom, že by se podnik chtěl chlubit určitými čísly a informacemi, ale informuje okolí o tom, jak se dají některé věci dělat jinak a zodpovědně. Důležitá je vzájemná inspirace, možností pro CSR aktivity je nepřeberné množství a každý může přijít s něčím novým a získat uznání okolí. V nejlepším případě okolí ovlivnit natolik, že se začne chovat stejně, mnohdy jsou to malé změny, které však přinášají velké výsledky.

Hlavním cílem bylo vytvoření reportu, který je pro daný podnik v této oblasti první. V rámci praktické části byla vysvětlena jednotlivá data a kroky, jak se při vzniku reportu, v rámci GRI metodiky a to nejnovější verze G4, postupuje. Na začátku je důležité si určit rozsah a směřování reportu. Následují povinné části na základě prvotního výběru rozsahu. Další část je již závislá na více faktorech a autor reportu si může zvolit vlastní cestu. Pokud se rozhodne pro určité indikátory, tak musí mít dostatek dat a podkladů. V tomto je u malých a středních podniků zásadní problém, protože se o určité oblasti zajímají nebo se jim přímo věnují, ale neevidují všechna data, která by musela pro GRI report mít. V tomto případě je dobré o těchto oblastech reportovat dostupná data a uvést, že indikátor není zcela naplněn. Tato situace je důležitá pro budoucí vývoj reportování v podniku, kdy si lze zaznamenat místa, kde jsou největší nedostatky a v dalších obdobích lze zachytit více informací a podkladů k dané problematice. V části výsledků jsou uvedeny vybrané indikátory a zdůvodnění výběru. Na základě všech podkladů a informací pro volbu formy reportu byl samotný report vytvořen a byla navržena grafická úprava. Report je připraven pro publikování na webových stránkách a případně pro tisk a dodání v tištěné podobě. S ohledem na životní prostředí je však preferována elektronická forma.

V práci jsou splněny stanovené dílčí cíle, byl vytvořen přehled způsobů měření CSR a odůvodnění volby právě metodiky GRI. Byla zvolena na základě požadavku a práce ukázala, že tato volba je správná. Nebyly provedeny reporty všemi způsoby, takže nelze říci, že je tato volba nejlepší. Lze však říci, že splňuje určité normy a lze provádět srovnání s jinými reporty a v případě budoucí legislativní úpravy lze tuto metodiku použít pro povinné reportování, které však pro malé podniky zatím není legislativně ustanoveno. V budoucnu lze report využít pro srovnání a také pro uvědomění si nedostatků a systematicky na nich pracovat.

Podnik by měl pokračovat v reportování i v následujícím období, protože je důležité srovnání jednotlivých období a následné vyhodnocení, ze srovnání lze vy-

číst důležité závěry. V tomto období byla možnost srovnání finančních ukazatelů na základě výroční zprávy, to bylo v reportu použito.

Metodika byla zvolena samotným podnikem při zadávání, proto byla využita v celé práci. Z výsledkové části plyne, že metodika je po správném zvolení rozsahu vhodná i pro malý průmyslový podnik. V povinné části obsahuje údaje, které by měl každý podnik evidovat. Při vytváření je však důležité přemýšlet nad celkovou strategií a vizí podniku. Report nelze vytvářet samostatně bez propojení s fungováním podniku. Ze specifických indikátorů byly zvoleny ty, o kterých jsou vedeny záznamy v dostatečném rozsahu, a pro příští období budou zaznamenávány podrobnější informace o dalších indikátorech, které jsou v rámci dosavadních aktivit, nejsou však dostatečně monitorovány.

Report podniku poskytne přehled o oblastech jejich zájmu, bylo zjištěno, že zasahuje do většiny oblastí a to poměrně vyrovnaně. Pokud se vezmou v potaz oblasti, o které se zajímá, ale nelze o nich reportovat v rozsahu v jakém GRI metodika vyžaduje, tak převažuje oblast ekologická a sociální. Tyto oblasti jsou v podniku velmi dobře podchyceny a systematicky se na nich pracuje. Stále je však nutné zlepšovat komunikaci se zainteresovanými skupinami a také ji analyzovat. Případně více vyžadovat zpětnou vazbu, která je velmi přínosná a lze ji zapracovat. Pro samotný podnik je report přínosný hlavně pro rekapitulaci a vyhodnocení, co je správně a co ne. Zajímavé může být i srovnání s jinými podniky a to nejlépe ty, které mají podobnou velikost, co se týče odvětví, tak může být výhodné se inspirovat podnikem i z jiného odvětví, protože ti mohou mít více propracované jiné indikátory a pro podnik to může být přínosné. Může začít tolik důležitá komunikace, která může být přínosná v mnoha směrech. Postup při vytváření tohoto reportu lze použít u většiny podniků a to převážně malých, které mají podobnou situaci s množstvím dat a informací, o kterých vedou záznamy.

Podnik GALVAMET je zástupcem malých podniků, kde se CSR aktivity vykonávají přirozeně. Za své konání již byli oceněni mnoha cenami. Následně se začali o tuto problematiku zajímat více a posouvat to i do jiné pozice. Již to není jen o tom, že konají nějaké aktivity, ale snaží se tomu dávat určitý směr. K tomu právě dopomáhá report, který pomůže k uvědomění si současné situace a případnému posunu dál. To je přínos pro samotný podnik, report by měl být samozřejmě přínosný i pro okolí. To bude mít možnost se se vším seznámit, inspirovat se, případně přijít s novou myšlenkou a podnik kontaktovat. Benefity plynoucí ze znalosti konceptu CSR mohou mít rostoucí trend, je však nutné na tom stále pracovat a analyzovat.

7 Literatura

Asociace společenské odpovědnosti [online]. [cit. 2016-05-21]. Dostupné z: <http://www.spolecenskaodpovednostfirem.cz/obsah/5/narodni-sit-global-compact-ceska-republika/>

AĞAN, Yavuz. *The relationships between corporate social responsibility, environmental supplier development, and firm performance*. Journal of cleaner production Volume: 112 Issue 1 (2016) ISSN: 0959-6526 Online ISSN: 1879-1786

Brundtland Report [online]. [cit. 2016-11-15] *Our Common Future. Development and International Cooperation: Environment Technical report United Nations Environment Programme* (UNEP) (1987) Dostupné z: http://www.worldfuturecouncil.org/fileadmin/user_upload/Maja/Future_Justice_Library/1987-brundtland_pp_1-17.pdf

BUSINESS LEADERS FORUM. *Pokyny pro Sustainability Reporting*. 2000. s. 47. [cit. 2015-11-4]. Dostupné z: <http://www.csr-online.cz/wp-content/uploads/2013/03/Czech-G3-Reporting-Guidelines.pdf>

Ceny tisku: *Your right to print for less* [online]. [cit. 2016-11-19]. Dostupné z: <http://www.cenytisku.cz/bookletprint/>

CRANE, Andrew a Dirk. MATTEN. *Business ethics: managing corporate citizenship and sustainability in the age of globalization*. 3rd ed. New York: Oxford University Press, 2010. ISBN 9780199564330.

CROWTHER, D. -- ARAS, G. *A handbook of corporate governance and social responsibility*. Ashgate: Burlington, VB, 2010. 689 s. ISBN 07-546-9217-5.

ČESKÁ POŠTA, s.p.: *Služby* [online]. [cit. 2016-12-17]. Dostupné z: <https://www.ceskaposta.cz/sluzby/psani/cr/doporucene-psani>

GALVAMET: aktuality [online]. [cit. 2016-10-02]. Dostupné z: <http://www.galvamet.cz/aktuality>

GRI: *Discover the Essentials of Reporting* [online]. [cit. 2016-09-21]. Dostupné z: <https://www.globalreporting.org/information/about-gri/gri-history/Pages/GRI's%20history.aspx>

CHOUNARD, Yvon a Vincent STANLEY. *Zodpovědná firma: jak podnikat tak, aby to bylo prospěšné nejen vlastníkům, ale i ostatním lidem a planetě*. Praha: PeopleComm, 2014. ISBN 978-80-87917-12-1.

ISO [online]. [cit. 2016-05-03]. Dostupné z: <http://www.iso.org/iso/home/standards/iso26000.htm>

KAŠPAROVÁ, Klára. *Faktory ovlivňující CSR reportování*. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, 2012. ISBN 978-80-210-5985-6.

KAŠPAROVÁ, Klára. *Reportování o společenské odpovědnosti podniku*. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, 2011. ISBN 978-80-210-5694-7.

KAŠPAROVÁ, Klára a Vilém KUNZ. *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013. Management (Grada). ISBN 978-80-247-4480-3.

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

KUNZ, Vilém. *Společenská odpovědnost firem*. 1. vyd. Praha: Grada, 2012. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3983-0.

PETŘÍKOVÁ, Růžena, et. al., *Společenská odpovědnost organizací*. Vyd. 1. Ostrava: DTO CZ, 2008. ISBN 978-80-02-02099-8.

POLÁŠEK, D., *Corporate Social Responsibility in Small and Medium-Sized Companies in the Czech Republic* [online]. Praha, 2010 [cit. 2015-10-16]. Dostupné z: http://www.csr-online.cz/wp-content/uploads/2012/11/DP_David_Polasek.doc. Diplomová práce. Czech management institute Praha.

Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2015/95/EU, kterou se mění směrnice 2013/34/EU, pokud jde o uvádění nefinančních informací a informací týkajících se rozmanitosti některými velkými podniky a skupinami. In. Úřední věstník Evropské Unie. 22. 10. 2014.

SOKOLOVÁ, M, & MOHELSKÁ, *Corporate social responsibility and family businesses – The case study in the Czech Republic, International Multidisciplinary Scientific Conference On Social Sciences & Arts SGEM*, [online]. 2015. pp. 389-394, Academic Search Ultimate, EBSCOhost, [cit. 2016-11-16].

Standard odpovědná firma [online]. 2010. [cit. 2015-10-16]. Dostupné z: <http://www.byznysprospolecnost.cz/lbg/spolecenska-odpoved>

STEINEROVÁ, M., *Společenská odpovědnost firem – reportování jako součást implementačního cyklu* [online]. Praha, 2008 [cit. 2015-10-16]. Dostupné z: http://www.csr-online.cz/wp-content/uploads/2012/11/DP_Magdalena_Steinerova_Implementacni_cyklus.pdf

SZCZANOWICZ, J. & SANIUK, *Implementation of CSR concept in manufacturing SMEs, Management (1429-9321)*, [online]. 2014. pp. 71-82, Business Source Complete, EBSCOhost, [cit. 2016-11-16].

ŠLECHTA ALEŠ. *Výroční zpráva hospodaření za rok 2015: GALVAMET spol. s r.o.* Vsetín: GALVAMET, 2016, 8 s.

Technické normy [online]. [cit. 2016-05-03]. Dostupné z: http://www.iso-normy.cz/ISO_9001.html

Tipy a triky - *společenská odpovědnost pro malé a střední podniky*. Aktualizované vydání. Praha: Národní informační středisko podpory kvality, 2016. ISBN 978-80-02-02637-2.

Tipy a triky - *společenská odpovědnosti pro malé a střední podniky*. Vyd. 1. Praha: Národní informační středisko podpory kvality, 2014, 23 s. ISBN 978-80-02-02559-7.

WILLIAMS, Oliver F. *Corporate social responsibility: the role of business in sustainable development*. New York: Routledge, Taylor & Francis Group, 2014. ISBN 0415824974.

Zákon č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek. In: *Sbírka zákonů*. 19. 4. 2016. ISSN 1211-1244.

8 Seznam obrázků

Obr. 1	Rozvoj CSR v podniku	14
Obr. 2	Carollova pyramida	15
Obr. 3	Triple Bottom Line	16
Obr. 4	Průměrná měsíční produktivita práce	32

9 Seznam tabulek

Tab. 1	Přehled nejdůležitějších událostí a milníků	22
Tab. 2	Základní informace o GALVAMET spol. s r.o.	29
Tab. 3	Zainterесované skupiny	30
Tab. 4	Modifikovaná SWOT analýza	35
Tab. 5	Specifické indikátory	38
Tab. 6	Náklady na vydání a tisk	41
Tab. 7	Ekonomická interpretace - varianta 1	43
Tab. 8	Ekonomická interpretace - varianta 2	44
Tab. 9	Ekonomická interpretace - varianta 3	44
Tab. 10	Ekonomická interpretace - srovnání	45

Přílohy

Report podniku GALVAMET spol. s r.o.



CSR report podniku
GALVAMET spol. s r.o.



Obsah reportu

Úvodní slovo	2
O nás	3
Report	4
Společnost GALVAMET spol. s r.o.	5
Aktivity v rámci odpovědného podnikání, certifikace a ocenění	10
Zainterесované skupiny	12
Ekonomika	13
Sociální pilíř	14
Environmentální pilíř	16
Závěr	17
Rejstřík GRI	18



Úvodní slovo

Vážení,

dovolte mi, abych jménem svým i své společnosti GALVAMET spol. s r.o. představil první report o společenské odpovědnosti v naší firmě.

Naše firma se zabývá tepelným zpracováním kovů. V tomto reportu chceme přiblížit nejen naše činnosti obchodní a informace o našich službách, ale primárně představit naši společnost jako podnik, který se snaží nabídnout všem zájmovým skupinám jen to nejlepší ve všech oblastech a to hlavně v ochraně životního prostředí a v přístupu k zaměstnancům či zákazníkům.

Úspěch firmy vždy stojí na zaměstnancích, proto na otázku jak motivuji své zaměstnance, aby pracovali, jak nejlépe dovedou, zní moje odpověď - Nesmíte je nutit. Já mohu mluvit jen za ty lidi, kteří tvoří můj nejbližší tým. Ti pracují tak dobře, tak výkonně, že je to nejspíše baví. A kus jejich zápalu snad padá i na lidi z jejich týmů. Nenutím lidi k ničemu. Chci po nich, aby dobře pracovali, to je priorita. Na mně je, abych jim vytvářel možnosti, podmínky, aby mohli pracovat co nejlépe, a pokud budou mít zájem, aby mohli zlepšovat sebe i prostředí kolem sebe. Aby lidi práci dělali s chutí, musíte jim dát svobodu. Nemůžete jim nutit, co si myslíte, že by je mohlo zajímat. To oni musí říci, co by chtěli dělat, v čem by se chtěli zlepšovat. Já jim jen představím možnosti. Pokud budou mít jinou představu, která bude prospěšná firmě, bude vstřícná k životnímu prostředí, k politice města, k naší podnikatelské strategii, tak jdeme do toho.

Věřím, že pokud lidé spolupracují a navzájem se pozitivně ovlivňují, tak dokážou velké věci. Neustále pracujeme na zdokonalení naší interní hry. Jmenuje se Hra O ZEMI GALVAMET. Jedná se o systém, kdy planeta GALVAMET, aby byla trvale konkurenceschopná, hospodaří tak, jak to říká selský rozum. Sbíráme dešťovou vodu, využíváme odpadní teplo pro většinu prostor, vyrobenou elektřinu používáme na chod kanceláří, počítačů a sociálního zázemí. Sbíráme nejen papír a šrot, ale i použité oleje a namísto zneškodnění je dále prodáváme, ale hlavně, vedeme naše lidi k tomu, aby toto vše vzali za své.

Aleš Šlechta
jednatel společnosti



O nás

Firma GALVAMET spol. s r.o. vznikla v roce 1999, všechno však začalo mnohem dříve. Podnik navázal na tradici společnosti Zbrojovka Vsetín, která působila ve stejných prostorech. Tato společnost byla založena v roce 1938 a proslavila se především výrobou munice a zbraní. Zajišťovala pro svoje zaměstnance vlastní vzdělání, protože práce byla velmi odborná a bylo potřeba vše dělat s maximální přesností a v co největší kvalitě.

Rok 1989 přinesl velké změny a došlo k rozdělení Zbrojovky na několik divizí. Z divize Metal následně v roce 1999 vznikl podnik GALVAMET spol. s r.o. Začátky nebyly vůbec jednoduché a stanovené cíle bylo obtížné dosáhnout, to se však podařilo a našli jsme si cestu na trh. Původně nebyl objekt číslo 11, kalírna, vůbec centrem pozornosti. Dnes je již málo oborů, které nepotřebují moderní kalírenské technologie. My jsme plynule navázali na poslání, jaké měla společnost předchozích 70 let a to je poskytovat kvalitní službu zákazníkům ze všech oblastí průmyslu, aby i naše práce došla naplnění.

GALVAMET je společnost s ručením omezeným. Společníkem je Aleš Šlechta, který vlastní 100 % podílu.

Název podniku	GALVAMET spol. s r.o.
Sídlo společnosti	Jasenice 783, 755 01 Vsetín
Právní forma	Společnost s ručením omezeným
IČ	25779893
Základní kapitál	200 000 Kč
Statutární orgán	2 jednatelé – Aleš Šlechta, Ing. Ivona Šlechtová
Předmět podnikání	Tepelné a povrchové zpracování kovů



Report

Report, který právě čtete, je v oblasti CSR v naší firmě první. Kontakt s našimi stakeholdery a jejich informování jsme zatím udržovali pouze pomocí webových stránek a sociálních sítí. Primárně je tento report zacílen na zákazníky a lidi z okolí našeho podniku. Dále je však i pro všechny ostatní, kteří se zajímají o to, jaké aktivity se v rámci CSR dají provozovat a jak se i malý průmyslový podnik může podílet na aktivitách v okolí a přivádět nejen své zaměstnance k lepšímu chování a postoji k přírodě.

Chceme našim stálým zákazníkům představit dění v naší firmě a seznámit je s naším přístupem k vykonávané práci. To však není stěžejní důvod našeho reportu, tím chceme poukázat i na činnosti, které provozujeme mimo pracovní povinnosti a kterými nezištně přinášíme výhody zainteresovaným skupinám.

Celý report je zpracován dle metodiky GRI, která je celosvětově uznávána a je použita nejnovější verze G4. Jelikož se naše firma řadí mezi malé podniky, tak je odpovídající použít aplikační úroveň core, kterou budeme moci z dostupných informací a dat zcela naplnit.

Report používá data primárně z roku 2015 a pro srovnání i hodnoty z roku 2014. Jelikož je to první CSR report pro tuto firmu, tak aktivity z jednotlivých pilířů jsou použity i z dřívějších let. Do budoucna bychom chtěli v tomto reportování pokračovat, přestože to zatím legislativa pro malé a střední podniky nenařizuje. Report přináší informace nejen zájmovým skupinám, ale i nám samotným a při pravidelném reportování budeme mít možnost srovnání. Chtěli bychom reportovat každý rok.

Aspekty, které jsou stěžejní pro tento report, jsou uvedeny v tabulce. Důraz je kladen na to, aby ve specifických indikátorech byly zastoupeny aspekty ze všech třech pilířů. Všechny aspekty, které zohledňujeme, jsou důležité uvnitř podniku i externě. Speciálně v sociálním a environmentálním pilíři jsou vztahy vně firmy velmi důležité, protože ovlivňují okolí.

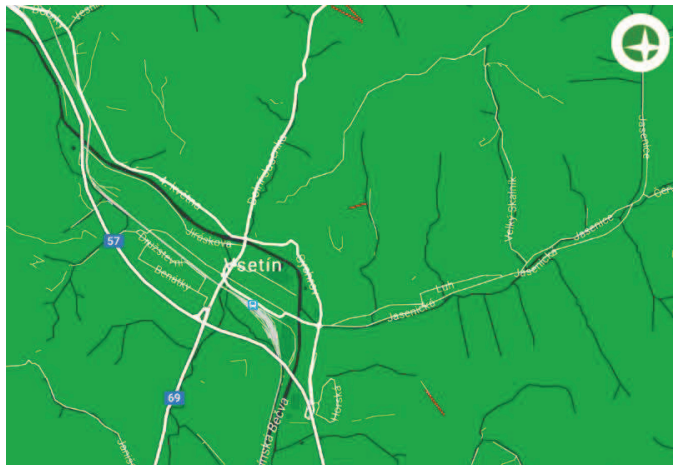
Obecné indikátory	Specifické indikátory
Strategie a analýza	Ekonomické výsledky
Organizační profil	Energie
Identifikované materiální aspekty a hranice	Biodiverzita
Zapojení zainteresovaných stran	Dodržování zásad ochrany životního prostředí
Vláda	Vztahy zaměstnanci-management
Etika a čestnost	Místní komunity
	Zdraví a bezpečnost zákazníků/ dodržování právních předpisů

Report je vytvářen nezávislou externí osobou ve spolupráci s vedením firmy. K vypracování byly doloženy všechny potřebné dokumenty a čerpáno bylo i z osobního jednání s panem jednatelem a návštěvy podniku.



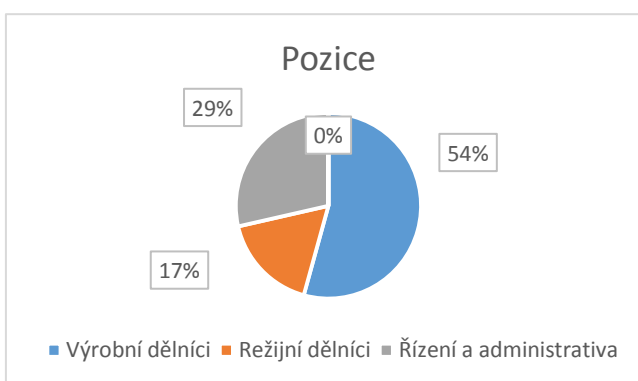
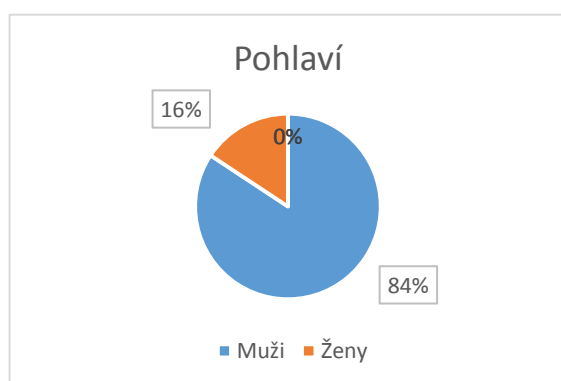
Společnost GALVAMET spol. s r.o.

Naše společnost se nachází v okresním městě Vsetíně ve Zlínském kraji, v oblasti zvané Valašsko. Firma však není umístěna přímo v centru města, ale je trošku stranou. Veškeré činnosti počínaje samotnými službami, dále služby doplňkové a všechny nezbytné administrativní úkony se uskutečňují v jednom areálu. Toto propojení je pro nás velmi důležité, aby všichni zaměstnanci byli v kontaktu, kdykoliv se potřebují na cokoliv zeptat, ale také, aby se všichni měli možnost poznat a věděli, kdo jsou jejich kolegové a kdo s nimi společně vytváří hodnoty. Firma nemá žádnou dceřinou společnost.



Primárně se v rámci našich služeb zaměřujeme na klienty z České republiky, konkurence v zahraničí je vysoká, hlavně v objemech v jakých jsou schopni služby poskytovat a nám záleží na osobním přístupu k jednotlivým zákazníkům a bližších, dlouhodobějších vztazích. Zahraničí se však nevyhýbáme, i tam máme své zákazníky a to ze Slovenska a Polska, tvoří 5 % našich tržeb.

Firma se svojí velikostí řadí mezi malé a střední podniky. Počet stálých zaměstnanců je 70, z toho 11 žen a hlavně v letních měsících se nabírají brigádníci, průměrně dva muži. Zaměstnanci jsou z okolí podniku. Zaměstnané osoby jsou rozděleny následovně – 38 výrobních dělníků, 12 režijních dělníků, 20 osob je zaměstnáno v řízení a administrativě.

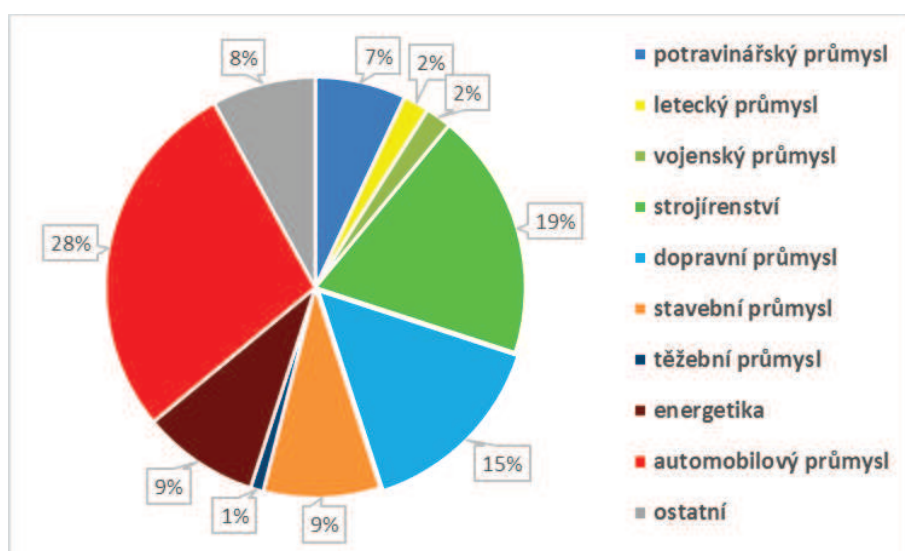


Naši typičtí zákazníci jsou firmy různých velikostí (od 5 do 500 zaměstnanců). Převážně jde o strojírenské firmy – kovářny, lisovny, obrobný, svařovny. Výrobky, které jsou u nás zpracovány a upraveny, se následně uplatňují v automobilovém, leteckém či stavebním průmyslu a dále v mostových konstrukcích, traktorech, vlakových soupravách nebo

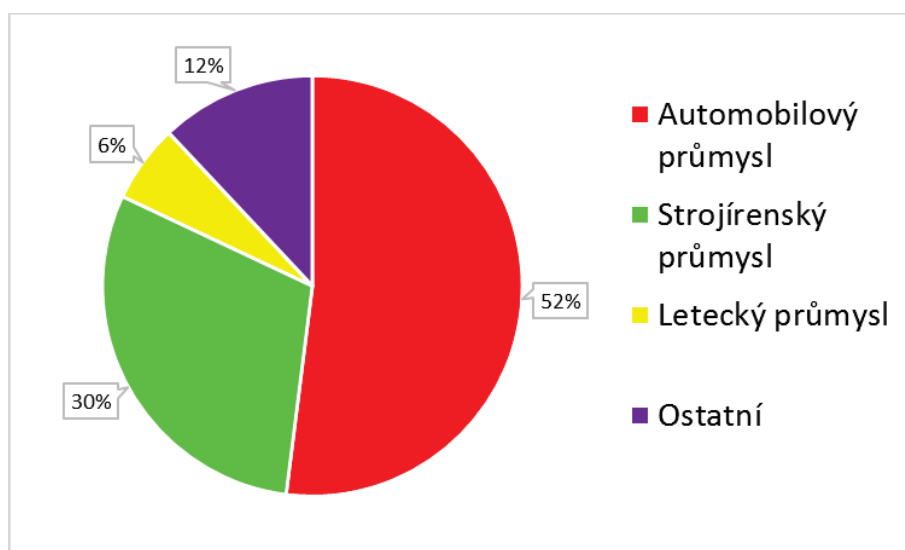


v potravinářství. Rozdělení našich zákazníků lze vidět v následujícím grafu, dále je uveden graf ukazující rozvržení tržeb z jednotlivých odvětví.

Portfolio zákazníků



Rozvržení tržeb





Naše poslání:

Vlastní cestou k poctivému a tvořivému životu a práci.

Naše hodnoty:

Otevřenost

Naši práci provádíme s maximálním nasazením, ale důležitý je pro nás i vztah se zákazníkem a jeho pozitivní zážitek ze spolupráce s námi. Jsme otevření nápadům našich zaměstnanců i zákazníků.

Důvěra

Základem všech vztahů je vzájemná důvěra.

Spolupráce

Skvěle splněná práce, která obnáší více kroků, může vzniknout pouze tehdy, pokud všechny články spolu dokáží komunikovat a spolupracovat.

Odpovědnost

Cítíme se být odpovědní za vše, co konáme.

Pozitivita

S pozitivním přístupem jde práce mnohem lépe a přináší nám zvláštní uspokojení.

Týmová práce

Na základě společných hodnot vytváříme a budujeme podnik s odpovědnou spotřebou, komunikativní prostředí uvnitř podniku a silné pouto k zákazníkovi. Společně pracujeme a společně tvoříme naši budoucnost, to včetně našich sociálních partnerů.

Orientace na zákazníka

Nebereme zákazníky pouze jako další pořadové číslo, abychom si pouze zaznačili – splněno. Každý zákazník je pro nás důležitý a zajímá nás jeho pohled a snažíme se případné připomínky co nejlépe zapracovat.

Orientace na zaměstnance

Důležité je, aby si všichni uvědomili, že mohou kdykoliv říci svůj názor. Pokud nastane jakýkoli problém, ale také pokud chce kdokoliv představit svůj návrh na zlepšení či inovaci. Komunikace je v našem podniku velmi důležitá a to na všech stupních.

Růst hodnoty firmy

Chceme, aby naše firma vzkvétala, hlavně na základě zlepšování jednotlivých zaměstnanců, kterým na firmě záleží.

Naš cíl:

Být tady jako firma i za 70 let.

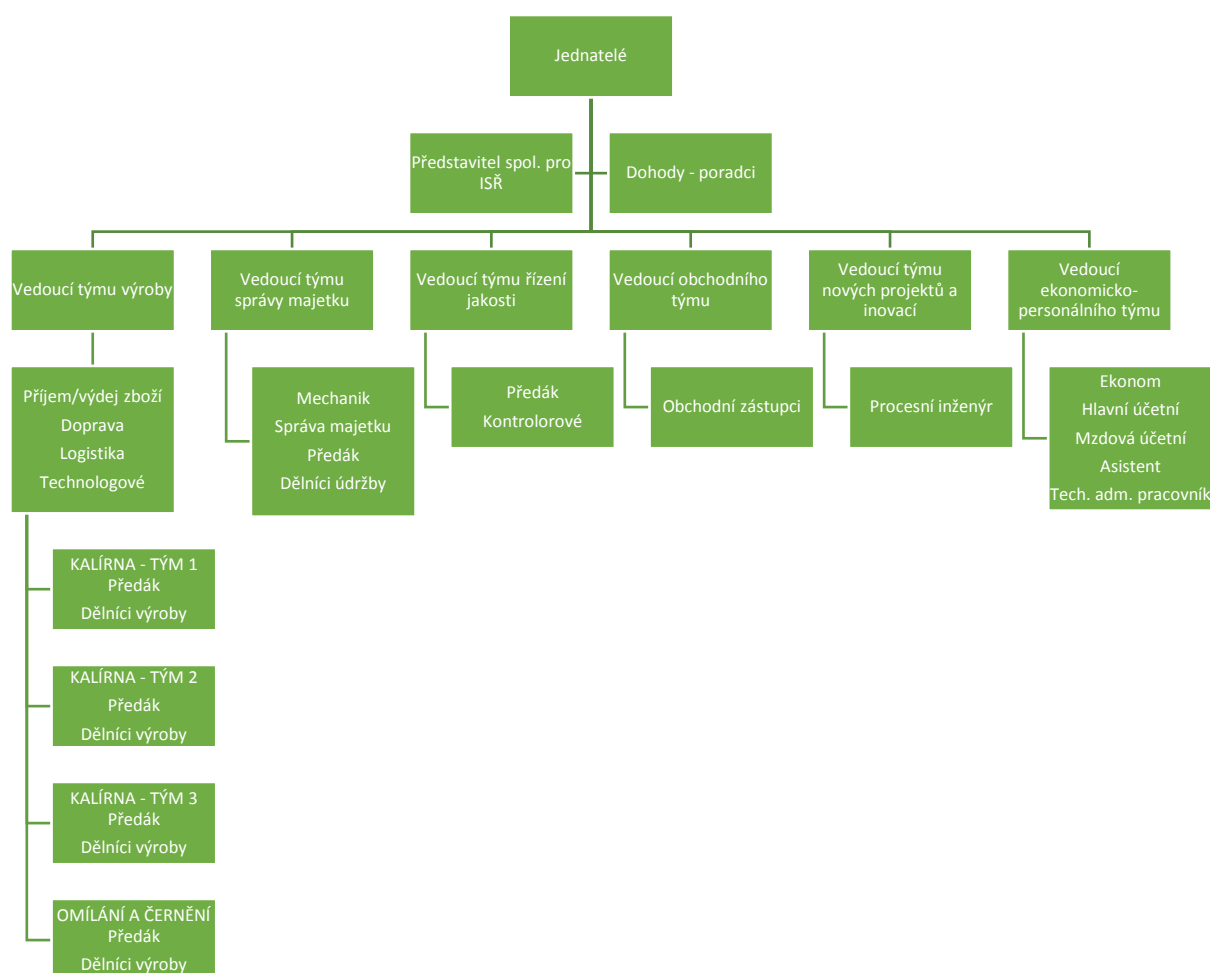


O společnosti

Náš podnik nebyl součástí žádné asociace. Dne 25.11.2016 se v podnikatelském inkubátoru v Kunovicích uskutečnila Valná hromada Moravského leteckého klastru. Toto sdružení několika desítek firem působících v leteckém průmyslu přijalo za člena naši společnost. GALVAMET je tedy řádným členem uskupení, které má za cíl obrodu leteckého průmyslu v ČR a spolupráci s nadnárodními společnostmi jako je AIRBUS, Eurocopter, Augusta, Vestland, Rolls Royce apod. Vzhledem k tomu, že jde o první vstup do nějakého podnikatelského uskupení vůbec, považujeme skutečnost, že se jedná o klastr letectví, za ještě významnější

Podnik má dva jednatele, kterými jsou Aleš Šlechta a Ing. Ivona Šlechtová. Společníkem je Aleš Šlechta a vlastní 100 % podílu

Organizační struktura





Služby

Naše firma nabízí služby tepelného zpracování a povrchové úpravy kovů dle přání zákazníků.

- Tepelné zpracování v ochranné atmosféře
- Vakuové tepelné zpracování + nízkotlaká cementace
- HITEC plynová nitridace
- Žíhání bez ochranné atmosféry
- Povrchové indukční kalení
- Omílání (vibrační odhrotování)
- Tryskání
- Černění

Jelikož se jedná o službu, která je prováděna přímo s materiálem zákazníka, tak veškeré úkony probíhají v našem areálu.



Aktivity v rámci odpovědného podnikání, certifikace a ocenění

Galvamedobraní

Náš Martin se tváří vesele. Je to proto, že právě dostal žihadlo od našich včelek. Nechtěly si nechat vzít svůj originální, přírodní a zdravý produkt.

Med sbíráme pro naše zdraví a jeho účinky na lidský organismus zná i malé dítě. Vysoce organizované včelstvo má produktivitu jako nejlepší automat. Pokud má i dobrého člověka za hospodáře, daří se včelstvu i člověku. Když však nebudeme porovnávat včely se stroji ale lidmi, lehce si domyslíme, že soběstačné včely, které jsou na světě miliony let, jsou na přežití lépe přizpůsobeny než lidé.

Náš Tonda je v kalírně 35 let

Po dovolených jsme začali školením, abychom se rozcvičili před výkonem v druhém pololetí. Na úvod jsme si připomněli, že někteří kolegové zde v kalírně pracovali daleko před námi.

Jedním z nich je Antonín Papšík, který je věrný své profesi již 35 let. Je víc než spolupracovník a instruktor našich mladých kolegů. Můžeme se na něho spolehnout, umí dát slovo chlapa a pro všechny je takovou jistotou v dnešní rozhoupané době.

Vzpomínka na staré dobré časy

Ze starých filmů známe milé dámy v pozadí domácností, hospodářství a rodin. Byly to hospodyně. Dobré duše, které se staraly o pohodu a bezproblémový chod domácností. My máme naši Kateřinu. Paní milou a pracovitou. Stará se o naše vzdělávací středisko, připravuje občerstvení návštěvám, našim zaměstnaným kolegyním zajistí nákup nebo vyžehlení prádla. Znáte to sami, když najdete dobrého člověka, najdete poklad.

Nám se svátek MDŽ líbí

Stačí se na chvíli zastavit, zapřemýšlet nebo zavzpomínat, co pro nás ženy znamenají. Co přesně pro nás znamenají v osobním životě, v práci.

Chlapsky jsme si dali práci na toto téma a vyšlo nám o mnoho víc než karafiát a bonboniéra. Mnohem víc než obyčejný svátek je Mezinárodní den žen ve vztahu k našim kolegyním. Nejde to bez nich, potřebujeme je, jsou pilné i stmelující, víc usměvavé a milé než pouze mužská společnost, jsou tvůrčí a vynalézavé, obětavé a vytrvalé. Nepotřebují asistentky a jejich soběstačnost a spolupráce je na vyšší úrovni než mužská.



Ocenění za společensky prospěšnou činnost

TOP Odpovědná firma

V roce 2013 měla naše firma nejlepší strategii v kategorii TOP Odpovědná malá firma a získala stříbrný certifikát za komplexní odpovědné řízení společnosti a firemní kulturu.

Dne 14. 3. 2013 se naší firmě dostalo ocenění za společensky prospěšnou činnost. Představitelé města Vsetín předali naší společnosti cenu za firemní filantropii a etické podnikání za rok 2012. Je to poděkování všem našim kolegům, kteří se zúčastňují dobrovolnických aktivit – od dárcovství krve až po pomoc s charitativním večerem v prostorách naší firmy. Děkujeme za ocenění.

Ocenění TOP odpovědná firma jsme získali i v roce 2015, kdy jsme v kategorii malých firem vyhráli strategii roku a obdrželi jsme stříbrný certifikát.

Cena za firemní filantropii

V roce 2012 udělilo město Vsetín našemu podnik ocenění za mimořádný počin v oblasti společenské odpovědnosti a etického podnikání.

Firma roku Zlínského kraje

Za svoji strategii v oblasti péče o životní prostředí, vzdělávání zaměstnanců, spolupráce se školami a celkový přístup k odpovědnému kapitalismu získala naše společnost ocenění Odpovědná firma Zlínského kraje za rok 2014.

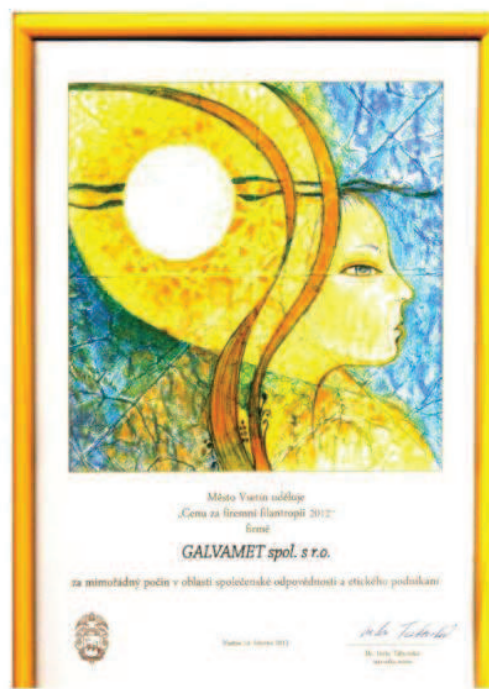
Soutěž Vodafone firma roku se koná každý rok, vyhlášení výsledků proběhlo v hotelu Baltaci ve Zlíně dne 14. 10. 2014.

Cena platformy Byznys pro společnost

V Praze, Liliové ulici, stojí odsvěcený kostel, který Nadace VIZE 97 Dagmar a Václava Havlových vrátili zpátky veřejnosti. Jmenuje se Pražská křižovatka.

Tam se dne 20. 10. 2015 stal GALVAMET, malá firma ze Vsetína, TOP odpovědnou firmou roku 2015, cena za nejlepší strategii. Cena nám byla udělena za celkový odpovědný přístup k podnikání.

Tohoto ocenění si nesmírně vážíme.





Zainteresované skupiny

Lidé, kteří jsou pro nás důležití, jsou z různých zainteresovaných skupin. Protože jsme firma, která nabízí služby, tak jsou pro nás důležití jednak zákazníci, ale samozřejmě také zaměstnanci, kteří dané služby provádí. Pouze spokojený zaměstnanec může vykonávat svoji práci perfektně a přitom příjemně působit na své okolí a i on sám může mít ze své práce radost. Ve světě služeb je každé zaváhání jedince vidět a zákazník si právě těchto, mnohdy maličností, všímá. Vše je krásně propojeno i s další, pro nás velmi důležitou skupinou, kterou jsou obyvatelé Vsetína jeho okolí. Nejen, že z řad těchto lidí, hledáme své zaměstnance, ale snažíme se tomuto regionu přinášet více, než kolik sami bereme. Každý podnik má na své okolí určitý negativní vliv a to hlavně v oblasti životního prostředí, ale mnoho těchto dopadů se dá mírnit nebo dokonce eliminovat a naopak se dá vykonávat mnoho jiných činností, které mají pozitivní dopad.

	Komunikace	Témata
Zákazníci	Osobní kontakt, e-mail, webové stránky, sociální sítě, telefonická komunikace	Kvalita služeb, vzájemná spokojenost, spolupráce, bezpečnost, komunikace
Zaměstnanci	Osobní kontakt, týmové akce, porady, školení, akce pro veřejnost	Komunikace, spolupráce, zdraví a bezpečnost, vzdělávání, rovné pracovní příležitosti, úcta k zaměstnancům
Obyvatelé Vsetína a okolí	Webové stránky, sociální sítě, osobní setkání	Ochrana životního prostředí, pozitivní působení, nová pracovní místa, společenské události
Studenti	Osobní schůzky, sociální sítě, zprostředkovaně přes školy	Komunikace, pracovní příležitosti, spolupráce, možnost realizace



Ekonomika

Údaje za rok 2015

V rámci programu EU - CZ.1.03 OP podnikání a inovace získala naše firma v roce 2015 dotace ve výši 18 896 473,00 Kč.

Výsledek hospodaření za účetní období je 4 867 000.

Tržby v daném období 87 600 000 Kč (včetně prodeje majetků)

Celková zadluženost: 57,13

Podíl vlastního kapitálu: 42,87

Celková aktiva 70 225 000 Kč

Vlastní kapitál 30 105 000 Kč

Cizí zdroje 39 148 000 Kč

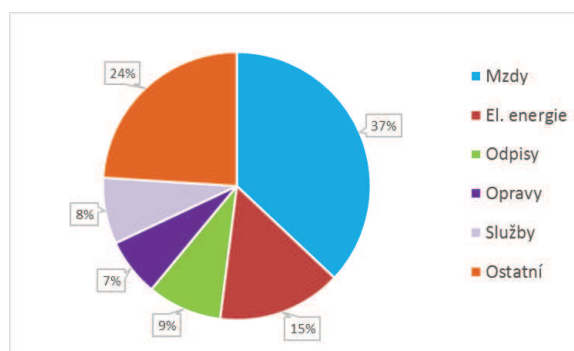
Ukazatel	Rok 2014	Rok 2015
Výkony	75 450 Kč	86 362 Kč
Provozní výsledek hospodaření	8 442 Kč	7 012 Kč
Finanční výsledek hospodaření	-501 Kč	-831 Kč
Výsledek hospodaření před zdaněním	7 941 Kč	6 181 Kč

V předcházejících letech byly provedeny investice do nových modernějších technologií ve výrobě a to se pozitivně projevilo v objemu poskytovaných služeb a tudíž i tržeb z prodeje služeb. Tržby za rok 2015 byly 86, 362 mil. Kč, v roce 2014 to bylo 75, 450 mil. Kč. Meziroční nárůst byl tedy 14,46 %. Co se týče mezinárodní spolupráce, tak tato firma má zákazníky ze Slovenska a Polska, je to asi 5 % tržeb.

Vliv na zisk firmy je ovlivněn finanční situací na trhu, výhodou je, že to není ovlivněno klimatickými podmínkami apod. Zákazníci této firmy jsou z textilního, stavebního, vojenského, ale hlavně automobilového průmyslu, důležité je klást důraz na dlouhodobé vztahy. Jsou to perspektivní oblasti průmyslu, které služby tohoto podniku potřebují stále. Jak již bylo zmíněno, modernizace pomohla ke zvýšení objemu poskytovaných služeb, tudíž se zvedla hodnota poskytovaných služeb, protože odběratelé mají stále větší zájem.

Plány na další roky jsou spojeny se snahou stát se respektovanou firmou. V budoucnu bude docházet ke koupi nových strojů nahrazujících staré, které budou méně energeticky náročné a také ulehčí práci zaměstnancům při obsluze daných strojů. Výhodou bude i ušetřený čas.

Největší podíl nákladových položek v našem podniku zabírají mzdy zaměstnanců, představují 37 %. Další položky jsou zobrazeny v grafu.





Sociální pilíř

Zakládáme si na tom, aby se naši zaměstnanci pravidelně setkávali. Jedním z důvodů jsou společná školení, ale pro nás je mnohem důležitější kontakt všech zaměstnanců, kteří se mají možnost poznat a jsou vítáni jejich nápady, inovace a další myšlenky. Každý má prostor projevit svůj názor, mohou se vyjádřit ke všemu, co je trápí a jak se dá co zlepšit. Průměrně stráví naši zaměstnanci těmito aktivitami každý více než osm pracovních dnů, na vzdělávání našich zaměstnanců si zakládáme a každé společné setkání je přínosné pro všechny strany.

Dalším způsobem komunikace se zaměstnanci je pohovor. Každý zaměstnanec vyplňuje dotazník, který obsahuje otázky týkající se ho samotného a jeho osobních cílů, dále otázky ohledně podniku, kdy zaměstnanec může vyjádřit svůj názor, dát tipy na zlepšení případně poukázat na problémy, které lze následně řešit. Důležitá je při těchto pohovorech otevřenost. Důraz je kladen na správné definování cílů a cesty, jak se k danému cíli dostat.

Každý nově příchozí zaměstnanec nejdříve absolvuje seznamovací kolečko. To spočívá v tom, že si přečte základní informace o chování v podniku, seznámí se základy slušného chování, se vším, co se od něj v tomto směru bude očekávat. Každý člověk přichází z odlišného prostředí, každá rodina je jiná a proto je nutné nové zaměstnance seznámit s tím, jak to chodí. Kolečko je to proto, že až dojde k poslednímu bodu, tak lze opět pokračovat od začátku, protože všechno souvisí se vším.

Dále každý měsíc pořádáme inspirativní snídani, kterých se mohou účastnit všichni zaměstnanci a poslechnout si aktuálního hosta. Těchto akcí se účastní i externí zájemci.

Odměňování a benefity

V naší firmě si uvědomujeme, že základ dobré společnosti jsou spokojení a motivovaní zaměstnanci. Je důležité, aby se sami mohli podílet na rozvoji podniku, ale také na svém osobním rozvoji a rozšiřování znalostí a schopností. U nás je mnoho příležitostí, jak na sobě mohou pracovat. Máme vytvořený systém odměňování, který je pro všechny velmi spravedlivý. Nástupní plat se postupně zvyšuje a to jednak na základě osobního ohodnocení, které záleží na plnění úkolů a celkovém přístupu k práci. Mnohem důležitější je pro nás odměňování na základě zvyšování kvalifikace. Všichni zaměstnanci jsou seznámeni s jednotlivými kroky a mohou se sami rozhodnout, kterou kvalifikaci si chtějí dodělat. Tento způsob je přínosný pro obě strany.

Mezi další benefity patří jednak zapůjčení náradí, automobilu, školící místnosti a mnoho dalšího, dále sociální podpora a to ve více podobách např. příspěvek při narození dítěte. Mezi zdravotní benefity patří životní pojištění, penzijní připojištění nebo poukaz na rekreační pobyt. Dále finanční benefity, kterých je také více, ale např. lze uvést odměnu za inovační projekty, týmové projekty nebo individuální práci.

Budoucnost firmy není pouze o tom, jak to chce vedení, ale hlavně to stojí na všech zaměstnancích. Prokázal to den, kdy vedoucí neformálních týmů prezentovali myšlenky



a sny, jak si přejí, aby vypadal Galvamet v rámci projektu 2024. Všechny týmy předvedly úžasnou práci. Všude se chce souhra spolupracovníků ve výrobě, ale důležité je také propojení s lidmi, kteří pracují v kancelářích na počítači, mají svůj uzavřený svět, ale propojení těchto částí celku je nesmírně přínosné. Společné bubnování pod vedením je jako sehrát ten nesehraný fotbalový klub. Tady se pozná sólista, ulejšák, nemuzikální tvor i exhibicionista. Protože jsme poslušní, při souhře byla vidět snaha, na výsledku úleva a na potlesku, že se naše vystoupení líbilo. Snažíme se, aby akcí, které probíhají v tomto stylu, bylo co nejvíce.

Spolupráce se školami

Pro chod naší firmy jsou důležití zaměstnanci a je velmi dobré si je vychovávat již v začátcích jejich profesního života či přípravy na něj. Spolupracujeme se středními odbornými školami, ale i základními školami a univerzitami. Bližší spolupráci máme se Střední průmyslovou školou strojnickou Vsetín. Této spolupráce si velmi vážíme a věříme, že je tato aktivita přínosná pro samotné studenty a to nejen pro ty, kteří k nám následně nastoupí na praxi, ale i pro ty, kteří mají šanci vidět, jak to v podniku může vypadat a fungovat.



Environmentální pilíř

Využíváme dešťovou vodu a po použití a pročištění ji vracíme zpět do výroby, prostory podniku včetně kanceláří a většinu místností vyhříváme odpadním teplem, dále čerpáme elektřinu ze slunce a větru. Nebráníme se velkým investicím do ekologicky šetrných technologií a hlavně vedeme své zaměstnance, aby se i oni chovali odpovědně ke svému okolí a to nejen po dobu pobytu v práci. Sbíráme nejen papír a šrot, ale i použité oleje a namísto zneškodnění je dále prodáváme. V okolí podniku jsme vytvořili naučnou ekologicko-průmyslovou stezku pro školy a pro veřejnost.

Ekologizace

Společnost je propagátorem ekologie v průmyslových podnicích. Mimo zavedené ISO 14001 se aktivně věnujeme snižování energetických nákladů, investujeme do nových podpůrných technologií, inspirujeme ostatní společnosti, vzděláváme mládež a podporujeme vztah k přírodě Valašska.



Vybudovali jsme naučnou ekologicko-průmyslovou stezku. Nejen, že by mládež měla mít vztah ke krásné přírodě, ale aby věděla, jak to udělat, aby se stav dále nezhoršoval a to i prostřednictvím průmyslových podniků. Stezka je zčásti veřejná při hlavní komunikaci a z části je k využití na požádání. Má okruh vnitřní a vnější, kdy vnitřní detailně provádí po jednotlivých zastávkách. Pro školy a instituce je prohlídka na požádání zdarma.

System pro trvale udržitelný rozvoj

Máme originální ekologický systém propojení povrchové vody, našich technologií, větrného čerpadla, jímání teplé vody z technologií, tepelných čerpadel, ohřevu vody pro hygienické účely, solární fotovoltaické elektrárny a desítek dalších inovací.



Závěr

Děkuji Vám za zájem o podnik GALVAMET spol. s r.o. a o tento report o společenské odpovědnosti v tomto podniku. Představila jsem Vám aktivity a činnosti tohoto podniku, ve všem chce podnik nadále pokračovat a především přicházet s novými nápady a ideami. Věřím, že Vám report poskytl nové informace, které pro Vás byly zajímavé. Tento report je pro podnik první a doufám, že naplnil Vaše očekávání a dozvěděli jste se vše, co Vás zajímalo.

Pokud se chcete dozvědět něco více o vzniku tohoto reportu, případně se doptat na některé údaje, tak neváhejte kontaktovat autorku na emailovou adresu sulova1@seznam.cz. Vaše nápady a připomínky či případné dotazy přijme a zodpoví i jednatel společnosti na emailové adrese slechta@galvamet.cz

Veronika Šulová

Studentka PEF Mendelu, autorka reportu



Rejstřík GRI

Obecné standardní indikátory			
Obecné informace	Stručný popis	Stránka	Reportováno
Strategie a analýza			
G4-1	Prohlášení nejvýše postavené osoby ve společnosti	2	ANO
Profil organizace			
G4-3	Název organizace	3	ANO
G4-4	Základní značky, produkty a služby	9	ANO
G4-5	Umístění sídla společnosti	3	ANO
G4-6	Počet zemí, se kterými podnik spolupracuje	13	ANO
G4-7	Vlastnictví a právní forma	3	ANO
G4-8	Trhy, na kterých organizace působí	-	NE
G4-9	Velikost organizace a zaměstnanci	5, 6	ANO
G4-10	Pracovní smlouvy	5	ANO
G4-11	Odborové svazy v rámci společnosti	-	NE
G4-12	Dodavatelský řetězec	9	ANO
G4-13	Změny mezi vykazovanými obdobími	-	NE
G4-14	Preventivní přístup	16	ANO
G4-15	Principy a skupiny, ke kterým se společnost hlásí	7	ANO
G4-16	Členství v asociacích	8	ANO
Zjištěné podstatné aspekty a jejich hranice			
G4-17	Právní subjekty zahrnuté v této zprávě	3	ANO
G4-18	Proces definování klíčových oblastí	4	ANO
G4-19	Klíčové oblasti	4	ANO
G4-20	Relevance klíčových oblastí interně	4	ANO
G4-21	Relevance klíčových oblastí externě	4	ANO
G4-22	Následky změn informací oproti předešlému reportu	-	NE
G4-23	Zásadní změny oproti předešlému reportu	-	NE
Zainteresované skupiny			
G4-24	Seznam zainteresovaných skupin	12	ANO
G4-25	Výběr cílových skupin	12	ANO
G4-26	Přístup společnosti k cílovým skupinám	12	ANO
G4-27	Odpovídající téma pro jednotlivé skupiny	12	ANO
Profil reportu			
G4-28	Perioda vykazování	4	ANO
G4-29	Datum předcházejícího reportu	-	NE
G4-30	Cyklus vykazování	4	ANO
G4-31	Kontakty pro dotazy ohledně reportu	17	ANO
G4-32	Rejstřík GRI	18, 19	ANO
G4-33	Ověření kvality zveřejnění reportu	4	ANO
Vedení organizace			
G4-34	Struktura řízení společnosti	8	ANO
Etika a integrita			
G4-56	Hodnoty, normy a standardy společnosti	7	ANO



Specifické standardní indikátory			
Obecné informace	Stručný popis	Stránka	Reportováno
Ekonomická výkonnost			
G4-EC4	Finanční pomoc od státu	13	ANO
Environmentální			
G4-EN6	Redukce spotřeby energií	16	ANO
G4-EN13	Obnovená nebo chráněná místa	16	ANO
G4-EN27	Rozsah dopadu zmírnění ekologických vlivů produktů a služeb	16	ANO
Sociální			
G4-LA1	Míra obměny zaměstnanců dle věku, pohlaví a místa bydliště	5	ANO
G4-LA9	Průměrný počet hodin strávených vzděláváním	14	ANO
Lidská práva			
G4-HR3	Počet incidentů, které se týkaly diskriminace a případná opatření	14	ANO
Společnost			
G4-SO1	Počet událostí, které zahrnují místní komunitu	10	ANO