

**Univerzita Pardubice**

Fakulta chemicko-technologická

Katedra ekonomiky a managementu chemických a potravinářských podniků

**Finanční a nefinanční reporting dle aktuální  
české legislativy a jeho zpracování v podniku  
chemického průmyslu**

Bc. Eliška Fialová

Diplomová práce

2019



Univerzita Pardubice  
Fakulta chemicko-technologická  
Akademický rok: 2018/2019

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Eliška Fialová**  
Osobní číslo: **C17409**  
Studijní program: **N2807 Chemické a procesní inženýrství**  
Studijní obor: **Ekonomika a management chemických a potravinářských podniků**  
Název tématu: **Finanční a nefinanční reporting dle aktuální české legislativy a jeho zpracování v podniku chemického průmyslu**  
Zadávací katedra: **Katedra ekonomiky a managementu chemického a potravinářského průmyslu**

### Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

1. Vymezit podnikový reporting v rámci vedení účetnictví, vymezit druhy podnikových reportů a způsoby jejich šíření.
2. Vymezit finanční reporting, podobu výkazů a jejich právní základ.
3. Vymezit nefinanční reporting, provázanost na společenskou odpovědnost firem, vymezení podoby výkazů, právních základů a dalších podkladů pro jejich zpracování.
4. Provést posouzení zpracovávání finančního a nefinančního reportingu v podniku chemického průmyslu (kvalitativní výzkum).
5. Zpracovat návrh nefinančního reportu podniku chemického průmyslu v rozsahu dle zvoleného standardu. Zpracovat návrh doporučení pro vedení finančního a nefinančního reportingu v posuzovaném podniku.
6. Provést zhodnocení a závěr.

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy: cca 50 stran

Forma zpracování diplomové práce: tištěná/elektronická

Seznam odborné literatury:

1. Šolajová, L., Fibírová, J. Reporting. Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-2759-2.
2. Kunz, V. Společenská odpovědnost firem. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-3983-0.
3. Žák, M. (Ed.) Účetnictví a reporting udržitelného rozvoje: (na mikroekonomické a makroekonomické úrovni). Praha: Linde, 2009. ISBN 978-80-86131-82-5.
4. Dvořáková, D. Finanční účetnictví a výkaznictví podle mezinárodních standardů IFRS. Brno: BizBooks, 2014. ISBN 978-80-265-0149-7.
5. IAS/IFRS standardy v platném znění.
6. Zákon o účetnictví č. 563/91 Sb. v platném znění.

Vedoucí diplomové práce: Ing. Jana Košťálová, Ph.D.

Katedra ekonomiky a managementu chemického a potravinářského průmyslu

Datum zadání diplomové práce: 28. února 2019

Termín odevzdání diplomové práce: 10. května 2019



prof. Ing. Petr Kalenda, CSC.  
děkan

L.S.



Ing. Jan Vávra, Ph.D.  
vedoucí katedry

V Pardubicích dne 23. února 2019

Prohlašuji:

Tuto práci jsem vypracovala samostatně. Veškeré literární prameny a informace, které jsem v práci využila, jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Byla jsem seznámena s tím, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000 Sb., autorský zákon, zejména se skutečností, že Univerzita Pardubice má právo na uzavření licenční smlouvy o užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona, a s tím, že pokud dojde k užití této práce mnou nebo bude poskytnuta licence o užití jinému subjektu, je Univerzita Pardubice oprávněna ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila, a to podle okolností až do jejich skutečné výše.

Beru na vědomí, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších předpisů, a směrnicí Univerzity Pardubice č. 9/2012, bude práce zveřejněna v Univerzitní knihovně a prostřednictvím Digitální knihovny Univerzity Pardubice.

V Pardubicích dne 10. 5. 2019

Bc. Eliška Fialová

## **PODĚKOVÁNÍ**

Na tomto místě bych ráda poděkovala Ing. Janě Košťálové, Ph.D. za cenné připomínky k diplomové práci a odborné rady, které přispěly k dokončení diplomové práci. Rovněž děkuji Janě Juskové ze společnosti MOL Česká republika, s.r.o. za spolupráci a poskytnutí nezbytných informací pro praktickou část práce.

## **ANOTACE**

Diplomová práce je zaměřena na problematiku podnikového reportingu. Na základě rešerše odborné literatury byly reporty rozděleny dle různých hledisek do skupin, přičemž práce se zabývá reportingem finančním a nefinančním. U těchto reportů je v práci prezentováno, co má být jejich obsahem, dle jakých standardů se vytvářejí a jak je možné je distribuovat. V souvislosti s nefinančním reportingem je rovněž osvětlena problematika Společenské odpovědnosti firem, na základě které jsou nefinanční reporty specifikovány. Na zpracovanou rešerši navazuje praktická část, ve které je uveden finanční report společnosti z chemického průmyslu a rovněž je pro společnost zpracován report nefinanční.

## **KLÍČOVÁ SLOVA**

Reporting, finanční reporting, finanční výkaznictví, nefinanční reporting, společenská odpovědnost firem, standardy nefinančního reportingu.

## **TITLE**

Financial and non-financial reporting according to current Czech legislation and its processing in the chemical industry

## **ANNOTATION**

This paper is focused on the issue of reporting. Based on the literature review reports were divided by several aspects into groups. This thesis chooses from them the groups of financial and non-financial reporting. For these groups is determined, what should they contain, which standards should they follow and how they could be distributed. In relation with non-financial reporting is also clarified the problematics of Corporate Social Responsibility, based on which the non-financial reporting is specified. The research is followed by a practical part, which includes a financial report of a company from the chemical industry and also a non-financial report was created for the company.

## **KEY WORDS**

Reporting, financial reporting, financial statements, non-financial reporting, Corporate Social Responsibility, standards for non-financial reporting.

# OBSAH

<b>Úvod .....</b>	<b>9</b>
<b>1 Podnikový reporting .....</b>	<b>11</b>
1.1 Druhy podnikových reportů.....	12
1.2 Výchozí postupy pro tvorbu výkazů a reportů.....	14
1.3 Způsoby šíření reportů.....	15
<b>2 Finanční reporting .....</b>	<b>17</b>
2.1 Právní základ .....	17
2.2 Finanční výkazy.....	20
<b>3 Nefinanční reporting.....</b>	<b>22</b>
3.1 Vysvětlení principu CSR.....	22
3.1.1 Oblasti CSR.....	22
3.1.2 Stakeholders .....	24
3.1.3 Přínosy a problémy CSR .....	25
3.2 Specifikace nefinančního reportingu .....	27
3.2.1 Důvody pro vytváření nefinančních reportů.....	30
3.2.2 Faktory ovlivňující nefinanční reportování .....	31
3.2.3 Standardy pro tvorbu nefinančních reportů .....	33
3.2.4 Obsah nefinančních reportů.....	40
3.2.5 Trendy v oblasti CSR a nefinančního reportingu .....	42
<b>4 Návrh zpracování reportů ve společnosti MOL Česká republika, s.r.o. ....</b>	<b>44</b>
4.1 Finanční reporting v podniku MOL Česká republika, S.R.O. ....	44
4.2 Nefinanční reporting v podniku MOL Česká republika, s.r.o. ....	45
4.2.1 Popis postupu zpracování nefinančního reportu dle Standardu GRI .....	46
4.2.2 Návrh nefinančního reportu společnosti MOL Česká republika, s.r.o. ....	47
4.3 Shrnutí praktické části .....	59
4.3.1 Hodnocení zpracovaného reportu.....	59
4.3.2 Doporučení pro zpracování nefinančního reportu .....	61
<b>Závěr .....</b>	<b>63</b>
<b>Seznam literatury.....</b>	<b>65</b>
<b>Seznam tabulek .....</b>	<b>70</b>
<b>Seznam příloh.....</b>	<b>71</b>



## ÚVOD

V tržním prostředí operují tři základní subjekty – domácnosti, stát a firmy. Domácnosti chtějí prostřednictvím nabídky na trhu uspokojit své potřeby. Stát vystupuje jako tvůrce pravidel, které se na trhu musí dodržovat, modifikátor trhu a subjekt odstraňující negativní dopady na ekonomiku. Firmy na trh dodávají výrobky a služby a na trhu výrobních faktorů nakupují od domácností jejich zdroje, aby mohly znovu produkovat své výkony. A aby firmám domácnosti prodaly své výkony a aby stát měl o firmě dostatečný přehled, musí firma oběma subjektům poskytovat o své činnosti relevantní, pravdivé a dostatečně obsáhlé informace. Stát zajímají zejména data vedoucí ke správnému stanovení daňové povinnosti, k čemuž v první řadě slouží finanční reporting v podobě finančních výkazů. Ty rovněž slouží vlastníkům podniků a manažerům jako jeden z nástrojů řízení podniku a jako zdroj informací o úspěšnosti podnikatelské činnosti. Avšak domácnosti (a často i stát) chtějí o firmě vědět i jiné informace, než jen souhrny a přehledy čísel.

Existence firem na trhu má totiž i jiné dopady, než pouze produkování výkonů a tvorbu zisku. Řadí se mezi ně zejména dopad firemních aktivit na životní prostředí a celkově na společnost. Postupné uvědomování si těchto dopadů svých činností vedlo ke vzniku konceptu Společenské odpovědnosti firem, který bude v práci konkretizován. Ve spojitosti s tímto konceptem vyvstala i potřeba o odpovědných aktivitách podniku informovat, což se týká zejména toho, jak se firmy s jednotlivými dopady vyrovnávají, jakým způsobem se snaží předcházet negativním dopadům svých aktivit nebo je minimalizovat. Vykazování nefinančních informací umožňuje podnikům šířit o sobě informace, které nesouvisí pouze s hlavní činností podniku, ale které mohou ovlivňovat nejen zaměstnance uvnitř podniku, ale i ostatní zainteresované osoby.

Ze zmíněných informací vyplývá i zaměření práce na podnikový reporting, a to jak na finanční, tak i nefinanční. Cílem práce je zanalyzovat dostupné informace, které jsou využitelné pro tvorbu finančních a nefinančních reportů v podniku a na jejich základě pak ve spolupráci s konkrétní firmou vytvořit nefinanční report podniku.

V rámci teoretické části budou v první kapitole práce uvedeny informace o různých druzích reportů, které podniky mohou v rámci své činnosti vytvářet. Budou rozlišeny jednotlivé druhy reportů, specifikovány standardy pro jejich tvorbu a komunikační kanály pro jejich šíření.

Druhá část práce bude zaměřena na finanční reporting, jeho úlohu v podniku, právní normy, které ho upravují a na jednotlivé finanční výkazy, které jsou v podniku zpracovávány.

Ve třetí kapitole bude představen reporting nefinanční. Nejprve bude specifikován koncept společenské odpovědnosti firem, ze kterého nefinanční reporting vyplývá. V rámci společenské odpovědnosti budou uvedeny její jednotlivé pilíře, výhody a nevýhody aplikace tohoto přístupu a budou definovány zainteresované skupiny. Druhá část třetí kapitoly pak bude zaměřena na nefinanční reporty, jejich obsah, důvody jejich tvorby a faktory, které je ovlivňují. V souvislosti s nefinančními reporty jsou v této části představeny jednotlivé standardy, podle kterých je možné nefinanční reporty sestavovat.

V praktické části bude ve spolupráci s firmou působící v chemickém průmyslu vytvořen nefinanční report, který bude zohledňovat informace a postupy uvedené v teoretické části práce. Rovněž budou uvedeny informace spojené s finančními reporty, které jsou v podniku vytvářeny.

# 1 PODNIKOVÝ REPORTING

Slovo reporting podle Misařové (Žák a kol., 2009, s. 264) se dá vyložit jako „*podávání přehledových zpráv (informací) o průběhu stavu daných aktivit či prací.*“ Podnikový reporting je komplex výkazů a zpráv, které shromažďují vnitropodnikové informace a slouží k řízení podnikových organizačních jednotek i podniku jako celku. (Kunz, s. 10) Komplexnost ve své definici zmiňuje i Hřebíček (Žák a kol., 2009, s. 273), když zmiňuje, že reporting je „komplexní systém zpravodajství v organizaci poskytující vnitřním i vnějším zainteresovaným stranám informace, které se jich mohou dotýkat či které je mohou ovlivňovat“. Dle Tetřevové a kol. (2017, s. 99) reporting náleží do informačního systému podniku a zahrnuje sběr, analýzu a zpracování dat, přeměnu dat v informace a jejich následnou distribuci a jeho cílem je dle Mikovcové (2007, s. 156) poskytnout všem úrovním managementu podniku informace, které jsou podstatné pro tvorbu rozhodnutí.

Jedním z jeho hlavních úkolů je zajištění aktuálních, relevantních a kvalitních externích i interních informací, které jsou následně obsaženy ve zpracovávané zprávě. Reporting má rovněž přispět k plnění strategických cílů podniku, má umožnit kontrolu prostřednictvím prezentovaných a vykazovaných údajů a odchylek od plánovaných a očekávaných hodnot, má umožnit zhodnocení přijatých opatření a jejich dopadů a podobně. (Mikovcová, 2007, s. 159). Druhým úkolem je jeho využití pro komunikování se zainteresovanými stranami (Tetřevová a kol., 2017, s. 99).

Základním a často užívaným zdrojem dat pro reporty jsou údaje z finančního účetnictví. (Mikovcová, 2007, s. 156) Tyto informace jsou v podniku na základě zákonné povinnosti (dle Zákona 563/1991 Sb., ve znění pozdějších předpisů) sledované a tudíž i snadno dostupné.

V procesu přípravy podnikových reportů by podniky měly dodržovat tyto zásady (Šoljaková a Fibírová, 2010, s. 11):

- identifikovat cílovou skupinu reportů a zjistit jejich požadavky a potřeby z hlediska obsahu, formy i času obsažených informací;
- rozlišovat obsah a formu reportů dle jejich požadavků;
- zvolit vhodnou formu reportů (tištěná, elektronická, kombinace);
- sestavit vhodný design reportů a ten následně vždy využívat;

- vybrat vhodný způsob distribuce a ochránit důvěrné informace jejich oddělením od ostatních;
- vyžadovat a využívat zpětnou vazbu čtenářů, zjistit jejich způsob využití reportů a využít připomínky pro zlepšení.

Pokud se podnik bude držet tohoto postupu, bude schopen si vybudovat funkční systém reportů v podniku, které podniku prospějí nejen při jeho řízení, ale i při zlepšování vztahů se zainteresovanými stranami.

## 1.1 DRUHY PODNIKOVÝCH REPORTŮ

V podniku se vytváří nezanedbatelné množství reportů, které se liší dle jejich příjemců. Ovšem potřeba kvalitního zpracování těchto výstupů však zůstává u všech stejná. Takto vypracovaný report by měl být dle Tetřevové a kol. (2017, s. 99): *„obsahově úplný, věcný, přesný, srozumitelný, důvěryhodný, transparentní, spolehlivý, neutrální formálně vyhovující, porovnatelný a měl by být zveřejňován pravidelně“*. Z hlediska obsahového mohou reporty zahrnovat široké spektrum informací od interních podnikových výkazů o hospodaření až po informace o činnostech organizace týkajících se udržitelného rozvoje, společenské odpovědnosti poskytovaných vnitřním i vnějším zainteresovaným stranám (Žák a kol., 2009, s. 273). Obsah a forma jednotlivých podnikových reportů bývá většinou dána firemními směrnici a závaznými pokyny, kterými se zpracovatel zprávy musí řídit (Mikovcová, 2007, s. 156). Podobně se vyjadřují i Šoljaková a Fibírová (2010, s. 14) – *„obsah, úprava a četnost vyhotovování výkazů a zpráv závisí na potřebách konkrétního podniku“*.

Kromě podnikových směrnic ovlivňuje podobu a obsah reportů platná legislativa. Nejdůležitější je Zákon o účetnictví (563/1991 Sb.), který se zabývá zejména finančními reporty, ale pro vybrané účetní jednotky upravuje i povinnost nefinančního reportingu. Dále jsou pro zpracování finančních reportů potřebné vyhlášky, které se vážou k zákonu o účetnictví a české účetní standardy. Legislativní úprava nefinančních reportů je v českém právu poměrně nová, poněvadž zákon č. 462/2016 Sb., který novelizoval Zákon o účetnictví (563/1991 Sb.), byl přijat v roce 2016 a vstoupil v platnost od začátku roku 2017. Tato zákonná úprava přenesla do českého práva směrnici Evropské unie č.

2014/96/EU. Všechny zmíněné legislativní normy budou podrobněji prezentovány v dalších částech práce.

Základní rozlišení vypracovávaných zpráv a reportů je, zda jsou určeny uživatelům uvnitř nebo vně podniku. V rámci uzpůsobení reportů daným uživatelům podnik upravuje obsah, formální úpravu nebo distribuci informací. (Šoljaková a Fibírová, 2010, s. 11) Dle tohoto hlediska se rozlišuje reporting:

- externí – výkazy určené pro uživatele, kteří mají přístup jen ke zveřejňovaným informacím. Řadí se sem výkazy pro státní orgány (finanční úřady, instituce správy sociálního zabezpečení, zdravotní pojišťovny, Český statistický úřad, úřady práce, místní organizace hygienické služby, inspekce životního prostředí atd.), spolupracující organizace (dodavatelé, odběratelé, banky), zaměstnance, orgány veřejné správy na komunální úrovni, širokou veřejnost atd.;
- interní – reporty potřebné pro řízení podniku, přijímání rozhodnutí i ke kontrole, jak jsou plněny stanovené cíle. Jejich příjemci jsou zejména zástupci managementu na různých úrovních řízení. Dalšími odběrateli mohou být vlastníci, kteří neřídí podnik z pozice manažerů nebo interní podnikové kontrolní orgány, mezi které se řadí například dozorčí rada. V rámci velkých podniků mohou být odběrateli i vnitropodnikoví auditoři, kteří využívají obdržené informace právě pro vnitropodnikové auditování.

Dalším velmi podstatným rozlišujícím faktorem pro dělení reportů na podnikové úrovni je, zda se zabývají hlavní podnikatelskou činností a její číselnou kvantifikací nebo zda se zabývají ostatními aktivitami, které s hlavní činností přímo nesouvisí, ale vzájemně se ovlivňují (toto třídící hledisko je využito i v další části práce). Dá se tedy říct, že tyto dva druhy reportingu můžeme odlišit dle toho, zda obsahují spíše informace týkající se finančních výsledků podniku či dokumentují jiné podnikové aktivity. Z tohoto pohledu dělíme reporty na (Žák a kol., 2009, s. 189):

- finanční – jejich cílem je podat věrný a poctivý obraz účetní jednotky. Řadí se sem zejména tři základní účetní výkazy – rozvaha, výkaz zisku a ztráty a výkaz peněžních toků. Jejich obsah, členění a výběr informací by měly být vzájemně propojeny;
- nefinanční – podávají informace, které nesouvisí s prezentací ekonomických výsledků plynoucích z hlavní podnikatelské činnosti podniku, ale zabývají se

zejména aktivitami podniku, které mají dopad na životní prostředí, filantropickými aktivitami, aktivitami na podporu zaměstnanců, tedy působení podniku v sociální oblasti a podobně.

Z hlediska pravidelnosti lze podnikový reporting rozdělit na (Šoljaková a Fibírová, 2010, s. 14):

- standardní – výstupy tvořené v pravidelných intervalech (roční, čtvrtletní, měsíční, ale i týdenní a denní). Mají předem stanovenou strukturu a požadovaný obsah;
- mimořádný – tvořené na základě konkrétního požadavku. Mimořádnost se může týkat jak termínu požadavku a vyhotovení, tak i struktury reportu nebo obsažených informací.

Dle struktury a obsahu jednotlivých výkazů, zpráv a reportů lze odlišit reporty (Šoljaková a Fibírová, 2010, s. 15):

- souhrnné – obsahují základní ukazatele a informace o činnosti podniku v daném období, jejich srovnání s plánovanými hodnotami či porovnání s hodnotami předešlého období. Tyto výstupy by měly být doplněny o komentář, který upřesní uvedené informace;
- dílčí – souvisí s danou oblastí, za kterou byly vypracovány (obchodní, výrobní, marketingovou, personální, IT atd.). Jejich struktura a obsah vychází z podnikových směrnic a lze ji dle potřeby měnit.

Dělicích kritérií je možné pro reporty najít poměrně dost. Stejným dělením reportů pro další obsah této práce je rozdělení reportů na finanční a nefinanční.

## **1.2 VÝCHOZÍ POSTUPY PRO TVORBU VÝKAZŮ A REPORTŮ**

Proto, aby při zpracování jednotlivých dat na očekávané výstupy nedocházelo k jejich pokrívání, znepřehlednění a dalším deformacím, existují pro jejich tvorbu různé metodiky. Metodikou se rozumí to, že informace jsou zpracovány dle předem známého a definovaného postupu tak, aby bylo dosaženo požadovaného výstupu. (Mikovcová, 2007, s. 158) Podobně lze říci o standardech, že jsou to dobrovolné podněty, které sdělují, jaké postupy a typy chování by měly být následovány. Rovněž však omezují

chování podniku tím, že nepřímo podniku říkají, které postupy a aktivity by neměl praktikovat. (Kašparová a Kunz, 2013, s. 45)

Při tvorbě jednotlivých reportů by kromě dodržování metodik a postupů měly být dodržovány určité zásady, které uvádí například Mikovcová (2007, s. 162):

- objektivita – v podniku i jeho okolí se střetávají požadavky jednotlivých zainteresovaných skupin, proto by informace obsažené v reportech měly být nezkreslené, nezávislé a objektivní tak, aby z nich každý mohl získat pravdivý pohled na věc;
- ověřitelnost a srozumitelnost – data by měla být zpracována přehledně a srozumitelně a mělo by být uvedeno, kde byla získána;
- vhodný obsah, forma a struktura zprávy – tyto vlastnosti by měly být uzpůsobeny dle konkrétní situace a uživatele;
- včasnost – poskytnout zprávy a informace ve správný čas.

Kromě zmíněných zásad se podniky musí řídit zejména legislativou, která je spojena zejména s finančními reporty, a mohou využívat i dostupné standardy, které jsou naopak spojeny zejména s reporty nefinančními. Problematika legislativy i standardů bude v další části práce uvedena podrobněji.

### 1.3 ZPŮSOBY ŠÍŘENÍ REPORTŮ

Vypracované podnikové reporty mohou být z podniku mezi stakeholdery distribuovány různými cestami a způsoby. Jedněmi z hlavních příjemců finančních informací jsou státní orgány, které dle obdržených a ověřovaných informací stanovují podnikům daňovou povinnost. Podniky jsou povinny finanční informace zveřejňovat a to například prostřednictvím veřejných rejstříků (např. obchodní rejstřík). Ale dle Dostála (2018) tuto povinnost české podniky neberou příliš vážně, poněvadž za rok 2016 tyto informace nezveřejnilo 69% firem. Podle autora je podstatným důvodem fakt, že podniky jsou sice povinny informace publikovat, stát však tuto povinnost nevymáhá, čímž jsou znevýhodňovány podniky, které nařízení dodržují. Dalšími způsoby, které může podnik pro šíření informací o svých činnostech využít, jsou Dle Business Leaders Fora Česká Republika (2008, s. 22) např. výroční zprávy v tištěné i elektronické podobě, webové stránky, oznámení zasílaná klasickou či elektronickou poštou, bezplatná telefonní linka či využití médií prostřednictvím placených inzercí či PR aktivit.

V dnešní době podniky své reporty publikují jak v tištěné podobě, tak hlavně v elektronické verzi ve formátu PDF, který následně umisťují na své internetové stránky nebo profily na sociálních sítích. Výhodou tohoto způsobu je, že s minimálními náklady (na straně podniku i čtenáře) má report velký dosah a může si ho zobrazit větší počet lidí. Zmíněný formát je výhodný i proto, že ho lze zobrazit téměř ve všech zařízeních s různými operačními programy. V případě dostupnosti reportu ve více jazykových mutacích zejména v angličtině, je pak report dostupný co nejširšímu okruhu zájemců.

Jedním ze základních způsobů zveřejňování informací o činnostech podniku jsou výroční zprávy. Podniky mají povinnost publikovat výroční zprávu ze zákona a zákon rovněž stanoví, jaké jsou povinné součásti výroční zprávy. Vzhledem k tomu, že díky zákonné povinnosti jsou výroční zprávy připravovány pravidelně, využívají ji podniky často také k publikování nefinančních informací. Zároveň je veřejně dostupná (i když jak bylo řečeno, ne všechny podniky ji opravdu zveřejňují), tudíž ji potenciálně může vidět větší množství zájemců. Ti rovněž mohou získat na jednom místě ucelený pohled na podnik díky tomu, že výroční zprávy mohou obsahovat jak informace finanční, tak i nefinanční. Na druhou stranu zapojením nefinančních informací do výročních zpráv je může značně prodloužit a zneřehlednit, což naopak čtenáře odradí. (Kašparová a Kunz, 2013, s. 68) Dle výzkumu KPMG (2017, s. 21) celosvětově roste počet podniků, které nefinanční informace uvádějí v rámci svých výročních zpráv. Od roku 2011 se toto číslo zvýšilo z 44% na 78% sledovaných světových podniků v roce 2017. Podniky tedy věří, že nefinanční informace jsou rovněž relevantní pro investory stejně jako informace finanční a pro možnost získání uceleného pohledu na věc je uvádějí v jedné zprávě.

Dalším hojně využívaným způsobem je na základě sebraných informací vytvořit speciální sekce na webových stránkách podniku. Jednotlivé sekce se pak mohou věnovat i informacím z oblasti CSR. Díky možnosti rozklikávání jednotlivých podtémat je možné prezentovat zde informace v přehledné a strukturované podobě, což je poměrně přívětivý způsob prezentace, srozumitelný všem čtenářům zajímajícím se o CSR sledovaného podniku. (Kašparová a Kunz, 2013, s. 68)



## 2 FINANČNÍ REPORTING

Finanční reporting podává informace o finanční situaci podniku a jeho výkonnosti, a to zejména externím uživatelům – finančním a státním orgánům, dodavatelům, odběratelům a podobně). Tyto finanční informace jsou předkládány v rámci finančních výkazů, které jsou stejně jako samotné postupy finančního účetnictví regulovány zákony a právními předpisy (národními i mezinárodními). (Šteker a Otrusinová, 2016, s. 16)

### 2.1 PRÁVNÍ ZÁKLAD

Jak již bylo zmíněno, finanční účetnictví a výkaznictví se řídí celou řadou předpisů. Mezi ty nejdůležitější se dle Šteker a Otrusinové (2016, s. 35) či Knápkové a spol. (2017, s. 41) řadí:

- zákon o účetnictví – zákon č. 563/1991 Sb. o účetnictví je nejvyšším právním předpisem týkajícím se účetnictví. Stanovuje rozsah a způsob vedení účetnictví, upravuje účetní závěrku a její obsah, způsob použití IFRS pro sestavení účetní závěrky, požadavky průkaznost účetnictví a podmínky předávání informací státním orgánům;
- vyhlášky k zákonu o účetnictví – jako doplněk k zákonu o účetnictví vydává ministerstvo financí vyhlášky pro jednotlivé druhy účetních jednotek – vyhláška pro podnikatele, vyhlášky pro banky a jiné finanční instituce, vyhláška pro pojišťovny, vyhláška pro zdravotní pojišťovny, vyhláška pro nepodnikatelské subjekty, vyhláška pro vybrané účetní jednotky, vyhlášky upravují rozsah a způsob sestavení účetní závěrky, obsahové vymezení jednotlivých výkazů, účetní metody a jejich vymezení a další;
- české účetní standardy – slouží k porovnatelnosti publikovaných informací jednotlivými subjekty; zabývají se zejména konkretizováním účetních metod, postupů účtování a tvorbou výkazů;
- vnitřní směrnice účetní jednotky – soubor pravidel, postupů, pravomocí a odpovědností v daných účetních činnostech, měly by být součástí podnikových předpisů, nutná je jejich průběžná aktualizace dle změn v zákonech.

Finanční účetnictví se stále vyvíjí a jednotlivé státy si do svých legislativních požadavků komponují různé požadavky, které jsou specifické pro danou zemi.

V rámci globalizace je však jasně viditelná snaha o harmonizaci, což je dle Kovanicové (2004, s. 113) snaha o sblížení účetnictví různých zemí, ať již celosvětově nebo v rámci seskupení států jako je Evropská unie. Díky této harmonizaci je pak možné porovnávat jednotlivé výstupy podniků z různých států. Nejen z těchto důvodů je proto potřeba ke zmíněným českým normám a standardům přiřadit i standardy mezinárodní. V rámci Evropské unie byly vytvořeny Mezinárodní standardy účetního výkaznictví (International Financial Reporting Standards, IFRS) a ve Spojených státech amerických byla harmonizace provedena na základě standardů United States Generally Accepted Accounting (US GAAP). Tyto standardy jsou využívány celosvětově, ale například podniky emitující cenné papíry registrované na území Evropské unie musí povinně vytvářet účetní závěrku dle IFRS. (Dvořáková, 2014, s. 3)

Podniky, operující na českém trhu, se musí primárně řídit požadavky české účetní legislativy, ale ta je ve značné míře harmonizována s legislativou přijímanou v rámci EU. Požadavky Evropské unie na účetnictví jsou reprezentovány zejména čtvrtou (č. 78/660/EHS), sedmou (č. 83/349/EHS) a osmou směrnicí (č. 82/253/EHS) EU, která vychází z mezinárodních účetních standardů IFRS. (Kovanicová, 2012, s. 124, 171)

Legislativa v oblasti účetnictví se rychle rozvíjí a přináší nové poznatky. Novela zákona o účetnictví č. 221/2015 Sb., platná od účetního období roku 2016, přinesla dvě zásadní změny – zavedla kategorizaci účetních jednotek a znovuzavedla jednoduché účetnictví. V jednoduchém účetnictví se neúčtuje o nákladech a výnosech, ale o výdajích a příjmech a majetku a závazcích. Tento způsob vedení účetnictví je umožněn pouze určitým účetním jednotkám (jako jsou spolky a církve), které zároveň nejsou plátcí DPH, jejich příjmy za poslední období nepřesáhly 3 mil. Kč a hodnota jejich majetku je rovněž nižší než částka 3 mil. Kč. Tato úprava se vztahuje pouze na právnické osoby, fyzické osoby mohou nadále využívat daňovou evidenci nebo účetnictví ve zjednodušeném rozsahu, ve kterém nepodléhají auditu.

Druhou zmíněnou změnou je rozdělení účetních jednotek do kategorií dle jejich velikosti, které vypadají následovně:

- mikro účetní jednotka – hraniční hodnoty jsou - majetek 9 mil. Kč, roční úhrn čistého obrátu 18 mil. Kč, průměrný počet zaměstnanců 10. Aby mohla být účetní jednotka klasifikována jako mikro, musí ale ve dvou z těchto ukazatelů vykazovat nižší hodnoty;

- malá účetní jednotka – hraniční hodnoty jsou – majetek 100 mil. Kč, roční úhrn čistého obratu 200 mil. Kč, průměrný počet zaměstnanců 50. Malou účetní jednotkou je subjekt, který nejméně ve dvou ukazatelích nepřesahuje hraniční hodnoty;
- střední účetní jednotka – hraniční hodnoty jsou – majetek 500 mil. Kč, roční úhrn čistého obratu 1 mld. Kč, průměrný počet zaměstnanců 250. Střední účetní jednotka nesmí přesáhnout zmíněné hodnoty alespoň ve dvou z uvedených ukazatelů;
- velká účetní jednotka – taková jednotka, která není ani jednou z předchozích a která překračuje nejméně dvě z těchto hodnot - majetek 500 mil. Kč, roční úhrn čistého obratu 1 mld. Kč, průměrný počet zaměstnanců 250.

Kategorizace účetních jednotek se následně využívá při stanovování požadavků na tyto subjekty a rovněž se využívají pro stanovení určitých úlev, které se mohou dostat menším jednotkám. Například některé mikro a malé účetní jednotky bez povinnosti auditu mohou vést účetnictví ve zkráceném rozsahu. Rozvaha, která je vytvořena ve zkráceném rozsahu, obsahuje v části aktiv – pohledávky za upsaný kapitál, dlouhodobý majetek, oběžná aktiva a časové rozlišení aktiv. V rámci pasiv jsou to rovněž čtyři položky – vlastní kapitál, rezervy, závazky a časové rozlišení pasiv. Sestavování tohoto typu rozvahy je pro účetní jednotky snazší, ovšem nemusí postačovat pro prezentaci výsledků například bankám. Výkaz zisku a ztráty ve zkráceném rozsahu mohou vést pouze subjekty, které splňují předchozí podmínky (mikro a malé účetní jednotky bez povinnosti auditu), ale navíc nejsou obchodními společnostmi. V takovém případě mohou ve výkazu uvádět pouze některé položky.

Na novelu zákona o účetnictví navazuje změna prováděcí vyhlášky pro podnikatele č. 500/2002 Sb., která byla novelizována vyhláškou č. 250/2015 Sb. Tato novela přinesla změny v sestavování účetních výkazů a zavedla povinnost pro střední a velké účetní jednotky, které musí jako součást účetní závěrky uvádět rovněž přehled o peněžních tocích a přehled o změnách vlastního kapitálu. Jednou ze změn, kterou novela přinesla, je, že o přírůstcích nebo úbytcích zásob vytvořených vlastní činností se neúčtuje jako o výnosech, ale jako nákladech účtové skupiny 58 (změna stavu zásob vlastní činnosti a aktivace). Dary již nejsou účtovány jako nárůst kapitálu, ale jako provozní či finanční výnos. Aktivace zásob a dlouhodobého majetku vytvořeného vlastní činností se

účtuje jako snížení nákladů ve zmíněné účtové skupině 58. (Běhounek, 2017) Změny z roku 2017 a 2018 se již netýkají finančních výkazů.

## 2.2 FINANČNÍ VÝKAZY

V rámci finančního reportingu s ohledem na výše zmíněné právní předpisy se sestavují tři základní výkazy: rozvaha, výkaz zisku a ztráty a výkaz o peněžních tocích.

Rozvaha je výkaz, který se zabývá stavem majetku a zdrojů jeho krytí k určitému datu a podává tím informace důležité pro posouzení finanční kondice podniku. (Kovanicová, 2004, s. 9) V rozvaze se vždy musí rovnat aktiva pasivům. Dle Kovanicové (2012, s. 361) podává rozvaha informace o:

- finanční skladbě aktiv – rozlišuje aktivity stálá (dlouhodobá) a oběžná (krátkodobá), aktiva jsou řazena dle likvidnosti (rychlosti jejich přeměny v peníze);
- likviditě – ta vypovídá o schopnosti podniku splácet své závazky, pohledávky a závazky jsou proto v rozvaze řazeny dle zůstatkové doby jejich splatnosti;
- finanční struktury – o velikosti a poměru vlastních a cizích zdrojů;
- struktury vlastního kapitálu – podává informace o velikosti základního kapitálu či výsledku hospodaření běžného i minulých období.

Výkaz zisku a ztráty podává informace o výkonnosti podniku. Zabývá se náklady a výnosy, které podnik za dané období vyprodukoval. Ty mohou být buď provozní (z hlavní výdělečné činnosti podniku) nebo finanční (operace na finančním trhu). Náklady mohou být v tomto výkazu uvedeny buď v druhovém, nebo účelovém členění. Druhové členění sleduje náklady dle jejich druhu, neboli jaký náklad byl vynaložen (spotřeba materiálu, mzdové náklady apod.). Účelové členění nákladů se zabývá příčinou jejich vzniku, neboli na jaký účel byly vynaloženy (na výrobu, prodej, správu). S poslední úpravou legislativy, při které 1. 1. 2016 vešla v platnost vyhláška č. 250/2015 Sb., kterou se mění vyhláška č. 500/2002 Sb. (pro účetní jednotky účtující v soustavě podvojného účetnictví, kterou se provádějí některá ustanovení zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví), z výkazu byly odstraněny mimořádné položky, které se v současnosti vykazují jako provozní náklady a výnosy.

Přehled o peněžních tocích znázorňuje rozdíl ve stavu finančních prostředků či finančních ekvivalentů (likvidní cenné papíry, krátkodobé úložky peněz apod.) mezi dvěma rozvahovými dny.

Finanční výkazy plní v podniku různé úkoly a dle Kovanicové (2004, s. 9) slouží mnoha skupinám osob, jako jsou:

- manažeři – aby měli potřebné podklady pro dlouhodobé i krátkodobé finanční řízení podniku, mohli rozhodovat o získávání zdrojů, volit optimální majetkovou strukturu a podobně;
- investoři – ujistí se, že jejich vložené peníze jsou na správném místě a poskytnou jim vhodnou zpětnou hodnotu;
- obchodním partneři – na základě seznámení se s finanční situací podniku si vybírají vhodné dodavatele či odběratele;
- zaměstnanci – pro jistotu zaměstnání a obdržení mzdy v termínu;
- banky – pro rozhodnutí, zda subjektu půjčí požadovanou sumu peněz;
- státním orgány – pro kontrolu daňových povinností, statistické měření atd.;
- veřejnost, konkurenti, analytici, daňový poradci, burzovní makléři a mnoho dalších.

Jak je zřejmé, finanční výkazy hrají významnou roli v rámci fungování podniku na trhu a jejich podoba se neustále vyvíjí. Podniky tak musí neustále sledovat poslední změny v legislativě, které mohou hrát významnou roli při tvorbě finančních výkazů.

### 3 NEFINANČNÍ REPORTING

Nefinanční reporting oproti reportingu finančnímu poskytuje spíše informace kvalitativní a slovní. Podává informace o aktivitách podniků v oblastech Společenské odpovědnosti firem, které budou přiblíženy v následujících kapitolách.

#### 3.1 VYSVĚTLENÍ PRINCIPU CSR

Společenská odpovědnost firem (Corporate social responsibility, CSR) je pojem, který je v dnešní době často používán a který je možný specifikovat různými definicemi. Evropská komise (2001, s. 8) definovala v roce 2001 CSR jako „dobrovolné integrování sociálních a ekologických hledisek do každodenních firemních operací a interakcí s firemními stakeholdery“ a v roce 2011 jako „odpovědnost organizací za dopad jejich činnosti na společnost“ (Evropská Komise, 2011, s. 13). Dobrovolnost hraje stěžejní roli ve všech definicích společenské odpovědnosti podniků. Zmiňuje ji rovněž Business Leaders Forum Česká Republika (Business Leaders Forum, 2008, s. 2), podle nichž je CSR možné chápat jako „*dobrovolný závazek podniků chovat se v rámci svého fungování odpovědně ke společnosti i prostředí, ve kterém podnikají*“. Dle Petříkové (2008, s. 32) je „*společenská odpovědnost organizací chápána jako iniciativa, která je založena na dobrovolnosti a nemá žádné přesné vymezení hranice působnosti.*“ Kotler a Lee (Kašparová a Kunz, 2013, s. 14) tvrdí, že CSR je „*řízení obchodní činnosti takovým způsobem, který naplňuje či překračuje etická, právní, komerční a společenská očekávání od byznysu.*“

V rámci principů CSR je od podniků vyžadována orientace na dlouhodobé cíle a snaha o celkové zlepšení stavu společnosti. (Putnová a Seknička, 2007, s. 141)

##### 3.1.1 Oblasti CSR

Společenská odpovědnost firem je poměrně široký pojem, který v sobě zahrnuje velké množství rozličných aktivit. Nejčastěji je však vnímána jako soulad výkonnosti podniku jak na ekonomické, tak environmentální a zároveň sociální úrovni, v oblastech označovaných jako tzv. triple-bottom-line (3P – profit/zisk, people/lidé, planet/planeta) (Tetřevová a kol., 2017, s. 21; Pavlík a Bělčík, 2010, s. 25). Tyto oblasti jsou mezi sebou vzájemně provázané a některé činnosti podniku se mohou prolínat napříč více oblastmi, přičemž u jednotlivých podniků, jakož i v čase se význam jednotlivých činností může

lišit. Mezi tyto tři oblasti se dle Kunze (2012, s. 20) nebo Kuldové (2010, s. 16) řadí oblast:

- ekonomická (profit) – tato oblast zahrnuje například dodržování smluv, ochranu dat a zamezení zneužívání informací, boj proti úplatkářství a praní špinavých peněz, znemožnění kartelových dohod a zneužití dominantního postavení na trhu, ochranu duševního vlastnictví nebo dodržování etických kodexů;
- sociální (people) – zaměřuje se na zaměstnaneckou politiku, zdraví a bezpečnost zaměstnanců, jejich vzdělávání a rozvoj, rovnost pohlaví, nediskriminaci skupin obyvatel, work-life balance (sladění pracovního a osobního života pracovníků), dále sponzorství a dobrovolnictví, ochranu a dodržování lidských práv, spolupráce s místní komunitou a tak dále;
- environmentální (planet) – oblast zaměřená na životní prostředí. Týká se například ochrany přírodních zdrojů, úspor energií, omezování množství odpadů, investice do ekologických technologií a podobně.

V rámci jednotlivých oblastí se podnik zaměřuje na různé zainteresované skupiny, které se o danou oblast zajímají a pro které podnik vykonává různé aktivity. Jednotlivé pilíře, zainteresované skupiny a možné aktivity shrnuje tabulka č. 1 (Business Leaders Forum Česká Republika, 2008, s. 3):

**Tabulka 1 Pilíře společenské odpovědnosti firem a jednotlivé aktivity**

	Ekonomická oblast	Sociální oblast		Environmentální oblast
<b>Stakeholderi</b>	Trh	Pracovní prostředí	Místní komunita	Životní prostředí
	Vlastníci a investoři	Zaměstnanci	Veřejnost	Environmentální uskupení
	Zákazníci/spotřebitelé	Odbory	Neziskové organizace	Další skupiny hovořící za životní prostředí
	Obchodní partneři			
	Vládní instituce			
	Média			
<b>CSR aktivity</b>	Vytvoření etického kodexu	Zdraví a bezpečnost	Firemní dárcovství (materiální i peněžní)	Recyklační program
	Transparentnost	Vzdělání a rozvoj	Firemní dobrovolnictví	Úspora energie a vody
	Uplatňování principů dobrého řízení	Vyváženost pracovního a osobního života	Sociální integrace	Hospodaření s odpady

	Odmítání korupce	Rovné příležitosti	Vzdělávání	Omezení používání nebezpečných chemikálií
	Včasné placení faktur	Nediskriminace	Podpora kvality života občanů (kultura, sport)	Balení a přeprava
	Kvalitní a bezpečné produkty a služby	Podpora propuštěných zaměstnanců	Rozvoj zaměstnanosti	Soulad s normami a standardy (ISO, EMAS)
	Poprodejní servis		Rozvoj místní infrastruktury	Ekologická výroba, produkty a služby
	Marketingová a reklamní etika			Ochrana přírodních zdrojů
	Ochrana duševního vlastnictví			
	Inovace a udržitelnost			

(vlastní zpracování na základě Business Leaders Forum Česká Republika, 2008, s. 3 a Zadražilové a kol., 2011, s. 24)

### 3.1.2 Stakeholders

Jak již bylo zmíněno, jednotlivé oblasti CSR se týkají různých zainteresovaných skupin. Samotný anglický výraz „stakeholder“ nemá vhodný protějšek v českém jazyce, bývá však nahrazován pojmy jako zájmová skupina, zainteresovaná strana, zainteresovaný jedinec či participující skupina. Pod pojmem stakeholder chápeme jednotlivce či skupiny, kteří mají vliv na činnost podniku (Kunz, 2012, s. 28) nebo jsou fungováním podniku ovlivněni (Petříková, 2008, s. 32), a to buď přímo či nepřímo i pozitivně nebo negativně.

Každá skupina má na konání podniku jiný zájem – akcionář má na podniku vlastnický zájem, zaměstnanci chtějí odpovídající mzdu za svou práci, zákazníci požadují za své peníze kvalitní produkty, dodavatelé za své zboží vhodnou cenu, konkurenční podniky předpokládají korektní vztahy, stát vyžaduje čestný odvod daní, místní správa podporu místní zaměstnanosti a společnost celkově očekává odpovědné chování, které nezničí životní prostředí, neohrozí bezpečnost a zdraví obyvatel, neporuší práva a podobně. (Šmajš a kol., 2012, s. 149)

Jak bylo řečeno, každá skupina má s podnikem jiný vztah a řídí ji jiné pohnutky, proto by k nim i podnik měl přistupovat rozdílně. Jednotlivé aktivity jsou totiž různě náročné ať již finančně, časově či organizačně, proto je vhodné stakeholdery rozdělit do



určitých skupin dle jejich významu pro podnik a následně zvolit vhodný způsob chování k jednotlivým skupinám. (Tetřevová a kol., 2017, s. 20) Stakeholdery lze dle vztahu k podniku rozdělit na dvě skupiny (Šmajš a kol., 2012, s. 149):

- primární – z pohledu důležitosti jejich zájmů jsou pro podnik přednější a z pohledu fungování podniku nepostradatelní, řadí se sem zaměstnanci, vlastníci, zákazníci, dodavatelé, konkurenti, věřitelé, vládní organizace (nadnárodní, národní, místní), místní komunita;
- sekundární – jejich existence není pro podniky životně důležitá, do této skupiny se řadí média, zájmová sdružení, profesní organizace a podobně.

Z hlediska jejich postavení k podniku můžeme stakeholdery rozdělit také na (Žák a kol., 2009, s. 274):

- interní (vnitřní) – řadí se sem zaměstnanci, vlastníci, manažeři a řídicí orgány společnosti;
- externí (vnější) – stojí vně podniku, široká veřejnost, společenské organizace.

Jak bylo řečeno, primární stakeholderi jsou přímo spjatí s úspěchem či neúspěchem fungování podniku, kdežto sekundární jsou spojeni spíše s vnímáním podniku ve společnosti. Není však deterministicky dáno, kdo do které skupiny patří a jednotlivé skupiny osob se mohou pohybovat i z jedné kategorie do druhé. (Tetřevová a kol., 2017, s. 20)

### 3.1.3 Přínosy a problémy CSR

To, že respektování a využívání principů CSR má své výhody a přínosy se odráží v tom, že v posledních letech stále roste počet firem, které se jím zabývají. Podnik, který zmíněné principy využívá, vytváří prostor pro inovace (Kuldová, 2010, s. 32), pro učení se a plynulé zlepšování (Petříková, 2008, s. 34). Podnik je charakteristický svou otevřeností a transparentností, čímž pro své stakeholdery působí důvěryhodněji a tento stav se pro něj může stát konkurenční výhodou, poněvadž se odliší od konkurence a bude snadněji rozlišitelný. (Kuldová, 2010, s. 32) Směrem ke stakeholderům postupně dochází k celkovému zlepšení vzájemných vztahů, podnik si vytváří prostor a zázemí pro svou dlouhodobou existenci v místním prostředí. (Kalousová a kol., 2005, s. 33) Další přínosy se váží k zaměstnancům. Ti jsou schopni zvýšit svou produktivitu práce a jsou podniku

loajální (podnik je tak schopen udržet si kvalifikovanou pracovní sílu). CSR dále podniku umožňuje přilákat nové kvalitní pracovníky, a to často z řad místní komunity. Spoluprací a komunikací s odbory lze rovněž snížit riziko stávek a celkově možnou nespokojenost zaměstnanců. (Kuldová, 2010, s. 32) Po přijetí CSR principů je podnik přitažlivější pro investory, zvyšuje svou hodnotu (růst ceny akcií – příkladem je výstup zahraniční meta studie (Clark et al., 2014, s. 35), kde se říká, že po reportování environmentálně pozitivní zprávy se hodnota akcií průměrně navýší o 0,84%), buduje si tím svou reputaci a rovněž zvyšuje hodnotu své značky, dobrého jména, kvality výrobků a služeb a podobě. Podnik rovněž vytváří přímé finanční úspory díky zlepšeným postupům v ekologické oblasti. (Petříková, 2008, s. 35)

Se zvyšováním vlastní hodnoty jako důsledku dodržování principů odpovědného chování souhlasí i zahraniční studie. Témata udržitelnosti mohou mít významný vliv na rizikový profil společnosti, její výkonnost a pověst, a tím ovlivňují i finanční výkon podniku. Firmy se zabudovanými principy CSR mají dle studie výrazně menší náklady na kapitál a zlepšují podniku přístup ke kapitálu. Studie rovněž ukazuje pozitivní korelaci mezi udržitelností a provozním výkonem podniku. Přehledná struktura vedoucích funkcí, snižování znečišťování a efektivní využívání zdrojů, stejně jako vztahy mezi zaměstnanci a dobré pracovní postupy – to vše má velký vliv na provozní výkonnost. (Clark et al., 2014, s. 10-45)

Důležité je rovněž zmínit, že prostředky, které podniky vydávají jako dary pro místní komunitu, sportovní kluby, různé akce a podobně, jsou odečitatelné ze základu daně. Jsou to tedy peníze, které by v případě nevyužití jako sponzorského daru vstupovaly do daňového základu. Vzhledem k obecné nechuti k placení vysokých daní tak podniky raději peníze pošlou jako sponzorský dar, než aby tyto peníze poslaly do státní kasy. Jak velké sumy by byly posílány ve formě sponzorských darů bez daňových úlev, není možné odhadnout, ale určitě by to byla částka nižší. (Zadrazilová a kol., 2010, s. 26)

Určitou brzdou pro přijetí CSR principů do podniku může být nevšímavost a ignorace společensky odpovědného přístupu firem ze strany zákazníků a médií. Vnitropodnikovým problémem může být chybějící podpora TOP managementu podniku, která je pro zavedení CSR nezbytná. Z makroekonomického hlediska by problémem pro CSR byla i ekonomická recese, během které se podniky orientují na snižování nákladů a

zaměřují se na krátkodobé cíle, které nesouvisí s CSR principy. (Kalousová a kol., 2005, s. 33)

Pro přijetí principů CSR v podniku může existovat řada různých argumentů. Ty lze dle Kuldové (2010, s. 33) a Zadražilové (2010, s. 4) rozdělit do dvou skupin:

- morální – uvědomění si, že firemní zisk je tvořen na úkor prostředí, ve kterém se podnik nachází a vyvíjí své aktivity;
- ekonomické – získání možné konkurenční výhody.

Mezi důvody k přijetí CSR řadí Putnová a Seknička (2007, s. 132) rovněž fakt, že podniky si mohou určit hranice svého chování a vyhnout se tak přísným regulacím a legislativním požadavkům. Dalším zmíněným poznatkem je, že velké korporace se svým chováním stávají vzorem pro podniky menší. Proto přijetím společensky odpovědných aktivit se stávají nositeli určitého chování, které menší firmy přebírají.

### 3.2 SPECIFIKACE NEFINANČNÍHO REPORTINGU

Podniky, vytvářející určité hodnoty v oblasti CSR, mají plné právo o těchto svých aktivitách informovat a ukázat stakeholderům, jak odpovědnou firmou v jednotlivých oblastech CSR jsou. Z tohoto důvodu podniky vyhledávají různé způsoby, jak informace co nejlépe šířit. Komunikace prostřednictvím médií není příliš využívána, poněvadž pozitivní zprávy nejsou pro média tak zajímavé a média se rovněž strachují, že by mohly být nařčeny ze skryté reklamy. (Kalousová a kol., 2005, s. 73) Podniky tak přistupují k vlastnímu reportování o svých CSR aktivitách. Reportování informací o společenské odpovědnosti podniku lze definovat jako proces komunikování sociálních, environmentálních a ekonomických dopadů, které byly vyvolány činností podniku na zainteresované skupiny a na společnost jako celek. (Kašparová a Kunz, 2013, s. 59). Orientaci na podnikové stakeholdery při vytváření CSR reportingu zmiňuje i Kašparová (2012, s. 20). CSR reporting je dle autorky proces vytváření a udržování dialogu mezi podnikem a stakeholdery a jeho obsah by měl být prezentován tak, aby zajistil náklonnost stakeholdera nebo rozptýlil jeho nesouhlas s některými podnikovými činnostmi. Deegan (2014, s. 74) specifikuje „social reporting“ jako poskytování informací o výkonnosti organizace v oblasti sociálního prostředí a zahrnuje interakce s místní komunitou, podporu komunitních projektů, podporu rozvíjejících se zemí, ochranu zdraví a bezpečnosti, školící a vzdělávací programy a environmentální výkonnost. Podobně se vyjadřuje i Islam (2015, s. 13), podle

něž podnik v rámci reportů zveřejňuje informace o produktu, zájmech zaměstnanců, aktivitách místní komunity a ekologických dopadech podnikových aktivit.

Z hlediska historického vývoje reportingu společensky odpovědného chování byly podstatné akce (události), na které podniky reagovaly svými reakcemi (reporty). Mezi tyto události se řadí ekologické katastrofy v 80. letech 20. století, po kterých podniky začaly publikovat environmentální reporty, a etické skandály v 90. letech 20. století, po kterých podniky začaly reportovat o svých sociálních aktivitách. Podniky pochopily, že uvádění podobných informací jim mezi veřejností zlepší image a zvýší prodeje. (Landrum a Ohsowski, 2018, s. 128 – 151)

Druhým historickým milníkem pro rozvoj reportingu společensky odpovědného chování byla proměna hlavních podnikových cílů. Tím bylo maximalizování podnikového zisku a hodnoty pro akcionáře (shareholders). Tento cíl byl následně proměněn a zaměřen nejen na vlastníky, ale na všechny zainteresované skupiny (stakeholders). Výsledkem tohoto změněného pohledu na fungování podniku bylo a je, že podniky se nezaměřují jen na produkování finančních prospěchů, ale rovněž na určitou prospěšnost pro své stakeholdery, kteří na oplátku podniku poskytují svou podporu a umožňují mu růst. (De Villiers a Maroun, 2017, s. 2)

Jednou ze změn, která v posledních letech měla vliv na vývoj reportingu CSR, se stala směrnice Evropské unie 2014/95/EU. Tato směrnice totiž změnila tuto dobrovolnou činnost podniku na činnost vyžadovanou. Jak již bylo zmíněno, v roce 2016 byla přijata novela zákona č. 462/2016 Sb., která evropskou směrnicí přenesla do českého práva a od roku 2017 tak lze nefinanční reporting rozlišit na (Fialová a Munzarová, 2018, s. 2):

- dobrovolný – týká se podniků, které svou velikostí a činností nenaplnují požadavky novely zákony. Podniky vytvářejí reporty jako jeden z nástrojů komunikace se stakeholdery, jako součást vlastní PR strategie a snaží se jejich pomocí oslovit širokou veřejnost;
- povinný – zahrnuje všechny velké účetní jednotky dosahující vyššího čistého obratu než 40 000 000 Eur, subjekty veřejného zájmu a podniky, jejichž průměrný počet zaměstnanců překročí za účetní období 500. Tyto podniky musí povinně zveřejňovat nefinanční informace, a to můžou buď v rámci výroční zprávy, nebo v samostatných speciálních zprávách o společenské odpovědnosti. Po obsahové

stránce by měly být uvedeny informace o aktivitách podniku v oblasti environmentální, sociální a zaměstnanecké, respektování lidských práv a boje proti úplatkářství. Podnik by měl uvést své strategie v daných oblastech, rizika, která jsou s nimi spojena, a nefinanční ukazatele pro vyhodnocení uvedených informací. Z environmentální oblasti by podnik měl uvést podrobnosti o dopadech působení podniku na životní prostředí nebo na zdraví a bezpečnost, objemu využívání obnovitelných a neobnovitelných zdrojů energie, o objemu emise skleníkových plynů, využívání vody a podobně. Z oblasti sociální a zaměstnanecké by se poskytované informace měly týkat dodržování smluv Mezinárodní organizace práce, pracovních podmínek, dodržování práv zaměstnanců, zajištění rovnosti pohlaví a podobně (Směrnice 2014/95/EU).

Ve zmíněné novele jsou uvedeny „subjekty veřejného zájmu“. Zákon č. 563/1991 Sb. o účetnictví v paragrafu 1a řadí mezi subjekty veřejného zájmu:

- účetní jednotky, které jsou obchodní společnostmi a jsou emitentem investičních cenných papírů přijatých k obchodování na evropském regulovaném trhu. Tyto subjekty rovněž musí pro účtování a sestavení účetní závěrky využít mezinárodní účetní standardy upravené právem Evropské unie;
- banky (podle zákona upravujícího činnost bank), spořitelni nebo úvěrní družstva (podle zákona upravujícího činnost spořitelních a úvěrních družstev);
- pojišťovny nebo zajišťovny (dle zákona upravujícího činnost pojišťoven a zajišťoven);
- penzijní společnosti (dle zákona upravujícího důchodové spoření nebo doplňkové penzijní spoření);
- zdravotní pojišťovny.

Dalším vývojovým stadiem reportingu je tvorba reportingu integrovaného. Integrovaný reporting přináší alternativní pohled na tradiční ekonomický pohled na maximalizaci zisku podporováním hodnocení úspěšnosti podniku, která je založena schopností podniku vytvořit hodnoty udržitelně. Integrovaný report pak v sobě zahrnuje finanční i nefinanční informace, které jsou uváděny spíše ve stručnosti a s ohledem na komunikaci dosažených výstupů. (De Villiers a Maroun, 2017, s. 13)

### 3.2.1 Důvody pro vytváření nefinančních reportů

Pro vytváření nefinančních reportů hovoří mnoho důvodů. Velké podniky tyto reporty vytvářejí zejména kvůli posílení reputace a značky. (KPMG, 2011, s. 19) Tyto podniky jsou často více vidět než podniky střední nebo malé a jsou rovněž pod větším tlakem z okolí, ať je to již ze strany médií, lobbistických skupin nebo skupin politických. Z tohoto důvodu se velké podniky komplexně věnují budování a ochraně své reputace a značky, jejichž vysoká úroveň jim následně může pomoci přestat krizové situace. Nefinanční reporty jsou pro ně jedním z nástrojů, kterým tuto taktiku naplňují. (Kašparová a Kunz, 2013, s. 62) Podniky vytvářejí nefinanční reporty rovněž z etických důvodů (KPMG, 2011, s. 19). Podnik se snaží, aby byl vnímán jako ten, který svou činnost provádí v souladu s legislativní úpravou a platnými normami, aby na ni nedolehly určité restrikce (snížení poptávky po podnikových produktech, vyšší daně, pokuty atd.) (Kašparová a Kunz, 2013, s. 62) Z vnitropodnikového pohledu přispívá nefinanční reporting rovněž k popsání, pochopení a využití oblastí působení podniku. Podnik je díky němu také schopen rozlišit, za které vlivy nese odpovědnost a za které nikoli, (Pavlík a Bělčík, 2010, s. 157) což zmiňuje i Kunz (2012, s. 149). Podnik je díky tomu rovněž schopen určit, ve které oblasti má rezervy a jak by je mohl a měl odstranit. (Kolektiv autorů, 2005, s. 78)

Interní i externí přínosy tvorby CSR reportů uvádějí i Business Leaders Forum Česká Republika (2008, s. 22) – podnik jejich tvorbou zvýší povědomost o firmě a transparentnost firmy, posílí vztahy se stakeholdery, podnik má možnost se vyjádřit ke slibovaným závazkům na poli CSR aktivit, z interního hlediska si podnik posílí dohled nad CSR aktivitami a jejich výsledky, stejně jako zvýší povědomí zaměstnanců o společensky odpovědných aktivitách podniku a může podnítit jejich zainteresovanost.

Na druhé straně ovšem rovněž existují i důvody, kvůli kterým podniky své společensky odpovědné aktivity nereportují. Mezi ně lze zařadit (Kašparová a Kunz, 2013, s. 63):

- neznalost problematiky – vyplývá z faktu, že reportování CSR aktivit je poměrně nový fenomén, který ještě není ve společnosti zažit a podniky s ním dostatečně srozuměny. S vypořádáním se s tímto faktem rovněž nepomáhá velké množství

různých národních i mezinárodních standardů a neexistence dominantního výkladu, podle kterého by se podniky mohly řídit a rovněž neexistence detailního prováděcího předpisu v rámci legislativy;

- vnímaná citlivost údajů – podniky se obávají, že jimi zveřejněné údaje mohou být zneužity, mohou podniku poškodit image, vést k nárůstu tlaku ze strany nevládních organizací či k negativním legislativním dopadům;
- očekávání zvýšení nákladů - podnik očekává zvýšení nákladů, poněvadž vytvoření reportu je nadstavbová činnost, která dosud nebyla vykonávána.

K těmto bodům by bylo ještě možné připojit problematiku požadavků legislativy, které již byly zmíněny výše. Povinnost vytvářet nefinanční reporty se kvůli novele zákona č. 462/2016 Sb. týká zejména velkých účetních jednotek, na ostatní podniky tedy legislativy nedopadá. Zbylé podniky nemají zákonný důvod se nefinančním reportingem zabývat, což může být další z důvodů, proč tak nekonají.

### 3.2.2 Faktory ovlivňující nefinanční reportování

Způsob poskytování informací o společensky odpovědných aktivitách podniků a jejich množství je v podniku ovlivněn mnoha faktory. Kašparová (2012, s. 21) mezi ně řadí:

- velikost podniku – aktivity velkých podniků jsou celospolečensky více viditelné, ovlivňují větší množství zainteresovaných osob a mají tak větší dopad na společnost. Rovněž platí, že malé podniky mají ke svým stakeholderům blízko a pro předávání informací o CSR mohou využít přímější cesty, než velké podniky;
- vlastnictví a způsob řízení – veřejné a státní podniky reportují více než družstva a rodinné podniky (KPMG, 2011, s. 15). Může to být dáno tím, že v družstvech nejsou investoři, kteří by se o firmě dozvíдали skrze reportování a u rodinných podniků je to podobné – vlastníci jsou často i manažery a potřebné informace si tak mohou zjistit rovnou a přímo;
- odvětví – dle KPMG (2017, s. 20) nejvíce informací poskytují podniky z oblastí, které mají větší vliv na životní prostředí – zejména z chemického a těžebního průmyslu (kolem 80 % podniků z daného sektoru). V posledních letech však tyto

podniky dostihly firmy operující v bankovním sektoru (Kašparová a Kunz, 2013, s. 61);

- potřeba kapitálu – podniky s vyšší potřebou získání cizího kapitálu více dobrovolně reportují o svých aktivitách. Investorům tento přístup šetří zdroje (časové, finanční), které by musely být vynaloženy pro získání těchto informací jinými způsoby. V rámci vyšší transparentnosti (vytvořenou publikováním vyššího množství informací) pak investoři mohou posuzovat investici jako méně rizikovou a mohou požadovat nižší návratnost svých prostředků než u podniků, které nezveřejňují podobný objem informací;
- konkurenční prostředí – může souviset s předchozím bodem, když podnik zvolí strategii zveřejnění většího objemu informací, aby si získal lepší pozici u investorů. Druhým aspektem může být snaha získání obecné konkurenční výhody, když podnik o svých aktivitách reportuje jako první mezi svými konkurenty. Tato výhoda se však následným napodobováním v dalších letech ztrácí;
- standardy – na podnikové reporty mají určitě vliv zvolené standardy, podle kterých jsou v podniku reporty tvořeny. Jak bylo zmíněno výše, v dnešní době existuje velké množství standardů, které mohou podniky využít a hlavním problémem je pak jejich neporovnatelnost;
- tlak společnosti a stakeholderů – vychází z určitého očekávání stakeholderů. Tato očekávání často souvisí i s již zmíněnými faktory (velikost podniku, odvětví jeho působení, potřeba kapitálu). Podniky jim stejně jako investorům šetří zdroje při hledání informací o podniku, a tím může pozitivně ovlivnit jejich rozhodnutí o volbě zaměstnání, nákupu produktů investování zdrojů a podobně;
- strach z ohrožení legitimacy – podnik může záměrně snižovat objem zveřejňovaných informací ze strachu ze zvýšeného tlaku nevládních organizací (zejména různých organizací na ochranu životního prostředí), poškození image podniku či nárůstu soudních řízení;
- rutina v reportování – s nárůstem zkušeností podniky zkvalitňují své reporty a poskytují informace ve větším rozsahu a kontextu;



- kultura – souvisí s ekonomickou rozvinutostí země a regionu. Předpokládá se, že více o svých aktivitách reportují podniky ze „západních“ zemí, které mají vyšší znalost konceptu CSR a více zkušeností s jeho využíváním.

Kutlák a Procházková (2017, s. 65) ještě přidávají faktor „územního vymezení“. U tohoto pojmu zmiňují vliv místních kultury a zvyklostí, legislativního rámce, požadavků společnosti a podobně.

Další proměnnou ovlivňující nefinanční reporting v podniku může být potřeba ověření informací třetí stranou, kterou již dnes požadují některé standardy (GRI, EMAS, AA1000). Způsob ověření nebo volba třetí strany, která tento úkon provede, může být rovněž faktorem, který ovlivní reportování nefinančních informací v podniku.

### 3.2.3 Standardy pro tvorbu nefinančních reportů

Kvůli nejednotnému výkladu CSR a rozvoji na sobě nezávislých postupů, dnes existuje velké množství standardů, které se touto problematikou zabývají. Tyto směrnice se primárně věnují doporučením, jak naplňovat principy CSR a ne všechny jsou určeny přímo pro zpracování nefinančních reportů. Specifikace toho, zda je daný standard vhodný pro tvorbu reportů, bude uvedena v další části kapitoly. Mezi nejčastěji uváděné standardy se řadí Směrnice GRI, UN Global Compact, AA 1000 Accountability, Směrnice OECD pro nadnárodní podniky, SA 8000, ISO 26000, EMAS (Národní informační portál o CSR, 2015; Kašparová a Kunz, 2013, s. 47).

Směrnice GRI je vytvořena společností GRI (Global Reporting Initiative), což je velká mezinárodní organizace sídlící v Amsterdamu. Ta stanovila pokyny pro vytváření reportingu a sestavila soubor ukazatelů, které jsou vhodné k porovnávání a měření aktivit podniku v oblasti CSR. Standardy GRI vytváří společný jazyk pro organizace a zúčastněné strany, díky němuž mohou být sděleny a pochopeny ekonomické, environmentální a sociální dopady aktivit organizací. Standardy jsou navrženy tak, aby umožnily globální porovnatelnost a vysokou kvalitu obsažených informací, a tím zvýšily transparentnost a odpovědnost organizací. Mezi hlavní zásady reportingu dle GRI se řadí – významnost, zapojení zainteresovaných skupin, kontext udržitelného rozvoje, úplnost, vyváženost, porovnatelnost, přesnost, včasnost, srozumitelnost a spolehlivost. Zprávy vypracované v souladu s touto směrnicí prokazují angažovanost organizace v daných oblastech a jejich

rozvoj a rovněž je lze porovnat se zákony, vyhláškami, normami chování či jejich vývoj v čase (GRI, 2016, s. 3).

**Tabulka 2 Sledované oblasti v rámci GRI**

<b>Oblast ekonomická</b>	Ekonomické výsledky – tržby, náklady, mzdy, dary místní komunitě atd.
	Přítomnost na trhu – porovnání mezd v organizaci proti mzdám v oblasti, místní dodavatelé atd.
	Nepřímé ekonomické dopady a vlivy – například investice a služby do místní komunity
<b>Oblast životního prostředí</b>	Spotřeba materiálu, energie, vody, biodiverzita, emise, odpady, recyklace, předpisy na ochranu životního prostředí, doprava
<b>Oblast sociální</b>	Pracovní podmínky a postupy – zaměstnávání, vztahy mezi zaměstnanci a managementem, bezpečnost a ochrana zdraví, školení, rovné příležitosti
	Lidská práva – nediskriminace, svoboda sdružování a kolektivního vyjednávání, dětská práce, nucená práce, bezpečnostní postupy, práva etnik
	Společenské vlivy – komunita, korupce, veřejná politika, dodržování zákonných norem
	Odpovědnost za produkty – zdraví a bezpečnost zákazníků, označení výrobků a služeb, marketingová komunikace, dodržování právních předpisů.

(Zdroj: vlastní zpracování na základě GRI, 2016, s. 4)

UN Global Compact je iniciativa, která vznikla na popud OSN v roce 2000. Je založena na deseti principech ze čtyř oblastí – lidská práva, pracovní podmínky, životní prostředí a boj proti korupci. Obsah náplně reportu v jednotlivých oblastech je uveden v tabulce 3. Podniky, které se stanou členy Globální dohody OSN (UN Global Compact), by měly sjednotit své cíle a činnosti se zmíněnými principy, které by pak následně měly zohlednit v reportech, avšak není stanoveno, jak by měly být rozsáhlé. (UN Global Compact, 2014, s. 11) A jelikož pro reportování CSR aktivit nejsou v dohodě žádné přesně stanovené postupy, nejsou reporty vzájemně porovnatelné. (Zadražilová a kol., 2010, s. 38)

**Tabulka 3 Základní oblasti UN Global Compact**

<b>Lidská práva</b>	Podniky by měly podporovat a respektovat mezinárodně vyhlášená lidská práva;
	ujistit se, že neporušují lidská práva.
<b>Práce a pracovní podmínky</b>	Podniky by měly podporovat svobodu sdružování a kolektivního vyjednávání;
	odstranit všechny formy nucené a povinné práce;
	účinně zrušit dětskou práci;
	eliminovat diskriminaci v zaměstnání.

<b>Životní prostředí</b>	Podniky by měly podporovat preventivní přístup k environmentálním výzvám;
	podporovat iniciativy na podporu většího odpovědnosti ve vztahu k životnímu prostředí;
	podporovat vývoj a šíření technologií šetrných k životnímu prostředí.
<b>Boj proti korupci</b>	Podniky by měly bojovat proti korupci ve všech jejích formách, včetně vydírání a úplatkářství.

(Zdroj: vlastní zpracování dle UN Global Compact, 2014, s. 11)

AA1000 Accountability je obecně aplikovatelná řada norem z roku 2018, která se zabývá odpovědností a udržitelností a kterou vytváří nezisková organizace Account Ability se sídlem v Anglii a která je využitelná pro všechny typy podniků (privátní i státní). Cílem společností, které dodržují tyto zásady, by měla být důvěryhodnost jejich zásad a rovněž jejich způsobu vedení dialogu se stakeholdery. Standard se rovněž zabývá kvalitou reportů, kterou sleduje ve všech oblastech společenské odpovědnosti podniků - ekonomické, ekologické, sociální a etické. Předchozí verze vznikla v roce 2008, která byla nahrazena současnou podobou norem z roku 2018. Standard AA1000 Accountability se nezaměřuje na oblasti, ale na čtyři základní principy, které jsou uvedeny v tabulce 4. Tyto principy jsou nejprve specifikovány a následně rozpracovány v AA1000 Assurance Standard, kterého se pak podniky mohou držet. (AA1000 Accountability Principles 2018, s. 30).

**Tabulka 4 Základní principy AA1000 Accountability**

<b>Princip inkluзивity</b>	Lidé (zainteresované skupiny) by měli mluvit do rozhodnutí, které se jich týkají.
<b>Princip materiálnosti</b>	Lidé přijímající rozhodnutí (manažeři, vlastníci) by měli identifikovat a vysvětlit si témata, na kterých záleží.
<b>Princip odpovědnosti</b>	Organizace by se měla chovat transparentně z hlediska udržitelnosti zdrojů a z hlediska souvisejících důsledků.
<b>Princip dopadu</b>	Organizace musí monitorovat a měřit, jak její aktivity ovlivňují okolní systémy.

(Zdroj: vlastní zpracování na základě AA1000 Accountability Principles 2018, s. 30)

Směrnice OECD pro nadnárodní podniky se zabývá obchodní etikou, lidskými právy, životním prostředím, zveřejňováním informací, bojem proti korupci, zájmy spotřebitelů, konkurencí a zdaněním. Má charakter doporučení, které se týkají zmíněných prvků a v rámci nich směrnice doporučuje vhodné postupy chování podniků, a to zejména

podniků nadnárodních působících v rámci OECD. V rámci zveřejňování informací by podniky měly dle směrnice uvádět plány a cíle, vlastnické vztahy, seznamy členů výkonných orgánů a jejich finanční ohodnocení, předvídatelné rizikové faktory nebo informace spojené se vztahy se zaměstnanci nebo zainteresovanými stranami, doporučené oblasti k reportování jsou uvedeny v tabulce 5. (Zadrazilová a kol., 2011, s. 45 a OECD, 2011, s. 13)

**Tabulka 5 Sledované oblasti ve Směrnici OECD pro nadnárodní podniky**

<b>Zpřístupňování informací</b>	Podniky by měly včas a pravidelně informovat veřejnost nejen o své finanční situaci, ale i o sociálních a environmentálních otázkách a předvídatelných rizicích spojených s jejich činností
<b>Lidská práva</b>	Od podniků očekává, bez ohledu na jejich charakteristiky, že budou respektovat lidská práva. Směrnice nabádá podniky, aby do své činnosti zapojily proces náležitě péče, které jim umožní identifikovat a minimalizovat možné negativní dopady, které jejich činnost může mít na lidská práva.
<b>Zaměstnanost a pracovní právní vztahy</b>	Vyplývá z mezinárodních standardů a obsahuje například svobodu sdružování a zajištění kolektivního vyjednávání, zrušení všech forem nucené a dětské práce a eliminace všech forem diskriminace.
<b>Životní prostředí</b>	Podniky by měly jednat proaktivním způsobem, aby zabránily vážným či nenapravitelným škodám na životním prostředí způsobeným jejich činností, zabránit znečištění životního prostředí a kontrolovat nakládání se zdroji.
<b>Boj s úplatkářstvím</b>	Podniky by měly aktivně bojovat s korupcí a neměly by nabízet, slibovat, dávat nebo požadovat úplatky.
<b>Zájmy spotřebitelů</b>	Vztahuje se na používání čestných obchodních, marketingových a reklamních praktik, a také na zajištění kvality a spolehlivosti zboží a služeb. Součástí je i poskytování přesných informací o poskytovaných výrobcích a službách.
<b>Věda a technologie</b>	Podporovat rozšiřování a využívání výsledků výzkumu a vývoje.
<b>Hospodářská soutěž</b>	Podniky by měly dodržovat pravidla spravedlivé hospodářské soutěže a své aktivity provádět v souladu s právními předpisy zemí, ve kterých působí
<b>Daně</b>	Podniky by měly dodržovat daňové předpisy, spolupracovat s daňovými orgány a poskytovat informace, které tyto orgány potřebují.

(Zdroj: vlastní zpracování dle OECD, 2011 a Ministerstva průmyslu a obchodu, 2013 s. 18 – 56)

SA8000 je certifikační norma vytvořená v roce 1997 organizací Social Accountability International, která se zabývá zejména požadavky na etické chování podniků. Tato norma obsahuje osm základních elementů: otrockou práci, dětskou práci, bezpečnost a ochranu zdraví, svobodu sdružování a kolektivního vyjednávání, diskriminaci, disciplinární postupy, pracovní dobou, odměňování a systémy řízení, u kterých doporučuje pravidla, které má organizace dodržovat (Social Accountability International, 2014, s. 8). Norma

se tedy zaměřuje zejména na etickou oblast v rámci společenské odpovědnosti firmy, samotnému reportingu není poskytnut v normě velký prostor. Všechny zmiňované požadavky shrnuje tabulka 6.

**Tabulka 6 Požadavky standardu SA8000**

<b>Dětská práce</b>	Organizace nesmí využívat nebo podporovat využívání dětské práce.
<b>Nucená nebo otrocká práce</b>	Organizace nesmí využívat nebo podporovat nucenou nebo otrockou práci, zaměstnanci mají právo po pracovní době opustit pracoviště a ukončit své zaměstnání, pokud poskytnou řádné oznámení organizaci.
<b>Bezpečnost a ochrana zdraví</b>	Organizace musí poskytovat bezpečné a zdravé pracovní prostředí a musí podniknout účinné kroky k předcházení úrazů či nemocí z povolání.
<b>Svoboda sdružování a kolektivního vyjednávání</b>	Všichni zaměstnanci mají právo vytvářet, sdružovat se a organizovat odborové organizace podle svého výběru a vyjednávat kolektivně v jejich zastoupení s organizací.
<b>Diskriminace</b>	Organizace nesmí využívat ani podporovat diskriminační postupy během najímání, odměňování, vzdělávání, povýšení či propouštění.
<b>Disciplinární postupy</b>	Organizace musí zacházet se všemi zaměstnanci důstojně, nesmí tolerovat použití tělesných trestů, duševního nebo fyzického nátlaku nebo verbálního zneužívání.
<b>Pracovní doba</b>	Pracovní doba musí odpovídat legislativě, přesčasy by neměly přesáhnout 12 hodin týdně.
<b>Odměňování</b>	Organizace musí respektovat právo zaměstnanců na odpovídající mzdu.
<b>Systémy řízení</b>	Nejrozsáhlejší kapitola, obsahující doporučení ke způsobu přijetí standardu, identifikace rizik, monitorování, komunikaci, řízení stížností, opravné a preventivní činnosti a řízení dodavatelů a odběratelů.

(Zdroj: vlastní zpracování na základě SA8000, 2014, s. 8-16)

ISO 26000 je jedna ze souboru norem ISO (International Organization for Standardization), která se zabývá komplexním konceptem systému managementu společenské odpovědnosti. Je to necertifikační norma, která stanovuje sedm základních principů CSR – odpovědnost organizace, transparentnost, etické chování, zákonnost, lidská práva, zainteresované subjekty a mezinárodní standardy. Normy rovněž obsahuje soubor informací a doporučení k zavedení CSR v podniku. Z hlediska CSR reportů je zde doporučováno provádění ověření informací externími subjekty a je zde rovněž uvedeno několik možností realizace reportingu a jeho ověřování. Sledované oblasti v rámci směrnice ISO 26000 jsou podrobně představeny v tabulce 7. (ISO, 26000, 2010, s. 10)

**Tabulka 7 Sledované oblasti v rámci směrnice ISO 26000**

<b>Vedení organizace</b>	Respektování transparentnosti v rámci vedení, přijímání rozhodnutí v souladu s legislativou, nevynechávání žen a etnických skupin ve vedení, dialog se stakeholdery atd.
<b>Lidská práva</b>	Respektování lidských práv dle mezinárodních úmluv (např. Všeobecná deklarace lidských práv) a to zejména u ohrožených skupin obyvatel (ženy, děti, zdravotně postižení apod.)

<b>Praktiky z oblasti pracovních vztahů</b>	Pracovní podmínky v souladu s legislativou, nediskriminace, ochrana zdraví a bezpečnosti při práci, rozvoj zaměstnanců.
<b>Životní prostředí</b>	Prevence znečišťování, udržitelné využívání zdrojů, ochrana a obnova životního prostředí, zmírnění změn klimatu.
<b>Správná výrobní praxe</b>	V rámci svých produktů informovat o jejich složení, kvalitě či možných aspektech ohrožení zdraví uživatele, informovat rovněž o svých kontaktních údajích a adrese.
<b>Spotřebitelské otázky</b>	Ochrana zdraví a bezpečnosti spotřebitelů, služby zákazníkům a řešení závad, neplýtvání zdroji a zapojení spotřebitelů do recyklace.
<b>Komunitní angažovanost</b>	Podpora vzdělání a kultury komunity, podpora tvorby pracovních míst, podpora zdraví komunity atd.

(Zdroj: vlastní zpracování na základě ISO 26000, 2010, s. 10 a Zadražilové, 2011, s. 51)

V rámci norem ISO, kterých tato společnost vydala více než deset, je potřeba ještě zmínit řadu ISO 14000. Tato norma je zaměřena zejména na management životního prostředí v rámci podniku. V rámci řady ISO 14 000 se jednotlivé standardy zaměřují na různé aspekty ochrany životního prostředí organizacemi. Nabízejí nástroje, které organizacím umožňují identifikovat a řídit dopad jejich aktivit na životní prostředí a trvale ho zlepšovat. V rámci této řady existuje norma ISO 14063, která se zaměřuje na environmentální komunikaci a nabízí environmentální komunikační strategie a postupy, se kterými se mohou podniky identifikovat.

Nařízení EMAS (Eco-Management and Audit Scheme) 1836/93 bylo vydáno v roce 1993 jako nástroj Evropské komise k dosažení cíle udržitelného rozvoje a zaměřuje se (stejně jako ISO 14000) zejména na oblast environmentální. EMAS pomáhá organizacím optimalizovat jejich interní procesy, dosáhnout souladu s právními předpisy, snížit environmentální dopady aktivit a efektivněji využívat zdroje. Výhodou standardu EMAS je, že je poměrně snadné ho zavést v podniku, kde již je zaveden standard ISO 140001, který mám zaveden velké množství podniků. Z hlediska reportingu po podnicích vyžaduje pravidelné každoroční vydávání environmentálního reportu s podrobnými hlavními ukazateli. (European Communities, 2011, s. 2)

**Tabulka 8 Sledované oblasti v rámci nařízení EMAS**

<b>Výkon</b>	Zúčastněné organizace se dobrovolně zavazují jak k hodnocení, tak k omezení dopadu aktivit na životní prostředí.
<b>Důvěryhodnost</b>	Registrační proces v rámci EMAS by měl být ověřen třetí stranou.
<b>Transparentnost</b>	Organizace by měly poskytovat informace o svém environmentálním výkonu. Větší transparentnosti by měly dosáhnout jak veřejným poskytnutím informací, tak i prostřednictvím aktivní účasti zaměstnanců.

(Zdroj: vlastní zpracování na základě European Communities, 2011, s. 2)

Z celkového pohledu jsou si standardy v obecné rovině a požadavcích na reporting vzájemně podobné. Rozdílné je pak zahrnutí jednotlivých dílčích podoblastí, které se v jednotlivých standardech liší. Kutlák a Procházková (2017, s. 69) stanovili 14 podoblastí (ekonomická oblast - hospodářská výkonnost, oblast investic, systémy řízení, finanční vývoj a platební morálka; environmentální oblast - materiály a zdroje, dopad produktů a služeb, emise a recyklace odpadů; sociální oblast – lidská práva, vztahy se zaměstnanci, rozvoj zaměstnanců, místní komunita), v rámci kterých zkoumali jejich pokrytí jednotlivými standardy. Nejvíce těchto podoblastí dle autorů zahrnuje GRI (13 ze 14) a ISO 26 000 (11 ze 14). Značnou překážkou pro využívání těchto standardů však rovněž může být jejich rozsah a náročnost pro aplikaci.

Standardy se dle míry ovlivnění nefinančních reportů dají rozdělit do dvou skupin. V první skupině standardů, do které se řadí UN Global Compact, Směrnice OECD pro nadnárodní podniky a standard SA8000, jsou pouze vymezeny oblasti, které standardy doporučují sledovat. Není v nich však řešeno, jak přesně by měl vypadat obsah jednotlivých reportů. Jsou v nich pouze zmíněny oblasti, které by měly být zahrnuty. Standardy řadící se do druhé skupiny, do které spadají AA 1000, ISO 26000, EMAS a Směrnice GRI, již definují požadavky na obsah reportů. Ve všech je vyžadováno zapojení stakeholderů, určení důležitosti jednotlivých zpracovávaných témat a popis výkonnosti v jednotlivých oblastech. Je v nich stanoven rovněž požadovaný rozsah reportu, který by měl vyplývat ze stanovené důležitosti témat. Ve druhé skupině standardů (kromě AA 1000) je rovněž zdůrazňována pravidelnost vydávání reportů, přestože ne vždy je stanoven přesný časový rozestup. (Kašparová a Kunz, 2013, s. 69) Požadavky jednotlivých standardů na obsah nefinančních reportů jsou shrnuty v tabulce č. 9.

**Tabulka 9 Srovnání standardů z hlediska požadavků na nefinanční reporty**

Standard	Vymezení obsahu	Požadovaná kvalita obsahu	Požadavek na ověření informací třetí stranou	Požadavek na rozsah	Požadavek na časovou lhůtu
<b>UN Global Compact</b>	Obecné	Ano	Doporučení	Ne	Ano
<b>Směrnice OECD</b>	Obecné	Částečně	Doporučení	Ano	Obecný
<b>SA 8000</b>	Ano	Částečně	Ne	Ano	Obecný
<b>AA 1000</b>	Ano	Ano	Ano	Ano	Ne
<b>Směrnice GRI</b>	Ano	Ano	Ano	Ano	Obecný
<b>ISO 26000</b>	Ano	Ano	Doporučení	Ano	Obecný
<b>EMAS</b>	Ano	Ano	Ano	Ano	Ano

(Zdroj: vlastní tvorba na základě Kašparová a Kunz, 2013, s. 55)

Přestože porovnání jednotlivých standardů vychází z publikace z roku 2013, při porovnání aktuálních verzí jednotlivých standardů jsou výroky v rámci jednotlivých oblastí shodné.

Určité standardy při vypracovávání nefinančních reportů dnes využívá většina podniků (74% světových podniků). Nejčastěji využívanou je pak směrnice GRI, kterou dle KPMG (2017, s. 28) využívá 63% reportujících podniků.

### 3.2.4 Obsah nefinančních reportů

Obecně se v rámci nefinančního reportu předpokládá zahrnutí a zobrazení podnikových aktivit a jejich dopadů na společnost i životní prostředí podniku jako celku, tak i jeho poboček. Pro zvýšení důvěryhodnosti reportu by podnik měl uvést standard, kterého se držel, metodu sběru dat, podnikové cíle a politiku. Dalším krokem ke zvýšení důvěryhodnosti je ověření třetí nezávislou stranou, což jak již bylo zmíněno, některé standardy vyžadují. Z formálního hlediska by zpráva měla být vhodně graficky upravena, měla by zahrnovat přehlednou navigaci, být přiměřeně dlouhá a srozumitelná.

Obsah podnikových reportů často vyplývá ze zvoleného standardu, kterým se daný podnik řídí. Jednotlivé standardy, které se při zpracování reportu podniku nabízejí, byly představeny v předchozí kapitole. Po prostudování a porovnání uvedených standardů se jako nejvhodnější jeví standard GRI, který se nejvíce věnuje samotné tvorbě nefinančního reportu, specifikuje požadovaný obsah, vyžaduje určitou kvalitu tvořeného reportu, obsahuje i požadavek na rozsah reportu a podobně. Z tohoto důvodu byl standard GRI zvolen i pro praktickou část této práce.

První část standardu je zaměřena obecně na podnik a jeho aktivity a v rámci GRI je označena jako „Organizational profile“ (profil společnosti). Uveden by měl být přesný název společnosti, kontext firemních aktivit (značky, produkty a služby, kterými se podnik zabývá), sídlo společnosti, její vlastnictví, obsluhované trhy a podobně. Další oblasti jsou firemní hodnoty, principy a cíle (GRI, 2016). Tuto úvodní část v požadavcích na obsah CSR reportu uvádí i Vexlerová (2008, s. 29), která ji pojmenovává jako firemní souvislosti. Přidává k ní ještě závazek vrcholového managementu, kam spadá například slovo ředitele (uvede a zhodnotí nejdůležitější poznatky) a definování vlastního konceptu CSR ve firmě.



Druhá oblast v rámci GRI se nazývá „Strategy“ (strategie). Tuto část by měl podnik začít s prohlášením nejvyššího firemního představitele ohledně společenské odpovědnosti a udržitelnosti. Následovat by měly vyjmenované ekonomické, environmentální a sociální dopady podnikových aktivit, stejně jako možnosti a ohrožení podniku plynoucí z těchto oblastí (GRI, 2016). Stejně jako dle GRI, i u Vexlerové (2008, s. 29) by se druhá část reportu měla zaměřit na strategii, konkrétně na přijatou CSR strategii, souvislosti mezi CSR strategií a celkovou strategií podniku, prioritní oblasti zájmu, vzniklé přínosy využíváním CSR pro podnik, způsob zapojení stakeholderů a informace o partnerství podniku s nekomerčními subjekty.

Třetí část standardu GRI je zaměřena na etiku a integritu („Ethics and integrity“), v rámci které by měly být popsány podnikové hodnoty, principy a normy chování, jak se s nimi pracuje, zda jsou s nimi seznamováni zaměstnanci a podobně. Dále jsou zde obsaženy body zaměřené na etiku – zda se jí v podniku věnují, na koho se případně mohou lidé obrátit, zda jsou proškolení zaměstnanci a podobně (GRI, 2016).

Čtvrtý bod se věnuje vedení podniku („Governance“) – jaká je jeho struktura, jaké orgány ho tvoří, kdo v nich zasedá a podobně. Rovněž by mělo být uvedeno, komu byla delegována odpovědnost za oblast CSR a to na různých úrovních vedení. V souvislosti s vedením je ve standardu ještě mnoho dalších podbodů (způsob volby nejvyšších podnikových představitelů, konflikt zájmů, dopady rozhodnutí nejvyšších představitelů na sociální, environmentální a ekonomickou oblast a tak dále). (GRI, 2016)

V pátém oddíle se standard zaměřuje na zapojení zainteresovaných stran („Stakeholder engagement“). Nejprve by měli být jednotliví stakeholderi vyjmenováni a rozříděni dle zvolených hledisek, jak se k jednotlivým skupinám přistupuje, jaká jsou hlavní témata při jednání s těmito skupinami a podobně. (GRI, 2016).

Závěrečná šestá část je věnována procesu tvorby reportu („Reporting practice“). Uvedeno by mělo být, jakým způsobem report vznikal, jaké změny nastaly od minulého reportu, v jaké periodě jsou reporty vytvářeny, kontakt pro případné otázky. Rovněž by v této části mělo být napsáno, že report byl zpracován dle standardu GRI. Jednotlivé části jsou pak detailněji rozpracovány konkrétními dílčími standardy, ve kterých jsou daná témata konkrétně zmapována. (GRI, 2016).

Jak bylo řečeno, doporučený obsah dle Vexlerové (2008, s. 29) se se standardem GRI shoduje v prvních dvou částech. Třetí část dle autorky je ale specifikována více

obecně. V té by měl podnik poskytnout jak kvalitativní, tak i kvantitativní informace o dopadu svých aktivit a procesů na zainteresované strany a životní prostředí. Netýká se to tedy pouze etiky, ale celkově všech aktivit. V poslední čtvrté části dle autorky by měl specifikovat, jakým způsobem zpráva vznikla. Jaké časové období pokrývá, jakých standardů bylo při tvorbě využito, zda bylo provedeno ověření třetí stranou a případně jakou, jaké ukazatele byly využity, jak mohou čtenáři podnik kontaktovat se zpětnou vazbou a uvedení dalších možných zdrojů informací o podniku, což se opět poměrně značně shoduje s požadavky dle standardu GRI.

### 3.2.5 Trendy v oblasti CSR a nefinančního reportingu

Nefinanční reporty se stávají součástí komunikace o aktivitách podniků i u firem, od kterých to nevyžaduje zmíněná směrnice Evropské unie č.2014/95/EU. Jedním z důvodů je fakt, že na důležitosti nabývá i tzv. stakeholder dialog, který u interních a externích stakeholderů mapuje priority, na které by se firma měla zaměřit. Díky stakeholder dialogu získá firma lepší pohled na svoji výkonnost a umožňuje vyjasnění strategie a očekávání zainteresovaných stran.

Jednou ze skupin stakeholdreů, u nichž roste zájem o publikované reporty, jsou investoři. Dle studie Oxfordské univerzity (McPherson, 2019) více než 80% investorů využívá podnikové informace o oblasti environmentální, sociální a oblasti řízení podniku během svého rozhodování, kde své finanční prostředky investují. Je požadována stále větší transparentnost podnikání tak, aby stakeholderi měli přehled o aktivitách podniku. S tím souvisí i další trend, což je měřitelnost. Stále více stakeholderů požaduje, aby psané slovo bylo podloženo měřitelnými hodnotami, na kterých je rovněž možné vidět, jaký je vývoj v dané oblasti, ve které se podnik angažuje. Číselné hodnoty a výsledky z různých oblastí jsou přehlednější a nezaberou tolik času k orientaci. Následné propojení informací a hodnot z oblasti nefinanční s výsledky finančními do integrovaného reportu je rovněž jedním z vývojových kroků na poli reportingu. Zde je však potřeba, aby se podnik měl na pozoru, poněvadž s velkým množstvím informací, který by takový report mohl obsahovat, logicky roste i jeho délka. Veřejnost však obecně lépe vnímá reporty, které nejsou příliš obsáhlé a ve kterých je možné se poměrně jednoduše zorientovat. Ke snadnější orientaci jsou a budou v reportech využívány interaktivní či vizuálně atraktivní prvky, jako jsou infografiky nebo videa, které přehledně zobrazí měřitelné cíle a jejich plnění.

Trendem v oblasti CSR je i větší zapojení zaměstnanců do rozhodování o otázkách, ve kterých aktivitách se bude podnik angažovat. Nízká míra nezaměstnanosti a boj podniků o zaměstnance s velkým potenciálem dává těmto lidem větší vyjednávací prostor. Současná generace mileniálů od podniku očekává, že nebude hledět jen na vlastní prospěch a bude schopen určité hodnoty společnosti vrátit zpět. Je pro ně důležité, aby mohli s podnikem spolurozhodovat, na jaké projekty se zaměřit a na jaké aktivity vynaloží svůj volný čas. Podnik by tak měl provádět průběžný výzkum mezi svými zaměstnanci a pomocí něho zjišťovat, jaké projekty a aktivity by měly být podpořeny. (McClimmon, 2019)

## **4 NÁVRH ZPRACOVÁNÍ REPORTŮ VE SPOLEČNOSTI MOL**

### **ČESKÁ REPUBLIKA, S.R.O.**

V praktické části bude posouzeno zpracování reportů v podniku, a to jak reportů finančních tak nefinančních. Vzhledem ke skutečnosti, že reporting finanční je již jasně vymezen a standardně v podnicích zpracováván, bude praktická část diplomové práce zaměřena zejména na zpracování reportu nefinančního dle Standardu GRI pro podnik z chemického průmyslu.

Vybraným podnikem, který byl v této práci posuzován, je MOL Česká republika, s.r.o. Tato společnost je součástí mezinárodní skupiny MOL, která sídlí v Budapešti a zaměřuje se na ropné a plynárenské aktivity. Celkově skupina provozuje více než 1 900 čerpacích stanic ve dvanácti zemích jihovýchodní a střední Evropy. MOL Česká republika se zaměřuje jak na maloobchodní, tak i velkoobchodní aktivity. V rámci sítě svých čerpacích stanic, kterých v roce 2017 bylo v ČR 306, zaujímá v naší republice druhé místo na trhu. Na těchto čerpacích stanicích společnost poskytuje zákazníkům nejen nová paliva značky EVO, ale i občerstvení prostřednictvím konceptu Fresh Corner a mnoho dalších služeb. V rámci velkoobchodu se společnost zaměřuje na prodej a distribuci pohonných hmot a maziv, a to buď do vlastních čerpacích stanic nebo do dopravních společností, zemědělským podnikům, dalším distributorům nebo jiným čerpacím stanicím. Sídlo společnosti je v Praze v budově Quadrio, ulice Purkyňova 2121/3.

#### **4.1 FINANČNÍ REPORTING V PODNIKU MOL ČESKÁ REPUBLIKA, S.R.O.**

Společnost MOL sestavuje finanční výkazy dle platného zákona o účetnictví a prováděcích vyhlášek k tomuto zákonu. Finanční výkazy tomuto zákonu odpovídají, do sestavování finančních výkazů byly promítnuty poslední legislativní změny týkající se způsobu vykazování zisku a ztrát. Správnost finančních výkazů je rovněž prověřována auditorskou společností, audit účetní závěrky pro rok 2017 prováděla společnost Ernst & Young Audit, s.r.o. Jako člen skupiny MOL zasílá své finanční reporty v podobě podkladů pro zpracování konsolidovaných finančních reportů na úrovni celé skupiny v souladu s požadavky a pravidly předávanými skupinou MOL společností zařazeným

do skupiny. Poslední dostupné výkazy v rozsahu rozvahy, výkazu zisku a ztrát a přehledu o peněžních tocích za rok 2017 jsou uvedeny v příloze č. 1.

V rámci obecných účetních zásad, které společnost pro tvorbu výkazů využívá, oceňuje dlouhodobý hmotný i nehmotný majetek v pořizovacích cenách, do kterých se vedle ceny pořízení počítají i náklady s pořízením spojené. Dlouhodobý nehmotný majetek s dobou životnosti nad 1 rok nad 60 tis. Kč je odepisován do nákladů dle předpokládané doby životnosti, nehmotný majetek od 10 tisíc Kč do 60 tisíc Kč je veden jako drobný dl. nehm. majetek a je odepisován rovnoměrně po dobu dvou let, nehm. majetek s hodnotou do 10 tisíc Kč se účtuje rovnou do nákladů při pořízení. U dlouhodobého hmotného majetku místo 60 tisíc Kč je rozhodující hranicí 40 tisíc Kč. Zásoby jsou oceňeny metodou váženého aritmetického průměru, největší položkou jsou zásoby benzínu a motorové nafty. Rezervy na ztráty a rizika společnost vytváří v takovém případě, kdy lze s vysokou mírou pravděpodobnosti stanovit titul, výši a termín plnění, za rok 2017 byl zůstatek na účtech rezerv celkově 210 303 tis. Kč, z čehož největší část 94 269 tis. Kč připadá na rezervy na sanace a náklady související s uvedením pozemků do původního stavu.

V návaznosti na novelu zákona o účetnictví č. 221/2015 Sb., která byla zmíněna v teoretické části práce, lze konstatovat, že společnost MOL Česká republika je velkou účetní jednotkou, poněvadž ve dvou ze tří kritérií přesahuje hraniční hodnoty pro střední podniky, konkrétně majetek podniku přesahuje hodnotu 500 mil. Kč a čistý obrát za rok 2017 byl vyšší než 1 mld. Kč.

#### **4.2 NEFINANČNÍ REPORTING V PODNIKU MOL ČESKÁ REPUBLIKA, S.R.O.**

V návaznosti na poznatky získané v teoretické části práce byl ve spolupráci se společností MOL Česká republika, s.r.o. zpracován nefinanční report. Pro jeho tvorbu byl zvolen Standard GRI, podle kterého je celý report veden a číslován. Nejprve bude popsán postup zpracování reportu, jak je samotný standard strukturován a jaké informace jsou při jeho naplňování vyžadovány, následně v další podkapitole bude uveden samotný report.

#### 4.2.1 Popis postupu zpracování nefinančního reportu dle Standardu GRI

Pro tvorbu nefinančního reportu byl zvolen Standard GRI, který byl blíže specifikován v kapitole 3.2.3. Vybrán byl z toho důvodu, že se v největší míře z analyzovaných standardů zabývá samotnou tvorbou nefinančního reportu, kdežto mnoho ostatních se zaměřuje spíše na Společenskou odpovědnost firem a reportingu se věnují jen krátce. Při tvorbě nefinančního reportu byla dodržována hlavní kostra dle GRI 102: General disclosures 2016 (GRI, 2016), do které byly následně vkládány informace dle dalších norem GRI. Tím vznikl poměrně obsáhlý soubor požadovaných informací, které se zaměřují na všechny oblasti Společenské odpovědnosti firem. Ze strany posuzované společnosti byly využity informace veřejně dostupné na webu a z výroční zprávy, další informace dle struktury GRI byly dodány na základě dotazů ze strany firmy z interních informačních zdrojů z příslušných oddělení.

První část má být dle GRI (GRI, 2016) zaměřena na společnost jako takovou – co je její oblast působení, kde má sídlo, kdo je vlastníkem, zda je součástí nějakých organizací a podobně. Tyto informace jsou poměrně dostupné – ať už z výroční zprávy, webových stránek či jiných internetových zdrojů.

Druhá část se zabývá strategií podniku. Měl by být uveden výrok nejvyššího představitele společnosti o významu udržitelnosti a společenské odpovědnosti pro organizaci a rovněž by mělo být uvedeno podnikové řešení udržitelnosti, jaké dopady by toto řešení mohlo mít a jaká rizika ho ohrožují.

Ve třetí části je analyzován přístup podnik k problematice etiky. Uvedeny jsou hodnoty a principy společnosti a informace o tom, zda a kam se mohou lidé obrátit v případě dotazů a problémů spojených s etikou. Informace ohledně etiky jsou rovněž poměrně dobře dohledatelné – ať již z etického kodexu, webových stránek nebo výroční zprávy. Doplnující informace pak pocházejí z příslušného oddělení podniku.

Ve čtvrté části je přiblíženo vedení společnosti – jak vypadá organizační struktura, jak je složeno vedení společnosti a jak probíhá výběr jeho členů a podobně. Kromě organizační struktury, která je obsažena ve výroční zprávě, nejsou zbylé informace veřejně dostupné, proto bylo třeba je získat z personálního oddělení podniku.

Pátá část je věnována stakeholderům. V této části jsou informace vyžadované standardem GRI prezentovány formou souhrnné tabulky. V tabulce jsou uvedeny jednotlivé skupiny stakeholderů, co je s nimi nejčastěji komunikováno, jakým způsobem a jak

často se tak děje a z jakého důvodu. Informace pro tabulku pocházejí částečně z webových stránek, výroční zprávy a od pracovníků společnosti.

Další dvě části byly do původní kostry dle standardu GRI 102: General disclosures vloženy tak, aby bylo možné shrnout všechny potřebné informace v jednom souboru. Šestá část se tak zabývá životním prostředím (GRI:302 až 307) – zejména problematikou materiálů, energií, vody, odpadů a podobně. Tyto informace bylo potřeba získat od příslušného oddělení v rámci společnosti MOL. V sedmé části je pak analyzována sociální oblast (GRI: 401 až 419) – politika vůči zaměstnancům, ochrana zdraví a bezpečnosti při práci, vzdělávání, místní komunita, ochrana soukromí zákazníků a tak dále. Tato oblast je poměrně rozsáhlá a zaměřuje se na více skupin stakeholderů. Většinu z těchto informací bylo potřeba získat z personálního oddělení společnosti nebo od pracovníka zaměřujícího se na oblast CSR. V poslední osmé části je jen krátce shrnuto, za jaké období byl report tvořen, z jakých zdrojů pocházejí informace a podle jakého standardu byl sestaven.

#### 4.2.2 Návrh nefinančního reportu společnosti MOL Česká republika, s.r.o.

##### 1. Profil organizace

102.1 *Název společnosti* - MOL Česká republika s.r.o.

102.2 *Hlavní aktivita* - Společnost MOL Česká republika se orientuje na velkoobchodní a maloobchodní činnost spojenou s palivy a mazivy.

102.3 *Sídlo* - Sídlo společnosti se nachází v budově Quadrio, ulice Purkyňova 2121/3 v Praze.

102.4 *Sídlo skupiny* - Společnost MOL Česká republika s.r.o., která působí na českém trhu pod svým současným názvem od 1. 1. 2016, je součástí mezinárodní skupiny MOL, která se zabývá ropnými a plynárenskými aktivitami a která sídlí v Budapešti. MOL Group působí ve více než 40 zemích světa a zaměstnává kolem 28 000 lidí. Skupina se zabývá rafinérskou činností v rámci svých čtyř rafinerií a dvou petrochemických závodů, které se nachází v Maďarsku, na Slovensku a v Chorvatsku. Celkově skupina provozuje více než 1 900 čerpacích stanic ve dvanácti zemích jihovýchodní a střední Evropy. Společnost Mol Česká republika nemá organizační složku v zahraničí.

102.5 *Vlastník* - Společnost je společností s ručením omezeným, vlastníkem je MOL CZ Downstream Investment B. V., Prins Bernhardplein 200, PSČ 109 7JB, Nizozemské království, registrační číslo 60167556, která je rovněž součástí konsolidačního celku skupiny MOL se sídlem v Maďarsku.

102.6 *Obsluhované trhy* - Společnost se zabývá činností velkoobchodní i maloobchodní, které se pojí s palivy a mazivy. V rámci velkoobchodu patří společnost mezi největší dovozce, prodejce a distributory paliv, maziv a pohonných látek v České republice. Společnost dodává zmíněné produkty zejména do vlastní sítě čerpacích stanic, dále pak různým dopravním podnikům, zemědělským společnostem, jiným čerpacím stanicím a distributorům. V rámci maloobchodních aktivit provozuje firma v České republice 306 čerpacích stanic, a to pod značkou MOL, Pap Oil a Slovnaft. Čerpací stanice MOL jsou designově sladěny s logem společnosti do zeleno-bílo-červených barev, pro Pap Oil je typická barva modrá a Slovnaft je reprezentován žlutou a černou. Zmíněné čerpací stanice jsou postupně přebudovávány do stejného konceptu, jako jsou čerpací stanice MOL. V rámci těchto stanic poskytuje společnost řadu palivových produktů EVO. Tato řada paliv obsahuje vyšší množství aditiv, která chrání motor od koroze a usazenin. Společnost dále nabízí zkapalněné ropné plyny (LPG), stlačený zemní plyn (CNG) a závodní paliva, která jsou využívána při různých závodech rallye sportu. Vedle těchto produktů společnost poskytuje zákazníkům i služby, mezi které se řadí myčky aut, ruční mytí aut, kontrola pneumatik a Fresh Corner, což je koncept čerpacích stanic s vyšší úrovní zákaznických služeb zejména v oblasti stravování (vysoká kvalita nabízených káv a na místě připravované občerstvení).

102.7 *Velikost podniku* - Základní kapitál společnosti dosáhla v roce 2017 částky 1 041 300 000 Kč. Tržby z prodeje výrobků a služeb dosáhly 130 273 000 Kč a z prodeje zboží 46 101 875 000 Kč.

102.8 *Informace o zaměstnancích* - Na pražské centrále společnosti bylo v roce 2018 zaměstnáno průměrně 220 zaměstnanců. Jednotlivé benzinové stanice byly pronajímány nájemcům, kteří na daných místech měli své vlastní zaměstnance.

102.9 *Supply chain* - Výběr dodavatelů je zajišťován vypsáním tendrů, ve kterých se na vypsanou zakázku přihlašují jednotlivé společnosti a z nich pak jsou dle předem stanovených kritérií vybráni dodavatelé. S vítězem tendru se uzavírá dlouhodobá spolupráce na nejméně 1 až 2 roky. Nejčastěji vítězné dodavatelské společnosti pocházejí



z České republiky, ale neobvyklé nejsou ani ty ze Slovenska, Polska nebo Maďarska. Někteří dodavatelé jsou rovněž vybíráni pro celou skupinu MOL, spolupráce je s nimi uzavřena na základě přístupových kontraktů a své produkty dodávají všem členům skupiny. V tomto případě se jedná například o dodavatele reklamních předmětů.

102.12 *Seznam externích hospodářských, sociálních, environmentálních iniciativ* – Společnost MOL ve sledovaném roce nebyla součástí žádné externí iniciativy.

102.13 *Seznam členství v průmyslových nebo jiných asociacích* - Společnost MOL je součástí České asociace petrolejářského průmyslu a obchodu (ČAPPO), která sdružuje podniky v rámci petrolejářského oboru na území České republiky. Tato asociace, která si zakládá na etickém chování a přístupu k vyjednávání, nesleduje žádné politické ani ideologické cíle, ale zaměřuje se na prosazování oprávněných legislativních požadavků členů asociace, spravedlivou soutěž a rovné podmínky, obranu proti nadměrné regulaci podnikání, maximální bezpečnost při přepravě pohonných hmot, ochranu životního prostředí a podobně.

## 2. Strategie

102.14 *Výrok CEO* - Společnost MOL se zavazuje jednat odpovědně v oblasti bezpečnosti a ochrany zdraví při práci, ochrany životního prostředí a oblasti sociálního dopadu našich aktivit v rámci každodenních činností. Zlepšování spolehlivosti provozu podnikových zařízení, prevence mimořádných událostí a zachování vysokého standardu havarijní připravenosti je dalším z podstatných závazků, kterým se firma přizpůsobuje. MOL snižuje negativní vliv svých aktivit na životní prostředí, věnuje se ochraně přírodních zdrojů a podporuje mezinárodní úsilí v oblasti snižování rizik souvisejících s klimatickými změnami. Pozitivně ovlivňovat se společnost pokouší i místní komunity a okolní prostředí, stejně jako místní kulturu.

102.15 *Dopady, rizika, možnosti v rámci strategie* – Nedostatek informací.

## 3. Etika a integrita

102.16 *Hodnoty, principy, standardy* - Mezi základní hodnoty společnosti se řadí:

- **Týmová práce a partnerství** - Život a práce ve společenství a spolupráce s ostatními nám pomáhají vytvářet hodnoty a naplnit naše poslání. Svoboda myšlení nám otevírá velké možnosti pro tvořivou práci a umožňuje nám posunovat a realizovat naše vlastní i kolektivní nápady.

- **Odvaha a rozhodnost** - Potřebujeme odvahu a sounáležitost k překonávání bariér a vytváření hodnot pro nás samé i pro komunitu, v níž žijeme. Odborné znalosti a cit pro spolupráci jsou potřebné, ale samy o sobě nestačí – důležitá je rozhodnost, která nám pomáhá každý den posunovat věci kupředu.
- **Odbornost a zodpovědnost** - Odbornost zaměstnanců a jejich znalosti jsou klíčem k dosažení stanovených cílů a strategických plánů Skupiny MOL. Uvědomujeme si svoji odpovědnost a podporujeme aktivity zaměřené na trvale udržitelný rozvoj a zlepšování životního prostředí. Chceme zachovat současné hodnoty a zároveň vytvářet i nové pro potřeby přítomnosti i rozvoj budoucích generací.

Dále mezi základní hodnoty společnosti patří dodržování zákona, morální bezúhonnost, úcta k jiným, poctivost, spravedlnost a péče o ostatní. Jednotlivé hodnoty jsou zveřejněny na webových stránkách společnosti nebo jsou uvedeny v etickém kodexu společnosti.

102.17 *Mechanismy a rady ohledně etiky* - Oporu v otázce etiky mohou jednotliví stakeholderi hledat v etickém kodexu, který společnost vydala a který dodržuje. V tomto kodexu jsou uvedeny jednotlivé oblasti, kterých se týká činnost podniku a na které by jednotliví stakeholderi mohli narazit. Jsou v něm rovněž uvedeny rady, jak se v jednotlivých situacích zachovat nebo naopak, co se v dané situaci nehodí dělat. Pokud by pak někdo cítil, že se setkal s jednáním, které se protíví jednání etickému, může se obrátit na kontaktní osobu, která mu s daným problémem pomůže. Druhou možností pro zaměstnance, jak nahlásit nevhodné chování, je portál Speak up. Tento portál funguje na úrovni celé skupiny. Jeho využití je vhodné zejména v okamžiku, kdy problém daná osoba nechce komunikovat na lokální úrovni (pokud by se to týkalo například spolupracovníků a podobně) a předáním podnětu na celoskupinovou úroveň tak odpadne danému zaměstnanci problém s ostychem či strachem z problémů na pracovišti.

Všichni zaměstnanci procházejí poučením o etickém kodexu (v rámci něj i o akcích proti korupci apod.) a následně musí absolvovat test prověřující získané znalosti.

#### 4. Governance

102.18 *Organizační struktura společnosti* – Organizační struktura je uvedena v příloze číslo 4.

102.19 *Delegování autority (oblast CSR)* - Oblastí CSR je v podniku pověřen jeden ze zaměstnanců, který dále poskytuje relevantní informace jak nadřízeným, tak i podřízeným osobám a vykonává organizační a podpůrné činnosti související s oblastí CSR. Oblastí, která však nespadá do jeho kompetence, je oblast zaměstnanecké bezpečnosti práce, za kterou zodpovídá jiný pracovník.

102.22 *Složení vedení společnosti* – Top management společnosti je složen z pěti členů – 4 muži a 1 žena, věk vedoucích osob se pohybuje v rozmezí od 30 do 50 let, čímž je v něm zastoupen pohled jak zkušenějších pracovníků, tak i mladší generace. 40 % vedení je z České republiky, zbývající členové vedení společnosti jsou ze zahraničí.

102.24 *Výběr vedení společnosti* – Proces výběru do vedení společnosti je standardním postupem, který vychází z vnitřních předpisů společnosti MOL. Poradní roli při tomto procesu sehrává HR oddělení, a to zejména proto, aby byl profil kandidáta v souladu s firemní kulturou. O náboru na určitou pozici rozhoduje přímý nadřízený dané pozice lokálně nebo z vedení skupiny v zahraničí.

102.25 *Střet zájmů* – Ve společnosti je hlídáno, aby u členů vedení společnosti nedocházelo ke střetu zájmů.

102.26 *Nejvyšší představitel společnosti* – Na lokální úrovni se generální ředitel podílí na tvorbě strategie společnosti MOL Česká republika a rovněž je hlavním tvůrcem a nositelem hodnot společnosti. Strategie lokální společnosti však vychází z hlavní strategie skupiny MOL, která platí pro všechny dceřiné podniky, které se jí musí řídit.

## 5. Stakeholders

102.40 *Seznam stakeholderů* - V tabulce č. 10 jsou uvedeny jednotlivé zainteresované skupiny či osoby, zaměření komunikace s nimi, specifikace této komunikace z hlediska způsobu a frekvence a nakonec je uveden důvod, kvůli kterému je komunikace vedena.

**Tabulka 10 Přehled podnikových stakeholderů**

Stakeholders	Zaměření komunikace	Specifikace komunikace	Důvod komunikace
<b>Mateřská společnost a sesterské společnosti</b>	Zadávání pracovních úkolů, zadávání strategií a cílů, předávání zpětné vazby, informace o plnění úkolů a o výsledcích společnosti	Video konferenční hovory s týdenní frekvencí nebo ad hoc	Zajištění stejné strategie společnosti a dosahování stanovených cílů, zvyšování spokojenosti zaměstnanců

<b>Zaměstnanci</b>	Pracovní úkoly, BOZP, hodnocení a odměňování	Každodenní interní komunikace prostřednictvím přímého nadřízeného či dalších odborných pracovníků nebo prostřednictvím časopisu <sup>1</sup>	Splnění pracovních požadavků, bezpečnost práce, spokojenost zaměstnanců
<b>Potenciální zaměstnanci, absolventi, studenti</b>	Navazování spolupráce, programy pro studenty a absolventy	Dle kampaní a potřeb společnosti	Získání nových zaměstnanců, spolupráce se studenty
<b>Dodavatelé a odběratelé</b>	Vyjednání obchodní dohody, dodržování etického kodexu	Každodenní obousměrná komunikace s pomocí různých nástrojů	Zajištění dodávky produktů a platby, vytvoření dlouhodobých důvěryhodných vztahů
<b>Nájemci</b>	Vyjednávání podmínek nájmu, udržení kvality služeb	Každodenní obousměrná komunikace prostřednictvím area manažerů	Jednotná podoba poskytování služeb koncovým zákazníkům, spokojenost koncových zákazníků, bezproblémová spolupráce
<b>Zákazníci</b>	Bezproblémový nákup	Každodenní komunikace prostřednictvím čerpacích stanic	Spokojenost zákazníků, zabezpečení služeb, získání loajality zákazníků
<b>Místní komunita</b>	Podpora lokálních aktivit, podpora akcí, zlepšení kvality života	Dle jednotlivých akcí, často kvartální perioda	Zlepšení reputace společnosti, podpora vzájemných vztahů v příslušné lokalitě
<b>Stát</b>	Zákonné povinnosti k finančnímu či pracovnímu úřadu, celníkům, správě sociálního zabezpečení, ministerstvům atd.	Průběžně dle povinností	Dodržení zákonných podmínek, zlepšení vzájemných vztahů
<b>Asociace a sdružení</b>	Společné řešení problémů, vyjadřování k legislativním pravidlům, výzkum a inovace	Průběžně dle požadavků sdružení	Silnější společná pozice, vzájemné obohacování znalostmi
<b>Média</b>	Poskytování informací a rozhovorů souvisejících s činností společnosti, informování o plánovaných aktivitách a kampaních	Průběžně i ad hoc dle veděných kampaní	Otevřenost společnosti, zlepšení mediálního obrazu, zvýšení povědomí o společnosti
<b>Veřejnost</b>	Volně dostupné informace, představování společnosti	Využívání webových stránek, facebooku a instagramu (cca 4 posty za týden), odpovídání na zprávy	Zlepšování reputace, zaujmutí potenciálních zákazníků

Zdroj: vlastní zpracování na základě podkladů ze společnosti

102.41 *Kolektivní smlouva* - Na úrovni České republiky nemá podnik podepsanou kolektivní smlouvu. Podepsána je však na jiných trzích zejména tam, kde v rámci společnosti působí i rafinerie – Slovensko, Maďarsko, Chorvatsko.

<sup>1</sup> Společnost MOL Česká republika jednou měsíčně vydává časopis pro zaměstnance – Panorama. Je v něm psáno o aktuálních tématech a událostech, které se dějí ve společnosti.

## 6. Životní prostředí

301. *Materiály* – Společnost se snaží v rámci svého podnikání využívat materiály, které jsou pro přírodu co nejvíce přijatelné. Jako příklad lze uvést plastové kelímky na kávu, kterých se měsíčně spotřebuje kolem jednoho milionu kusů. Cílem společnosti je najít vhodný materiál, který by byl plně rozložitelný a nahradil by plastovou formu, čímž by se značně snížil dopad tohoto odpadu na životní prostředí.

302. *Energie* – Spotřebu energií se společnost snaží průběžně snižovat a optimalizovat. Jedním z nástrojů, které pro to využívá, je energetický audit, který přináší ekologicky a ekonomicky efektivní návrhy na zvýšení úspor energie nebo zvýšení energetické účinnosti. Společnost rovněž postupně aplikuje chytré měřiče energií a vody, aby s jejich spotřebou mohla lépe pracovat.

303. *Voda* – Spotřeba vody je velmi sledovaným ukazatelem. Většina čerpacích stanic je připojena na místní vodovodní síť, spotřeba vody v síti čerpacích stanic v roce 2017 byla 214 tisíc m<sup>3</sup>.

Jedním z projektů, který se touto problematikou zabývá, je projekt spořičů na zákaznických toaletách, které jsou postupně instalovány na benzínových stanicích, aby byla spotřeba vody při jejich využívání co nejnižší. Tento projekt se však teprve rozbíhá, spořiče jsou postupně instalovány a přínos tohoto projektu budou postupně vyhodnocován.

304. *Biodiverzita* – V rámci posouzení dopadů aktivit společnosti na životní prostředí je vytvářeno hodnocení ekologické újmy, v rámci něhož je sledována i biodiverzita. Podnik se tak snaží ji zachovat a snížit dopad svých aktivit na přírodu. Přesná strategie přístupu k biodiverzitě však prozatím stanovena není, je však postupně zpracovávána na úrovni celé skupiny MOL.

305. *Emise* – Zásadním nástrojem pro snížení emisí produkovaných při fungování společnosti je fakt, že pro tankování a stáčení pohonných hmot na čerpacích stanicích jsou všechna tankovací místa vybavena rekuperací benzínových par II. stupně (zachycení a vrácení par vytlačovaných z nádrží). Jiné emise nejsou ve společnosti sledovány, poněvadž na jejich produkci nemá přímý vliv v porovnání se sesterskými společnostmi, které provozují rafinerie.

306. *Odpady* – Společnost MOL má uzavřenou centrální smlouvu na všechny čerpací stanice týkající se jak odpadu komunálního, tak i odpadu nebezpečného. Nebezpečný odpad je z jednotlivých stanic svážen v měsíčním intervalu, veškerá agenda i povinné

hlášení s touto problematikou spojené zajišťuje pro MOL dodavatelská společnost. Celkový objem nebezpečného odpadu ročně je 3 500 tun, z čehož největší část tvoří kaly z myček automobilů, lapolů (určeny pro zachycení a odloučení lehkých kapalin, zejména ropných látek z odpadních vod) a úkapových jímek.

Podnik rovněž podporuje recyklaci odpadů. Třídí se plasty, papír, tetrapaky a bioodpad. Na jednotlivých čerpacích stanicích, stejně jako na ústředí podniku, jsou připraveny nádoby pro tříděný odpad.

307. *Environmentální zákony* – Podnik dodržuje environmentální zákony, což je zobrazeno i v politice HSE, která je volně dostupná na webových stránkách podniku. Aktuální změny legislativy podnik sleduje buď vlastními silami nebo prostřednictvím dodavatelských společností (nakládání s odpady či vzorkování vody) tak, aby se těmto změnám mohl co nejrychleji přizpůsobit.

## 7. Sociální oblast

401. *Zaměstnávání* – V roce 2018 bylo přijato 53 nových zaměstnanců převážně z České republiky. Tento počet nových zaměstnanců je z 47% tvořen muži a z 53% ženami. Na mateřské či rodičovské dovolené je aktuálně 26 zaměstnanců. V průběhu roku 2018 jich na mateřskou či rodičovskou dovolenou odešlo 6 zaměstnanců, zpět do zaměstnání se vrátili 4 zaměstnanci.

Benefity společnosti jsou orientovány na zdraví jak fyzické, tak psychické. Společnost nabízí zaměstnancům značnou flexibilitu benefitů, která je poskytována prostřednictvím Cafeterie.

Jeden z unikátních programů, které jsou zaměřeny na možné budoucí zaměstnance, provozuje společnost MOL Group pro absolventy vysokých škol – **GROWWW**. Je to program, který pomáhá absolventům seznámit se s prostředím v mezinárodní firmě a s jejich orientací při jejich prvním zaměstnání. Absolventi se přihlašují do konce dubna a v září se sejdou všech 200 vybraných jedinců, kteří jsou uvedeni do programu a jeho aktivit. Následně během roku zpracovávají různé úkoly a projekty, které v týmech i prezentují. Za svou odvedenou práci obdrží mzdu a mohou požívat i další benefity. Dalším neoddiskutovatelným přínosem je zejména seznámení se s prostředím, získání kontaktů, pracovních zkušeností a podobně. Po ukončení programu jsou účastníkům nabídnuty

volné pozice, na kterých by se mohli uplatnit. V roce 2018 se programu zúčastnili 2 absolventi z České republiky, kteří následně po absolvování programu oba dva do společnosti nastoupili, a to na pozice ve velkoobchodě a controllingu.

Druhým z programů zaměřených na studenty je **UPPP**. Ten se zaměřuje na talentované studenty z oborů těžby ropy a plynu. Studenti se přihlašují ve tříčlenných týmech, ve kterých se zúčastní online hry, která simuluje pákistánské ropné pole s reálnými daty. Po ukončení hry a jejím vyhodnocení se koná finálový kemp v Budapešti, na kterém se rozhoduje o vítězném týmu. V roce 2018 se program bohužel nekonal.

Posledním programem je **FRESHHH**. Tohoto programu se mohou účastnit studenti vysokých škol, jejichž úkolem je v rámci simulační online soutěže řídit ropnou společnost. Během této simulace studenti rozhodují o rozvojových projektech v ropném průmyslu, o výstavbě rafinerie, jejich úkolem je hledat nejlepší produktové portfolio a podobně. V následném semifinále pro 40 nejlepších se týmy zúčastní online řešení odborných případových studií a kvízů. Vítězný tým obdrží 12 000 EUR, druhý tým 8 000 EUR a třetí tým 5 000 EUR. V roce 2018 vyhrál tým z Belgie, z České republiky se soutěže zúčastnilo 29 týmů a nejlepší tým skončil na 13. místě.

403. *Ochrana zdraví a bezpečnost při práci* - Společnost dodržuje zpracovanou Politiku bezpečnosti a ochrany zdraví při práci, v rámci které se zaměřuje na dodržování právních předpisů a norem skupiny MOL, zlepšování úrovně bezpečnosti a ochrany zdraví zaměstnanců při práci, odměňování dodržování předpisů a vyžadování stejného přístupu od dodavatelů společnosti.

404. *Vzdělávání zaměstnanců* – Pro každého zaměstnance je nastavován vzdělávací plán, který je individuálně přizpůsobován pro danou pozici a kompetencím daného zaměstnance. Každý ze zaměstnanců tak má svůj plán, který se může od ostatních v různé míře odlišovat. Průsečíkem těchto plánů však je, že každý ze zaměstnanců povinně absolvuje minimálně dvě školení za rok.

405. *Diverzita zaměstnanců* – Procentuální rozložení zaměstnanců je velmi vyrovnané – 49% je mužů a 51% žen. Z pohledu odměňování je možné konstatovat, že mzdy jsou v rámci celé společnosti srovnatelné – je využívána metodologie odměňování od externí společnosti. V rámci této metodologie je každá pozice zařazena do určité kategorie, které se odlišuje například odpovědností a kompetencemi dané pozice. Ohodnocení dané

pozice tak nezávisí na pohlaví pracovníka, ale na zastávaných pracovních úkolech. Z hlediska věku zaměstnanců se podnik drží o něco málo pod republikovým průměrem – ve společnosti je průměrný věk zaměstnanců 41 let, kdežto v celé České republice je to 42,7 roků (Český statistický úřad, 2018).

406. *Nediskriminace* – Společnost v rámci svých aktivit dodržuje úmluvy o lidských právech, zákazu dětské a nucené práce. Ve společnosti je rovněž bojováno za principy nediskriminace, což je dokumentováno v Etickém kodexu společnosti.

413. *Místní komunita* – Jednou z aktivit, v rámci které se společnost MOL zaměřuje na místní komunitu, je program nazvaný **Zelené oázy**.

Je to grantový program Nadace Partnerství a společnosti MOL Česká republika s.r.o., který se zaměřuje na revitalizaci přírodních ploch v obydlých zónách, a to se zapojením veřejnosti. Revitalizace se může týkat školního parku, naučných stezek, ovocných sadů nebo například vytvoření bylinkové zahrádky. Žadatelé mohou za prostředky z grantu nakoupit sazenice stromů, keřů, trvalek a dalších rostlin; nakoupit potřebný materiál jako je nářadí, pletivo, kůly, hřebíky apod.; zajistit dopravu sazenic a materiálu na místo určení; získat odborné poradenství; propagovat projekt pomocí tisku a tvorby informačních materiálů nebo uhradit potřebné mzdové náklady.

Společnost MOL spolupracuje s Nadací Partnerství od roku 2015. Nadace v minulosti na Slovensku koordinovala projekty pro Slovnaft, následně tak při přebrání jejich aktivit v České republice společností MOL vznikla spolupráce i mezi nimi. MOL má s nadací uzavřenou rámcovou smlouvu, na základě které se Nadace stará o celý projekt Zelených oáz ve jménu společnosti MOL. Projekt probíhá v rámci jednoho školního roku. Žádosti jsou přijímány od 30. 8. do 31. 10. Celkový alokovaný budget pro granty je 1 400 000 Kč, který je rozdělen mezi jednotlivé projekty tak, aby minimální peněžní obnos pro projekt byl 25 000 Kč a maximální možný 140 000 Kč.

Nadace provede předvýběr, v rámci kterého rozdělí jednotlivé žadatele do čtyř skupin: A – nejlepší projekty s nejvyšší kvalitou; B – projekty s pozitivním hodnocením, ale už obsahují určité chyby; C – projekty, které projdou předvýběrem, ale nedostatků už obsahují poměrně mnoho; D – projekty, které jsou vyřazeny, poněvadž obsahují hrubé nedostatky ve zpracování nebo jiných náležitostech (těch je zhruba 15%). Z takto zhodnocených projektů je pak vybráno až dvacet projektů k realizaci. Příjemci grantu mají za povinnost po ukončení projektu dodat fotodokumentaci a závěrečnou zprávu o projektu.



Dosud ještě nedošlo k situaci, že by příjemci nesplnili podmínky, na základě čehož by museli vrátet poskytnuté finanční prostředky.

Druhou z aktivit, kterou společnost MOL ovlivňuje místní dění, je **sponzorství**. V České republice je sportovní marketing brán spíše jako marketingová akce společnosti, kdežto na Slovensku je brán více jako součást společensky odpovědných aktivit. Z tohoto důvodu společnost MOL nepropaguje tolik své sponzorské aktivity, spíše se snaží komunikovat aktivity spojené se Zelenými oázami. Přesto však i na poli sponzorování sportovních aktivit je MOL aktivní. Od sezony 2015/2016 sponzoruje Pohár Fotbalové asociace České republiky, který se tak přejmenoval na MOL Cup. Cílem vstupu do fotbalového prostředí bylo rozšířit dosah této soutěže i do menších obcí, které se do poháru zapojují. Dalším z cílů byla snaha o rozvoj českého fotbalu a kvalitativní růst jednoho z nejoblíbenějších sportů v České republice.

Druhou podporovanou sportovní ligou je od sezony 2017/2018 házenkářská interliga, která se od zmíněné sezony jmenuje MOL liga. Tato házenkářská soutěž propojuje české a slovenské ženské házenkářské týmy, které bojují o jeden titul. Soutěž hraje osm českých a pět slovenských týmů. MOL Česká republika je partnerem zejména pro českou část soutěže, pro slovenskou část je to pak partnerská společnost Slovnaft a.s.

Třetí oblastí, kterou se společnost zabývá, je **dobrovolnictví**. Na začátku roku je od mateřské společnosti MOL Group vyhlášena grantová výzva, do které mají zaměstnanci možnost nominovat projekty, které si dle jejich názoru zaslouží pozornost, a to jak ve formě dobrovolnické práce, tak ve formě peněz. Pro Českou republiku je od mateřské společnosti alokováno mezi 5 až 7 tisíci Euro. MOL ČR vyhlásí interní kampaň, do které zaměstnanci do konce března přihlašují své návrhy a vytipované projekty (například se zaměstnanec zajímá o péči o seniory a jako vytipovaný projekt si vybere projekt neziskové organizace Život 90). Na pomoc danému projektu zaměstnanec požádá o určitý finanční obnos a navíc například víkendovou dobrovolnickou činností s 15 dalšími zaměstnanci. Pokud dojde ke schválení daného projektu, obdrží daný zaměstnanec termíny, do kterého musí prostředky vyčerpat, do kterého musí proběhnout dobrovolnická činnost a do kterého musí zpracovat a odevzdat vypracovaný report o dané aktivitě. Mateřská společnost MOL Group uvolní na projekty prostředky, MOL ČR má pozici supervizora projektu a určitá nezisková organizace je příjemcem daného finančního obnosu, čímž vzniká trojstranná smlouva. Nezisková organizace si potřebné produkty nakoupí sama a

na pomoc přijdou zaměstnanci, vyfakturované peněžní částky obdrží následně po ukončení akce.

V roce 2018 byly podpořeny tři programy ve spolupráci s nadací Terezy Maxové (v roce 2017 byly podpořeny dva dětské domovy a jeden projekt výsadby stromů), a to penězi v částce 10 000 Euro a dobrovolnickou prací 17 lidí.

416. *Bezpečnost a zdravotní způsobilost výrobků a služeb* – Bezpečnost a zdravotní způsobilost je v rámci společnosti důležitým a hlídaným tématem. Zdravotní způsobilost výrobků je hlídána například u gastro produktů, které jsou prodávány na čerpacích stanicích. U těchto produktů je vyžadováno potvrzení od dodavatelů o nezávadnosti využitých potravin.

417. *Popis produktů* – Popis produktů vychází a odpovídá zákonným požadavkům. U jídel jsou uváděny alergeny, u pohonných hmot jsou popisy produktů dostupné buď na internetových stránkách, nebo je na každém stojanu na čerpací stanici certifikační nálepka, která dokumentuje, že pohonná hmota odpovídá normám Evropské unie.

418. *Ochrana soukromí stakeholderů* – Ochrana soukromí je v rámci společnosti hlídaným tématem a odpovídá požadavkům o GDPR. Jsou chráněny osobní údaje jak dodavatelů a odběratelů, tak i zaměstnanců a zákazníků (například údaje vložené do věrnostního programu). Požadavky zákona jsou dodržovány i při pořizování fotodokumentace, která může být zveřejněna pouze se souhlasem aktéra.

419. *Nesoulad se zákony* – Žádný nesoulad v daném období nebyl zaznamenán.

## **8. Postup tvorby reportu**

102.50 *Období pro tvorbu reportu* - Tento report byl sestaven za rok 2018, pouze finanční částky pocházejí z roku 2017, jelikož hodnoty z loňského roku v době zpracování tohoto nefinančního reportu ještě neprošly auditem a nejsou dosud zveřejněné.

102.51 *Datum posledního předešlého reportu* – Nefinanční report nebyl dosud v podniku zpracováván.

102.52 *Cyklus pro tvorbu reportu* – Report je připravován jednou ročně.

102.53 *Kontaktní adresa* – V případě dotazů k prezentovaným informacím nebo v případě jakýchkoli připomínek je možné se obrátit na mailovou adresu info@mol-cesko.cz.

### 4.3 SHRnutí PRAKTICKÉ ČÁSTI

Shrnutí praktické části bude rozděleno do dvou bloků. Nejprve bude zhodnocena situace ve společnosti MOL z hlediska přístupu k reportování, dostupnosti dat a jejich zdrojů a podobně, následně v druhé části budou uvedena doporučení, která by mohla napomoci ke zlepšení současné situace.

#### 4.3.1 Hodnocení zpracovaného reportu

Nefinanční report dle standardu GRI je velmi obsáhlým dokumentem, pro jehož naplnění je potřeba poměrně značné množství informací. Tyto informace je pak potřeba získávat z různých zdrojů, poněvadž ne všechny z nich jsou veřejně dostupné a snadno dohledatelné. Prvotními zdroji, ze kterých byly čerpány základní informace o společnosti, jejím sídle, velikosti, aktivitách a produktech byly webové stránky společnosti a výroční zpráva za rok 2017<sup>2</sup>, ze kterých byly čerpány právě zmíněné základní informace. Z výroční zprávy byly převzaty i finanční výkazy, kterým se věnuje část o finančním reportingu a které jsou součástí přílohy. Webové stránky společnosti jsou jasně strukturované a jednotlivé informace (například o produktech, programech pro absolventy a budoucí zaměstnance, nabídky pracovních pozic, etický kodex, politika bezpečnosti a ochrany zdraví při práci a podobně) jsou na nich poměrně snadno dohledatelné. Specifičtější informace bylo potřeba získat od pracovníků zodpovědných za jednotlivé oblasti. Údaje o počtech zaměstnanců, jejich vzdělávání nebo personálním obsazení vedení společnosti byly získány od zástupkyně personálního oddělení. Poznatky o filantropických aktivitách pocházely od pracovníka zodpovědného za oblast CSR. Data z oblasti životního prostředí byly poskytnuty vedoucím oddělení HSE (Health and Safety Executive). Zbylé potřebné informace byly doplněny z rozhovoru s vedoucí oddělení komunikace.

Samotný rozsah reportu souvisí i s oborem podnikání společnosti a jejími aktivitami. Společnosti MOL Česká republika s.r.o. je nevýrobní společnost, výroba je realizována v zahraničních rafineriích patřící skupině MOL. Pokud by se jednalo o výrobní společnost, bylo by možné předpokládat, že zejména část zaměřená na životní prostředí - hospodaření s materiály, vodou, energiemi a nakládání s odpady – by byla mnohem rozsáhlejší a bylo by v ní uvedeno více aktivit a programů na zlepšení. V tomto

.....

<sup>2</sup> Standardně v případě tvorby nefinančního reportu je nutné prezentovat údaje z finanční i nefinanční oblasti za jedno časové období. Výroční zpráva za rok 2018 však ještě nebyla publikována.

případě, kdy společnost je v podstatě společností obchodní, není tlak na ochranu životního prostředí a nárok na environmentální aktivity tak velký.

Po absolvování tvorby reportu a bližším zkoumáním jednotlivých oblastí CSR ve společnosti MOL je možné některé oblasti hodnotit pozitivně a některé méně pozitivně. Pozitivně lze rozhodně zhodnotit angažovanost společnosti v oblasti filantropie a zájmu o místní komunitu. Zmínit je potřeba dobrovolnické aktivity, které jsou ve společnosti každoročně a každoročně jsou zaměřeny na jiné neziskové iniciativy. V souladu s dobrovolnictvím je třeba dodat, že podněty vždy vycházejí od zaměstnanců a jsou to jejich nápady a aktivity, které pak přinesou neziskové organizaci potřebné přínosy a následně i finanční pomoc od společnosti MOL. Aktivitou na pomezí oblasti sociální a environmentální je program Zelených oáz, který napomáhá ke zlepšení místního životního prostředí, ale rovněž musí podnět vycházet od určité zainteresované skupiny z místní komunity, čímž společnost zajistí větší angažovanost místních do přeměny jejich okolí. A že společnosti MOL nejsou cizí ani aktivity sportovní dokládají sponzorské akce směřované do fotbalu a házené. Rovněž pozitivně je potřeba hodnotit, že společnost má zpracovaný Etický kodex a Politiku bezpečnosti a ochrany zdraví při práci, ochrany životního prostředí a společenské odpovědnosti.

Méně pozitivně lze hodnotit oblast životního prostředí, což, jak už bylo zmíněno, souvisí zejména s nevýrobním charakterem společnosti. Dále pak určitou skoupost na informace ohledně zaměstnanců, jejich počtech a specifikaci dle jednotlivých znaků, což však může souviset se snahou o ochranu jejich soukromí a rovněž neexistenci prezentace nabízených benefitů. Informace spojené se strategií – její dopady, možnosti a rizika – nebyly v době zpracování práce k dispozici.

V reportu nejsou obsaženy informace ze standardů GRI: 201 až 206, které se týkají ekonomického výkonu, nepřímých ekonomických dopadů podnikových aktivit, zadávání veřejných zakázek, postupů proti korupci a proti konkurenčnímu chování. Informace ke zhodnocení ekonomického výkonu a jeho nepřímých dopadů se nepodařilo získat v rozsahu, který by umožnil jejich úplné zpracování. Nicméně některé z dílčích zjištěných údajů se promítají i do dalších položek reportu např. zmínka o zadávání veřejných zakázek je uvedena v souvislosti se supply chain, v rámci kterého jsou dodavatelé vybíráni na základě veřejné soutěže. Informace o postupech proti korupci a konkurenčnímu chování jsou zpracovány v Etickém kodexu společnosti.

#### 4.3.2 Doporučení pro zpracování nefinančního reportu

Na základě komunikace se společností MOL a na základě průběhu sběru informací a jejich transformace do nefinančního reportu je možné formulovat několik doporučení. Prvotní základní doporučení je zahájit v podniku zpracování a publikování pravidelného nefinančního reportu. Pro vnitřní potřeby si takovým strukturovaným zpracováním reportu každoročně zpřehlední všechny aktivity, které jsou v podniku realizovány a které naopak by ještě mohly být doplněny. Rovněž se ukáže, v které oblasti je podnik silný a které slabší stránky by bylo potřeba posílit.

Další doporučení se týká periodicity tvorby reportu. Report by měl být sestavován periodicky každý rok tak, aby bylo následně možné porovnávat jejich výstupy. A aby bylo možné je porovnávat, bylo by vhodné si v každé hlavní oblasti stanovit dílčí cíl nebo ukazatel, na který by se podnik v následujícím období zaměřil. Mezi tyto ukazatele by se v rámci etické oblasti mohla zařadit například úspěšnost zaměstnanců při skládání testů z poznatků ohledně etiky. Cílem by bylo, aby se tato hodnota každoročně zvyšovala. V rámci oblasti vedení společnosti by to bylo spíše udržování současné hladiny než prosazování velkých změn – zajištění ženského elementu ve vedení společnosti a nepřesáhnutí určité průměrné věkové hranice členů vedení. U stakeholderů by bylo potřeba stanovit ukazatele zvlášť pro každou skupinu, což by mohlo být zdlouhavé a náročné. Proto by mohly být vybrány například čtyři, patřící mezi nejvýznamnější - zaměstnanci, odběratelé, zákazníci a veřejnost. U zaměstnanců by bylo možné stanovit hodnotu fluktuace a tu se snažit každoročně udržovat nebo snižovat, u odběratelů procento bezproblémových dodávek produktů, u zákazníků množství vydaných a využívaných karet zákaznického programu a u veřejnosti například množství sledujících profily na sociálních sítích a tyto čísla buď udržovat na stejné hodnotě, nebo zvyšovat. V rámci životního prostředí by bylo možné navázat na probíhající projekt, který je zaměřen na snížení spotřeby vody, která by se mohla stát sledovaným ukazatelem. U sociální oblasti by to mohlo být udržování zavedených programů a aktivit na podporu místní komunity. Všechny tyto ukazatele by se pak mohly stát základními hodnotami pro jednotlivé oblasti (ekonomická, sociální a environmentální), které by podnik sledoval a které by mohl každoročně publikovat a komentovat jejich vývoj.

Další doporučení je spojeno s tvorbou reportu. Vzhledem k tomu, že jednotlivé informace pro jeho naplnění pocházejí z různých oddělení společnosti, bylo by vhodné utvořit tým ze zástupců příslušných oddělení, který by na reportu spolupracoval a v rámci

něhož by každý sestavil svou část a jedna z osob by pak tvorbu reportu řídila. Díky jasně rozděleným úkolům v týmu by pak tvorba reportu byla snadnější a rychlejší a všechna potřebná data by byla snáze dostupná.

Z hlediska volby standardu pro společnost je možné konstatovat, že GRI je pro společnost MOL vhodným standardem, který pokrývá všechny oblasti CSR, se kterými se společnost v rámci svého působení na trhu setkává.

Očividné však je, že report podle GRI je velmi obsáhlý, dlouhý a ne úplně vhodný pro snadnou komunikaci směrem k některým stakeholderům, poněvadž by se v něm čtenář nemusel snadno orientovat. Proto by bylo vhodné vedle základního dokumentu – nefinančního reportu v úplném znění - sestavit zkrácenou verzi, která by obsahovala hlavní informace ze základního reportu, ale která by byla přehlednější a srozumitelnější. Využity by mohly být tabulky a různé grafické či vizuální pomůcky. Celková délka podobného dokumentu by byla na úrovni dvou až tří stran A4. Takový dokument by již byl vhodný k publikování například formou letáku, brožury nebo na webových stránkách podniku. Návrh zkráceného reportu je přiložen v příloze č. 4.

Pozornost délce vytvořeného dokumentu, srozumitelnosti a zajímavé grafické úpravě by měly věnovat všechny podniky, které určité reporty vytvářejí. Pročítání dlouhých nepřehledných zpráv není oblíbenou aktivitou většiny populace, tudíž by vynaložené úsilí neposkytlo kýžený výsledek: zaujmout co největší počet lidí/stakeholderů.

## ZÁVĚR

Tato diplomová práce se zabývá problematikou podnikového reportingu. Hlavním cílem diplomové práce bylo provést rešerši odborné literatury zabývající se daným tématem a následně v praktické části získané teoretické poznatky využít a vytvořit nefinanční report pro společnost z chemického průmyslu. V první části práce jsou shrnuty informace o podnikových reportech. Existují různé druhy podnikových reportů, které lze dělit dle různých kritérií. Následně jsou vymezeny základní zdroje a standardy, podle kterých jsou reporty vytvářeny. Rovněž jsou uvedeny způsoby, kterými mohou být reporty zveřejňovány a šířeny mezi čtenáři.

Druhá část se zabývá reportingem finančním, který je dle zákona o účetnictví pro účetní jednotky povinný. Nejprve jsou uvedeny legislativní normy, podle kterých se nefinanční reporting řídí. Následně jsou uvedeny jednotlivé druhy finančních reportů, které podniky vytvářejí a aktuální požadavky dané legislativou v této oblasti.

Ve třetí části jsou uvedeny informace o nefinančním reportingu. Nejprve je představen koncept CSR, ze kterého nefinanční reporting vyplývá. Jsou uvedeny jeho principy, definování stakeholderů a přínosy jeho zavedení v podniku. Po definování CSR následuje specifikace nefinančního reportingu, co by mělo být jeho obsahem, podle jakých standardů ho mohou podniky vytvářet a jaké jsou důvody pro jeho tvorbu v podniku.

V praktické části jsou využity poznatky o reportingu z části teoretické. Nejprve jsou uvedeny informace spojené s finančním reportingem společnosti MOL Česká republika, s.r.o. a ve spolupráci s tímto podnikem je následně zpracován report společensky odpovědného chování daného podniku, který vychází ze standardu GRI.

Zpracování nefinančního reportu není úplně jednoduchá a rychlá činnost. Pro jeho vytvoření je potřeba posbírat informace z různých oblastí a oddělení, což nemusí být vždy úplně snadné. Na druhou stranu množstvím využitelných a využitých informací vzrůstá délka reportu, který se tak stává hůře čitelným a méně přehledným. Z tohoto důvodu je vhodné vytvořit kratší verzi, která zjištěné informace přehledně shrne. Samotný obsah reportu významně souvisí s oborem podnikání konkrétního podniku – těžební nebo výrobní společnosti budou důraz při reportování klást na jiné aktivity než obchodní společnosti. Stejně tak u společnosti MOL není důraz zaměřen na životní prostředí, ale zejména na podporu místní komunity nebo na zaměstnance. Obecně by však bylo možné

doporučit všem zmíněným společnostem nefinanční report sestavit – ať již pro vnitropodnikové zpřehlednění fungujících aktivit nebo pro jejich úspěšnější komunikaci navenek. Společnost MOL pokrývá značné množství aktivit z oblastí CSR, ale jejich nedostatečnou komunikací, způsobenou absencí reportu, se „okrádá“ o jejich větší veřejný dosah. K dosažení tohoto cíle by pomohla i pravidelnost ve vydávání reportu, který by společnost měla vytvářet každoročně a vždy v něm shrnout události z oblasti CSR ve společnosti za uplynulý rok. Dalším faktorem, který by pomohl ke zvýšení kvality reportu a zlepšení komunikace nefinančních informací, by bylo vytvoření ukazatelů. Za každou oblast CSR by byl vytvořen nejméně jeden, který by byl pravidelně sledován a vývoj jeho hodnot prezentován a komentován.

Z celkového pohledu lze konstatovat, že zpracování nefinančního reportu, zejména pokud ve společnosti nikdy zpracováván nebyl, není úplně snadná činnost. Na druhou stranu se vložené úsilí rozhodně vyplatí. Zpracovaný a vhodnými komunikačními kanály komunikovaný nefinanční report může v dnešní době být rozdílovou hodnotou, která přitáhne podniku nové odběratele a zákazníky. To může být v době vysoké konkurence na trhu pro podnik vítanou konkurenční výhodou.



## SEZNAM LITERATURY

1. AA1000 ACCOUNTABILITY. *AA1000 Accountability Principles*. [online], 2018. Dostupné z: [https://www.accountability.org/wp-content/uploads/2018/05/AA1000\\_ACCOUNTABILITY\\_PRINCIPLES\\_2018\\_Single\\_Pages.pdf](https://www.accountability.org/wp-content/uploads/2018/05/AA1000_ACCOUNTABILITY_PRINCIPLES_2018_Single_Pages.pdf)
2. BĚHOUNEK, P. *Změny v účetnictví pro rok 2016*, [online], 06. 03. 2017. Dostupné z: <https://www.danebehounek.cz/news/ucto2016/>
3. BUSINESS LEADERS FORUM ČESKÁ REPUBLIKA, *Průvodce CSR*, [online] 2008. Dostupné z: [https://csr-online.cz/wp-content/uploads/2018/09/BLF\\_pruvodce\\_CSR.pdf](https://csr-online.cz/wp-content/uploads/2018/09/BLF_pruvodce_CSR.pdf)
4. CLARK, G. L., FEINER, A., VIEHS, M. *From the stockholder to the stakeholder: How sustainability can drive financial outperformance*. [online], University of Oxford, Arabesque Partners. 2014. Dostupné z: [https://www.smithschool.ox.ac.uk/publications/reports/SSEE\\_Arabesque\\_Paper\\_16Sept14.pdf](https://www.smithschool.ox.ac.uk/publications/reports/SSEE_Arabesque_Paper_16Sept14.pdf)
5. ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Struktura mezd zaměstnanců – 2017*. Český statistický úřad, [online], 31. 05. 2018. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/struktura-mezd-zamestnancu-2017>
6. DEEGAN, C.. *Financial accounting theory*, McGraw-Hill Education Australia, 2014. ISBN 9781743074626.
7. DE VILLIERS, C., MAROUN, W. (ed.). *Sustainability accounting and integrated reporting*. Routledge, 2017. ISBN 9781351608855.
8. DOSTÁL, D. *Finanční výkazy nezveřejňují více než dvě třetiny firem, porušují tím informační povinnost*. BusinessInfo.cz. [online] 2018. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/cs/clanky/financni-vykazy-nezverejnuji-vice-nez-dve-tretiny-firem-porusuji-tim-informacni-povinnost-107218.html>.
9. DVOŘÁKOVÁ, D. *Finanční účetnictví a výkaznictví podle mezinárodních standardů IFRS*. Brno: BizBooks, 2014. ISBN 978-80-265-0149-7.

10. EUROPEAN COMMISSION. *Green Paper: Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility*. Office for Official Publications of the European Communities. [online] 2001. Dostupné z: [http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/en/com/2001/com2001\\_0366en01.pdf](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/en/com/2001/com2001_0366en01.pdf)
11. EVROPSKÁ KOMISE. *Obnovená strategie EU pro sociální odpovědnost podniků na období 2011-2014*. [online] Dostupné z: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/docs\\_autres\\_institutions/commission\\_europeenne/com/2011/0681/COM\\_COM%282011%290681\\_CS.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/docs_autres_institutions/commission_europeenne/com/2011/0681/COM_COM%282011%290681_CS.pdf).
12. EUROPEAN COMMUNITIES. *The European Eco-Management and Audit Scheme*. [online] 2011. ISBN 978-92-79-19491-7. Dostupné z: [http://ec.europa.eu/environment/emas/pdf/leaflets/emasleaflet\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/environment/emas/pdf/leaflets/emasleaflet_en.pdf)
13. GLOBAL REPORTING INITIATIVE. *GRI: 2016*. [online] 2016. Dostupné z: <https://www.globalreporting.org/standards/gri-standards-download-center/?g=e10f8b5a-6775-40da-afbf-4b3cdc1df635>
14. ISLAM, M.A.. *Social compliance accounting: managing legitimacy in global supply chains*. Cham: Springer, 2015. ISBN 978-3-319-09996-5.
15. ISO. *ISO 26 000:2010 Guidance on social responsibility*. [online] 2010. Dostupné z: <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:en>
16. KALOUSOVÁ, P. a kol. *Napříč společenskou odpovědností firem*. 1. vyd. Kladno: AISIS, 2005. ISBN 80-239-6111-X.
17. KAŠPAROVÁ, K.. *Faktory ovlivňující CSR reportování*. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, 2012. ISBN 978-80-210-5985-6.
18. KAŠPAROVÁ, K., KUNZ, V. *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*. Praha: Grada, 2013. Management (Grada). ISBN 978-80-247-4480-3.
19. KNÁPKOVÁ, A., Pavelková, D., Remeš, D., Šteker, K. *Finanční analýza: Komplexní průvodce s příklady - 3., kompletně aktualizované vydání*. Praha: Grada, 2017. ISBN 978-80-271-0563-2.
20. KOVANICOVÁ, D. *Abeceda účetních znalostí pro každého*. 20., aktualiz. vyd. Praha: Bova Polygon, 2012. ISBN 978-80-7273-169-5.

21. KOVANICOVÁ, D. *Jak porozumět světovým, evropským, českým účetním výkazům*. Praha: Bova Polygon, 2004. ISBN 80-7273-095-9.
22. KULDOVÁ, L. *Společenská odpovědnost firem: [etické podnikání a sociální odpovědnost v praxi]*. 1. vyd. Kanina: OPS, 2010. ISBN 978-80-87269-12-1.
23. KUNZ, V. *Společenská odpovědnost firem*. Praha: Grada, 2012. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3983-0.
24. KUTLÁK, J., PROCHÁZKOVÁ P. *Komunikace CSR aktivit: CSR reporting*. Trendy v podnikání [online]. 2017, vol. 7, no. 2, s. 63 – 74. ISSN 1805-0603. Dostupné z: <https://drive.google.com/drive/folders/1Ag44bpfbjr-VtK2o7LT2lzxVHTcWquIC>
25. LANDRUM, N., OHSOWSKI, B. *Identifying Worldviews on Corporate Sustainability: A Content Analysis of Corporate Sustainability Reports*. Business Strategy and the Environment [online]. 2018, vol. 27, no. 1, s. 128 – 151. ISSN 1099-0836. Dostupné z: <https://doi.org/10.1002/bse.1989>
26. McCLIMMON, T. J. *5 Corporate Social Responsibility Trends to Watch in 2019*. American Express. [online] 2019. Dostupné z: <https://about.americanexpress.com/blog/csr-now/5-corporate-social-responsibility-trends-watch-2019>
27. McPHERSON, S. *Corporate responsibility: What to expect in 2019*. Forbes.com. [online] 2019. Dostupné z: <https://www.forbes.com/sites/susanmcperson/2019/01/14/corporate-responsibility-what-to-expect-in-2019/#25b3b390690f>
28. MIKOVCOVÁ, H. *Controlling v praxi*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2007. ISBN 978-80-7380-049-9.
29. MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU ČESKÉ REPUBLIKY, *OECD pro nadnárodní podniky: Doporučení pro odpovědné chování podniků v globálním kontextu*. [online] 2013. Dostupné z: <http://mneguidelines.oecd.org/guidelines/MNEGuidelines%C4%8Ce%C5%A1tin a.pdf>
30. OECD. *OECD Guidelines for Multinational Enterprises*. OECD Publishing. 2011. ISBN 978-92-64-11541-5. Dostupné z: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264115415-en>.

31. PAVLÍK, M., BĚLČÍK, M. *Společenská odpovědnost organizace: CSR v praxi a jak s ním dál*. Praha: Grada, 2010. Management (Grada). ISBN 978-80-247-3157-5.
32. PETŘÍKOVÁ, R. a kol. *Společenská odpovědnost organizací*. 1. vyd. Ostrava: DTO CZ, 2008. ISBN 978-80-02-02099-8.
33. PUTNOVÁ, A., SEKNIČKA, P. *Etické řízení ve firmě: nástroje a metody: etický a sociální audit*. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1621-3.
34. SOCIAL ACCOUNTABILITY INTERNATIONAL. *Social Accountability 8000: International standard*. [online] 2014. Dostupné z: [http://www.sa-intl.org/\\_data/global/files/SA8000Standard2014\(3\).pdf](http://www.sa-intl.org/_data/global/files/SA8000Standard2014(3).pdf)
35. ŠMAJS, J., BINKA, B., ROLNÝ, I. *Etika, ekonomika, příroda*. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4293-9.
36. SMĚRNICE EVROPSKÉHO PARLAMENTU A RADY 2014/95/EU. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/HTML/?uri=CELEX:32014L0095&from=CS>
37. ŠOLJAKOVÁ, L., FIBÍROVÁ J. *Reporting*. 3., rozš. a aktualiz. vyd. Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-2759-2.
38. ŠTEKER, K., OTRUSINOVÁ, M. *Jak číst účetní výkazy: základy českého účetnictví a výkaznictví*. 2., aktualizované a rozšířené vydání. Praha: GradaPublishing, 2016. Prosperita firmy. ISBN 978-80-271-0048-4.
39. TETŘEVOVÁ, L. a kol. *Společenská odpovědnost firem společensky citlivých odvětví*. Praha: Grada Publishing, 2017. ISBN 978-80-271-0285-3.
40. VEXLEROVÁ, M. *Koncept CSR v praxi: průvodce odpovědným podnikáním*. Equal, [online] 2008. Dostupné z: [http://equal.cd.cz/files/brozura\\_CSR\\_web\\_CZ.pdf](http://equal.cd.cz/files/brozura_CSR_web_CZ.pdf)
41. UN GLOBAL COMPACT, *Guide to Corporate Sustainability*. [online] 2014. Dostupné z: [https://www.unglobalcompact.org/docs/publications/UN\\_Global\\_Compact\\_Guide\\_to\\_Corporate\\_Sustainability.pdf](https://www.unglobalcompact.org/docs/publications/UN_Global_Compact_Guide_to_Corporate_Sustainability.pdf)

42. ZADRAŽILOVÁ, D. a kol. *Společenská odpovědnost podniků: transparentnost a etika podnikání*. 1. vyd. Praha: CH Beck, 2010. ISBN 978-80-7400-192-5.
43. ZADRAŽILOVÁ, D. a kol. *Udržitelné podnikání*. Vyd. 1. Praha: Oeconomica, 2011. ISBN 978-80-245-1833-6.
44. ŽÁK, M., ed. *Účetnictví a reporting udržitelného rozvoje: (na mikroekonomické a makroekonomické úrovni)*. 1. vyd. Praha: Linde, 2009. ISBN 978-80-86131-82-5

## **SEZNAM TABULEK**

Tabulka 1 Pilíře společenské odpovědnosti firem a jednotlivé aktivity .....	23
Tabulka 2 Sledované oblasti v rámci GRI .....	34
Tabulka 3 Základní oblasti UN Global Compact .....	34
Tabulka 4 Základní principy AA1000 Accountability .....	35
Tabulka 5 Sledované oblasti ve Směrnici OECD pro nadnárodní podniky .....	36
Tabulka 6 Požadavky standardu SA8000 .....	37
Tabulka 7 Sledované oblasti v rámci směrnice ISO 26000 .....	37
Tabulka 8 Sledované oblasti v rámci nařízení EMAS .....	38
Tabulka 9 Srovnání standardů z hlediska požadavků na nefinanční reporty .....	39
Tabulka 10 Přehled podnikových stakeholderů .....	51

## **SEZNAM PŘÍLOH**

- Příloha 1 Rozvaha společnosti MOL Česká republika s.r.o.
- Příloha 2 Výkaz zisku a ztráty společnosti MOL Česká republika s.r.o.
- Příloha 3 Přehled o peněžních tocích společnosti MOL Česká republika s.r.o.
- Příloha 4 Organizační struktura společnosti MOL Česká republika s.r.o.
- Příloha 5 Návrh zkráceného nefinančního reportu společnosti MOL Česká republika s.r.o.

Příloha 1 Rozvaha společnosti MOL Česká republika s.r.o.

MOL Česká republika, s.r.o. k 31. prosinci 2017

Statutární formuláře českých finančních výkazů v tis. Kč

ROZVAHA

		Běžné účetní období			Minulé
		Brutto	Korekce	Netto	úč. období 2016
					Netto
<b>AKTIVA CELKEM</b>		<b>17 261 250</b>	<b>-6 573 175</b>	<b>10 688 075</b>	<b>9 101 889</b>
<b>A. POHLEDÁVKY ZA UPSANÝ ZÁKLADNÍ KAPITÁL</b>					
<b>B. DLOUHODOBÝ MAJETEK</b>		<b>11 415 578</b>	<b>-6 534 113</b>	<b>4 881 465</b>	<b>4 664 410</b>
B. I.	<b>Dlouhodobý nehmotný majetek</b>	<b>91 810</b>	<b>-69 601</b>	<b>22 209</b>	<b>31 569</b>
B. I. 1.	Nehmotné výsledky výzkumu a vývoje				
2.	Ocenitelná práva	91 056	-69 601	21 455	31 569
1.	Software	90 229	-68 933	21 296	31 427
2.	Ostatní ocenitelná práva	827	-668	159	142
3.	Goodwill				
4.	Ostatní dlouhodobý nehmotný majetek				
5.	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý nehmotný majetek a nedokončený dlouhodobý nehmotný majetek	754		754	
1.	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý nehmotný majetek				
2.	Nedokončený dlouhodobý nehmotný majetek	754		754	
B. II.	<b>Dlouhodobý hmotný majetek</b>	<b>11 317 222</b>	<b>-6 457 966</b>	<b>4 859 256</b>	<b>4 617 265</b>
B. II. 1.	Pozemky a stavby	7 604 251	-3 982 841	3 621 410	3 487 586
1.	Pozemky	1 366 648	-14 514	1 352 134	1 364 036
2.	Stavby	6 237 603	-3 968 327	2 269 276	2 123 550
3.	Hmotné movilé věci a jejich soubory	2 819 235	-2 128 982	690 253	375 408
3.	Oceňovací rozdíl k nabytému majetku	513 090	-346 143	166 947	202 722
4.	Ostatní dlouhodobý hmotný majetek	23		23	70
1.	Pěstleiské celky trvalých porostů				
2.	Dospělá zvířata a jejich skupiny				
3.	Jiný dlouhodobý hmotný majetek	23		23	70
5.	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý hmotný majetek a nedokončený dlouhodobý hmotný majetek	380 623		380 623	551 499
1.	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý hmotný majetek				
2.	Nedokončený dlouhodobý hmotný majetek	380 623		380 623	551 499
B. III.	<b>Dlouhodobý finanční majetek</b>	<b>6 546</b>	<b>-6 546</b>	<b>0</b>	<b>15 556</b>
B. III. 1.	Podíly - ovládaná nebo ovládající osoba				
2.	Zápůjčky a úvěry - ovládaná nebo ovládající osoba				
3.	Podíly - podstatný vliv				15 556
4.	Zápůjčky a úvěry - podstatný vliv				
5.	Ostatní dlouhodobé cenné papíry a podíly	6 546	-6 546		
6.	Zápůjčky a úvěry - ostatní				
7.	Ostatní dlouhodobý finanční majetek				
1.	Jiný dlouhodobý finanční majetek				
2.	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý finanční majetek				
<b>C. OBĚŽNÁ AKTIVA</b>		<b>5 737 537</b>	<b>-39 062</b>	<b>5 698 475</b>	<b>4 320 469</b>
C. I.	<b>Zásoby</b>	<b>795 611</b>	<b>-2 014</b>	<b>793 597</b>	<b>713 436</b>
C. I. 1.	Materiál	167		167	167
2.	Nedokončená výroba a polotovary				
3.	Výrobky a zboží	795 444	-2 014	793 430	713 269
1.	Výrobky				
2.	Zboží	795 444	-2 014	793 430	713 269
4.	Mladá a ostatní zvířata a jejich skupiny				
5.	Poskytnuté zálohy na zásoby				
C. II.	<b>Pohledávky</b>	<b>4 380 928</b>	<b>-37 048</b>	<b>4 343 880</b>	<b>3 225 725</b>
C. II. 1.	<b>Dlouhodobé pohledávky</b>	<b>679 633</b>	<b>0</b>	<b>679 633</b>	<b>625 448</b>
1.	Pohledávky z obchodních vztahů				
2.	Pohledávky - ovládaná nebo ovládající osoba				
3.	Pohledávky - podstatný vliv				
4.	Odloužená daňová pohledávka	679 633		679 633	625 448
5.	Pohledávky ostatní				
5.1.	Pohledávky za společníky				
5.2.	Dlouhodobé poskytnuté zálohy				
5.3.	Dohadné účty aktivní				
5.4.	Jiné pohledávky				

Výkaz zisku a ztráty, přehled o peněžních tocích, přehled o změnách vlastního kapitálu a příloha jsou nedílnou součástí účetní závěrky.



MOL Česká republika, s.r.o. k 31. prosinci 2017  
Statutární formuláře českých finančních výkazů v tis. Kč

ROZVAHA

		Běžné účetní období			Minulé
		Brutto	Korekce	Netto	úč. období 2016
					Netto
C. II. 2.	<b>Krátkodobé pohledávky</b>	3 701 295	-37 048	3 664 247	2 600 277
1.	Pohledávky z obchodních vztahů	3 591 280	-37 048	3 554 232	2 492 222
2.	Pohledávky - ovládaná nebo ovládající osoba				
3.	Pohledávky - podstatný vliv				
4.	Pohledávky - ostatní	110 015	0	110 015	108 055
4.1.	Pohledávky za společníky				
4.2.	Sociální zabezpečení a zdravotní pojištění				
4.3.	Stát - daňové pohledávky	11 636		11 636	32 258
4.4.	Krátkodobě poskytnuté zálohy	14 980		14 980	30 778
4.5.	Dohadné účty aktivní	54 347		54 347	15 618
4.6.	Jiné pohledávky	29 052		29 052	29 401
C. III.	<b>Krátkodobý finanční majetek</b>	0	0	0	0
1.	Podíly - ovládaná nebo ovládající osoba				
2.	Ostatní krátkodobý finanční majetek				
C. IV.	<b>Peněžní prostředky</b>	560 998	0	560 998	381 308
1.	Peněžní prostředky v pokladně	86 075		86 075	41 669
2.	Peněžní prostředky na účtech	474 923		474 923	339 639
D.	<b>Časové rozlišení aktiv</b>	108 135	0	108 135	116 810
D. 1.	Náklady příštích období	102 726		102 726	108 867
D. 2.	Komplexní náklady příštích období	5 409		5 409	7 661
D. 3.	Příjmy příštích období				282

Výkaz zisku a ztráty, přehled o peněžních tocích, přehled o změnách vlastního kapitálu a příloha jsou nedílnou součástí účetní závěrky.

MOL Česká republika, s.r.o. k 31. prosinci 2017  
Statutární formuláře českých finančních výkazů v tis. Kč

ROZVAHA

		Stav v běžném účetním období	Stav v minulém účetním období 2016
	<b>PASIVA CELKEM</b>	<b>10 688 075</b>	<b>9 101 689</b>
<b>A.</b>	<b>VLASTNÍ KAPITÁL</b>	<b>3 134 506</b>	<b>2 776 382</b>
A. I.	<b>Základní kapitál</b>	<b>1 041 300</b>	<b>1 041 300</b>
A. I. 1.	Základní kapitál	1 041 300	1 041 300
2.	Vlastní podíly (-)		
3.	Změny základního kapitálu		
A. II.	<b>Ažio a kapitálové fondy</b>	<b>307 413</b>	<b>307 413</b>
A. II. 1.	Ažio		
2.	Kapitálové fondy	307 413	307 413
1.	Ostatní kapitálové fondy	307 413	307 413
2.	Oceňovací rozdíly z přecenění majetku a závazků (+/-)		
3.	Oceňovací rozdíly z přecenění při přeměnách obchodních korporací (+/-)		
4.	Rozdíly z přeměn obchodních korporací (+/-)		
5.	Rozdíly z ocenění při přeměnách obchodních korporací (+/-)		
A. III.	<b>Fondy ze zisku</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
A. III. 1.	Ostatní rezervní fondy		
2.	Statutární a ostatní fondy		
A. IV.	<b>Výsledek hospodaření minulých let (+/-)</b>	<b>1 292 291</b>	<b>788 438</b>
IV. 1.	Nerozdělený zisk minulých let	1 292 291	788 438
2.	Neuhrazená ztráta minulých let (-)		
3.	Jiný výsledek hospodaření minulých let (+/-)		
A. V.	<b>Výsledek hospodaření běžného účetního období (+/-)</b>	<b>493 502</b>	<b>639 231</b>
A. VI.	<b>Rozhodnuto o zálohové výplatě podílu na zisku (-)</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>B. + C.</b>	<b>CIZÍ ZDROJE</b>	<b>7 468 510</b>	<b>6 247 306</b>
B.	<b>Rezervy</b>	<b>210 303</b>	<b>197 161</b>
B. 1.	Rezerva na důchody a podobné závazky		
2.	Rezerva na daň z příjmů		
3.	Rezervy podle zvláštních právních předpisů		
4.	Ostatní rezervy	210 303	197 161
C.	<b>Závazky</b>	<b>7 258 207</b>	<b>6 050 145</b>
C. I.	<b>Dlouhodobé závazky</b>	<b>69 166</b>	<b>122 967</b>
1.	Vydané dluhopisy		
1.	Vyměnitelné dluhopisy		
2.	Ostatní dluhopisy		
2.	Závazky k úvěrovým institucím		
3.	Dlouhodobé přijaté zálohy	89 002	82 696
4.	Závazky z obchodních vztahů		
5.	Dlouhodobé směnky k úhradě		
6.	Závazky - ovládaná nebo ovládající osoba		
7.	Závazky - podstatný vliv		
8.	Odložený daňový závazek		
9.	Závazky - ostatní	166	40 271
1.	Závazky ke společníkům		
2.	Dohadné účty pasivní		
3.	Jiné závazky	166	40 271
C. II.	<b>Krátkodobé závazky</b>	<b>7 169 039</b>	<b>5 927 178</b>
1.	Vydané dluhopisy		
1.	Vyměnitelné dluhopisy		
2.	Ostatní dluhopisy		
2.	Závazky k úvěrovým institucím		
3.	Krátkodobé přijaté zálohy	5 965	136
4.	Závazky z obchodních vztahů	3 860 024	4 036 451
5.	Krátkodobé směnky k úhradě		
6.	Závazky - ovládaná nebo ovládající osoba	2 039 712	583 959
7.	Závazky - podstatný vliv		
8.	Závazky - ostatní	1 263 338	1 306 632
1.	Závazky ke společníkům		
2.	Krátkodobé finanční výpomoci		
3.	Závazky k zaměstnancům	8 048	6 951
4.	Závazky ze sociálního zabezpečení a zdravotního pojištění	5 198	4 308
5.	Stát - daňové závazky a dotace	1 138 221	1 164 365
6.	Dohadné účty pasivní	73 538	131 008
7.	Jiné závazky	38 333	
D.	<b>Časové rozlišení pasiv</b>	<b>85 059</b>	<b>78 001</b>
D. 1.	Výdaje příštích období	81 265	77 796
2.	Výnosy příštích období	3 794	205

Sestaveno dne:	Podpis statutárního orgánu:	Osoba odpovědná za účetnictví:	Osoba odpovědná za účetní závěrku:
9.3.2018	 Richard Kusien	 Klára Prokopová	 Karol Jakubek
	Karol Jakubek		

Výkaz zisku a ztráty, přehled o peněžních tocích, přehled o změnách vlastního kapitálu a příloha jsou nedílnou součástí účetní závěrky

Příloha 2 Výkaz zisku a ztráty společnosti MOL Česká republika s.r.o.

MOL Česká republika, s.r.o. k 31. prosinci 2017  
Statutární formuláře českých finančních výkazů v tis. Kč

VÝKAZ ZISKU A ZTRÁTY


		Stav v běžném účetním období	Stav v minulém účetním období 2016
I.	Tržby z prodeje výrobků a služeb	130 273	150 306
II.	Tržby za prodej zboží	46 101 875	40 073 276
A.	<b>Výkonová spotřeba</b>	45 241 156	39 340 263
A.1.	Náklady vynaložené na prodané zboží	43 679 849	37 906 496
A.2.	Spotřeba materiálu a energie	151 067	134 869
A.3.	Služby	1 410 240	1 298 898
B.	Změna stavu zásob vlastní činnosti (+/-)	0	0
C.	Aktivace (-)	0	0
D.	<b>Osobní náklady</b>	211 711	204 287
D.1.	Mzdové náklady	145 147	143 624
D.2.	Náklady na sociální zabezpečení, zdravotní pojištění a ostatní náklady	66 564	60 663
D.2.1.	Náklady na sociální zabezpečení a zdravotní pojištění	49 781	47 241
D.2.2.	Ostatní náklady	16 783	13 422
E.	<b>Úpravy hodnot v provozní oblasti</b>	355 018	413 995
E.1.	Úpravy hodnot dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku	400 505	448 002
E.1.1.	Úpravy hodnot dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku - trvalé	405 270	462 349
E.1.2.	Úpravy hodnot dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku - dočasné	-4 765	-14 347
E.2.	Úpravy hodnot zásob	-3 011	3 011
E.3.	Úpravy hodnot pohledávek	-42 476	-37 018
III.	<b>Ostatní provozní výnosy</b>	227 348	185 485
III.1.	Tržby z prodaného dlouhodobého majetku	68 167	48 945
III.2.	Tržby z prodaného materiálu	226	
III.3.	Jiné provozní výnosy	158 955	136 540
F.	<b>Ostatní provozní náklady</b>	107 629	127 957
F.1.	Zůstatková cena prodaného dlouhodobého majetku	19 541	27 517
F.2.	Zůstatková cena prodaného materiálu		1 397
F.3.	Daně a poplatky	4 233	-1 475
F.4.	Rezervy v provozní oblasti a komplexní náklady příštích období	15 394	6 228
F.5.	Jiné provozní náklady	68 461	106 746
*	<b>Provozní výsledek hospodaření (+/-)</b>	543 982	322 565
IV.	<b>Výnosy z dlouhodobého finančního majetku - podíly</b>	38 000	0
IV.1.	Výnosy z podílů - ovládaná nebo ovládající osoba		
IV.2.	Ostatní výnosy z podílů	38 000	
G.	<b>Náklady vynaložené na prodané podíly</b>	15 556	0
V.	<b>Výnosy z ostatního dlouhodobého finančního majetku</b>	0	0
V.1.	Výnosy z ostatního dlouhodobého finančního majetku - ovládaná nebo ovládající osoba		
V.2.	Ostatní výnosy z ostatního dlouhodobého finančního majetku		
H.	<b>Náklady související s ostatním dlouhodobým finančním majetkem</b>	0	0
VI.	<b>Výnosové úroky a podobné výnosy</b>	105	197
VI.1.	Výnosové úroky a podobné výnosy - ovládaná nebo ovládající osoba		
VI.2.	Ostatní výnosové úroky a podobné výnosy	105	197
I.	<b>Úpravy hodnot a rezervy ve finanční oblasti</b>	0	0
J.	<b>Nákladové úroky a podobné náklady</b>	31 161	60 131
J.1.	Nákladové úroky a podobné náklady - ovládaná nebo ovládající osoba	30 056	59 663
J.2.	Ostatní nákladové úroky a podobné náklady	1 105	468
VII.	<b>Ostatní finanční výnosy</b>	9 884	8 294
K.	<b>Ostatní finanční náklady</b>	105 937	135 545
*	<b>Finanční výsledek hospodaření (+/-)</b>	-104 665	-187 185
**	<b>Výsledek hospodaření před zdaněním (+/-)</b>	439 317	135 380

Rozvaha, přehled o peněžních tocích, přehled o změnách vlastního kapitálu a příloha jsou nedílnou součástí účetní závěrky.

MOL Česká republika, s.r.o. k 31. prosinci 2017  
 Statutární formuláře českých finančních výkazů v tis. Kč

VÝKAZ ZISKU A ZTRÁTY

		Stav v běžném účetním období	Stav v minulém účetním období 2016
L.	Daň z příjmu	-54 185	-503 851
L.1.	Daň z příjmu splatná		-153
L.2.	Daň z příjmu odložená (+/-)	-54 185	-503 698
**	Výsledek hospodaření po zdanění (+/-)	493 502	639 231
M.	Převod podílu na výsledku hospodaření společníkům (+/-)	0	0
***	Výsledek hospodaření za účetní období (+/-)	493 502	639 231
*	Čistý obrát za účetní období	46 507 485	40 417 558

Sestaveno dne:	Předseda statutárního orgánu:		Osoba odpovědná za účetnictví:	Osoba odpovědná za účetní závěrku:
9.3.2018				
	Richard Austerl	Karol Jakubek	Klára Prokopová	Karol Jakubek

Rozvaha, přehled o peněžních tocích, přehled o změnách vlastního kapitálu a příloha jsou nedílnou součástí účetní závěrky.

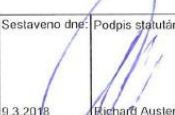
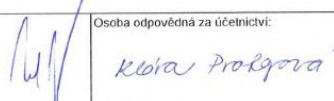


Příloha 3 Přehled o peněžních tocích společnosti MOL Česká republika s.r.o.

MOL Česká republika, s.r.o. k 31. prosinci 2017  
Statutární formuláře českých finančních výkazů v tis. Kč

PŘEHLED O PENĚŽNÍCH TOCÍCH

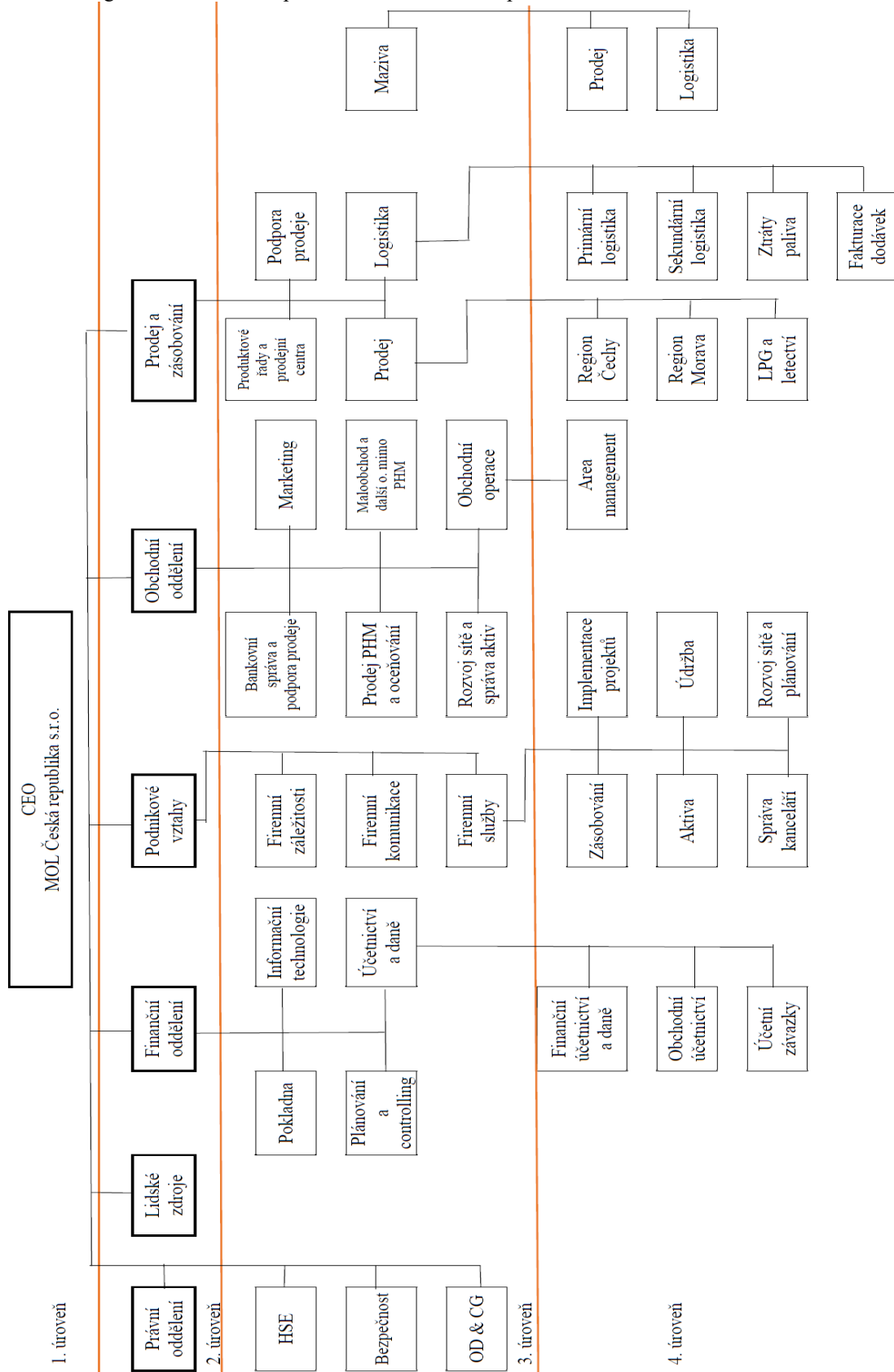
k 31. prosinci 2017 a 2016

		Stav v běžném období	Stav v minulém období 2016
<b>Peněžní toky z provozní činnosti</b>			
Z.	Výsledek hospodaření za běžnou činnost bez zdanění (+/-)	439 317	135 380
A. 1.	Úpravy o nepeněžní operace	362 432	540 316
A. 1. 1.	Odpisy stálých aktiv a pohledávek	438 971	540 015
A. 1. 2.	Změna stavu opravných položek	-50 252	-50 088
A. 1. 3.	Změna stavu rezerv	13 142	-4 333
A. 1. 4.	Kurzové rozdíly	585	348
A. 1. 5.	(Zisk) / ztráta z prodeje stálých aktiv	-71 070	-21 428
A. 1. 6.	Úrokové náklady a výnosy	31 056	59 934
A. 1. 7.	Ostatní nepeněžní operace (např. přecenění na reálnou hodnotu do HV, přijaté dividendy)		15 868
A *	Čistý peněžní tok z provozní činnosti před zdaněním, změnami pracovního kapitálu, placenými úroky a mimořádnými položkami	801 749	675 696
A. 2.	Změna stavu nepeněžních složek pracovního kapitálu	-1 463 273	1 782 161
A. 2. 1.	Změna stavu zásob	-77 150	20 668
A. 2. 2.	Změna stavu obchodních pohledávek	-1 053 990	-487 797
A. 2. 3.	Změna stavu ostatních pohledávek a přechodných účtů aktiv	-13 907	101 552
A. 2. 4.	Změna stavu obchodních závazků	-277 819	1 615 630
A. 2. 5.	Změna stavu ostatních závazků a přechodných účtů pasiv	-30 407	532 108
A **	Čistý peněžní tok z provozní činnosti před zdaněním, placenými úroky a mimořádnými položkami	-651 524	2 457 857
A. 3. 1.	Vyplacené úroky s výjimkou úroků zahrnovaných do ocenění dlouhodobého majetku	-32 613	-69 188
A. 4. 1.	Zaplacená daň z příjmů	20 622	-32 104
A ***	Čistý peněžní tok z provozní činnosti	-663 515	2 356 565
<b>Peněžní toky z investiční činnosti</b>			
B. 1. 1.	Výdaje spojené s pořízením stálých aktiv	-551 213	-637 487
B. 2. 1.	Příjmy z prodeje stálých aktiv	106 167	48 945
B. 3. 1.	Poskytnuté půjčky a úvěry		
B. 4. 1.	Přijaté úroky	105	197
B. 5. 1.	Přijaté podíly na zisku		
B ***	Čistý peněžní tok vztahující se k investiční činnosti	-444 941	-588 345
<b>Peněžní toky z finanční činnosti</b>			
C. 1.	Změna stavu dlouhodobých závazků a dlouhodobých, příp. krátkodobých, úvěrů	1 423 524	-1 669 650
C. 2. 1.	Dopady změn základního kapitálu na peněžní prostředky		
C. 2. 2.	Vyplacené podíly na zisku	-135 378	-431 126
C. 2. 3.	Dopad ostatních změn vlastního kapitálu na peněžní prostředky		
C ***	Čistý peněžní tok vztahující se k finanční činnosti	1 288 146	-2 100 776
F.	Čisté zvýšení, resp. snížení peněžních prostředků	179 690	-332 556
	Zvýšení peněžních prostředků vlivem fúzí	0	237 456
P.	Stav peněžních prostředků a peněžních ekvivalentů na začátku účetního období	381 308	476 408
R.	Stav peněžních prostředků a peněžních ekvivalentů na konci účetního období	560 998	381 308

Sestaveno dne:	Podpis statutárního orgánu:	Osoba odpovědná za účetnictví:	Osoba odpovědná za účetní závěrku:
9.3.2018	 Richard Ausien	 Klára Prokopová	 Karol Jakubek
	 Karol Jakubek		

Rozvaha, výkaz zisku a ztráty, přehled o změnách vlastního kapitálu a příloha jsou nedílnou součástí účetní závěrky.

Příloha 4 Organizační struktura společnosti MOL Česká republika s.r.o.



## Nefinanční report

# MOL Česká republika, s.r.o.



MEMBER OF MOL GROUP

Společnost MOL Česká republika, s.r.o. je součástí mezinárodní skupiny MOL, která se zabývá ropnými a plynárenskými aktivitami a která sídlí v Budapešti. MOL Česká republika se věnuje jak činnosti velkoobchodní (dovoz, prodej a distribuce pohonných látek a maziv vlastní sítě čerpacích stanic, dopravním podnikům, zemědělským společnostem atd.), tak i maloobchodní (provozování 306 čerpacích stanic, prodej pohonných hmot a poskytování doplňkových služeb, jako jsou myčky aut, ruční mytí aut, kontrola pneumatik a prodej pokrmů v rámci konceptu Fresh Corner).

Jsme společensky odpovědným podnikem, který se zavazuje jednat odpovědně v oblasti bezpečnosti a ochrany zdraví při práci, ochrany životního prostředí a oblasti sociálního dopadu našich aktivit v rámci každodenních činností.

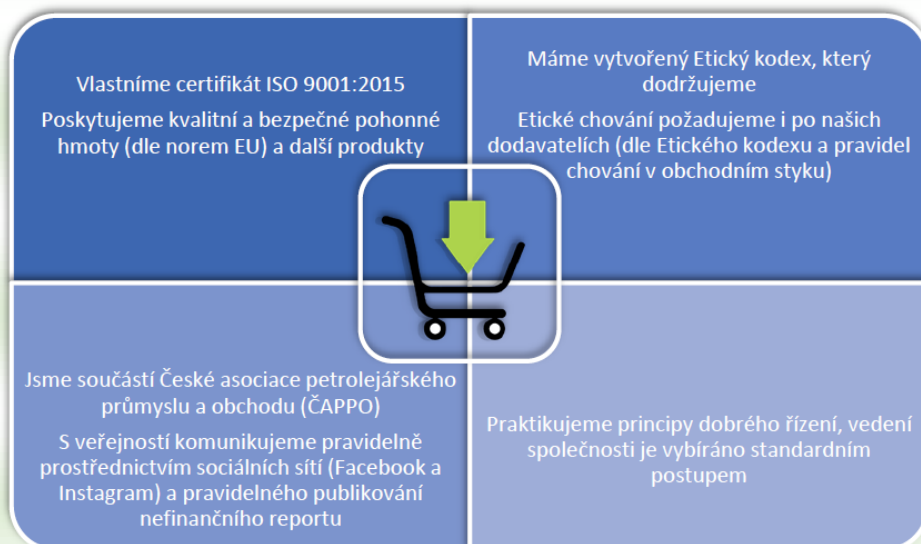
Nefinanční report byl sestaven dle Standardu GRI 2016, což je celosvětově nejpoužívanější standard pro reportování nefinančních informací. Tento zkrácený přehled pak ze zmíněného reportu vychází a ohlíží se za rokem 2018.

### Základní pilíře společenské odpovědnosti:



Naše aktivity v jednotlivých oblastech společenské odpovědnosti:

## Trh

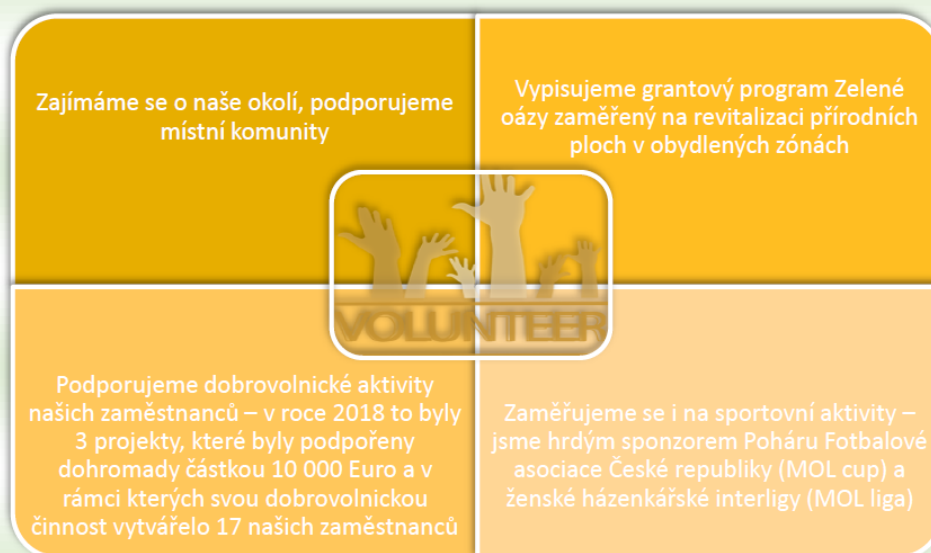


## Zaměstnanci





## Místní komunita



## Životní prostředí



V případě dotazů se obraťte na mail [info@mocesko.cz](mailto:info@mocesko.cz).

Vaše MOL Česká republika, s.r.o., 2019.