

UNIVERZITA PARDUBICE
FAKULTA EKONOMICKO SPRÁVNÍ

DIPLOMOVÁ PRÁCE

2025

Bc. Aneta Vavříková

Univerzita Pardubice
Fakulta ekonomicko-správní

Tvorba CSR reportu konkrétní firmy
Diplomová práce

Univerzita Pardubice
Fakulta ekonomicko-správní
Akademický rok: 2024/2025

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Bc. Aneta Vavříková**
Osobní číslo: **E23142**
Studijní program: **N0413A050009 Ekonomika a management**
Specializace: **Ekonomika a management podniku**
Téma práce: **Tvorba CSR reportu konkrétní firmy**
Zadávací katedra: **Ústav podnikové ekonomiky a managementu**

Zásady pro vypracování

Cílem diplomové práce je zhodnotit současný přístup k reportování společensky odpovědného chování konkrétní firmy a vytvořit návrh CSR reportu.

Osnova:

- Teoretické vymezení problematiky reportování společensky odpovědného chování firem.
- Charakteristika konkrétní firmy.
- Analýza současného přístupu k reportování společensky odpovědného chování konkrétní firmy.
- Tvorba CSR reportu konkrétní firmy.
- Formulace doporučení a závěrů.

Rozsah pracovní zprávy: **cca 50 stran**
Rozsah grafických prací:
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**

Seznam doporučené literatury:

CRANE, A., D. MATTEN a L.J. SPENCE. *Corporate Social Responsibility: Readings and Cases in a Global Context*. London: Routledge, 2019, 616 s. ISBN 978-1-138-62965-5.

DYTRT, Zdeněk. *Odpovědný management*. Praha: Management Press, 2015, 132 s. ISBN 9788072613489.

KAŠPAROVÁ, Klára a Vilém KUNZ. *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*. Praha: Grada, 2013, 160 s. ISBN 9788024744803.

KUNZ, Vilém. *Společenská odpovědnost firem*. Praha: Grada, 2012, 201 s. ISBN 9788024739830.

THORNE, Debbie M, Linda FERRELL a O.C. FERRELL. *Business & Society A Strategic Approach to Social Responsibility & Ethics*. Inc; Eighth edition: Sage Publications, 2023. ISBN 9781948426510.

Interní materiály.

Zdroje na internetu

Vedoucí diplomové práce: **doc. Ing. Michaela Kotková Strítěská, Ph.D.**
Ústav podnikové ekonomiky a managementu

Datum zadání diplomové práce: **1. září 2024**
Termín odevzdání diplomové práce: **30. dubna 2025**

L.S.

prof. Ing. Jan Stejskal, Ph.D. v.r.
děkan

prof. Ing. et Ing. Renáta Myšková, Ph.D. v.r.
garant studijního programu

PROHLÁŠENÍ AUTORA

Prohlašuji:

Práci s názvem Tvorba CSR reportu v konkrétní firmě 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., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů, 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. 7/2025. Pravidla pro odevzdávání, zveřejňování a formální úpravu závěrečných prací, ve znění pozdějších dodatků, bude práce zveřejněna prostřednictvím Digitální knihovny Univerzity Pardubice.

V Pardubicích dne 30. 11. 2025

Bc. Aneta Vavříková v. r.

PODĚKOVÁNÍ

Zde bych ráda poděkovala své vedoucí diplomové práce doc. Michaele Kotkové Stříteské, Ph.D. za odborné rady při přípravě a pomoc s vypracováním práce. Dále bych ráda poděkovala vrcholovému managementu, který mi poskytl potřebné informace a materiály o jejich chodu firmy, které jsem mohla zpracovat. V neposlední řadě bych chtěl poděkovat své rodině za podporu při studiu a tvorbě této práce.

ANOTACE

Tato diplomová práce se zabývá problematikou společenské odpovědnosti firem (CSR) se zaměřením na konkrétní český podnik – společnost Formplast Purkert, s. r. o., která působí v oblasti výroby plastových dílů pro automobilový a jiný průmysl. Cílem práce je nejen objasnit teoretické základy CSR, ale především analyzovat aktuální přístup firmy Formplast Purkert, s.r.o. k této problematice, posoudit úroveň zapojení sociálních a environmentálních aspektů do jejího fungování a navrhnout možná zlepšení v této oblasti.

V teoretické části jsou vymezeny základní pojmy spojené s CSR, popsány hlavní oblasti odpovědného podnikání, význam stakeholderů, nástroje komunikace CSR a způsoby měření dopadu těchto aktivit. Praktická část je věnována představení firmy Formplast Purkert, s. r. o., zhodnocení současného stavu její společenské odpovědnosti včetně SWOT analýzy a navržení nové CSR strategie a doporučení pro její efektivní implementaci. Součástí výzkumu je rovněž dotazníkové šetření mezi zaměstnanci, které poskytuje vhled do jejich vnímání firemní odpovědnosti a jejího vlivu na pracovní prostředí.

Výsledky diplomové práce mohou sloužit jako podklad pro zavedení systematického přístupu ke společenské odpovědnosti ve firmě Formplast Purkert, s.r.o. a přispět k posílení jejího postavení na trhu i vztahů s klíčovými stakeholdery.

KLÍČOVÁ SLOVA

CSR, společenská odpovědnost firem, Formplast Purkert, s. r. o., zaměstnanci, stakeholder, udržitelný rozvoj, SWOT analýza, strategie

TITLE

Creating a CSR report for a specific company

ABSTRACT

This thesis focuses on the topic of Corporate Social Responsibility (CSR), with a specific emphasis on the Czech company Formplast Purkert s. r. o., which operates in the production of plastic components for the automotive and other industries. The aim of the thesis is not only to explain the theoretical background of CSR but also to analyze the current CSR approach of Formplast, assess the integration of social and environmental

aspects into its operations, and propose potential improvements in this area. The theoretical part defines the key concepts related to CSR, outlines the main areas of responsible business conduct, discusses the role of stakeholders, communication tools, and methods for measuring the impact of CSR activities. The practical part introduces the company Formplast, evaluates its current level of social responsibility, including a SWOT analysis, and presents a proposal for a new CSR strategy with implementation recommendations.

The research also includes a questionnaire survey conducted among the company's employees to gain insight into their perception of corporate responsibility and its influence on the work environment. The findings of this thesis can serve as a foundation for implementing a more systematic approach to CSR within Formplast Purkert, s.r.o. and contribute to strengthening its market position and relationships with key stakeholders.

KEYWORDS

CSR, Corporate Social Responsibility, Formplast Purkert, s. r.o., employees, stakeholder, sustainability, SWOT analysis, strategy

OBSAH

Úvod.....	11
1 Charakteristika odpovědnosti firem.....	13
1.1 Pojem společenské odpovědnosti firem.....	13
1.1.1 Znaký společenské odpovědnosti firem.....	13
1.2 Vývoj konceptu CSR	14
1.3 Implementace CSR	15
1.4 Oblasti CSR	19
1.4.1 Ekonomická oblast.....	20
1.4.2 Sociální oblast.....	21
1.4.3 Enviromentální oblast	22
1.4.4 Pojmy spojené s konceptem CSR	22
1.5 Stakeholderi	25
1.5.1 Členění stakeholderů.....	26
1.5.2 Zapojování stakeholderů.....	26
1.5.3 Vymezení klíčových stakeholderů v kontextu CSR	27
1.6 Význam měření ESG ukazatelů.....	29
2 Metodika zpracování diplomové práce	33
2.1 Cíl a přístup k řešení práce	33
2.2 Použité metody výzkumu.....	33
3 Charakteristika společnosti	41
3.1 Základní informace o společnosti	41
3.2 Organizační struktura společnosti.....	44
4 Analýza současného stavu CSR ve společnosti Fomrplast Purkert, s.r.o.s.r.o.	46
4.1 SWOT – analýza silných a slabých stránek.....	47
4.2 Oblast ekonomická	49
4.3 Environmentální pilíř.....	50

4.4	Sociální pilíř.....	52
5	CSR report společnosti Fomrplast Purkert, s.r.o.	55
5.1	Regulatorní kontext ESG reportingu a směrnice CSRD.....	56
6	Doporučení.....	57
6.1	Environmentální doporučení.....	57
6.1.1	Zavedení systému měření environmentálních ukazatelů	58
6.1.2	Optimalizace energetické náročnosti výroby.....	59
6.1.3	Efektivnější nakládání s plastovým odpadem.....	59
6.1.4	Zapojení zaměstnanců do environmentálních aktivit	60
6.2	Sociální doporučení	60
6.2.1	Systematické sledování spokojenosti zaměstnanců	61
6.2.2	Podpora profesního růstu a vzdělávání zaměstnanců	62
6.2.3	Posílení interní komunikace a sdílení informací.....	62
6.2.4	Podpora zdraví, bezpečnosti a pracovních podmínek.....	63
6.2.5	Posílení vztahů firmy s komunitou a regionem	63
6.3	Governance doporučení	64
6.3.1	Ukotvení CSR ve firemní strategii.....	65
6.3.2	Stanovení odpovědnosti a vytvoření role ESG / CSR koordinátora.....	65
6.3.3	Zavedení pravidelného vyhodnocování výsledků CSR (reporting).....	66
6.3.4	Transparentní komunikace CSR a ESG výsledků	66
6.3.5	Integrace CSR do rozhodovacích procesů	67
7	Závěr	69
	Reference	71
	Přílohy.....	73

SEZNAM OBRÁZKŮ A TABULEK

Obrázek 1: Výhody a přínosy implementace CSR	17
Obrázek 2: Příklady měřitelných CSR ukazatelů	19
Obrázek 3: Pilíře společenské odpovědnosti firem (Triple-bottom-line/3P).....	20
Obrázek 4: Členění stakeholderů	26
Obrázek 5: Metody zapojování stakeholderů	27
Obrázek 6: Identifikace stakeholderů	28
Obrázek 7 Sloupcový graf Dotazníkové šetření	39
Obrázek 8: Graf průměrného hodnocení dotazníku.....	40
Obrázek 9: Organizační schéma společnosti	44
Obrázek 10: SWOT analýza	48
Obrázek 11: Ukazatelé pro enviromentální měření	58

ÚVOD

V současné době, kdy se zvyšují nároky na transparentnost podnikání, udržitelný rozvoj a odpovědný přístup k zaměstnancům i životnímu prostředí, se koncept společenské odpovědnosti firem (CSR) dostává stále více do popředí. Vlivem rostoucích očekávání zákazníků, tlaků investorů, změn v legislativě i zvyšujícího se zájmu veřejnosti se CSR stává významnou součástí moderního podnikání. Nejde již pouze o strategii velkých korporací – také menší a střední firmy si uvědomují, že odpovědné chování není jen morální, ale i ekonomickou výhodou.

Společenská odpovědnost představuje způsob řízení firmy, který vedle zisku zohledňuje také sociální a environmentální aspekty. Tento přístup firmám umožňuje rozvíjet kvalitní vztahy se zaměstnanci, komunitou, dodavateli či dalšími zainteresovanými stranami a zároveň přispívat k udržitelnému rozvoji regionu, v němž působí. V České republice je tento koncept stále považován za rozvíjející se, přesto se postupně prosazuje jako standard odpovědného podnikání.

Diplomová práce se zabývá analýzou společenské odpovědnosti firmy Fomrplast Purkert, s.r.o. která působí v oblasti výroby plastových dílů zejména pro automobilový průmysl. Firma patří mezi středně velké podniky s regionálním významem a dlouholetou tradicí. I přesto, že Fomrplast Purkert, s.r.o. dosud nepublikuje samostatné CSR reporty, řadu principů společenské odpovědnosti v praxi uplatňuje – zejména v přístupu ke svým zaměstnancům, péči o kvalitu a postupném zavádění ekologicky šetrnějších opatření.

Cílem diplomové práce je zhodnotit současný přístup k reportování společensky odpovědného chování konkrétní firmy a vytvořit návrh CSR reportu. V práci bude zohledněno, jak firma vnímá jednotlivé pilíře CSR – ekonomický, sociální a environmentální – a jaké aktivity realizuje ve vztahu ke svým stakeholderům.

Součástí analytické části je analýza současného stavu CSR ve firmě, SWOT analýza a návrh strategie CSR na míru podniku Formplast. Výsledkem práce jsou také konkrétní návrhy na zlepšení CSR aktivit, které by mohly přispět ke zvýšení spokojenosti zaměstnanců, posílení vztahů s komunitou i k lepšímu vnímání firmy na trhu.

Diplomová práce je rozdělena do čtyř hlavních částí. První kapitola se věnuje teoretickému vymezení CSR, stakeholderům, principům udržitelnosti a měření dopadů CSR aktivit. Druhá část představuje samotný podnik Formplast, představení organizační

struktury. Třetí část analyzuje jeho současný přístup k CSR a hodnotí klíčové oblasti. Závěrečná část se věnuje návrhu zlepšení CSR strategie včetně konkrétních doporučení, která reflektují aktuální možnosti a potřeby firmy.

1 CHARAKTERISTIKA ODPOVĚDNOSTI FIREM

První kapitola diplomové práce se zaměřuje na vysvětlení pojmu společenské odpovědnosti firem. Tento pojem není zcela novým konceptem, přesto mnoho lidí nemá jasnou představu o jeho přesném významu. V následujících kapitolách bude podrobně vysvětleno, co se rozumí pod pojmem společenská odpovědnost a jaké další související termíny jsou s ním spojeny.

1.1 Pojem společenské odpovědnosti firem

Pojem společenské odpovědnosti firem je koncept, jenž vznikl jako překlad anglického termínu *Corporate Social Responsibility* (dále jen CSR). Tento trend se postupně stává nedílnou součástí podniků a představuje základní požadavek pro manažerskou praxi. Samotný pojem „odpovědnost“ spadá do etické oblasti, která umožňuje hodnotit, do jaké míry podnik jedná v souladu s normami, povinnostmi nebo závazky, které na sebe vzal, nebo které mu byly uloženy (Řezáč, 2009).

Jednou z hlavních charakteristik CSR je obtížnost jeho jednoznačné definice. Existuje mnoho definic, které se liší podle zaměření autorů, sektorů nebo geografického kontextu. Například:

Evropská komise definuje CSR jako "koncept, podle kterého podniky na dobrovolné bázi integrují sociální a environmentální hlediska do svých obchodních operací a do interakce se stakeholdery". (Řezáč, 2009), (Crane a kol., 2008).

Podle Světové rady pro udržitelný rozvoj (WBCSD) jde o "nepřetržitý závazek firem chovat se eticky a přispívat k ekonomickému rozvoji při zároveň zlepšování kvality života pracovníků, jejich rodin, komunit a společnosti jako celku." (Crane a kol., 2008).

Z toho vyplývá, že CSR je dynamický a kontextově podmíněný pojem, který se prolíná s dalšími koncepty jako jsou obchodní etika, udržitelný rozvoj, firemní filantropie či korporátní občanství.

1.1.1 Znak společenské odpovědnosti firem

Dobrovolnost (Voluntariness) CSR je chápána jako série dobrovolných opatření, která jdou nad rámec legislativních požadavků. Dobrovolnost často slouží jako argument proti povinným regulacím a ukazuje na iniciativu firem, které chtějí jednat odpovědně ze své vůle. (Kunz, 2012; Dytrt, 2015).

Zohlednění externalit CSR se zabývá pozitivními i negativními důsledky podnikání, které nejsou zahrnuty v tržních cenách (např. ekologická zátěž). Odpovědná firma se snaží tyto externality předcházet nebo je kompenzovat, například investicemi do čistých technologií.

Orientace na stakeholdery Základním principem CSR je rozšíření odpovědnosti firmy na široké spektrum stakeholderů. Kromě akcionářů jsou to také zaměstnanci, zákazníci, dodavatelé, nevládní organizace, místní komunity a životní prostředí.

Propojení sociálních a ekonomických cílů CSR se snaží nalézt rovnováhu mezi ziskem a odpovědností. Často se mluví o "business case for CSR", tedy případ, kdy odpovědné chování firmy přináší i ekonomické výhody (např. loajalitu zákazníků, větší motivaci zaměstnanců, snížení reputačních rizik).

Hodnoty a firemní kultura CSR není pouze o konkrétních aktivitách, ale také o hodnotách, které jsou zakotveny ve firemní strategii a kultuře. Tyto hodnoty formují rozhodování a chování podniku.

CSR za hranicemi filantropie Moderní pohled na CSR klade důraz na integraci odpovědnosti do běžných procesů firmy. CSR není pouze o darech a sponzorství, ale o etickém přístupu k podnikání jako takovému.

1.2 Vývoj konceptu CSR

Koncept společenské odpovědnosti firem (CSR) se začal objevovat v odborné literatuře v polovině 20. století, i když první myšlenky na tento koncept byly přítomny již ve 30. letech. Za klíčovou publikaci je považována kniha *Social Responsibilities of the Businessman* od Howarda Rothmanna Bowena, který položil základy moderního pojetí CSR a je považován za jednoho z otců tohoto konceptu. V této knize Bowen (1953) uvádí, že „k závazkům podnikatele patří realizovat politiky, přijímat rozhodnutí a směřovat jednání, která jsou žádoucí z hlediska cílů a hodnot naší společnosti“ (Tetřevová, 2017, s. 18).

Největší pozornost tématu byla věnována v 60. a 70. letech 20. století. Základní pojetí CSR bylo podrobněji rozebráno na začátku 60. let, kdy například vznikla definice od Davise (1960). Podle této definice představuje společenská odpovědnost firem rozhodnutí a aktivity podnikatelů, které jsou motivovány faktory přesahujícími přímé

ekonomické nebo technické zájmy firmy.

Ve druhé polovině 60. let a na začátku 70. let 20. století se začal objevovat aspekt zainteresovaných stran, což vyvolalo otázku, vůči komu má firma být společensky odpovědná. Davis a Blomstrom (1966) tvrdí, že podnikatelé při aplikování CSR zohledňují potřeby a zájmy všech, kteří mohou být jejich aktivitami ovlivněni. Později Johnson (1971) dodává, že společensky odpovědná firma je taková, jejíž management dokáže sladit různé zájmy, ať už vlastníků, zaměstnanců, dodavatelů, zákazníků, místní komunity či státu (Tetřevová, 2017).

Za klíčový moment ve vývoji CSR je považován rok 1979, kdy Archie B. Carroll navrhl definici CSR zaměřenou na čtyři hlavní oblasti:

- ekonomická odpovědnost,
- zákonná (legální) odpovědnost,
- etická odpovědnost,
- dobrovolná odpovědnost (později označena jako filantropická odpovědnost).

K ustálení termínu *Corporate Social Responsibility* (CSR) došlo v USA v 90. letech. Následně se tento pojem začal začleňovat do podnikatelských standardů a etických kodexů, což přineslo výhody pro firmy, které CSR začlenily do svých aktivit, jelikož americká vláda začala tyto firmy podporovat prostřednictvím daňových úlev (Kunz, 2012).

1.3 Implementace CSR

Implementace společenské odpovědnosti firem (CSR) představuje proces, kterým podnik integruje principy odpovědného podnikání do své každodenní činnosti, strategie a firemní kultury. Nejde pouze o jednorázové aktivity, ale o systematický přístup ke společenským, environmentálním a etickým otázkám, který reflektuje hodnoty a očekávání zainteresovaných stran. Jak uvádí Kašparová a Kunz (2013), implementace CSR by měla být vnímána jako kontinuální proces, který vyžaduje jasnou vizi, definované cíle, měřitelné výsledky, a především aktivní zapojení vedení podniku.

Strategický rámec implementace

Úspěšné zavedení CSR do praxe začíná na úrovni vedení podniku. Top management by

měl stanovit strategii CSR, která je v souladu s celkovými cíli firmy, a zajistit její integraci do klíčových oblastí podnikání – od personalistiky, přes výrobu a logistiku, až po komunikaci se zákazníky a dodavateli. Důležitou roli v tomto procesu hraje analýza potřeb a očekávání stakeholderů (zainteresovaných stran), mezi které patří zaměstnanci, zákazníci, investoři, místní komunita, ale také státní správa a neziskové organizace.

Kroky implementace

Podle Cranea, Mattena a Spence (2019) lze implementaci CSR rozdělit do několika klíčových kroků:

- **Analýza výchozí situace** – zhodnocení současného stavu odpovědného podnikání ve firmě a identifikace oblastí pro zlepšení.
- **Stanovení priorit a cílů CSR** – definování oblastí, na které se firma chce zaměřit (např. environmentální udržitelnost, rovné příležitosti, etický sourcing).
- **Vytvoření CSR strategie a akčního plánu** – stanovení konkrétních opatření, odpovědností, časového harmonogramu a způsobů měření dopadu.
- **Interní a externí komunikace** – důraz na transparentnost a informování zaměstnanců i veřejnosti o CSR aktivitách.
- **Monitoring a vyhodnocení výsledků** – pravidelné hodnocení dosažených cílů a přizpůsobení strategie podle zpětné vazby.

Klíčové oblasti implementace:

CSR se v praxi nejčastěji implementuje do následujících oblastí:

- **Etika a firemní kultura** – zavedení etických kodexů, podpora otevřené komunikace a dodržování principů férovosti.
- **Lidské zdroje** – rovné příležitosti, podpora diverzity, bezpečné pracovní prostředí, work-life balance.
- **Ochrana životního prostředí** – snižování ekologické stopy, udržitelná výroba, recyklace, úspora energií.
- **Spolupráce s komunitou** – dobrovolnictví, sponzoring, partnerství s místními organizacemi.

- **Dodavatelský řetězec** – etické a odpovědné nakupování, kontrola pracovních podmínek u dodavatelů.

Bariéry implementace:

Přestože je CSR často prezentována jako klíčový faktor dlouhodobé konkurenceschopnosti, implementace v praxi naráží na řadu překážek. Mezi nejčastější patří nedostatek znalostí o CSR, omezené finanční a lidské zdroje, chybějící podpora ze strany vedení nebo nízká motivace zaměstnanců. K dalším problémům patří i obtížné měření dopadu CSR aktivit a jejich efektivní komunikace vůči veřejnosti. (Dytrt,2015), (Řezáč, 2009)

Výhody implementace CSR

Implementace principů společenské odpovědnosti firem přináší řadu přínosů, které mají dopad nejen na podnik samotný, ale i na jeho širší okolí – zaměstnance, zákazníky, komunitu či životní prostředí. CSR dnes není vnímána jen jako etická volba, ale jako strategický nástroj řízení, který firmám pomáhá lépe reagovat na měnící se požadavky trhu i společnosti. Výhody a přínosy implementace CSR nám přehledně shrnuje tabulka č.1 níže.

Obrázek 1: Výhody a přínosy implementace CSR

Oblast	Přínos pro firmu	Přínos pro společnost
Reputace a image značky	Posiluje důvěru zákazníků, investorů a obchodních partnerů	Přispívá k větší transparentnosti a odpovědnému podnikání
Zaměstnanci	Zvyšuje motivaci, loajalitu a spokojenost zaměstnanců	Podporuje rovné příležitosti, rozvoj dovedností a dobré pracovní podmínky
Zákazníci	Zvyšuje zákaznickou loajalitu a preference značky	Umožňuje spotřebitelům činit odpovědná a informovaná rozhodnutí
Konkurenční	Odlišuje firmu na trhu,	Zvyšuje tlak na ostatní podniky,

výhoda	přitahuje nové zákazníky a partnery	aby přijímaly odpovědnější přístupy
Finanční výkonnost	Může vést k dlouhodobým úsporám (např. úspora energií) a lepšímu přístupu ke kapitálu	Podporuje ekonomickou stabilitu a udržitelnost regionu
Rizika a legislativa	Snižuje provozní a reputační rizika, zajišťuje soulad s právními předpisy	Podporuje právní dodržování a prevenci negativních dopadů podnikání
Komunita a životní prostředí	Posiluje vztahy s místní komunitou, zlepšuje ekologickou stopu	Přispívá k ochraně životního prostředí, rozvoji komunit a celospolečenskému prospěchu

Zdroj: upraveno podle Kašparová & Kunz (2013), Crane, Matten & Spence (2019)

Hodnocení a měření CSR aktivit

Implementace principů společenské odpovědnosti firem (CSR) je pouze prvním krokem. Aby byly CSR aktivity efektivní, smysluplné a dlouhodobě udržitelné, je nezbytné jejich pravidelné vyhodnocování. Měření dopadů CSR napomáhá nejen internímu řízení a optimalizaci aktivit, ale rovněž přispívá k transparentnosti vůči zainteresovaným stranám – zaměstnancům, zákazníkům, investorům i širší veřejnosti.

Metody a nástroje měření CSR

Pro hodnocení CSR se využívá celá řada nástrojů a rámců, mezi nejvýznamnější patří:

GRI (Global Reporting Initiative) – celosvětově používaný standard pro nefinanční reporting. Umožňuje firmám systematicky sledovat environmentální, sociální a ekonomické ukazatele.

ESG (Environmental, Social and Governance) – rámec hodnotící environmentální a sociální výkonnost firmy a kvalitu jejího řízení. ESG se často používá investory k hodnocení dlouhodobé udržitelnosti podniků.

SDGs (Sustainable Development Goals) – cíle udržitelného rozvoje OSN, k jejichž

naplňování se mohou firmy hlásit. Reporting může být strukturován i podle přínosu jednotlivým cílům.

Interní KPI (klíčové ukazatele výkonnosti) – firmy si mohou samy stanovit vlastní metriky, které lépe odrážejí jejich odvětví, velikost a priority.

Obrázek 2: Příklady měřitelných CSR ukazatelů

Oblast CSR	Příklad měřeného ukazatele
Environmentální	Množství emisí, CO ₂ , spotřeba vody/energie, množství odpadu
Sociální	Počet dobrovolnických hodin, míra fluktuace zaměstnanců
Etická a řízení	Počet interních školení k etice, počet stížností zaměstnanců

Zdroj: upraveno podle Crane, Matten & Spence (2019), Thorne et al. (2023)

Výzvy spojené s hodnocením:

- I přes rostoucí důraz na měřitelnost CSR naráží firmy na řadu výzev:
- Obtížná kvantifikace dopadů – zejména v oblastech, které se týkají hodnot, firemní kultury či společenského dopadu.
- Riziko tzv. greenwashingu – snaha o kosmetické zlepšení obrazu firmy bez reálných změn.
- Nedostatek jednotných standardů – zejména u menších podniků, které nemají přístup ke komplexním reportingovým nástrojům. (Thorne a kol.,2023)

1.4 Oblasti CSR

V předchozích částech práce již bylo několikrát poukázáno na rozdělení konceptu CSR do tří hlavních oblastí – ekonomické, sociální a environmentální. Tyto oblasti tvoří základní pilíře společenské odpovědnosti firem, které slouží jako rámec pro strukturování konkrétních CSR aktivit. Tato trojice je známá jako tzv. triple-bottom-line nebo také 3P (People, Planet, Profit), jak je znázorněno v tabulce č. 3. Kromě samotného rozdělení na tři složky tato tabulka rovněž ukazuje, jaké cíle jsou s jednotlivými oblastmi spojeny. (Thorne a kol.,2023). Chce-li podnik dosáhnout skutečné udržitelnosti v rámci CSR, měl by se kromě sledování zisku věnovat také plnění cílů v oblasti společenské i environmentální a dobrovolně podnikat kroky přesahující rámec zákonných povinností ve všech těchto oblastech (Kunz, 2012).

Obrázek 3: Pilíře společenské odpovědnosti firem (Triple-bottom-line/3P)

Pilíř (3P)	Zaměřeni oblasti	Hlavní cíl
Lidé (People)	Vztahy se zaměstnanci, komunitou, zákazníky	Zajištění spravedlivého a etického přístupu k lidem
Planeta (Planet)	Dopady na životní prostředí, udržitelnost zdrojů	Minimalizace ekologické stopy a podpora ochrany prostředí
Zisk (Profit)	Efektivní řízení firmy, ziskovost, etické podnikání	Dlouhodobá ekonomická stabilita a odpovědné hospodaření

Zdroj: Vlastní zpracování

1.4.1 Ekonomická oblast

Ekonomický pilíř CSR vychází ze základního cíle každého podniku – generování zisku a zajištění stabilního růstu v dlouhodobém horizontu. V kontextu společenské odpovědnosti se však klade důraz nejen na samotnou ziskovost, ale také na otevřené a férové podnikání. To zahrnuje transparentní komunikaci a korektní vztahy se všemi klíčovými zainteresovanými stranami, jako jsou akcionáři, investoři, zákazníci, dodavatelé a další obchodní partneři (Steinerová, 2008).

Dosažení zisku a jeho dlouhodobé udržení představuje pro každý podnik klíčovou prioritu, jelikož právě zisk vytváří prostor pro financování společensky odpovědných aktivit. V rámci ekonomické oblasti CSR, jak uvádí Tetřevová 2017, patří mezi tyto aktivity zejména:

- uplatňování zásad efektivního a etického řízení,
- zajištění bezpečných a kvalitních produktů pro zákazníky,
- podpora inovací a rozvoj udržitelných výrobků,
- budování pevných vztahů se zákazníky,
- rozvíjení důvěryhodných vazeb s investory a akcionáři,
- posilování spolupráce se subjekty v dodavatelsko-odběratelském řetězci

1.4.2 Sociální oblast

Sociální oblast CSR se zaměřuje především na lidi. Tento pojem však není zcela jednoznačný – v rámci sociálního pilíře se jím rozumí zejména zaměstnanci (tzv. vnitřní sociální oblast) a místní komunity (vnější sociální oblast). Právě toto rozlišení vedlo některé autory k rozšíření základního členění CSR z původních tří oblastí na čtyři. Tato práce však nadále pracuje s tradičním rozdělením na tři pilíře. Pro lepší přehlednost jsou ale CSR aktivity v rámci sociálního pilíře dále rozlišeny samostatně pro zaměstnance a samostatně pro komunitu, ve které firma působí.

Publikace věnující se CSR aktivitám zaměřeným na zaměstnance se sice liší v drobných detailech, nicméně panuje mezi autory všeobecná shoda, že klíčovými oblastmi vnitřní sociální odpovědnosti jsou zajištění bezpečnosti a ochrany zdraví při práci, rovné zacházení a podpora vzdělávání. Podle Tetřevové (2011) mezi hlavní aktivity v této oblasti patří například:

- vytvoření bezpečných pracovních podmínek a prevence úrazů,
- rozvoj kompetencí zaměstnanců prostřednictvím školení a vzdělávání,
- rovné příležitosti bez diskriminace,
- zákaz nucené a dětské práce,
- zajištění práva na svobodné sdružování a kolektivní vyjednávání,
- transparentní náborový proces a korektní ukončování pracovních poměrů,
- poskytování důstojné mzdy a zaměstnaneckých výhod (benefitů),
- podpora týmového ducha formou firemních akcí a teambuildingů,
- respektování zákonem stanovené pracovní doby a dostupnosti pracoviště,
- podpora rovnováhy mezi pracovním a osobním životem (work-life balance),
- prevence negativních jevů jako je mobbing, sexuální obtěžování a zajištění férového přístupu ke všem zaměstnancům.

Do aktivit vnějšího sociálního pilíře, zaměřených na podporu místních komunit, jako jsou neziskové organizace, veřejnost či státní správa, patří například firemní dary, dobrovolnické programy zaměstnanců, podpora sociální integrace a vzdělávání. Dále sem spadá i snaha zlepšovat kvalitu života obyvatel prostřednictvím kulturních

a sportovních aktivit, podpora zaměstnanosti a rozvoje místní infrastruktury, stejně jako budování pevných vztahů mezi firmou a vládními institucemi na regionální či celostátní úrovni (Steinerová, 2008).

1.4.3 Enviromentální oblast

Poslední z klíčových oblastí CSR je environmentální pilíř, jehož hlavním cílem je ochrana planety, tedy zodpovědné jednání vůči přírodě a životnímu prostředí. V posledních desetiletích získává tato oblast stále větší pozornost, jelikož lidská činnost narušuje přirozenou rovnováhu přírody. Na rozdíl od ekonomické a sociální oblasti není environmentální pilíř zaměřen přímo na konkrétní skupiny zainteresovaných stran, tedy jednotlivce či organizace, ale na ochranu vzduchu, půdy, vodních zdrojů, rostlin a živočichů. Tento fakt komplikuje jasné vymezení motivací, nástrojů, přínosů a odpovědností spojených s environmentální společenskou odpovědností. Zatímco u ekonomické a sociální oblasti jsou důvody společensky odpovědného chování relativně jednoznačné, u environmentální oblasti jsou tyto motivace často přejaty z ekonomické, sociální či politické sféry. (Kašparová a kol.,2013) (Kunz, 2012).

Environmentální odpovědné aktivity vycházejí ze zákonných požadavků na ochranu životního prostředí, ale také zahrnují dobrovolná opatření, která přesahují legislativní normy. Mezi tyto aktivity patří například dodržování environmentálních zákonů, maximalizace úspor energie a dalších zdrojů, minimalizace odpadů a podpora recyklace, bezpečné nakládání s nebezpečnými látkami, investice do ekologických technologií, ochrana přírodních zdrojů a biologické rozmanitosti, prevence a náprava škod na životním prostředí a místních komunitách, podpora iniciativ propagujících odpovědný přístup k přírodě, a zajištění souladu s principy udržitelného rozvoje, udržitelné výroby a spotřeby či dalšími dobrovolnými standardy. (Kašparová a kol.,2013), (Kunz,2012).

1.4.4 Pojmy spojené s konceptem CSR

Tato sedmá podkapitola diplomové práce se zaměřuje na moderní koncepty a pojmy, které se vyvinuly jako doplněk nebo rozšíření základního rámce společenské odpovědnosti firem (CSR). Jedná se o přístupy, které reflektují snahu o odstranění nedostatků původního konceptu a přinášejí nové úhly pohledu na odpovědné podnikání. V praxi většina společensky odpovědných firem tyto související přístupy využívá paralelně s CSR, neboť jsou vzájemně úzce propojené (Pavlík, 2010).

Podnikatelská etika

Podnikatelská etika se jako samostatná disciplína začala formovat v 70. letech 20. století ve Spojených státech. Jedná se o specifickou oblast etiky, která se zabývá aplikací morálních zásad v oblasti podnikání a ekonomické činnosti. Eticky se chovající firma je taková, jejíž jednání stakeholdery (zainteresovanými stranami) vnímají jako férové, čestné a v souladu s obecně přijímanými normami morálky. Firmy, které tento koncept aplikují, se snaží eliminovat nelegitimní, neetické či nevhodné praktiky ze své činnosti (Tetřevová, 2017).

Někteří manažeři zastávají názor, že etické podnikání je finančně náročné a může si ho dovolit až podnik s dostatečně silným ekonomickým zázemím. Výzvou je také tzv. etický "greenwashing", kdy se firma navenek prezentuje jako etická, ale ve skutečnosti její chování těmto standardům neodpovídá (Kunz, 2012). Kunz zároveň upozorňuje, že podniky se v každodenní praxi potýkají s řadou dilemat a konfliktů, které mají etický rozměr. Mezi ty nejčastější patří korupční praktiky, nepoctivost, diskriminace, záměrné snižování kvality, klamavá reklama, nepravdivé informace, porušování zákonů a norem, podvody, nátlak či vydírání.

Etický kodex

Jedním z nejčastěji využívaných nástrojů při zavádění podnikatelské etiky do firemní praxe je etický kodex. Ten lze definovat jako soubor pravidel, který vychází z hodnot a zásad, které daná organizace uznává a na jejichž základě buduje svou profesionalitu. Etický kodex představuje formální dokument, ve kterém jsou konkrétně formulovány morální principy a etické standardy, podle kterých by se měli zaměstnanci i vedení společnosti při svém jednání a rozhodování řídit.

V současnosti etický kodex zavedla přibližně většina firem – odhadem kolem 90 %. Obsah a názvy těchto dokumentů se mezi firmami liší, jejich účel je však stejný: stanovit rámec žádoucího chování a být vodítkem pro stávající i budoucí pracovníky a manažery. Etické kodexy nejsou upraveny zákonem a jejich podoba tedy není závazně určena legislativou. Každá firma má při jejich vytváření volnost a může si sama stanovit jejich strukturu i obsah. (Dytrt, 2011).

Firemní filantropie

Firemní filantropie je široký pojem, který zahrnuje různé aktivity firem zaměřené na podporu veřejně prospěšných iniciativ. Typickým rysem těchto aktivit je jejich

dobrovolnost – firmy se zapojují bez právní povinnosti, s cílem přispět k rozvoji společnosti a zlepšení kvality života jednotlivců. Nejčastěji se jedná o podporu neziskových organizací či jiných potřebných skupin. (Kunz,2012)

Firemní filantropie úzce souvisí s misí a vizí firmy, jejími základními hodnotami, odpovědností vůči stakeholderům a s dodržováním etických norem a interních pravidel.

Mezi hlavní formy firemní filantropie patří:

- **Firemní dobrovolnictví** – firma motivuje a podporuje své zaměstnance, aby se aktivně zapojovali do činností neziskových organizací, například formou pomoci při charitativních akcích nebo komunitních projektech.
- **Firemní dárcovství** – jedná se o poskytnutí finančních nebo věcných darů (např. produktů, služeb) potřebným osobám nebo organizacím bez nároku na protihodnotu.
- **Firemní sponzoring** – firma poskytuje finanční nebo materiální podporu jednotlivcům, organizacím či akcím s veřejně prospěšným charakterem, a zároveň získává určitou formu propagace či zviditelnění (Visser, 2010)

Firemní občanství

Pojem firemní občanství bývá různě vykládán a mezi autory neexistuje jednotná definice. Někteří odborníci se dokonce domnívají, že tento pojem dnes již ztratil svůj samostatný význam a vnímají jej spíše jako součást konceptu společenské odpovědnosti firem (CSR).

Význam firemního občanství vychází už z jeho názvu – označuje snahu firmy chovat se jako „dobrý občan“, který se aktivně a zodpovědně podílí na dění ve svém okolí a dlouhodobě podporuje jeho rozvoj. Podobně jako sociální dimenze CSR se zaměřuje na vytváření a udržování pozitivních vztahů s komunitou a dalšími skupinami v okolí firmy. Právě kvůli této blízkosti je často obtížné odlišit firemní občanství od CSR.

Určité rozdíly mezi těmito pojmy však existují. Firemní občanství se obvykle konkrétněji zaměřuje na definování aktivit a cílových skupin, kterým by měla firma věnovat pozornost. Podle Nešporové (2005) spočívá rozdíl i v tom, že CSR klade důraz zejména na etické aspekty podnikání, zatímco firemní občanství se více orientuje na vztahy firmy s jejím okolím.

Trvale udržitelný rozvoj

Trvale udržitelný rozvoj (anglicky sustainable development) je rozvojový koncept, jehož cílem je zajištění rovnováhy mezi ekonomickým růstem, sociálním blahobytem a ochranou životního prostředí. Základní definice pochází ze zprávy Naše společná budoucnost (tzv. Brundtland report) z roku 1987, kde je trvale udržitelný rozvoj popsán jako rozvoj, který uspokojuje potřeby současnosti, aniž by ohrožoval schopnost budoucích generací uspokojovat jejich vlastní potřeby.

Tento koncept reaguje na výzvy moderního světa – především na vyčerpávání přírodních zdrojů, klimatickou změnu, sociální nerovnosti a ekonomickou nestabilitu. Udržitelný rozvoj je dnes považován za klíčový rámec pro řešení těchto globálních problémů. (Kašparová a kol.,2013), (Kunz,2012).

Trvale udržitelný rozvoj stojí na třech pilířích:

Ekonomický pilíř – podpora stabilního hospodářského růstu, produktivity a inovací, které nepoškozují společnost ani životní prostředí.

Sociální pilíř – důraz na lidská práva, rovnost, přístup ke vzdělání, zdravotní péči a důstojné životní podmínky pro všechny.

Environmentální pilíř – ochrana přírody, omezení znečištění, zachování biodiverzity a odpovědné využívání přírodních zdrojů.

1.5 Stakeholderi

Pojem stakeholder je v oblasti společenské odpovědnosti firem (CSR) klíčový. Vyjadřuje všechny osoby, skupiny nebo organizace, které jsou ovlivněny činností podniku nebo které naopak mohou ovlivnit podnik samotný. Podle klasické definice Edwarda Freemana (1984) jsou stakeholdery „ti, bez jejichž podpory by podnik nemohl existovat“ (Freeman in Crane, Matten, Spence, 2019).

CSR klade důraz na odpovědné chování firem vůči těmto zainteresovaným stranám. Nejde tedy pouze o vztah k zákazníkům a akcionářům, ale i k zaměstnancům, dodavatelům, komunitám, neziskovým organizacím, státní správě, médiím, životnímu prostředí a budoucím generacím. Tyto skupiny představují různé typy požadavků a očekávání, která by měl podnik identifikovat, reflektovat a v rámci CSR strategie na ně

vhodně reagovat.

1.5.1 Členění stakeholderů

Stakeholderi se často třídí podle různých hledisek – například podle jejich vztahu k firmě, podle míry vlivu, nebo podle toho, zda jde o skupiny s přímým či nepřímým vztahem k činností podniku. Níže je uvedeno základní členění stakeholderů dle vztahu k podniku viz tabulka č.4:

Obrázek 4: Členění stakeholderů

Typ stakeholderů	Příklady
Interní stakeholderi	Zaměstnanci, vedení firmy, odbory, vlastníci, akcionáři
Externí stakeholderi	Zákazníci, dodavatelé, konkurence, státní správa, samospráva, regulační orgány, média, místní komunity, neziskové organizace, akademická sféra, budoucí generace

Zdroj: Upraveno podle Kašparová a Kunz 2013

Z hlediska vlivu a zájmu o podnik je možné stakeholdery také zařadit do tzv. **stakeholder mapy**, která rozlišuje čtyři základní kvadranty:

1. **vysoký vliv / vysoký zájem** – klíčoví partneři, které je nutné aktivně zapojovat a informovat (např. investoři, strategičtí zákazníci);
2. **vysoký vliv / nízký zájem** – skupiny, které mohou významně ovlivnit chod firmy, ale nemají přímý zájem (např. regulátoři);
3. **nízký vliv / vysoký zájem** – veřejnost, spotřebitelé, neziskové organizace;
4. **nízký vliv / nízký zájem** – okrajové skupiny, které však nelze zcela ignorovat.

Tento přístup pomáhá firmám prioritizovat komunikaci a nastavit vhodnou míru zapojení stakeholderů. (Kašparová a kol.,2013).

1.5.2 Zapojování stakeholderů

Jedním z důležitých principů CSR je aktivní a transparentní komunikace se stakeholdery. Zapojování stakeholderů umožňuje firmám nejen získat cennou zpětnou vazbu, ale také předcházet potenciálním konfliktům, budovat důvěru a zvyšovat společenskou legitimitu

svých rozhodnutí. Podle standardů GRI (Global Reporting Initiative) patří stakeholder engagement k základním požadavkům na tvorbu nefinančních reportů.

Metody zapojování stakeholderů mohou být různé – od základní informovanosti až po aktivní participaci na rozhodovacích procesech. Níže jsou uvedeny běžné formy zapojování viz tabulka č. 5:

Obrázek 5: Metody zapojování stakeholderů

Forma zapojení	Popis	Příklad
Informování	Jednostranný tok informací směrem ke stakeholderům	Výroční zpráva, webové stránky, tiskové zprávy
Konzultace	Získávání zpětné vazby bez přímého vlivu na rozhodování	Dotazníky, veřejná projednání, workshopy
Dialog	Obousměrná komunikace vedoucí k porozumění postojům	Otevřené fórum, stakeholder dialog
Spolupráce	Aktivní zapojení stakeholderů do rozhodování	Partnerství s komunitou, participativní plánování CSR aktivit
Spolurozhodování	Společné rozhodování o zásadních otázkách	Zástupci stakeholderů v poradních orgánech

Zdroj: Upraveno podle Kašparová a Kunz 2013

Jak uvádějí Kašparová a Kunz (2013), úspěšný stakeholder engagement by měl být systematický, dlouhodobý a měl by reflektovat měnící se priority a očekávání jednotlivých skupin. Nestačí pouze deklarativně zmínit stakeholdery ve firemních dokumentech – klíčové je vytvořit strukturovaný proces zapojování, vyhodnocovat jeho přínosy a integrovat výstupy do strategického rozhodování firmy.

1.5.3 Vymezení klíčových stakeholderů v kontextu CSR

Identifikace stakeholderů představuje klíčový krok v procesu budování a řízení

společenské odpovědnosti firem. Každý podnik operuje v odlišném prostředí a obklopuje jej unikátní síť vztahů. To, kdo je pro danou firmu skutečně důležitý, nelze univerzálně určit – každá organizace by si měla **vytvořit vlastní přehled klíčových stakeholderů**, jejich očekávání a možnost jejich zapojení do CSR aktivit.

Podle Thorne, Ferrella a Ferrellové (2023) je stakeholder každá skupina nebo jednotlivec, která může ovlivnit činnost podniku nebo být jeho činností ovlivněna. Podniky, které usilují o dlouhodobě udržitelný rozvoj, by měly chápat stakeholdery nejen jako pasivní příjemce rozhodnutí, ale jako aktivní partnery. Crane, Matten a Spence (2019) zároveň upozorňují, že vztah mezi firmou a stakeholdery je **oboustranný** – a úspěšná CSR strategie je právě na takovém vztahu postavena.

„Firmy by neměly začínat otázkou, co mohou stakeholdery udělat pro ně, ale spíše co mohou udělat pro stakeholdery.“
(Crane et al., 2019)

Jak určit klíčové stakeholdery?

Kašparová a Kunz (2013) doporučují jako výchozí bod odpovědět si na dvě zásadní otázky:

- **Kdo ovlivňuje podnik?**
- **Na koho má podnik vliv?**

Na základě těchto otázek lze stakeholdery rozčlenit podle jejich relevance, míry vlivu a zájmu o dění ve firmě. Tento přístup je také doporučen Dytrtem (2015), který zdůrazňuje význam porozumění vzájemným vztahům mezi firmou a jejím okolím jako předpoklad odpovědného řízení.

Následující tabulka č.6 nám ukazuje, aby identifikace stakeholderů nebyla pouze formální, je důležité:

Obrázek 6: Identifikace stakeholderů

Krok	Popis
1. Analýza stakeholderů	Zmapovat všechny relevantní skupiny a jednotlivce, kteří mají nebo mohou mít vliv na činnost podniku.

2. Určení klíčových stakeholderů	Vyhodnotit míru jejich vlivu a zájmu (např. pomocí stakeholder matice).
3. Definování očekávání a potřeb	Zjistit, co dané skupiny očekávají, jaké jsou jejich priority, hodnoty a požadavky.
4. Způsob komunikace a zapojení	Zvolit efektivní komunikační kanály a formy spolupráce.
5. Pravidelná aktualizace	Sleduj vývoj vztahů a měň strategii dle aktuálních podmínek.

Zdroj: Upraveno podle Thorne et al. 2023

Podle Thorne et al. (2023) by tento proces měl být cyklický a flexibilní – podnik musí být připraven reagovat na proměňující se zájmy stakeholderů i vnější podmínky.

Stakeholderi tvoří základní rámec, ve kterém se CSR odehrává. Správně provedená identifikace stakeholderů umožňuje firmám:

- lépe porozumět svému okolí,
- cíleně komunikovat a zapojovat partnery,
- předcházet reputačním rizikům,
- a především – vytvářet hodnotu nejen pro firmu, ale i pro její okolí (Kunz, 2012).

1.6 Význam měření ESG ukazatelů

Měření ESG ukazatelů nepředstavuje pouze nástroj pro sledování výkonnosti v oblasti udržitelnosti, ale sehrává zásadní roli v řízení podniku, komunikaci se stakeholdery a dlouhodobé konkurenceschopnosti organizace. ESG ukazatele umožňují převést environmentální, sociální a etické aspekty podnikání do podoby **kvantifikovatelných dat**, která lze analyzovat, vyhodnocovat v čase a dále využívat pro strategické rozhodování. (Kunz, 2012)

Význam měření ESG ukazatelů lze rozdělit do několika klíčových oblastí:

Podpora strategického řízení podniku

ESG ukazatele poskytují vedení firmy informace o tom, **kde podnik generuje pozitivní i negativní dopady** a v jakých oblastech existuje prostor pro zlepšení. Na základě těchto

dat může management stanovovat **měřitelné cíle (KPI)**, nastavovat priority a optimalizovat procesy související s environmentálním, sociálním a etickým řízením. ESG se tak stává **součástí strategického plánování**, nikoliv pouze doplňkem marketingu či PR. (Kašparová. Kunz,2013)

Řízení rizik a prevence neudržitelných praktik

ESG metriky pomáhají identifikovat rizika, která mohou negativně ovlivnit chod firmy — např. vysoká spotřeba energií, nedostatek bezpečnostních opatření či nedostatečná etická kontrola. Pravidelné monitorování umožňuje těmto rizikům **předcházet**, minimalizovat jejich dopady nebo je zcela eliminovat. V praxi tak měření ESG snižuje pravděpodobnost:

- environmentálních havárií,
- pracovních úrazů a sporů se zaměstnanci,
- reputačních skandálů spojených s neetickým nebo netransparentním chováním.

Transparentnost a důvěryhodnost vůči stakeholderům

Udržitelné podnikání je založeno na **transparentní komunikaci**. Stakeholderi (zákazníci, zaměstnanci, investoři, komunita atd.) očekávají, že firma bude říkat **nejen co dělá, ale jaké to přináší výsledky**. ESG ukazatele umožňují společnosti poskytovat **ověřitelná data** místo obecných tvrzení. (Kunz, 2012)

A to:

- posiluje důvěru veřejnosti,
- snižuje riziko obvinění z „greenwashingu“,
- podporuje pověst firmy jako odpovědného podnikatelského subjektu.

Zvyšování konkurenceschopnosti

Firmy, které aktivně měří a reportují ESG, získávají **významnou konkurenční výhodu**, protože:

- jsou atraktivnější pro zákazníky a obchodní partnery,
- snáze vstupují do veřejných výběrových řízení a tendrů,

- lépe získávají dotace či granty v oblasti udržitelnosti.

Na rostoucím počtu trhů se ESG skóre stává součástí hodnocení firem a kritériem výběru dodavatelů. (Kunz,2012)

Přístup ke kapitálu a financování

Finanční instituce stále častěji podmiňují investice a úvěry hodnocením udržitelnosti firem.

Podniky s vyšší úrovní ESG často dosahují:

- výhodnějších úvěrových podmínek,
- větší dostupnosti investičních zdrojů,
- větší důvěry ze strany investorů.

ESG reporting se tedy stává i **ekonomickým faktorem růstu**, nejen environmentálním nebo sociálním.

Podpora firemní kultury a motivace zaměstnanců

Interní význam ESG je rovněž zásadní. Transparentní měření a komunikace ESG má pozitivní dopad na:

- loajalitu zaměstnanců,
- spokojenost v práci,
- firemní identitu a hrdost na podnik,
- přilákání nových talentů.

Mladší generace pracovníků vnímá odpovědnost a udržitelnost jako jeden z hlavních faktorů při výběru zaměstnavatele.

Dlouhodobá udržitelnost podnikání

Systematické sledování ESG ukazatelů pomáhá firmě reagovat na změny v legislativě, technologiích, společenském klimatu a očekávání trhu. ESG tak přispívá k:

- stabilitě firmy,
- dlouhodobé prosperitě,

- vytváření udržitelné hodnoty pro akcionáře i společnost. (Thorne, Ferrell,2023)

Měření ESG ukazatelů přináší organizaci **strategický, ekonomický i reputační přínos**. Firmy, které ESG systematicky monitorují a reportují, dosahují vyšší úrovně řízení rizik, lepších vztahů se stakeholdery a dlouhodobé stability. ESG reporting se tak stává nezbytnou součástí současného řízení podniku, nikoli pouze dobrovolnou iniciativou.

Proč ESG nestačí pouze deklarovat, ale měřit

V minulosti byla společenská odpovědnost firem často prezentována prostřednictvím obecných prohlášení o etických hodnotách, ekologickém chování či podpoře komunity. Takový přístup však již není dostačující. V současném podnikatelském prostředí je kladen důraz na měřitelné výsledky, nikoli pouze na deklarované záměry. ESG (Environmental, Social, Governance) ukazatele umožňují převést závazky udržitelnosti do konkrétních dat, která lze analyzovat, vyhodnocovat a transparentně komunikovat.

Pouhé deklarování odpovědnosti bez kvantifikace může vést k nejasným nebo zavádějícím tvrzením o environmentálním či sociálním dopadu firmy. Takový přístup je navíc spojen s rizikem tzv. greenwashingu, kdy podnik působí „udržitelně“ pouze na úrovni marketingu, nikoli skutečné praxe. Systematické měření ESG ukazatelů toto riziko eliminuje, protože stanovuje ověřitelné důkazy o výsledcích a pokroku firmy.

Měření ESG poskytuje informace nejen vedení podniku, ale také stakeholderům – zaměstnancům, zákazníkům, obchodním partnerům, investorům i veřejné správě. Díky tomu mohou jednotlivé zainteresované skupiny posoudit skutečnou míru odpovědnosti firmy, porovnávat ji s konkurencí a sledovat vývoj v čase. ESG se tak stává nástrojem budování důvěry, reputace a dlouhodobých vztahů. (Crane, Matten, Space,2019)

Neméně důležité je, že pouhé deklarování bez měření není slučitelné s moderním pojetím udržitelnosti. Nové legislativní požadavky (například směrnice CSRD nebo standardy ESRS) přecházejí od dobrovolné komunikace k povinnému reportingu a vyžadují, aby firmy poskytovaly konkrétní, ověřitelné a auditovatelné informace o svých dopadech. Firmy, které ESG pouze deklarují, již neobstojí v konkurenčním ani regulatorním prostředí. (Dytrt, 2015). Z tohoto důvodu je měření ESG ukazatelů nedílnou součástí řízení odpovědného podnikání. Zajišťuje, že filozofie udržitelnosti není pouze komunikována, ale naplňována. Poskytuje objektivní podklady pro rozhodování, nastavování cílů, optimalizaci procesů a prokazatelný přínos společnosti i životnímu

prostředí. Proto platí, že ESG není jen o hodnotách – je o datech, výsledcích a dlouhodobém zlepšování. (Kunz,2012; Dyrtr, 2015)

2 METODIKA ZPRACOVÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Tato práce se zabývá úrovní společensky odpovědného podnikání ve společnosti Formplast, přičemž metodika popisuje nástroje a systém, pomocí kterých jsem zjistila fakta a objektivně analyzovala, vyhodnotila a následně využila k návrhu CSR reportu a doporučení pro další rozvoj společnosti.

V návaznosti na teoretickou část, která vymezila principy CSR a ESG a seznámila se s možnostmi měření udržitelnosti podniku, metodika práce popisuje způsob, jakým jsou tyto koncepty aplikovány v praxi. Cílem je nejen získat informace o aktuálním nastavení CSR ve společnosti Formplast, ale také kvantifikovat dopady jednotlivých oblastí CSR pomocí ukazatelů ESG a objektivizovat interpretaci dat.

2.1 Cíl a přístup k řešení práce

Cílem diplomové práce je zhodnotit současný přístup k reportování společensky odpovědného chování konkrétní firmy a vytvořit návrh CSR reportu. Identifikovat slabá a silná místa, příležitosti a hrozby, vyhodnotit úroveň ESG řízení a na základě zjištěných poznatků navrhnout strukturu CSR reportu a doporučení pro rozvoj udržitelnosti.

Přístup k řešení práce je založen na propojení teoretických poznatků, analýzy primárních dat a práce s ESG ukazateli, konkrétně:

- identifikace a sběr kvantifikovatelných ukazatelů udržitelnosti,
- zjištění postoje vedení k CSR (polostrukturovaný rozhovor),
- komparace s praxí v odvětví a s ESG standardy,
- integrace výsledků do SWOT analýzy CSR firmy.

2.2 Použité metody výzkumu

Metodický postup práce je založen na využití kvalitativních i kvantitativních metod, které mi umožnily získat komplexní pohled na problematiku CSR v analyzované společnosti.

Analýza sekundárních zdrojů

Tato metoda zahrnuje studium odborné literatury, vědeckých článků, norem,

podnikových zpráv a metodik, které se vztahují ke konceptu CSR, ESG a udržitelnosti. Pozornost je věnována především publikacím českých i zahraničních autorů, jako jsou Crane, Matten, Spence, Kašparová nebo Kunz, kteří se věnují teoretickému vymezení a praktickým přístupům k CSR. Zvláštní důraz je kladen na analýzu standardů GRI (Global Reporting Initiative) a směrnice CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive), které jsou zásadní pro transparentní a srovnatelné reportování společenské odpovědnosti. (Crane, Matten, Spence, 2019)

Analýza interních podkladů společnosti

Pro účely této diplomové práce byl realizován polostrukturovaný rozhovor s vybranými členy vedení společnosti Formplast Purkert, s.r.o. Cílem tohoto rozhovoru bylo získat hlubší a detailnější vhled do současného přístupu firmy k oblasti společenské odpovědnosti, jejího řízení a způsobu reportování CSR aktivit. Rozhovor byl zaměřen na zjištění toho, jak vedení vnímá význam CSR a ESG ve firemní strategii, jaké kroky v této oblasti firma aktuálně realizuje a jakým směrem plánuje svou společenskou odpovědnost dále rozvíjet.

Polostrukturovaná forma rozhovoru byla zvolena záměrně, neboť umožňuje kombinovat předem připravené okruhy otázek s možností doplňujících dotazů podle průběhu konverzace. Tento přístup umožnil nejen získat konkrétní faktické informace, ale také porozumět motivacím vedení, jeho prioritám a vnějším i vnitřním faktorům, které ovlivňují přístup ke společenské odpovědnosti. (Kašparová, Kunz, 2013)

Položené otázky byly strukturovány do několika tematických oblastí, které odpovídají hlavním pilířům CSR a ESG – tedy ekonomickým, environmentálním, sociálním a etickým aspektům – a také zohledňují aktuální stav firemního reportování těchto oblastí. Díky této struktuře bylo možné získat komplexní a ucelené informace, které následně sloužily jako podklad pro vytvoření návrhu CSR reportu a formulaci doporučení pro další rozvoj společenské odpovědnosti společnosti Formplast Purkert s. r. o.

Položené otázky společnosti:

1. Vnímání CSR ve společnosti

1. Jak byste popsali celkový význam společenské odpovědnosti pro společnost Formplast?
2. Jakým způsobem se podle Vás CSR promítá do každodenního fungování firmy?

(Doplňující otázka: Změnilo se vnímání CSR v posledních letech? Pokud ano, jak?)

2. Současný stav CSR a jeho interní řízení

3. Jaké CSR aktivity vnímáte jako nejvýznamnější, které Formplast Purkert, s.r.o. v současnosti realizuje?
4. Má firma stanovenou osobu či tým, který se věnuje řízení CSR?

(Doplňující otázka: Jak probíhá koordinace mezi vedením a zaměstnanci?)

3. Reportování CSR a potřeba formálního reportu

5. Jak hodnotíte současnou úroveň komunikace CSR aktivit směrem k zaměstnancům a veřejnosti?
6. Jaké přínosy pro firmu očekáváte od zavedení pravidelného CSR reportingu?

(Doplňující otázka: Existují oblasti, kde vidíte prostor pro zlepšení v komunikaci nefinančních informací?)

4. Environmentální oblast (E)

7. Jaké jsou podle Vás klíčové environmentální výzvy spojené s výrobou plastových produktů ve Formplastu?
8. Do jakých ekologických projektů nebo modernizací plánuje společnost investovat v blízké budoucnosti?

(Doplňující otázka: Jak se vedení staví k budoucímu měření ekologických ukazatelů?)

5. Sociální oblast (S)

9. Jak hodnotíte současnou úroveň péče o zaměstnance, jejich spokojenost a loajalitu?
10. Jaké další programy nebo kroky plánuje vedení v oblasti rozvoje zaměstnanců a firemní kultury?

(Doplňující otázka: Jaké nástroje využíváte ke sledování zaměstnanecké spokojenosti?)

6. Governance a etika (G)

11. Jakou roli v rámci společnosti hraje etický kodex a jak je komunikován zaměstnancům?

12. Uvažuje vedení o zavedení dalších etických nebo kontrolních mechanismů, např. kodex dodavatelů nebo etických auditů?

(Doplňující otázka: Jakým způsobem vedení monitoruje dodržování etických pravidel?)

7. Spolupráce s komunitou

13. Jaké typy komunitních nebo regionálních projektů vnímáte jako pro Fomrplast Purkert, s.r.o. dlouhodobě nejpřínosnější?

14. Jak hodnotíte dopad komunitních aktivit na image firmy a vztahy se zaměstnanci?

(Doplňující otázka: Uvažujete o rozšíření spolupráce s místními školami nebo neziskovými organizacemi?)

8. Budoucnost CSR a ESG ve Formplastu

15. Jaké změny očekáváte v oblasti CSR a ESG v následujících letech?

16. Plánuje společnost pravidelně vydávat CSR report i do budoucna?

(Doplňující otázka: Jaké překážky nebo výzvy by podle Vás mohla firma v této oblasti řešit?)

Získaná data z rozhovoru byla zpracována **kvalitativní analýzou**, konkrétně metodou tematického třídění odpovědí. Jednotlivé odpovědi byly rozděleny do tematických kategorií odpovídajících výše uvedeným oblastem CSR a ESG. Následně byly porovnány s výsledky dotazníkového šetření mezi zaměstnanci a s poznatky z odborné literatury a standardů GRI.

Výstupy z rozhovoru sloužily zejména:

- k interpretaci kvantitativních výsledků,
- k identifikaci silných a slabých stránek současného přístupu firmy,
- jako podklad pro SWOT analýzu CSR,
- pro návrh struktury a obsahu CSR reportu.

Limity polostrukturovaného rozhovoru

Mezi hlavní limity této metody patří:

- omezený počet respondentů,

- subjektivní pohled vedení,
- možná snaha prezentovat firmu v pozitivním světle.

Tyto limity byly částečně eliminovány kombinací rozhovoru s dotazníkovým šetřením mezi zaměstnanci a analýzou interních dokumentů společnosti, čímž byla zvýšena validita a komplexnost výzkumu.

Zařazení polostrukturovaného rozhovoru bylo zvoleno záměrně, neboť umožňuje zachytit strategický a hodnotový rozměr CSR, který nelze plně kvantifikovat pomocí dotazníků. Rozhovor tak vhodně doplňuje kvantitativní část výzkumu a přispívá k celkovému pochopení přístupu společnosti Formplast Purkert s. r. o. k odpovědnému podnikání.

SWOT analýza CSR

SWOT analýza je jedním z nejpoužívanějších nástrojů strategického řízení, který umožňuje identifikovat silné a slabé stránky podniku a zároveň příležitosti a hrozby jeho okolí. Podle Kotlera a Kellera (2016) SWOT poskytuje systematický rámec pro vyhodnocování interních a externích faktorů, které ovlivňují konkurenceschopnost organizace. Autoři Johnson, Scholes a Whittington (2017) zdůrazňují, že SWOT analýza slouží jako výchozí podklad pro návrh strategie a stanovování priorit v podniku.

Na základě získaných poznatků byla zpracována SWOT analýza CSR, která shrnuje silné a slabé stránky společnosti, příležitosti a hrozby v oblasti společenské odpovědnosti. Tato analýza umožňuje komplexně vyhodnotit pozici firmy z pohledu CSR a představuje důležitý podklad pro návrh strategie a CSR reportu.

Komparační analýza

Pro doplnění výsledků byla provedena komparační analýza s vybranými firmami obdobného zaměření, které již mají zkušenosti s CSR reportováním. Srovnání umožňuje identifikovat příklady dobré praxe a inspirovat návrh struktury a obsahu vlastního reportu společnosti Formplast. (Dytrt,2015)

Návrhová metoda

Na základě provedených analýz jsou formulována doporučení a návrhy na zlepšení přístupu k CSR, včetně návrhu konkrétního CSR reportu, jehož struktura bude vycházet z rámce GRI. Tato část propojuje teoretické poznatky s praktickými výstupy a přináší

firmě konkrétní přidanou hodnotu. (Kašparová, Kunz, 2013)

Dotazníkové šetření

Cílem dotazníkového šetření bylo zjistit postoje zaměstnanců společnosti Formplast Purkert s.r.o. k problematice společenské odpovědnosti, vnímané úrovni CSR aktivit firmy a jejich ochotu podporovat systematické zavedení CSR reportingu. Dotazník sloužil jako nástroj pro získání primárních dat, která doplňují informace získané z polostrukturovaného rozhovoru s vedením společnosti.

Cílovou skupinou respondentů byli zaměstnanci společnosti Formplast s.r.o. napříč jednotlivými pracovními pozicemi a odděleními. Dotazníkové šetření bylo realizováno anonymně formou elektronického dotazníku, který byl distribuován interními komunikačními kanály společnosti.

Celkem bylo osloveno **120 zaměstnanců**, z nichž se do šetření zapojilo **84 respondentů**, což odpovídá **návratnosti 70 %**. Tato návratnost je považována za dostatečnou pro získání reprezentativního přehledu názorů zaměstnanců v rámci analyzované společnosti.

Dotazník byl strukturován do tematických okruhů zaměřených na:

- vnímání významu CSR,
- sociální oblast (péče o zaměstnance),
- environmentální odpovědnost,
- komunikaci CSR aktivit,
- postoj k zavedení formálního CSR reportu.

Jednotlivé otázky byly formulovány převážně jako uzavřené s využitím čtyřbodové Likertovy škály (Ano – Spíše ano – Spíše ne – Ne), která umožňuje kvantitativní vyhodnocení odpovědí.

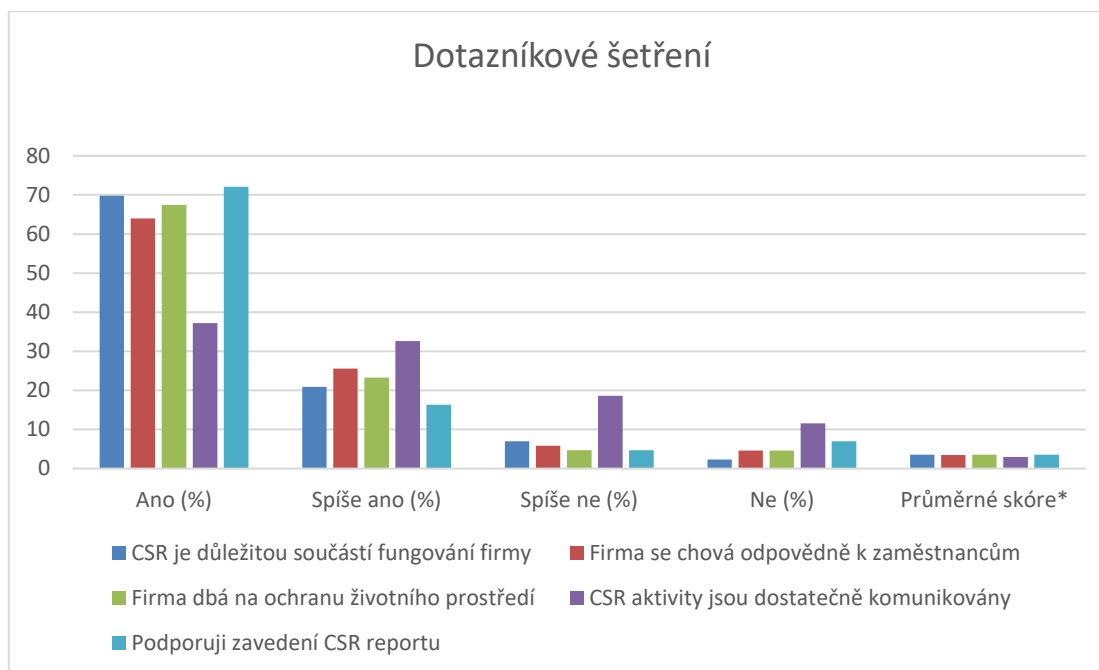
Způsob analýzy dat

Data získaná z dotazníkového šetření byla zpracována pomocí deskriptivní statistiky. Pro vyhodnocení odpovědí byla využita čtyřbodová Likertova škála, kde hodnota 1 představovala negativní hodnocení a hodnota 4 jednoznačně pozitivní hodnocení daného

tvrzení.

U jednotlivých otázek bylo vypočteno průměrné skóre, které umožnilo porovnat vnímání jednotlivých oblastí společenské odpovědnosti mezi respondenty. Výsledky byly následně graficky znázorněny pomocí sloupcového grafu (Obrázek 7), který přehledně ilustruje rozdíly mezi hodnocenými oblastmi CSR.

Obrázek 7 Sloupcový graf Dotazníkové šetření



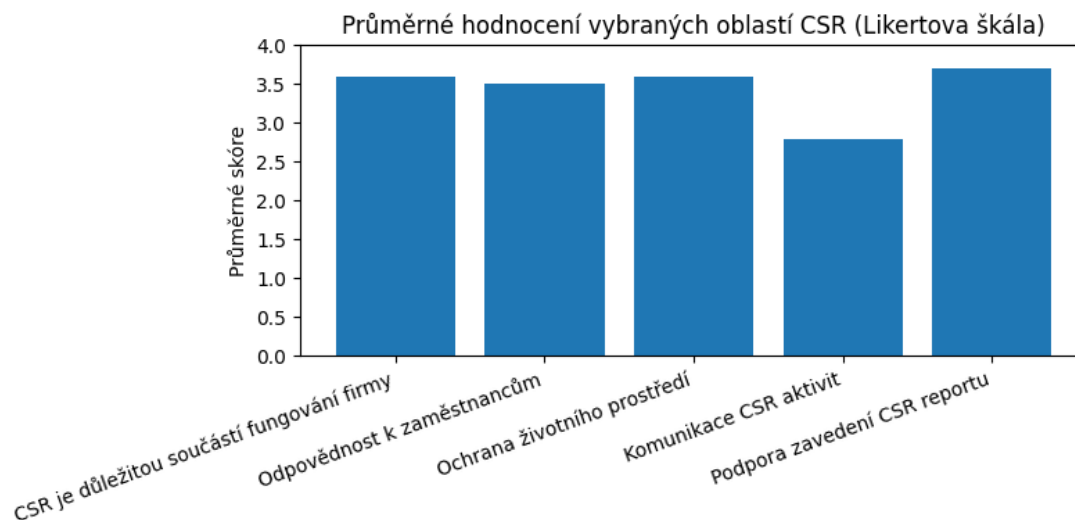
Zdroj: Vlastní zpracování

* **Likertova škála:** Ano = 4, Spíše ano = 3, Spíše ne = 2, Ne = 1

Pro vyhodnocení dotazníkového šetření byla použita deskriptivní statistika, která umožnila základní popis dat a identifikaci tendencí v odpovědích respondentů. Výsledky byly zpracovány pomocí relativních četností (v %) a průměrného skóre na Likertově škále. Průměrné skóre bylo vypočteno přiřazením bodových hodnot jednotlivým odpovědím (Ano = 4, Spíše ano = 3, Spíše ne = 2, Ne = 1).

Z výsledků vyplývá, že zaměstnanci obecně vnímají CSR jako důležitou součást fungování společnosti Formplast Purkert s. r. o. a podporují zavedení pravidelného CSR reportu. Naopak slabší hodnocení bylo zaznamenáno v oblasti komunikace CSR aktivit, což naznačuje prostor pro zlepšení v interní i externí komunikaci společnosti.

Obrázek 8: Graf průměrného hodnocení dotazníku



Zdroj: Vlastní zpracování

Z grafu je patrné, že respondenti hodnotí význam společenské odpovědnosti ve společnosti Formplast velmi pozitivně. Nejvyšší průměrné skóre dosahuje podpora zavedení CSR reportu (3,7), což naznačuje silnou podporu zaměstnanců pro systematické a transparentní reportování CSR aktivit.

Vysoké hodnocení rovněž získaly oblasti ochrany životního prostředí a celkového významu CSR pro fungování firmy, což potvrzuje, že zaměstnanci vnímají odpovědné podnikání jako nedílnou součást firemní kultury. Naopak nejnižší průměrné skóre bylo zaznamenáno v oblasti komunikace CSR aktivit (2,8), což poukazuje na prostor pro zlepšení v oblasti interní i externí komunikace společensky odpovědných aktivit společnosti.

Limity dotazníkového šetření

Jedním z hlavních limitů dotazníkového šetření je jeho realizace v rámci jedné konkrétní společnosti, což omezuje možnost zobecnění výsledků na celé odvětví. Dalším limitem může být subjektivní charakter odpovědí respondentů, kteří mohli své postoje ovlivnit osobní zkušeností nebo snahou prezentovat firmu v pozitivním světle. Přesto získaná data poskytují cenný vhled do interního vnímání CSR a slouží jako relevantní podklad pro

návrh CSR reportu.

3 CHARAKTERISTIKA SPOLEČNOSTI

Společnost Fomrplast Purkert, s.r.o. představuje stabilního a dlouhodobě úspěšného hráče v oblasti zpracování plastických hmot. Díky svému zaměření na technické výlisky, kvalitu výroby a zákaznický orientovaný přístup si firma vybudovala silné postavení nejen na tuzemském trhu, ale i v mezinárodním prostředí. V rámci této kapitoly bude představen profil společnosti, její hlavní oblasti podnikání, organizační struktura a význam na trhu.

Vybrala jsem si tuhle společnost, jelikož pocházím kousek od jejího sídla a její forma podnikání a organizační struktura je velmi zajímavá. Také proto, jak dokáže nenápadná firma v Orlických horách disponovat tolika zakázkám a být ohleduplná na svoje zaměstnance i okolí, jak již bylo zmíněno v úvodu, moje diplomová práce je právě na tohle zaměřená.

3.1 Základní informace o společnosti

Fomrplast Purkert, s.r.o. byla založena v roce 1991 a sídlí v Bystřici v Pardubickém kraji. Od svého vzniku se specializuje na vstřikování plastů a výrobu technických výlisků z termoplastických materiálů. Firma v současnosti zaměstnává přes 600 pracovníků v technických, výrobních i administrativních profesích a patří mezi významné regionální zaměstnavatele.

Společnost je orientována především na B2B segment, jejími odběrateli jsou především podniky z automobilového průmyslu, elektrotechniky, stavebnictví a spotřebního zboží. Významnou část produkce tvoří zakázková výroba podle specifických požadavků klientů. Firma se aktivně podílí na vývoji nových výrobků, včetně návrhu a konstrukce forem, a je schopna zajistit kompletní řešení od prototypu po sériovou výrobu.

Na trhu se Fomrplast Purkert, s.r.o. profiluje jako flexibilní a technicky zdatný partner, který nabízí kvalitu, spolehlivost a krátké dodací lhůty. Její konkurenty představují menší i střední plastikářské firmy v rámci České republiky, případně firemní dodavatelé ze střední Evropy.

Konkurence v oblasti zpracování plastů je poměrně silná, a to jak z hlediska cenového tlaku, tak i nároků na kvalitu, rychlost dodání a schopnost reagovat na specifické požadavky zákazníka. Klíčovým faktorem úspěchu tak zůstává technologická úroveň, dobře nastavené procesy a spolehlivý tým.

Geografické vymezení společnosti Formplast

Společnost Formplast Purkert s. r. o. má své oficiální sídlo v Bystřici, které představuje formální a administrativní centrum firmy. Sídlo společnosti je místem právní registrace podniku a je spojeno zejména s vedením společnosti, administrativní agendou a strategickým řízením.

Vedle tohoto sídla společnost provozuje také **výrobní pobočku v Králíkách**, která představuje klíčový provozní celek firmy. Právě tato pobočka je místem, kde probíhá hlavní výrobní činnost společnosti a kde se soustřeďuje významná část zaměstnanců i každodenních provozních procesů.

Tato diplomová práce se **primárně zaměřuje na pobočku společnosti Formplast Purkert s. r. o. v Králíkách**, a to z důvodu jejího zásadního významu pro praktické fungování firmy i pro realizaci aktivit v oblasti společenské odpovědnosti. Analýza CSR aktivit, dotazníkové šetření mezi stakeholdery i polostrukturovaný rozhovor byly prováděny s ohledem na podmínky a praxi této konkrétní provozní jednotky. Je však nutné zdůraznit, že ačkoliv se práce soustředí na jednu konkrétní pobočku, závěry a navrhovaná doporučení jsou formulována s ohledem na celkový kontext společnosti Formplast Purkert s. r. o. a mohou sloužit jako inspirace i pro další provozy společnosti.

Hlavní činností společnosti Formplast Purkert, s.r.o. je:

vstřikování plastů – zpracování termoplastických materiálů na moderních vstřikovacích lisech,

vývoj a konstrukce forem – včetně spolupráce s externími partnery na designu produktů,

nástrojářské práce a údržba forem – údržba, opravy i výroba dílů,

kompletace výrobků a montáž – manuální i automatizované montážní procesy,

kontrola kvality a balení – podle specifikací klienta a certifikovaných norem.

Společnost disponuje potřebnou technologií, kvalifikovaným personálem i výrobními

kapacitami, které umožňují realizovat i náročné zakázky ve vysoké kvalitě a s ohledem na dodací termíny.

Technologické vybavení společnosti je průběžně obnovováno, přičemž firma klade důraz na efektivitu výroby a automatizaci. Část provozu je již vybavena robotickými manipulátory pro odběr výlisků a jejich další zpracování. Firma využívá také systém plánování výroby, který přispívá k optimalizaci výrobních kapacit a minimalizaci prostojů.

Fomrplast Purkert, s.r.o. je držitelem certifikace systému managementu kvality dle normy ISO 9001, což potvrzuje její závazek k trvalému zlepšování procesů a důrazu na kvalitu výrobků. V praxi to znamená pravidelnou kontrolu výroby, sledování reklamací a přijímání nápravných opatření.

Společnost Fomrplast Purkert, s.r.o. zaměstnává přibližně několik desítek pracovníků, přičemž převažují výrobní pozice – obsluha vstřikolisů, seřizovači, skladníci. Dále jsou zde zastoupeni technicko-hospodářští pracovníci včetně plánovače výroby, vedoucího kvality, obchodního týmu a personální agendy.

Firma klade důraz na dlouhodobou spolupráci se zaměstnanci, stabilitu pracovních míst a vytváření bezpečného a motivujícího pracovního prostředí. Zaměstnancům nabízí několik benefitů, mezi něž patří například:

- příspěvky na stravování,
- možnost zkrácené pracovní doby či směnového plánování,
- příspěvky na vzdělávání a školení,
- účast na firemních akcích a teambuildingových aktivitách.

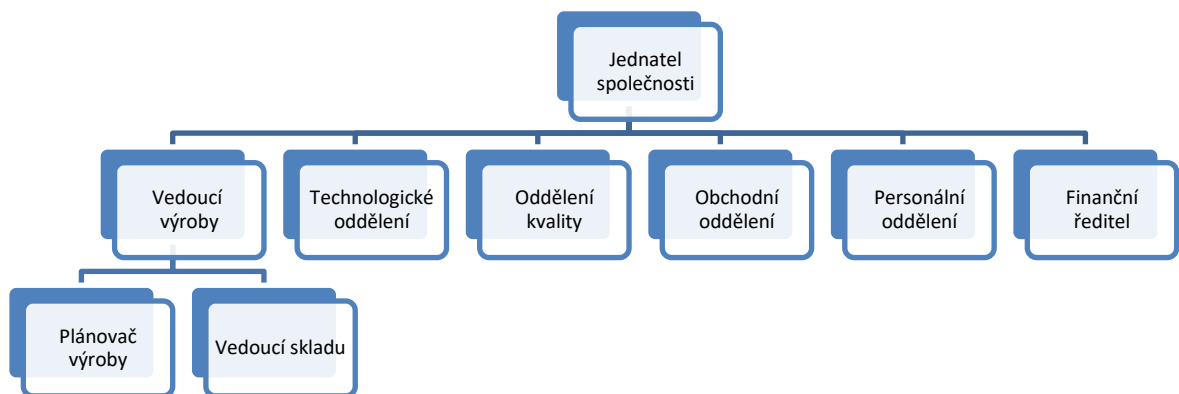
V oblasti rozvoje zaměstnanců se Fomrplast Purkert, s.r.o. zaměřuje především na praktická školení přímo na pracovišti, přičemž podporuje rozvoj technických dovedností a kvalifikací, které přispívají k vyšší efektivitě práce.

Dobré pracovní vztahy, otevřená komunikace a relativně plochá organizační struktura vytvářejí prostředí, kde mají zaměstnanci možnost se aktivně podílet na zlepšování procesů i navrhování změn.

3.2 Organizační struktura společnosti

Organizační struktura společnosti Fomrplast Purkert, s.r.o. představuje základní rámec pro řízení a koordinaci veškerých podnikových činností. Ze schématu vyplývá, že firma využívá liniově-štabní organizační strukturu, která je jedním z nejběžnějších modelů řízení v menších a středně velkých výrobních podnicích. Tento typ struktury kombinuje jasně vymezené liniové pravomoci (tj. přímé řízení podřízených) s odbornými štabními útvary, které plní podpůrné a specializované funkce. Každý zaměstnanec má jednoho přímého nadřízeného, což zajišťuje jasné kompetence a odpovědnosti.

Obrázek 9: Organizační schéma společnosti



Zdroj: Vlastní zpracování

Jednatel představuje nejvyšší řídicí článek společnosti a nese odpovědnost za její strategické řízení, obchodní výsledky a celkový rozvoj. Koordinuje činnost všech klíčových útvarů a zároveň reprezentuje společnost navenek. Druhý nejvyšší článek ve společnosti je finanční ředitel, který sestavuje roční rozpočet firmy, sleduje jeho plnění a provádí jeho aktualizaci dle aktuálního vývoje. Plánuje tok peněžních prostředků a zajišťuje dostatečnou likviditu podniku. Odpovídá za sledování nákladů v jednotlivých útvarech společnosti, hledá úspory a navrhuje efektivnější hospodaření s prostředky. Pravidelně vyhodnocuje ekonomické ukazatele, marže a rentabilitu. Posuzuje investiční projekty z pohledu návratnosti, rizikovosti a dopadu na cash flow. Sleduje finanční zdraví firmy, případně navrhuje externí financování (např. úvěry, leasing, dotační programy). Reprezentuje společnost při jednání s bankovními institucemi, auditory, finančním úřadem i jinými externími subjekty. Zajišťuje hladký průběh účetních auditů a kontrol. Také se podílí na tvorbě dlouhodobé strategie firmy a analyzuje její finanční dopady. Je důležitým poradcem jednatele při rozhodování o rozvoji firmy, expanzi nebo krizovém řízení. Významnou roli ve struktuře hraje vedoucí výroby,

který zajišťuje plynulý provoz výrobních procesů. Pod něj spadají dvě důležité podřízené pozice. Plánovač výroby odpovídá za efektivní časové a kapacitní rozvržení výrobních zakázek, plánování směn a optimalizaci výrobních zdrojů. Vedoucí skladu má na starosti správu skladových zásob, logistiku materiálu a zajištění včasného toku surovin i hotových výrobků. Technologické oddělení je zaměřeno na rozvoj a zefektivnění výrobních procesů, inovace technologií a řešení technických problémů. Plní rovněž funkci metodického vedení ve spolupráci s výrobou a kvalitou. Oddělení kvality odpovídá za kontrolu kvality vstupů, mezioperační i výstupní kontrolu a celkové udržování systému řízení kvality dle platných norem (např. ISO). Aktivně se podílí na řešení reklamací a na zlepšování interních procesů. Obchodní oddělení zajišťuje komunikaci se zákazníky, tvorbu cenových nabídek, příjem objednávek a jejich převod do výrobního procesu. Vedle toho se může podílet také na marketingových aktivitách a vyhledávání nových obchodních příležitostí. A následně také personální oddělení zodpovídá za veškerou agendu související s lidskými zdroji – od nábory a výběru zaměstnanců, přes školení a rozvoj, až po administrativní podporu (pracovní smlouvy, mzdy, docházka). Zajišťuje rovněž komunikaci se zaměstnanci a budování pozitivní firemní kultury.

4 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU CSR VE SPOLEČNOSTI FOMRPLAST PURKERT, S.R.O.S.R.O.

Vize společnosti Fomrplast Purkert, s.r.o. je založena na poskytování kvalitních a spolehlivých výrobních řešení v oblasti vstřikování plastů a výroby forem pro automobilový, elektrotechnický a textilní průmysl. Firma si zakládá na inovacích, odbornosti a dlouhodobé spokojenosti svých zákazníků. Cílem Formplastu je nejen plnit očekávání zákazníků, ale především překonávat je prostřednictvím preciznosti výroby, flexibilního přístupu a odpovědného chování vůči zaměstnancům, partnerům i společnosti jako celku.

Fomrplast Purkert, s.r.o. klade důraz na dodržování zásad odpovědného podnikání, které zahrnují vysokou kvalitu produktů, etické jednání, respekt k právním předpisům a standardům bezpečnosti práce, jakož i ochranu životního prostředí. Společnost se snaží o neustálé zlepšování svých procesů a efektivní řízení rizik s cílem zvyšovat spolehlivost a konkurenceschopnost.

V oblasti environmentální odpovědnosti společnost usiluje o minimalizaci negativních dopadů své výroby. Patří sem šetrné nakládání s materiály a energiemi, recyklace plastových odpadů a snaha o využití ekologicky šetrných technologií. Firma si uvědomuje význam prevence znečištění a klade důraz na snižování environmentální zátěže v rámci svých provozů.

Sociální oblast CSR je ve Formplastu Purkert, s. r. o. orientována na zajištění bezpečného a zdravého pracovního prostředí, podporu rozvoje a vzdělávání zaměstnanců a vytváření pozitivních pracovních podmínek. Dále si společnost váží dlouhodobých vztahů s obchodními partnery, komunitou a dalšími zainteresovanými stranami a usiluje o transparentní a prospěšnou spolupráci.

Fomrplast Purkert, s.r.o. v současnosti nepublikuje samostatné CSR zprávy, avšak postupně zavádí prvky společenské odpovědnosti do svého každodenního fungování a rozvíjí interní procesy, které podporují udržitelné podnikání. S ohledem na rostoucí požadavky trhu i společnosti má firma potenciál rozvinout komplexní CSR strategii, která by posílila její postavení jako odpovědného a inovativního zaměstnavatele i dodavatele.

Celkově lze říct, že Fomrplast Purkert, s.r.o. vnímá společenskou odpovědnost jako nedílnou součást svého rozvoje a budoucího úspěchu, přičemž klade důraz především na

udržitelné řízení výroby, péči o zaměstnance a šetrnost k životnímu prostředí.

4.1 SWOT – analýza silných a slabých stránek

V návaznosti na identifikované silné a slabé stránky společnosti Formplast Purkert, s.r.o. a současně na vnější příležitosti a hrozby lze konstatovat, že firma disponuje reálnými vnitřními předpoklady pro rozvoj CSR, které však zatím nejsou systematicky využívány v reakci na měnící se tržní a regulatorní prostředí.

Nízká míra fluktuace zaměstnanců (cca 7 % ročně), stabilní zaměstnanost a dobré vztahy se zaměstnanci představují významnou silnou stránku, která vytváří vhodný základ pro reakci na rostoucí očekávání stakeholderů v oblasti odpovědného přístupu k zaměstnancům a employer branding. Tyto vnitřní faktory mohou firmě pomoci posílit její pozici na trhu práce, zejména v regionu, kde hraje stabilita zaměstnavatele významnou roli.

V oblasti vztahů se zákazníky a obchodními partnery se jako klíčová příležitost jeví rostoucí preference odběratelů pro transparentní ESG/CSR reporting a zvyšující se váha nefinančních kritérií při výběru dodavatelů. Silné stránky společnosti, jako je certifikace ISO 9001, důraz na kvalitu výroby a bezpečnost práce, vytvářejí dobrý výchozí bod pro splnění těchto požadavků. Současně však absence veřejně dostupného CSR reportu, etického kodexu a systematické CSR komunikace omezuje schopnost společnosti tento vnější tržní potenciál plně využít.

Další významnou příležitostí je tržní tlak na udržitelné dodavatelské řetězce, kdy stále více zákaznických segmentů preferuje dodavatele s ověřeným a prokazatelným ESG přístupem. V tomto kontextu může být regionální působnost společnosti, její vazby na místní komunitu a ochota vedení investovat do technologií a lidských zdrojů vnímána jako konkurenční výhoda. Pokud však tyto aktivity nebudou systematicky řízeny a kvantifikovány, existuje riziko jejich nedostatečné kredibility a vzniku podezření na greenwashing, které představuje jednu z hlavních hrozeb.

Rostoucí regulatorní požadavky v oblasti ESG a směrnice CSRD zároveň zesilují význam strategického přístupu k CSR. Skutečnost, že CSR není v současné době součástí strategického řízení společnosti a chybí environmentální metriky a dlouhodobé cíle, může v budoucnu představovat omezení schopnosti firmy reagovat na tyto externí tlaky a udržet si konkurenceschopnost vůči firmám s vyspělou CSR strategií.

Z výše uvedené analýzy vyplývá, že klíčovou výzvou společnosti Formplast Purkert, s.r.o. je transformace existujících vnitřních silných stránek do systematicky řízeného CSR přístupu, který bude schopen reagovat na externí tržní, zákaznické a regulační požadavky v oblasti ESG

Obrázek 10: SWOT analýza

Silné stránky (Strengths)	Slabé stránky (Weaknesses)
Dobré vztahy se zaměstnanci a nízká fluktuace (cca 7 % ročně)	CSR není systematicky řízeno ani pravidelně reportováno
Stabilní zaměstnanost (45–50 zaměstnanců)	Neexistuje veřejně dostupný CSR report ani etický kodex
Aktivní péče o kvalitu a bezpečnost práce (1–2 lehké úrazy ročně)	Nedostatek zkušeností s externí CSR komunikací
Regionální působnost a aktivní vztahy s komunitou (50–70 tis. Kč ročně)	Chybí environmentální metriky a dlouhodobé udržitelné cíle
Ochota vedení investovat do technologií a lidských zdrojů	CSR není součástí strategického řízení firmy
Certifikace ISO 9001 jako základ odpovědného řízení	Neexistuje systematické vyhodnocování CSR aktivit

Příležitosti (Opportunities)	Hrozby (Threats)
Rostoucí očekávání stakeholderů v oblasti CSR a ESG	Riziko negativní reakce veřejnosti v případě podezření na greenwashing
Rostoucí preference odběratelů pro transparentní ESG/CSR reporting a zvyšující se váha nefinančních kritérií při výběru dodavatelů	Rostoucí regulační požadavky v oblasti ESG a směrnice CSRD
Tržní tlak na udržitelné dodavatelské řetězce; zákaznické segmenty preferují dodavatele s	Zvyšující se náklady na implementaci ekologických

ověřeným ESG přístupem	opatření a energetických úspor
Možnost zapojení do dotačních programů a projektů na podporu udržitelnosti	Rychle se měnící očekávání zákazníků a obchodních partnerů
Posílení značky a důvěry zákazníků v důsledku celospolečenského důrazu na udržitelnost	Konkurenční tlak firem s vyspělou CSR strategií a komunikací
Rostoucí význam CSR a ESG témat v marketingu a employer branding	Zvyšující se nároky na transparentnost a srovnatelnost nefinančních dat

Zdroj: Vlastní zpracování

4.2 Oblast ekonomická

CSR v ekonomické oblasti je pro společnost Fomrplast Purkert, s.r.o. klíčová především z hlediska transparentního a etického podnikání. Firma usiluje o zavedení principů Corporate Governance, které jasně definují práva a povinnosti mezi hlavními zainteresovanými stranami – tedy vlastníky, managementem, zaměstnanci a zákazníky.

Dalším důležitým systémem je Compliance, zaměřený na dodržování všech platných předpisů – právních, interních i etických. Tento systém se vztahuje nejen na obchodní vztahy, ale i na všechny činnosti uvnitř firmy i navenek. V rámci Compliance Fomrplast Purkert, s.r.o. organizuje pro své zaměstnance pravidelná školení, workshopy a tematické akce, které se věnují například etickému kodexu, protikorupční politice, ochraně osobních údajů nebo prevenci podvodů.

Transparentnost a odpovědné řízení podniku Fomrplast Purkert, s.r.o. rovněž potvrzuje pravidelné interní reportování a postupné zlepšování komunikace směrem k obchodním partnerům i dalším stakeholderům

Etický kodex

Společnost Fomrplast Purkert, s.r.o. si uvědomuje důležitost etického chování ve všech aspektech svého podnikání. V rámci CSR proto zavádí ucelený a interní etický kodex, který bude stanovovat základní hodnoty a principy chování, jimiž se budou řídit všichni zaměstnanci i management.

Etický kodex bude klást důraz na poctivost, transparentnost, respekt a odpovědnost vůči

zákazníkům, partnerům i spolupracovníkům. Zahrnovat bude také pravidla proti korupci, střetu zájmů a diskriminaci, stejně jako zásady ochrany důvěrných informací a respektování pracovních práv.

Fomrplast Purkert, s.r.o. pravidelně školí své zaměstnance v oblasti etiky a compliance, aby zajistila, že tyto zásady jsou nejen známy, ale i aktivně dodržovány v každodenní praxi.

Dodavatelé

Fomrplast Purkert, s.r.o. klade vysoký důraz na odpovědný výběr a spolupráci s dodavateli. Firma se snaží spolupracovat s partnery, kteří sdílejí podobné hodnoty v oblasti udržitelnosti, etiky a sociální odpovědnosti.

V praxi to znamená, že dodavatelé musí splňovat základní požadavky týkající se kvality, bezpečnosti, respektování pracovních podmínek a environmentálních standardů. Fomrplast Purkert, s.r.o. také pravidelně hodnotí své dodavatele a podporuje je v implementaci udržitelných praktik.

Společnost usiluje o dlouhodobé a transparentní vztahy s dodavateli, které jsou založené na důvěře, vzájemném respektu a společném úsilí o minimalizaci negativních dopadů na životní prostředí i společnost.

Zaměstnanci

Zaměstnanci jsou jedním z nejcennějších aktiv Formplastu a společnost proto klade velký důraz na jejich bezpečnost, zdraví a profesní rozvoj.

Firma vytváří bezpečné a zdravé pracovní prostředí odpovídající platným normám a pravidlům bezpečnosti práce. Dále investuje do vzdělávacích programů, školení a rozvoje kompetencí svých zaměstnanců, čímž podporuje jejich růst a motivaci.

Fomrplast Purkert, s.r.o. rovněž dbá na férové a transparentní pracovní podmínky, včetně dodržování zásad rovnosti, nediskriminace a podpory diverzity. Komunikace mezi vedením a zaměstnanci je otevřená a podporuje zapojení pracovníků do procesů zlepšování a CSR aktivit.

4.3 Environmentální pilíř

Společnost Formplast Purkert, s.r.o. vnímá environmentální odpovědnost jako důležitou součást svého provozu, zejména s ohledem na výrobní charakter podnikání v oblasti

zpracování plastových materiálů. Environmentální aktivity firmy jsou v současné době realizovány převážně na provozní úrovni a nejsou dosud zastřešeny samostatnou environmentální strategií s jasně definovanými dlouhodobými cíli. Přesto lze identifikovat konkrétní opatření a výsledky, které přispívají ke snižování negativních dopadů výroby na životní prostředí.

Firma se zaměřuje především na **spotřebu energií, nakládání s odpady a prevenci znečištění**, přičemž většina opatření vychází z legislativních požadavků, technických možností provozu a snahy o optimalizaci nákladů.

Klíčové oblasti environmentální odpovědnosti:

- **Snížení spotřeby energií a využití obnovitelných zdrojů.**

Formplast Purkert, s.r.o. v posledních letech realizoval postupnou modernizaci energeticky náročných částí provozu. Zavedením **LED osvětlení ve výrobních a administrativních prostorách** došlo ke snížení spotřeby elektrické energie přibližně o **18 %**, což v absolutním vyjádření představuje úsporu zhruba **22 000 kWh ročně**. Celková roční spotřeba elektrické energie firmy se pohybuje okolo **120 000 kWh**. Společnost rovněž průběžně obměňuje výrobní zařízení, přičemž novější stroje vykazují nižší energetickou náročnost na jednotku produkce. Možnost instalace **fotovoltaických panelů** je zatím zvažována, avšak dosud nebyla realizována.

- **Recyklace a nakládání s odpady**

V oblasti odpadového hospodářství vzniká ve společnosti přibližně **14–16 tun odpadu ročně**, z čehož dominantní část tvoří plastový výrobní odpad. Z tohoto množství je přibližně **10–11 tun plastového odpadu ročně** separováno přímo ve výrobě a předáváno certifikovaným firmám k dalšímu zpracování nebo recyklaci. Zbylá část odpadu (cca **4–5 tun ročně**) je likvidována v souladu s platnou legislativou. Evidence odpadů je vedena povinným způsobem, nicméně firma zatím nestanovuje konkrétní cíle pro meziroční snižování produkce odpadu.

- **Snížení emisí a prevence znečištění**

Emise vznikající v souvislosti s výrobní činností jsou vázány především na spotřebu elektrické energie a provoz výrobních zařízení. Společnost pravidelně provádí povinné revize technologií a zařízení a dodržuje všechny zákonné limity. Odhadovaná uhlíková stopa společnosti činí přibližně **45–50 tun CO₂ ročně**,

přičemž firma zatím neprovádí její systematické sledování ani snižování prostřednictvím interních cílů.

- **Environmentální vzdělávání zaměstnanců**

Zaměstnanci jsou v oblasti ochrany životního prostředí školeni zejména v rámci vstupních a provozních školení. Ročně se těchto školení účastní přibližně **100 % zaměstnanců**, přičemž délka environmentální části školení činí zhruba **1–2 hodiny na zaměstnance ročně**. Školení se zaměřují především na třídění odpadu, úspory energií a prevenci environmentálních rizik.

Celkově lze environmentální pilíř CSR ve společnosti Formplast Purkert, s.r.o. hodnotit jako funkční z hlediska plnění zákonných povinností a dílčích provozních opatření, avšak nedostatečně rozvinutý z hlediska strategického řízení, systematické kvantifikace a dlouhodobého plánování.

4.4 Sociální pilíř

Sociální oblast společenské odpovědnosti představuje pro společnost Formplast Purkert, s.r.o. klíčový faktor stability a dlouhodobé udržitelnosti, zejména s ohledem na regionální působení firmy a závislost na kvalifikované pracovní síle. Sociální pilíř CSR je v současné době realizován především prostřednictvím personální politiky, péče o zaměstnance a aktivní spolupráce s místní komunitou.

Přístup k zaměstnancům

Společnost dlouhodobě zaměstnává přibližně **45–50 zaměstnanců**, z nichž většina působí ve výrobních profesích. **Míra fluktuace zaměstnanců se pohybuje kolem 7 % ročně**, což lze považovat za nízkou hodnotu v porovnání s obdobnými výrobními podniky v regionu.

- **Bezpečnost a ochrana zdraví při práci (BOZP)**

Bezpečnost práce je zajišťována prostřednictvím pravidelných školení BOZP, která absolvuje **100 % zaměstnanců minimálně jednou ročně**. V posledních třech letech bylo evidováno v průměru **1–2 pracovní úrazy ročně**, přičemž se jednalo výhradně o lehké úrazy bez dlouhodobé pracovní neschopnosti. Společnost investuje do ochranných pracovních pomůcek a zlepšování ergonomie pracovišť přibližně **120 000 Kč ročně**.

- **Benefity pro zaměstnance**

Společnost poskytuje zaměstnancům příspěvek na stravování ve výši přibližně **1 800 Kč na zaměstnance měsíčně** a příspěvek na dopravu do zaměstnání v průměrné výši **500 Kč měsíčně**. U administrativních pozic je v omezeném rozsahu umožněna flexibilní pracovní doba. Odborného vzdělávání se ročně účastní přibližně **35 % zaměstnanců**, přičemž průměrná roční investice do vzdělávání činí zhruba **3 000 Kč na zaměstnance**.

- **Rovnost a diverzita**

Společnost neuplatňuje žádná diskriminační kritéria a nábor zaměstnanců probíhá na základě odborných předpokladů. Ženy tvoří přibližně **30 % zaměstnanců**. Firma zatím nemá formálně zpracovanou politiku rovnosti a diverzity ani systematický monitoring této oblasti.

- **Komunikace a zapojení zaměstnanců**

Interní komunikace probíhá především formou osobních setkání mezi vedením a zaměstnanci. Pravidelně jsou organizovány **2–3 interní porady ročně** zaměřené na provozní a personální otázky. Formální zaměstnanecké průzkumy spokojenosti zatím nejsou zavedeny, podněty zaměstnanců jsou však řešeny průběžně na individuální úrovni.

Spolupráce a podpora místní komunity

Společnost Formplast Purkert, s.r.o. působí jako významný zaměstnavatel v regionu a dlouhodobě se zapojuje do podpory místní komunity, zejména v oblasti sportu, vzdělávání a environmentálních aktivit.

- **Podpora lokálních projektů a akcí**

Firma každoročně podporuje místní sportovní a kulturní akce finančními nebo materiálními dary v celkové hodnotě přibližně **50 000–70 000 Kč ročně**. Mezi podporované aktivity patří například **místní fotbalový klub, dětský den pořádaný obcí, kulturní slavnosti regionu a vánoční akce pro rodiny s dětmi**.

- **Firemní a komunitní akce**

Společnost se podílí na organizaci nebo spoluorganizaci vybraných komunitních

akcí. Pravidelně je pořádán **den otevřených dveří ve výrobním areálu**, kterého se účastní přibližně **80–100 návštěvníků z řad veřejnosti a rodinných příslušníků zaměstnanců**. Dále firma každoročně organizuje **firemní den pro zaměstnance a jejich rodiny**, zaměřený na posilování vztahů a neformální setkávání, kterého se účastní přibližně **60 osob**.

- **Spolupráce se školami**

Formplast Purkert, s.r.o. spolupracuje s místními středními školami technického zaměření. Ročně umožňuje absolvování odborné praxe přibližně **5–8 studentům** a pořádá **1–2 exkurze ročně** do výrobních prostor s cílem přiblížit studentům technické profese a výrobní procesy.

- **Dobrovolnické a environmentální aktivity v regionu**

Zaměstnanci společnosti se příležitostně zapojují do dobrovolnických aktivit, jako jsou **úklid veřejných prostranství, výsadba zeleně v okolí obce** nebo **sbírky pro místní neziskové organizace**. Těchto aktivit se ročně účastní přibližně **10–15 zaměstnanců**, přičemž celkový rozsah dobrovolnické práce činí odhadem **80–100 hodin ročně**.

Sociální pilíř CSR ve společnosti Formplast Purkert, s.r.o. lze hodnotit jako **stabilní a funkční**, s patrnou vazbou na region, ve kterém firma působí. Zároveň je však založen převážně na dílčích a neformálních aktivitách. Pro další rozvoj sociální odpovědnosti by bylo vhodné zavést **systematické sledování sociálních ukazatelů, formalizaci spolupráce s komunitou a pravidelné vyhodnocování přínosů těchto aktivit**.

5 CSR REPORT SPOLEČNOSTI FOMRPLAST PURKERT, S.R.O.

V rámci této diplomové práce byl zpracován modelový návrh CSR reportu společnosti Formplast Purkert, s.r.o., který je uveden v plném znění v přílohách práce (viz Příloha A). Cílem tohoto reportu nebylo vytvoření plně auditovaného nefinančního reportu ve smyslu mezinárodních standardů, ale navržení struktury, obsahu a základních ukazatelů CSR reportingu, které by společnost mohla v budoucnu využít při zavedení systematického reportování.

Při tvorbě CSR reportu byly využity kombinované zdroje dat, konkrétně:

- dostupné interní informace společnosti Formplast Purkert, s.r.o.,
- výstupy z dotazníkového šetření a polostrukturovaného rozhovoru,
- modelová (syntetická) data vytvořená pro účely této diplomové práce.

Pro zajištění transparentnosti je v samotném CSR reportu výslovně rozlišeno, které tabulky, grafy a ukazatele vycházejí z reálných interních informací a které mají modelový charakter. Modelová data slouží výhradně k ilustraci možného budoucího stavu CSR reportingu, nikoli k prezentaci skutečné výkonnosti společnosti.

U vybraných ukazatelů (např. míra recyklace výrobních plastových zbytků, snížení produkce odpadu, spotřeby energie, vývoj mezd či produktivity práce) jsou v reportu uvedeny modelové hodnoty, které demonstrují, jakým způsobem by bylo možné tyto indikátory v budoucnu sledovat. Tyto hodnoty nejsou auditované, nejsou založeny na dlouhodobém měření a nelze je považovat za oficiální firemní data. Z tohoto důvodu report neuvádí výchozí hodnoty (baseline), detailní metodiku měření ani externí ověření (assurance), což je v práci výslovně reflektováno jako jedno z hlavních omezení.

CSR report je strukturován s inspirací metodikou Global Reporting Initiative (GRI), konkrétně s ohledem na principy transparentnosti, relevance a srovnatelnosti informací. Report však není deklarován jako plně zpracovaný „v souladu s GRI 2021 (GRI 1, 2, 3)“, neboť neobsahuje všechny povinné náležitosti, jako je například GRI Content Index nebo externí ověření dat. Použití GRI v této práci je tedy chápáno jako metodická inspirace, nikoli jako formální shoda se standardem.

5.1 Regulační kontext ESG reportingu a směrnice CSRD

Oblast nefinančního reportování a udržitelnosti podniků v Evropské unii v posledních letech prochází významným vývojem, jehož klíčovou součástí je směrnice CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive). Tato směrnice postupně rozšiřuje povinnost nefinančního reportování na vybrané podniky v závislosti na jejich velikosti, obratu, bilanční sumě a statutu obchodování na regulovaném trhu. Cílem CSRD je zvýšit transparentnost, srovnatelnost a kvalitu informací o environmentálních, sociálních a governance dopadech podnikání.

V průběhu let 2024–2025 docházelo na úrovni Evropské unie k upřesňování konkrétního rozsahu povinností, zejména ve vztahu k malým a středním podnikům a tzv. listed SMEs. Tyto změny byly předmětem vyjednávání a prozatímních dohod mezi Radou Evropské unie a Evropským parlamentem, přičemž výsledná podoba regulačních požadavků se postupně konkretizovala. Regulační rámec ESG reportingu je proto nutné vnímat jako dynamicky se vyvíjející oblast, jejíž podmínky se mohou v čase dále měnit.

Společnost Formplast Purkert, s.r.o. v současné době nespadá mezi subjekty, na které se povinné reportování dle směrnice CSRD přímo vztahuje. Přesto je zřejmé, že tlak na transparentnost, odpovědné podnikání a sledování ESG ukazatelů se postupně přenáší i na menší a střední podniky, zejména prostřednictvím požadavků obchodních partnerů, zákazníků a dodavatelských řetězců.

Z tohoto důvodu je CSR report zpracovaný v rámci této diplomové práce koncipován jako dobrovolný a modelový návrh reportingu, který reflektuje aktuální trendy v oblasti ESG a připravuje podnik na možné budoucí regulační požadavky. Report nelze považovat za povinný CSRD report ani za plnohodnotný nefinanční reporting dle platné legislativy, ale za praktický nástroj a metodický základ, který může společnost Formplast Purkert, s.r.o. v budoucnu dále rozvíjet v návaznosti na vývoj evropské regulace.

6 DOPORUČENÍ

Na základě provedené analýzy současného stavu společenské odpovědnosti ve společnosti Formplast, výsledků dotazníkového šetření, rozhovoru s vedením a SWOT analýzy jsem formulovala doporučení, která by podle mého názoru mohla významně přispět k rozvoji CSR a ESG v podniku. Doporučení nejsou pojata jako jednorázová opatření, ale jako vzájemně propojený systém aktivit, který má potenciál postupně posilovat environmentální, sociální i etickou výkonnost společnosti. Zároveň jsem se při jejich návrhu zaměřila na taková opatření, která odpovídají reálným možnostem firmy a mohou být zavedena postupně bez nadměrné finanční nebo organizační zátěže.

Aby byla doporučení systematická, přehledná a proveditelná, strukturovala jsem je podle principů ESG (Environmental – Social – Governance). Tento rámec umožňuje rozdělit navrhované kroky do tří oblastí, které se vzájemně doplňují a společně tvoří komplexní systém rozvoje společenské odpovědnosti firmy. Environmentální oblast se zaměřuje na dopady výroby na životní prostředí a na snižování spotřeby zdrojů. Sociální oblast se týká zaměstnanců, pracovních podmínek a vztahů s komunitou. Governance se zaměřuje na systém řízení CSR, odpovědnosti, transparentnost a komunikaci. Přestože jsou doporučení rozdělena do tří částí, jednotlivé oblasti se prolínají a navzájem podporují – proto je vhodné realizovat je postupně jako propojený celek. Níže jsou podrobně rozpracována doporučení v jednotlivých oblastech ESG.

6.1 Environmentální doporučení

Analýza současného stavu společnosti Formplast Purkert, s.r.o. ukázala, že environmentální oblast je jednou z klíčových součástí podnikání, a to zejména vzhledem k výrobnímu charakteru společnosti a spotřebě zdrojů, které jsou na výrobu plastových komponentů nezbytné. Ačkoli firma již realizuje kroky směřující k ekologicky odpovědnějšímu fungování, tyto aktivity nejsou zcela provázané, systematické ani založené na dlouhodobém plánování. Environmentální oblast má přitom potenciál přinášet společnosti značné přínosy – nejen z hlediska ochrany životního prostředí, ale také v oblasti ekonomické efektivity, prevence rizik a posilování reputace.

V současné době se environmentální témata stále více stávají součástí konkurenčního prostředí. Firmy, které dokážou snižovat spotřebu energií, efektivně nakládat s odpady, investovat do inovativních technologií a pěstovat kulturu ekologického myšlení, posilují dlouhodobou stabilitu a snižují citlivost na externí faktory, jako je růst cen energií, změny

legislativy nebo tlak zákazníků na udržitelné dodavatelské řetězce. Environmentální pilíř lze tedy chápat nejen jako etickou volbu, ale také jako strategickou oblast, která přímo ovlivňuje ekonomické výsledky firmy.

Smyslem tedy je představit doporučení, která mohou společnosti Fomrplast Purkert, s.r.o. pomoci rozvíjet environmentální odpovědnost strukturovaně, měřitelně a realisticky. Doporučení se zaměřují na oblasti s největším dopadem – spotřebu energií, nakládání s odpady, školení zaměstnanců v oblasti environmentálně zodpovědného chování a posilování ekologického povědomí uvnitř organizace. Cílem je nejen snižovat negativní vliv výroby na životní prostředí, ale také vytvořit systém, který umožní průběžné sledování výsledků, přinášení inovací a přirozené začlenění udržitelnosti do každodenního řízení firmy.

6.1.1 Zavedení systému měření environmentálních ukazatelů

Z analýzy vyplynulo, že firma sice některá ekologická data eviduje, ale nejsou průběžně vyhodnocována ani systematicky sledována. Aby bylo možné plánovat a vyhodnocovat environmentální výkonnost, navrhovala bych zavést sledování klíčových ukazatelů, mezi které by podle mého názoru měly patřit zejména:

Obrázek 11: Ukazatelé pro environmentální měření

Ukazatel	Jednotka	Navržený cílový stav do 12 měsíců
Spotřeba elektrické energie	kWh / rok	snížení o 5–8 %
Spotřeba vody	m ³ / rok	snížení o 3–6 %
Produkce plastového odpadu	kg / měsíc	snížení o 8–10 %
Podíl recyklovaných plastových zbytků	%	navýšení min. na 70 %
Třídění odpadu ve výrobě	% z celkového odpadu	navýšení min. na 85 %

Tyto cíle navrhuji jako počáteční, realistické a dosažitelné v horizontu prvního roku, přičemž následně může být systém revidován podle dosažených výsledků.

6.1.2 Optimalizace energetické náročnosti výroby

Z hlediska výdajů firmy se spotřeba elektrické energie ukazuje jako klíčová nákladová položka. Proto bych doporučovala následující kroky:

- audit strojního parku — identifikovat největší energetické spotřebiče a vyhodnotit jejich účinnost
- digitální monitoring spotřeby energií u strojů — instalace měřičů přímo na výrobní linky umožní přesné řízení spotřeby
- optimalizace osvětlení hal — přechod na LED svítidla + senzory pohybu
- úprava větrání a vytápění — systém ventilace podle provozu a časových harmonogramů

Z výpočtů v obdobných výrobních firmách vyplývá, že modernizace osvětlení běžně přináší úsporu 40–60 % spotřeby elektřiny na osvětlení. Domnívám se, že obdobné úspory by bylo možné dosáhnout také ve společnosti Formplast. Pokud by firma využila dotační podporu z programů OP TAK nebo Modernizačního fondu, předpokládám výrazné snížení finanční náročnosti opatření.

6.1.3 Efektivnější nakládání s plastovým odpadem

Současný systém nakládání s odpady je funkční, ale postrádá data o objemu odpadu a míře recyklace. Zároveň existuje prostor k materiálovému využití technologických zbytků.

Doporučovala bych proto:

- zavést oddělenou evidenci odpadů ze všech výrobních etap,
- rozšířit spolupráci s recyklačními partnery,
- pravidelně vyhodnocovat podíl využitelných plastových zbytků.

Z hlediska ESG a reputace vnímám velký potenciál v cirkulaci materiálů. Pokud by se firmě podařilo např. 70–80 % plastových zbytků vracet do výroby nebo recyklovat, jednalo by se o silný argument pro obchodní partnery i veřejnost.

6.1.4 Zapojení zaměstnanců do environmentálních aktivit

Pro úspěch environmentálních změn nepovažuji za rozhodující pouze investice do technologií, ale také aktivní zapojení zaměstnanců. Proto doporučuji:

- interní osvětu k úsporám energií a třídění odpadu,
- školení BOZP rozšířené o environmentální témata,
- motivační výzvy (např. nejlepší nápady na ekologická zlepšení).

Tento typ opatření má minimální finanční náročnost, ale může mít výrazný dopad, protože zaměstnanci jsou v každodenním kontaktu s výrobními procesy a mohou identifikovat konkrétní zdroje plýtvání.

Zavedením navrhovaných kroků může společnost Fomrplast Purkert, s.r.o. podle mého názoru dosáhnout:

- snížení nákladů na energie a materiály,
- zvýšení efektivity produkce,
- posílení reputace odpovědného výrobce,
- vytvoření datového základu pro ESG reporting,
- přípravy na budoucí legislativu (ESG/CSRD).

Zároveň považuji za důležité zdůraznit, že environmentální opatření nelze vnímat izolovaně. Úspěšná implementace předpokládá propojení se sociálním pilířem (zapojení zaměstnanců) i governance pilířem (reporting, vyhodnocování, odpovědnost).

6.2 Sociální doporučení

Sociální pilíř CSR se ukázal jako jeden z nejvýznamnějších faktorů ovlivňujících celkovou stabilitu a fungování společnosti Formplast. Firma zaměstnává velký počet pracovníků z regionu, a pracovní prostředí, firemní kultura a vztahy se zaměstnanci mají přímý dopad na její výkon, atmosféru i reputaci. Výsledky analýzy poukazují na to, že zaměstnanci vnímají firmu pozitivně a že ve společnosti panují dobré mezilidské vztahy. Přesto se ukazuje značný prostor pro zlepšení v oblastech interní komunikace, profesního rozvoje, sběru zpětné vazby a systematické podpory zdraví a bezpečnosti.

Sociální oblast CSR zásadně ovlivňuje loajalitu zaměstnanců, jejich motivaci i ochotu se

se společností dlouhodobě ztotožnit. V podnicích, které kladou důraz na profesní růst, otevřenou komunikaci a bezpečné pracovní prostředí, bývá nižší míra fluktuace, vyšší produktivita a výrazně lepší pracovní atmosféra. Investice do zaměstnanců představují jednu z nejefektivnějších forem investic, protože se vrací nejen ve výkonu, ale také v loajalitě, snížení nákladů na nábor a školení nových pracovníků či ve schopnosti firmy udržet znalosti uvnitř organizace. Sociální pilíř je proto zásadním prvkem dlouhodobé konkurenceschopnosti společnosti.

Cílem tedy je rozpracovat doporučení zaměřená na posílení spokojenosti zaměstnanců, rozvoj kompetencí a dovedností, zlepšení interní komunikace, podporu zdraví a bezpečnosti a rozvoj vztahů s místní komunitou. Tato doporučení jsou vybrána tak, aby poskytla firmě praktické a realistické nástroje, které mohou být implementovány bez nutnosti významného navýšení finančních nebo personálních nákladů, a přitom přinesou měřitelný přínos jak zaměstnancům, tak celé organizaci. Sociální oblast CSR může být považována za prostředek posilování angažovanosti a sounáležitosti a představuje významný pilíř dlouhodobého úspěchu Formplastu.

6.2.1 Systematické sledování spokojenosti zaměstnanců

Pravidelné měření spokojenosti zaměstnanců považují za základní krok k pochopení jejich potřeb, motivace a vztahu k zaměstnavateli. Jednorázový dotazník však neplní plný potenciál, pokud chybí proces pravidelného vyhodnocování a následných opatření. Proto bych doporučovala zavést:

- každoroční anonymní dotazníkové šetření, zaměřené na spokojenost s pracovním prostředím, vedením, komunikací, pracovními podmínkami a benefity,
- možnost přidání otevřených otázek, ve kterých zaměstnanci mohou vyjádřit návrhy na zlepšení,
- fokusní skupiny nebo řízené rozhovory v případě, že některé otázky ve firmě rezonují výrazněji,
- sdílení výsledků zaměstnancům — například formou shrnující prezentace, newsletteru nebo krátkého setkání ve výrobě.

Tímto způsobem bude zpětná vazba využívána dlouhodobě a zaměstnanci získají pocit, že jejich názory mají význam a dopadají do praxe. V praxi firem se ukazuje, že už samotná skutečnost, že zaměstnavatel zpětnou vazbu sbírá a sdílí výsledky, pozitivně

ovlivňuje důvěru a atmosféru na pracovišti.

6.2.2 Podpora profesního růstu a vzdělávání zaměstnanců

Rozvoj zaměstnanců považují za klíčovou součást dlouhodobé stability firmy Formplast. Se stárnutím pracovní síly ve výrobních odvětvích a nedostatkem technických pracovníků na trhu práce je strategické investovat do již existujících zaměstnanců, nikoli pouze do nábory nových. Podpora vzdělávání může zahrnovat:

- **system pravidelných odborných školení** na nové technologie, výrobní postupy či bezpečnost práce,
- **školení pro vedoucí zaměstnance** v oblasti komunikace, vedení lidí a řešení konfliktních situací,
- **plánování vzdělávací cesty pro každé pracovní místo** — například seznam kurzů, které lze v horizontu tří let absolvovat,
- **možnost iniciativy zaměstnanců** → například „žádost o vzdělávací kurz“,
- **sdílení znalostí uvnitř firmy** → zkušenější pracovníci mohou školit nové kolegy.

Rozvoj profesní kvalifikace se následně projeví vyšší pracovní výkonností, menším množstvím chyb, větší samostatností zaměstnanců a vyšší stabilitou výrobních týmů.

6.2.3 Posílení interní komunikace a sdílení informací

Z analýzy vyplynulo, že zaměstnanci často nemají k dispozici dostatek informací o tom, co se ve firmě děje, a to ani v případě pozitivních změn. Neinformovanost může vést ke vzniku domněnek, nedůvěře či pocitu nejistoty. Vzhledem k tomu lze doporučit zavést:

- **pravidelný interní newsletter** (tištěný ve výrobních halách a digitální pro administrativu),
- **krátké čtvrtletní setkání vedení se zaměstnanci**, kde budou prezentovány novinky a plány firmy,
- **nástěnky / obrazovky ve výrobě** s informacemi o výsledcích výroby, úspěších firmy, plánech do budoucna a CSR aktivitách,
- **nástroj pro zadávání podnětů zaměstnanců** (schránka nápadů nebo online formulář).

Kvalitní interní komunikace posiluje pocit jistoty, posiluje důvěru ve vedení a snižuje potenciál konfliktů nebo nedorozumění. Zaměstnanci se zároveň více identifikují s cíli firmy, pokud mají dostatek informací o jejím směřování.

6.2.4 Podpora zdraví, bezpečnosti a pracovních podmínek

Zdraví zaměstnanců je zásadním faktorem ovlivňujícím dlouhodobou stabilitu firmy, zejména v provozech s fyzicky náročnou nebo monotónní činností. Na základě výsledků analýzy bych doporučovala zaměřit se na:

- **ergonomické úpravy pracovních stanovišť** — například podložky proti bolesti nohou, nastavitelné pracovní plochy, vhodné obutí a osvětlení,
- **zdravotní dny ve firmě** — fyzioterapie, měření krevního tlaku, prevence civilizačních nemocí,
- **podporu fyzického a psychického zdraví** prostřednictvím příspěvků na sport a volnočasové aktivity,
- **teambuildingové nebo sportovní firemní akce** pro podporu dobrých vztahů.

Tato oblast sociální odpovědnosti přispívá nejen k prevenci nemocí a úrazů, ale také k vytváření pozitivního a udržitelného pracovního prostředí.

6.2.5 Posílení vztahů firmy s komunitou a regionem

Společnost Fomrplast Purkert, s.r.o. působí v regionu, ve kterém zaměstnává významnou část místních obyvatel. Vzhledem k tomu vnímám jako přirozené posílit její roli také v komunitním životě. Možnosti zapojení zahrnují například:

- **podporu místních sportovních a volnočasových aktivit dětí,**
- **spolupráci s odbornými školami a učilišti,** včetně praxí či exkurzí,
- **zapojení zaměstnanců do dobrovolnictví,** např. úklid přírody, výsadba stromů, pomoc spolkům,
- **komunikační kampaně zaměřené na region** — např. „Pomáháme tam, kde žijeme“.

Tyto aktivity podporují loajalitu zaměstnanců, přitahují nové pracovní síly a zároveň kultivují pozitivní reputaci společnosti.

Sociální doporučení reagují na to, co zaměstnanci ve firmě vnímají jako důležité — jistotu, respekt, možnost rozvoje, informovanost a bezpečné pracovní prostředí. Domnívám se, že zavedením navrhovaných opatření by společnost Fomrplast Purkert, s.r.o. mohla:

- posílit loajalitu a stabilitu pracovního kolektivu,
- zvýšit angažovanost a pracovní motivaci,
- vytvořit atraktivnější pracovní prostředí pro současné i potenciální zaměstnance,
- podpořit pozitivní firemní kulturu založenou na důvěře, komunikaci a spolupráci,
- snížit provozní náklady související s fluktuací, absencí a chybovostí ve výrobě.

6.3 Governance doporučení

Analýza současného stavu společnosti Fomrplast Purkert, s.r.o. ukázala, že firma již dlouhodobě realizuje řadu environmentálních a sociálních aktivit, které mají pozitivní dopad na zaměstnance i okolní komunitu. Dosavadní přístup však není propojen v jednotný a systémově řízený celek. Jinými slovy, CSR ve společnosti existuje, ale není řízeno strategicky. Právě zde vstupuje do popředí pilíř governance, který představuje řídicí struktury, odpovědnosti, transparentnost, plánování a vyhodnocování. Governance je považováno za „průřezový“ pilíř ESG, protože nepřináší obsah samotný, ale vytváří rámec, který umožňuje environmentálním a sociálním aktivitám mít dlouhodobý dopad.

Pokud firma investuje do ekologických opatření, zlepšování pracovního prostředí nebo podpory regionu, ale neměří výsledky, nevyhodnocuje přínosy, nestanovuje cíle a nesdílí je se zaměstnanci ani veřejností, hodnotu těchto kroků ztrácí. Governance funguje jako „most“ mezi aktivitami a jejich dopadem – zajišťuje, že CSR není izolovaná oblast, ale součást firemního rozhodování. Z pohledu strategického řízení firmy má governance zásadní význam ještě z jednoho důvodu: vytváří kontinuitu. Díky formalizovaným procesům, odpovědnostem a pravidelné evaluaci již CSR nestojí na osobních preferencích jednotlivých pracovníků, ale stává se stabilní součástí identity a kultury společnosti. Silná governance rovněž umožňuje společnosti lépe zvládat rizika a identifikovat příležitosti. Pravidelné řízení a reporting zajišťují vedení realistický, objektivní a datově podložený přehled o tom, kde má firma rezervy a kde naopak dosahuje největších úspěchů. To je důležité nejen pro vnitřní fungování společnosti, ale také pro její reputaci na trhu práce a vůči obchodním partnerům. Firmy, které dokážou o

své udržitelnosti komunikovat věcně, transparentně a na základě dat, bývají vnímány důvěryhodněji a profesionálněji než firmy, které na CSR pouze „odkazují“.

Cílem je proto rozpracovat taková doporučení, která pomohou společnosti Fomrplast Purkert, s.r.o. vybudovat dlouhodobě udržitelný, systematický a profesionální systém řízení CSR, jenž bude propojen s ostatními pilíři ESG. Doporučení se zaměřují na vytvoření strategického rámce, stanovení odpovědností, měření výsledků, transparentní komunikaci a integraci CSR do rozhodovacích procesů. Jednotlivé podkapitoly popisují konkrétní kroky, které by bylo vhodné postupně realizovat, a vysvětlují jejich přínosy pro chod společnosti, zaměstnance i její reputaci.

6.3.1 Ukotvení CSR ve firemní strategii

Z výsledků provedené analýzy vyplývá, že jedním z hlavních nedostatků současného přístupu k CSR ve společnosti Fomrplast Purkert, s.r.o. je absence jednotné strategie, která by poskytovala jasný směr, sjednocovala jednotlivé aktivity a stanovovala cíle, které lze průběžně hodnotit. CSR ve firmě v současnosti existuje, ale ne v podobě systematického rámce – jednotlivé aktivity fungují spíše spontánně a nejsou propojeny dlouhodobou vizí. Za tímto účelem bych doporučovala vytvoření formální CSR strategie, jejíž součástí budou priority v oblasti environmentální, sociální i governance, doplněné o konkrétní cíle, odpovědné osoby a systém vyhodnocování.

Ukotvení CSR do firemní strategie přináší několik významných přínosů. Především zajišťuje kontinuitu — CSR se nestane projektem závislým na osobních preferencích jednotlivých pracovníků nebo aktuálních potřebách firmy, ale stabilní součástí jejího fungování. Strategie zároveň umožňuje plánovat investice do CSR účelněji a s vyšší návratností, protože firma přesně ví, jakého dopadu chce dosáhnout. Dalším významným přínosem je profesionální dojem směrem ke stakeholderům — existence strategie zvyšuje důvěru zaměstnanců, obchodních partnerů i veřejnosti, neboť ukazuje, že společnost se k udržitelnosti staví promyšleně a dlouhodobě.

6.3.2 Stanovení odpovědnosti a vytvoření role ESG / CSR koordinátora

Jakkoli se zaměstnanci i vedení společnosti Fomrplast Purkert, s.r.o. ve výkonu CSR aktivit angažují, aktuální nastavení neumožňuje efektivní koordinaci. Odpovědnosti jsou rozděleny intuitivně, bez jasného vymezení rolí, což vede k tomu, že některé aktivity jsou realizovány opakovaně, zatímco jiné oblasti zůstávají opomíjené. Z tohoto důvodu bych doporučovala zavést funkci CSR/ESG koordinátora, případně vytvořit menší

mezioborový tým, který by se CSR zabýval pravidelně a odborně.

Jasně stanovení odpovědností by přineslo vyšší efektivitu a přehlednost. Zaměstnanci by věděli, na koho se obracet s návrhy či podněty, vedení by mělo jednoznačný zdroj informací o průběhu CSR a jednotlivé úseky by se aktivně podílely na rozvoji firmy v této oblasti. Zavedením této role by se zároveň vytvořil prostor pro sdílení nápadů a zlepšování firemní kultury. Funkce koordinátora neznámá, že CSR je odpovědností jediné osoby — naopak vytváří most mezi odděleními. Často platí, že nejkvalitnější CSR projekty vznikají právě tehdy, když podnět z výroby doplní nápady HR a zároveň jej zastřeší vedení.

6.3.3 Zavedení pravidelného vyhodnocování výsledků CSR (reporting)

CSR lze řídit pouze tehdy, pokud je měřeno, vyhodnocováno a využíváno k rozhodování. Současné nastavení ve společnosti Fomrplast Purkert, s.r.o. neumožňuje sledovat dopady realizovaných aktivit, což má za následek, že firma nemůže přesně určit, které kroky přinášejí největší efekt a kde je vhodné úsilí zvýšit. Zavedení pravidelného interního reportingu, doplněného o každoroční souhrnnou zprávu CSR/ESG, by bylo významným krokem k transparentnímu a profesionálnímu řízení společenské odpovědnosti.

Výhody reportingu přesahují pouhé sledování dat. Report vytváří mechanismus, díky kterému se firma pravidelně zastaví, vyhodnotí úspěšná i méně efektivní opatření a na základě toho stanoví priority do dalšího období. V prostředí výrobního podniku, kde je velká část rozhodnutí orientována na výkon, může reporting přinést i pozitivní kulturní efekt — otevírá prostor pro oceňování pokroku a úspěchů, jak ekologických, tak sociálních. Vytváří rovněž informační zdroj, který může být využit při komunikaci s obchodními partnery, investory nebo zákazníky.

6.3.4 Transparentní komunikace CSR a ESG výsledků

CSR přináší největší přínos tehdy, pokud je komunikováno. Dosavadní praxe společnosti Fomrplast Purkert, s.r.o. ukazuje, že řadu aktivit zaměstnanci nevnímají, ačkoliv ve firmě probíhají. Stejný problém je patrný i ve vztahu k veřejnosti — firma dělá mnoho pozitivních kroků, ale jejich dopad na reputaci je výrazně nižší, než by mohl být. Z toho důvodu bych doporučovala zlepšit komunikaci CSR ve dvou rovinách — interní a externí.

Interně hraje komunikace zásadní roli ve vztahu zaměstnanců k vedení a ke společnosti jako celku. Pokud jsou zaměstnanci o výsledcích informováni pravidelně, vzniká vyšší

pocit důvěry a sounáležitosti. Zároveň se posiluje pocit účasti, protože i drobné zlepšení, kterého firma dosáhla například díky podnětu zaměstnanců, je veřejně oceněno. Komunikace směrem ven zase posiluje reputaci firmy na trhu práce i vůči obchodním partnerům a zákazníkům. Zákazníci stále častěji oceňují dodavatele, kteří působí zodpovědně a transparentně; kvalitní komunikace CSR je tak i nástrojem konkurenční výhody, nikoli pouze marketingového poselství.

6.3.5 Integrace CSR do rozhodovacích procesů

CSR může být skutečně rozvinuto pouze tehdy, pokud je pevně zakotveno v rozhodovacích procesech firmy. Pokud je společenská odpovědnost vnímána jako samostatná oblast „navíc“, nikdy nedosáhne plného potenciálu. Z toho důvodu je vhodné zvážit postupné začleňování principů CSR do klíčových rozhodnutí — například do plánování investic, výběru dodavatelů, řešení pracovních podmínek nebo nastavování výkonnostních kritérií.

Integrace CSR do rozhodování zároveň přináší hmatatelné přínosy. Ve výrobní praxi se ukazuje, že ekologické řešení bývá často také ekonomicky výhodné, pokud je posuzováno v dlouhodobém horizontu. Stejně tak platí, že investice do dobrých pracovních podmínek vede k nižší fluktuaci a absenci, a tedy i nižším nákladům. Governance v CSR tedy nepřináší firmě dodatečnou zátěž, naopak přináší větší stabilitu, menší provozní rizika a jednodušší orientaci v prioritách.

Governance pilíř ESG lze považovat za základní interpretační rámec, díky němuž mohou být environmentální a sociální opatření řízena systematicky. Zavedením doporučení uvedených v této kapitole by společnost Fomrplast Purkert, s.r.o. mohla:

- vytvořit ucelený systém řízení CSR,
- zajistit kontinuitu a stabilitu CSR bez ohledu na personální změny,
- zvýšit důvěru zaměstnanců a stakeholderů,
- posílit konkurenceschopnost díky transparentnosti a profesionalizaci,
- přijímat rozhodnutí na základě dat, nikoli intuice.

Tato doporučení nepředstavují jednorázové projekty — jde o postupný proces, který přetváří CSR z doplňkové aktivity v integrální součást firemní kultury a dlouhodobé strategie společnosti.

Navržená doporučení představují realistický a postupný rámec rozvoje CSR, který odpovídá velikosti, kapacitám i strategickému směřování společnosti Formplast Purkert, s.r.o.

7 ZÁVĚR

Cílem této diplomové práce bylo zhodnotit současný přístup společnosti Fomrplast Purkert, s.r.o. k reportování společensky odpovědného chování a na základě provedené analýzy vytvořit návrh uceleného CSR reportu. Tento cíl byl naplněn prostřednictvím propojení teoretických východisek společenské odpovědnosti firem a ESG konceptu s praktickým zhodnocením současného stavu v konkrétním podniku. Teoretická část práce se zaměřila na vymezení významu CSR a na přístupy k jeho reportování, přičemž byl kladen důraz zejména na mezinárodní metodiky, jako jsou normy Global Reporting Initiative (GRI), a na narůstající roli transparentního nefinančního reportingu v moderním podnikovém prostředí. Bylo poukázáno na to, že kvalitní CSR reporting není pouze nástrojem komunikace, ale také prostředkem řízení reputace, budování důvěry a strategického řízení firemních dopadů.

V praktické části práce byl proveden podrobný rozbor toho, jakým způsobem společnost Fomrplast Purkert, s.r.o. dosud komunikuje svou společenskou odpovědnost a jaké prvky reportingu firma využívá. Analýza ukázala, že ačkoli společnost realizuje řadu aktivit s jasným environmentálním, sociálním i ekonomickým dopadem, tyto aktivity nejsou dosud soustavně, transparentně ani jednotně komunikovány navenek. Identifikovaným problémem byla především absence formálního CSR reportu, nedostatek metodického rámce pro prezentaci nefinančních informací a chybějící struktura odpovídající mezinárodním standardům udržitelnosti.

Na základě provedených analýz a zjištění byl vytvořen **CSR report společnosti Formplast**, který tvoří klíčový výstup této diplomové práce a je uveden v přílohách. Report byl koncipován podle principů GRI (úroveň Core) a je strukturován tak, aby umožňoval přehledné, srovnatelné a transparentní prezentování nefinančních informací. Obsahuje ekonomická data, environmentální iniciativy, informace o zaměstnancích, firemní kultuře, komunitních aktivitách a etickém řízení společnosti. Jeho cílem není pouze dokumentovat aktuální stav, ale rovněž vytvořit základ pro budoucí systematické reportování CSR, které by firma mohla pravidelně aktualizovat a dále rozvíjet.

Navržený CSR report představuje praktický nástroj, který může významně přispět ke zvýšení transparentnosti společnosti Formplast, posílení její reputace a efektivnější komunikaci s klíčovými stakeholdery. Zavedení pravidelného CSR reportingu může firmě přinést benefity nejen v oblasti budování důvěry či reputace, ale také při získávání

nových zakázek, navazování partnerství či zvyšování atraktivity na trhu práce. Transparentnost v oblasti udržitelnosti se navíc stává důležitým aspektem v kontextu evropské legislativy, zejména s ohledem na směrnici CSRD a očekávaný nárůst povinného ESG reportingu.

Téma CSR reportingu je dynamické a bude se v následujících letech dále rozvíjet. Z tohoto důvodu je nezbytné, aby společnost Fomrplast Purkert, s.r.o. pravidelně vyhodnocovala své aktivity, aktualizovala používané ukazatele a pokračovala v budování strukturovaného systému sběru dat. Výstupy této diplomové práce mohou sloužit nejen jako metodický základ pro tvorbu budoucích CSR reportů, ale také jako strategický dokument, který umožní firmě řídit své nefinanční dopady dlouhodobě, systematicky a v souladu s nejlepšími praktikami v oblasti udržitelnosti. Jsem přesvědčena, že navržený CSR report může být důležitým krokem k tomu, aby se společnost Fomrplast Purkert, s.r.o. stala moderním, transparentním a odpovědným podnikem, který dokáže efektivně reagovat na požadavky současného trhu i očekávání svých stakeholderů.

REFERENCE

1. CRANE, A.; MATTEN, D. a SPENCE, LJ. *Corporate Social Responsibility: Readings and Cases in a Global Context*. 2019. Londýn: Routledge, 2019. ISBN 78-1-138-62965-5.
2. DYTRT, Zdeněk. *Odpovědný management*. Praha: Management Press, 2015. ISBN 9788072613489.
3. KAŠPAROVÁ, Klára a KUNZ, Vilém. *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*. Praha: Grada, 2013. ISBN 9788024744803.
4. KUNZ, Vilém. *Společenská odpovědnost firem*. Praha: Grada, 2012. ISBN 9788024739830.
5. THORNE, Debbie M, Linda FERRELL a O.C. FERRELL. *Business & Society A Strategic Approach to Social Responsibility & Ethics*. Inc; Eighth edition: Sage Publications, 2023. ISBN 9781948426510.
6. *ESG reporting*. Online. Devire.cz. 2024. Dostupné z: <https://www.devire.cz/esg-reporting-co-je-to-a-jake-jsou-vase-esg-povinnosti/>. [cit. 2025-11-30].
7. TETŘEVOVÁ, Liběna, 2011. *Corporate Social Responsibility In The Czech Gambling Industry. Economics & Management*, 16. ISSN 1822- 6515.
8. NESTLÉ, S. A., 2016. Nestle in society: Creating Shared Value and meeting our commitments 2016 [online]. [cit. 2021-03-04]. Dostupné z: https://www.nestle.com/sites/default/files/asset-library/documents/library/documents/corporate_social_responsibility/nestlein-society-summary-report-2016-en.pdf
9. KAŠPAROVÁ, Klára, 2018. *The Czech CSR Reports: Topics and Quality of their processing. Acta academica karviniensis*, Karviná: Slezská univerzita, Obchodně podnikatelská fakulta. 18(2), s. 5-15. ISSN 1212– 415X.
10. GLOBAL REPORTING INITIATIVE, 2018. GRI 101 Foundation [online]. [cit. 2020-11-08]. ISBN 978-90-8866-095-5. Dostupné z: <https://www.globalreporting.org/standards/gri-standards-download-center/>
11. Řízeny rozhovor s vedením firmy Fomrplast. s. r. o.
12. Vnitřní předpisy a interní materiály firmy Fomrplast Purkert, s.r.o.s. r. o.
13. CARROLL, Archie B. Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct. *Business & Society*, 1999, 38(3), 268–295

14. HAHN, Tobias et al. Integrating Corporate Sustainability in Business Models. *Business Strategy and the Environment*, 2014
15. LOZANO, Rodrigo. A Holistic Perspective on Corporate Sustainability Drivers. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 2015.
16. EVROPSKÝ PARLAMENT A RADA EU. *Směrnice (EU) 2022/2464 o podávání zpráv podniků o udržitelnosti (CSRD)*. 2022.
17. EUROPEAN FINANCIAL REPORTING ADVISORY GROUP (EFRAG). *European Sustainability Reporting Standards (ESRS)*. Brussels, 2023.
18. DELOITTE. *Global Human Capital Trends 2023*. Deloitte Insights, 2023.
19. OECD. *OECD Guidelines for Multinational Enterprises on Responsible Business Conduct*. OECD Publishing, 2023.
20. ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Statistika podnikové udržitelnosti. Dostupné z: <https://www.czso.cz/>
21. EUROPEAN COMMISSION. Corporate Sustainability Reporting – Policy Overview. Dostupné z: <https://ec.europa.eu/>

PŘÍLOHY

Příloha A: Tvorba CSR reportu Fomrplast Purkert, s.r.o.

FORMPLAST

CSR REPORT

2025



CSR REPORT 2025 – OBSAH (Fomrplast Purkert, s.r.o.)

1. Úvodní slovo jednatele společnosti	68
2. O reportu	69
3. O společnosti Fomrplast Purkert s.r.o.	69
4. Kde působíme a sídlo společnosti	70
5. Naše výrobky a oblasti činnosti	71
6. Certifikace kvality a environmentální management	71
7. Klíčové stakeholder skupiny	72
8. Ekonomické výsledky a udržitelný růst	73
9. Péče o životní prostředí	74
• Efektivní využívání plastových materiálů a jejich recyklace	74
• Vlastní energeticky úsporné provozy	75
• Minimalizace odpadu a emisí	75
• Udržitelné balení a logistika	76
10. Naši zaměstnanci a firemní kultura	76
• Struktura a aktuální počet zaměstnanců	76
• Benefity a podpora zaměstnanců	77
• Školení, rozvoj a bezpečnost práce	77
• Etický kodex zaměstnance	77
• Firemní akce a společenské programy	77
11. Spolupráce s komunitou a společenská odpovědnost	78
• Partnerství s místními školami a technickými učilišti	78
• Podpora sportovních a kulturních aktivit v regionu	79
• Spolupráce s neziskovými organizacemi a sociálními podniky	79
• Dobrovolnické dny a firemní dárcovství	80
12. GRI index a metodika reportování	81

1. Úvodní slovo jednatele společnosti

Vážení kolegové, obchodní partneři a přátelé naší společnosti,

s radostí a hrdostí vám předkládáme první ucelený CSR report Fomrplast Purkert, s.r.o., který shrnuje nejen naše výsledky a úsilí v roce 2024, ale také to, čím skutečně jsme jako firma. Společenská odpovědnost je pro nás mnohem víc než jen strategický dokument – je to způsob myšlení, přístup k lidem kolem nás a závazek, který děláme sami vůči sobě i budoucím generacím.

Fomrplast Purkert, s.r.o. je rodinná firma, která za více než dvacet let svého působení vytvořila stabilní zázemí pro stovky zaměstnanců, podporuje rozvoj města Králíky a přispívá k výrobním tradicím regionu. Náš růst by nebyl možný bez nasazení našich lidí, loajality zákazníků ani podpory komunity, která je neoddělitelnou součástí našeho podnikání.

Tento report má ambici být upřímným a transparentním pohledem na to, co děláme dobře a v čem se chceme dále zlepšovat. Věřím, že zde najdete nejen data, ale také naši filozofii, hodnoty a dlouhodobý závazek k udržitelnosti.

S úctou,

Jednatel společnosti Fomrplast Purkert, s.r.o.

2. O reportu

Dostává se vám do rukou vůbec první **zpráva o společenské odpovědnosti společnosti Fomrplast Purkert, s.r.o. (CSR Report)**. Tento dokument vznikl v roce 2025 a shrnuje klíčové informace, data a iniciativy společnosti především za rok 2024, včetně vybraných přesažených aktivit plánovaných pro následující období.

Fomrplast Purkert, s.r.o. se rozhodl vytvořit CSR report jako svůj první oficiální materiál, který systematicky představuje jeho přístup k odpovědnému podnikání, řízení dopadů výroby a dlouhodobé strategii udržitelnosti. Report vznikl jako reakce na rostoucí potřebu transparentní komunikace směrem k zaměstnancům, zákazníkům, komunitě a dalším stakeholderům. Jeho účelem je popsat nejen to, co firma dělá, ale především jakým způsobem a s jakým dopadem.

Tento report byl zpracován v souladu s nejnovějšími doporučeními mezinárodního standardu. CSR report je zpracován s metodickou inspirací standardy Global Reporting Initiative (GRI), které slouží jako rámec pro strukturování ekonomických, environmentálních a sociálních informací. Dokument však nelze považovat za plnohodnotný report v souladu s GRI 2021, jelikož neobsahuje všechny povinné náležitosti, jako je GRI Content Index nebo externí ověření dat. Využití GRI umožňuje jednoznačné, strukturované a srovnatelné zobrazení informací napříč oblastmi:

- **GRI 200 – ekonomická témata,**
- **GRI 300 – environmentální dopady,**
- **GRI 400 – sociální témata.**

Výběr konkrétních reportovaných témat byl určen na základě interního šetření mezi zaměstnanci a konzultací s vedením společnosti. Zaměstnanci Formplastu byli identifikováni jako nejdůležitější stakeholderová skupina, a proto je report zaměřen primárně na ně. Cílem je poskytnout zaměstnancům přehledné, objektivní a srozumitelné informace o činnostech firmy, jejich přínosu i dopadech na region, životní prostředí a firemní kulturu.

Tento dokument dále popisuje opatření a strategie související s efektivním řízením společnosti, péčí o zaměstnance, bezpečností práce, kvalitou výroby a environmentálními iniciativami, které v posledních letech nabývají v plastikářském průmyslu na významu.

CSR report společnosti Fomrplast Purkert, s.r.o. **nebyl v roce 2025 ověřen třetí stranou.** Firma však uvažuje o pravidelném každoročním vydávání a do budoucna plánuje zařadit i externí nezávislé ověřování, aby byla dosažena maximální věrohodnost a transparentnost reportovaných údajů.

Věříme, že tato zpráva bude inspirativním zdrojem pro naše zaměstnance, obchodní partnery, komunitu i akademickou veřejnost a že přispěje k posílení dlouhodobé důvěry v naše podnikání.

3. O společnosti Formplast

Společnost Fomrplast Purkert, s.r.o. je český výrobní podnik s více než dvacetiletou tradicí v plastikářském průmyslu. Z původně menší lokální provozovny se postupně vypracovala

na jednoho z nejvýznamnějších zaměstnavatelů regionu Králíky a klíčového dodavatele plastových komponentů pro české i zahraniční odběratele.

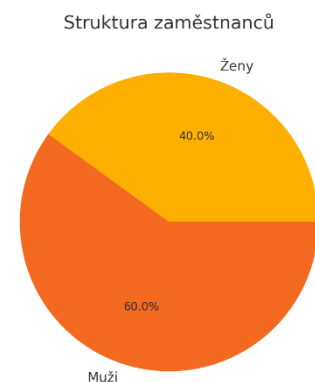
Fomrplast Purkert, s.r.o.se specializuje na výrobu plastových výlisků metodou vstřikování, přičemž klade důraz na kvalitu, preciznost a technologické inovace. Díky moderním výrobním postupům a zkušeným zaměstnancům má firma stabilní postavení na trhu a dlouhodobě se jí daří rozvíjet výrobu i projektové kapacity.

Společnost byla založena s vizí vybudovat výrobní závod, který propojí vysokou technickou odbornost s rodinným přístupem a odpovědným jednáním vůči zaměstnancům i okolnímu prostředí. Od té doby se Fomrplast Purkert, s.r.o. výrazně rozrostl:

- rozšířil výrobní areál na dvě výrobní haly,
- zavedl moderní vstřikovací technologie,
- postupně investoval do měřicí techniky,
- modernizoval skladové hospodářství,
- zdokonalil interní systém řízení kvality,
- získal certifikaci ISO 9001 a zahájil implementaci ISO 14001.

Současné vedení firmy vychází z hodnot zakladatelů: důvěry, pracovitého přístupu a férového jednání. Rodinná atmosféra je patrná dodnes – mnoho zaměstnanců zde pracuje od mládí až po důchodový věk. K roku 2024 zaměstnával Fomrplast Purkert, s.r.o. celkem **600 zaměstnanců**, což z něj činí jednoho z největších zaměstnavatelů na Králicku. Struktura zaměstnanců:

- **40 % ženy,**
- **60 % muži,**
- průměrný věk zaměstnance je **43 let,**
- průměrná délka pracovního poměru **8 let,**
- přibližně 15 % zaměstnanců pracuje ve firmě více než 15 let.



Zaměstnanci zastávají široké spektrum pozic – od operátorů výroby, techniků údržby, kontrolorů kvality, logistiků, mistrovských a vedoucích pozic až po administrativní, technologické a obchodní profese.

Fomrplast Purkert, s.r.o. usiluje o vytvoření stabilního, bezpečného a motivujícího pracovního prostředí, které umožňuje osobní i profesní růst.

4. Kde působíme a sídlo společnosti

Společnost Fomrplast Purkert, s.r.o. sídlí ve městě Králíky, které se nachází v severní části Pardubického kraje. Region Králicka je charakteristický propojením tradičního průmyslu, přírodního bohatství a silného komunitního života, což tvoří specifické prostředí, ve kterém Fomrplast Purkert, s.r.o. více než dvě desetiletí působí. Lokalita představuje nejen geografickou pozici, ale také významnou součást identity firmy. Králíky jsou město s dlouhou historií, silnými regionálními tradicemi a rozvíjejícím se průmyslovým zázemím. Blízkost státní hranice s Polskem, spolu se stabilní dopravní infrastrukturou a dostupností regionálních pracovních sil, činí z této lokality příhodné prostředí pro průmyslové podnikání.

Fomrplast Purkert, s.r.o. využívá těchto výhod především v oblastech:

- **logistiky,**
- **zaměstnanosti,**
- **spolupráce se školami,**
- **komunitního rozvoje,**
- **dostupnosti pracovních pozic pro širší region.**

Geografická poloha firmy umožňuje snadné napojení na klíčové dopravní směry a zároveň zachovává výhody menšího města – blízké vztahy, nižší dopravní zátěž, dostupnost bydlení a silné vazby mezi místními obyvateli. **Výrobní areál společnosti Fomrplast Purkert, s.r.o. se skládá z několika funkčních částí, které dohromady tvoří komplexní zázemí umožňující efektivní a kvalitní výrobu:**

◆ Výrobní haly

Fomrplast Purkert, s.r.o. disponuje dvěma moderními výrobními halami, které jsou vybaveny vstřikovacími lisami, kompresorovými technologiemi, manipulační technikou a dalšími zařízeními nezbytnými pro zpracování plastů. Halové prostory prošly v posledních letech modernizací, zejména v oblasti energetické efektivity a bezpečnosti práce.

◆ Skladové prostory

Efektivně organizované skladové prostory umožňují systematické nakládání s materiálem i hotovými výrobky. Skladová logistika je propojena s výrobou tak, aby minimalizovala časovou náročnost manipulace a snižovala provozní náklady.

◆ Oddělení kvality

Kontrola kvality je klíčovou součástí každého výrobního procesu. Fomrplast Purkert, s.r.o. disponuje samostatným kvalitářským prostorem s moderní měřicí technikou, která zajišťuje přesnost výsledných komponentů a splnění požadavků klientů.

◆ Administrativní budova

Administrativní část zahrnuje oddělení ekonomiky, personalistiky, vedení společnosti, zákaznického servisu a technologií. Moderní kancelářské prostory jsou navrženy tak, aby odpovídaly současným standardům ergonomie, bezpečnosti a pracovního komfortu.

◆ Zázemí pro zaměstnance

Součástí areálu je závodní jídelna, šatny, hygienické zařízení, odpočinková zóna i školící místnost. Důraz je kladen na bezpečnost, čistotu a funkčnost prostoru, aby zaměstnanci měli k dispozici kvalitní podmínky pro výkon své práce.



Poloha firmy je zásadní také pro formování její CSR strategie.

Díky specifikům regionu se Fomrplast Purkert, s.r.o. zaměřuje na:

- podporu vzdělávání technických oborů,
- environmentální projekty zaměřené na čistotu okolí,
- financování komunitních a sportovních aktivit,
- vytváření pracovních příležitostí pro místní rodiny.

CSR strategie Fomrplast Purkert, s.r.o. je tedy pevně spojená s geografickým a sociálním kontextem Králicka, což report reflektuje v dalších kapitolách.

5. Naše výrobky a oblasti činnosti

Hlavní činností společnosti Fomrplast Purkert, s.r.o. je výroba plastových komponentů metodou vstřikování, na kterou se firma specializuje od svého vzniku. Tato technologie umožňuje produkovat širokou škálu plastových dílů, které nacházejí uplatnění v různých odvětvích – od spotřebního průmyslu, přes technickou a elektrotechnickou výrobu, až po specifické zakázky pro průmyslové zákazníky. Fomrplast Purkert, s.r.o. se v průběhu let profiloval jako spolehlivý výrobce technických výlisků s důrazem na kvalitu, přesnost a stabilitu výrobních procesů. Výroba je podpořena návrhem a konstrukcí forem, moderním strojním vybavením a rozsáhlým oddělením kvality. Díky špičkové technologii a odbornosti zaměstnanců je firma schopna realizovat jak velkosériovou výrobu, tak menší zakázky vyžadující individuální přístup. Produkty Formplastu jsou součástí každodenního života – často nenápadné komponenty, které však tvoří nezbytnou součást mnoha výrobků. Firma klade důraz na optimalizaci spotřeby materiálu, kontrolu kvality v každé fázi výrobního procesu a dlouhodobou spolupráci s klíčovými zákazníky, která je založena na vzájemné důvěře a spolehlivosti.



6. Certifikace kvality a environmentální management

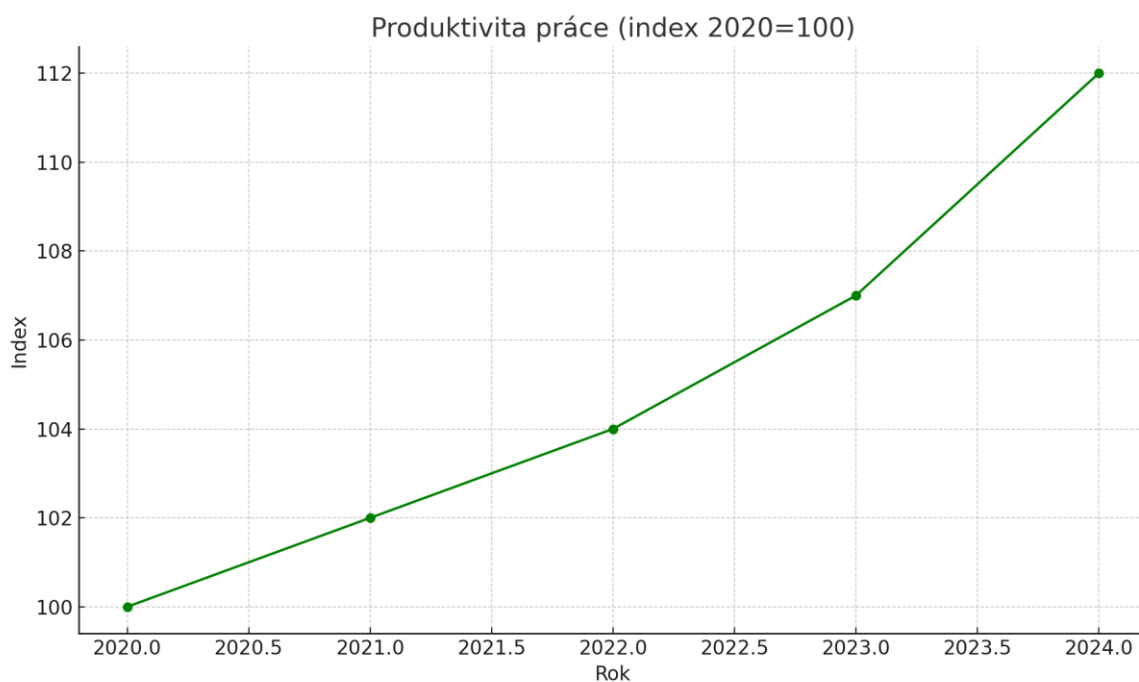
Certifikace hraje ve společnosti Fomrplast Purkert, s.r.o. zásadní roli, neboť představuje objektivní potvrzení stability a kvality výrobních procesů. Firma je držitelem certifikace ISO 9001, která garantuje systematické řízení kvality a dodržování standardizovaných postupů ve všech fázích výroby. Tento systém zahrnuje pravidelné interní audity, důsledné řízení dokumentace a neustálé zlepšování procesů na základě vyhodnocování dat. Současně Fomrplast Purkert, s.r.o. pokročil ve fázi implementace certifikace ISO 14001, která je zaměřena na environmentální management. Zavádění tohoto standardu odráží dlouhodobý závazek firmy ke snižování dopadů výroby na životní prostředí, úsporu energií a odpovědné nakládání s odpady. Kromě toho Fomrplast Purkert, s.r.o. pravidelně prochází audity významných zákazníků, kteří prověřují nejen kvalitu výroby, ale i bezpečnost práce, dodržování ekologických zásad a stabilitu technologických procesů. Díky certifikacím i pravidelnému vyhodnocování je firma schopna udržovat konkurenceschopnost, reagovat na požadavky zákazníků a posilovat důvěru ve své produkty.

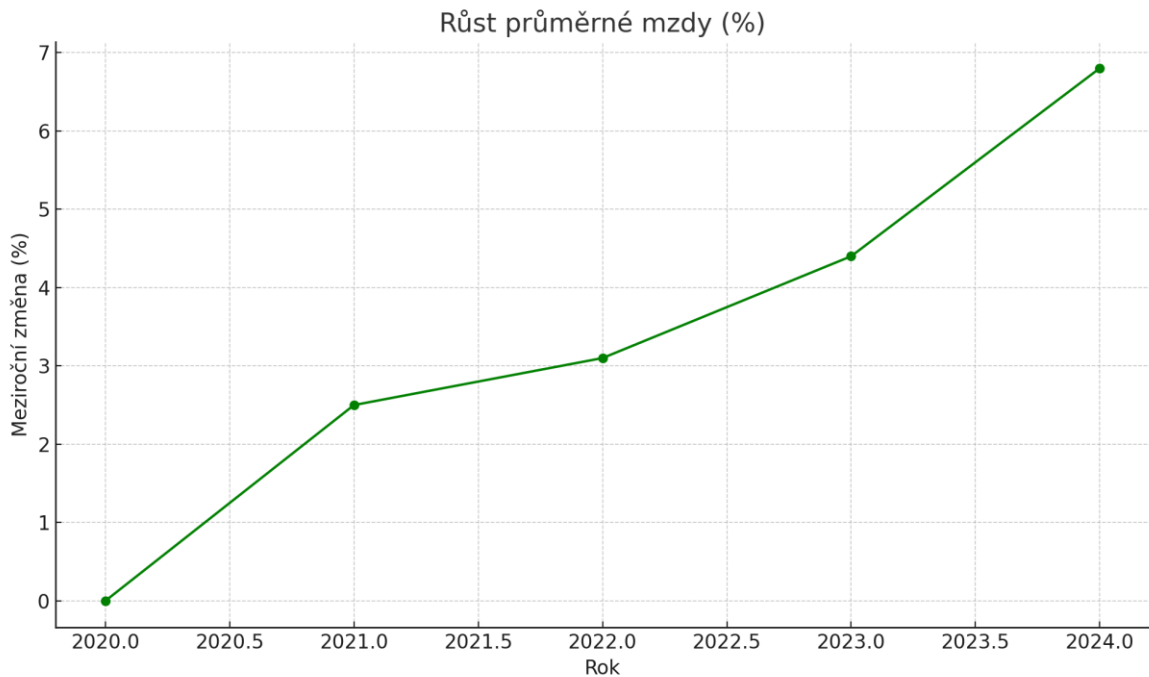
7. Klíčové stakeholder skupiny

Společnost Fomrplast Purkert, s.r.o. působí v prostředí, které je tvořeno širokou škálou stakeholderů, jejichž potřeby, očekávání a zpětná vazba jsou nedílnou součástí řízení firmy. Mezi klíčové stakeholdery patří především zaměstnanci, kteří tvoří základní pilíř fungování podniku, a vedení společnosti, které udává strategický směr a zajišťuje odpovědné rozhodování. Důležitou skupinu tvoří také zákazníci, kteří od firmy očekávají vysokou kvalitu, spolehlivost a technologickou stabilitu, a dodavatelé, kteří ovlivňují plynulost výroby a dostupnost materiálů. Významnými stakeholdery jsou rovněž místní komunita a město Králíky, kde firma působí, a také vzdělávací instituce, se kterými Fomrplast Purkert, s.r.o. spolupracuje při podpoře technického vzdělávání. Nezapomenutelnou roli mají i regulační orgány, neziskové organizace a instituce spojené s životním prostředím, které formují podmínky podnikání a pravidla etického a udržitelného fungování. Firma s těmito skupinami aktivně komunikuje, sleduje jejich očekávání a integruje jejich potřeby do své dlouhodobé strategie.

8. Ekonomické výsledky a udržitelný růst

Ekonomická stabilita je jedním z klíčových předpokladů pro dlouhodobý rozvoj společnosti Fomrplast Purkert, s.r.o. a umožňuje realizovat investice do modernizace, zvyšování kvality, zlepšování pracovních podmínek i ekologických opatření. Rok 2024 se nesl v duchu stabilního růstu, který byl podpořen pro účely ilustrace vazby mezi ekonomickou výkonností a udržitelným rozvojem pracuje tento CSR report s modelovými hodnotami naznačujícími růst obrátu, produktivity a mezd. Tyto údaje mají demonstrační charakter a nejsou prezentovány jako auditované ekonomické výsledky společnosti Fomrplast Purkert, s.r.o. Zároveň posiluje svou finanční stabilitu dlouhodobými vztahy se zákazníky, diverzifikací zakázek a odpovědným řízením nákladů. Udržitelný růst je pro firmu zásadním cílem – znamená to nejen ekonomickou prosperitu, ale také schopnost investovat do lidí, inovací a projektů zaměřených na ochranu životního prostředí. Fomrplast Purkert, s.r.o. si uvědomuje, že finanční stabilita není cílem sama o sobě, ale nástrojem k rozvoji firmy v souladu s principy společenské odpovědnosti.





9. Péče o životní prostředí

Péče o životní prostředí představuje jeden z klíčových pilířů společenské odpovědnosti společnosti Fomrplast Purkert, s.r.o., která si uvědomuje svůj environmentální dopad jako výrobní podnik působící v plastikářském průmyslu. Firma dlouhodobě usiluje o snižování ekologické stopy prostřednictvím investic do technologických inovací, optimalizace spotřeby energií, minimalizace odpadu a rozvoje cirkulárních principů výroby. V rámci své strategie se Fomrplast Purkert, s.r.o. zaměřuje nejen na efektivitu procesů, ale také na zapojení zaměstnanců a podporu iniciativ, které přispívají k ochraně přírody v regionu Králíky. Následující podkapitoly shrnují nejvýznamnější environmentální kroky společnosti.

Efektivní využívání plastových materiálů a jejich recyklace

Fomrplast Purkert, s.r.o. se dlouhodobě snaží optimalizovat nakládání s plastovými materiály, které tvoří základní vstupní surovinu jeho výroby. Pro účely modelového CSR reportu je uvažováno se scénářem, ve kterém by společnost mohla dosahovat recyklace až přibližně 98 % výrobních plastových zbytků. Tato hodnota slouží jako ilustrativní příklad možného budoucího cílového stavu při systematickém řízení environmentálních procesů, a to díky kombinaci moderních recyklačních technologií, důsledného třídění na

pracovištích a spolupráce s externími recyklačními partnery. Firma rovněž zavedla program zpětného sběru výrobků a reklamací od zákazníků, což umožňuje opětovné využití materiálu ve výrobě. Velký důraz je kladen také na optimalizaci vstřikovacích procesů s cílem snižovat zmetkovitost a odpad, přičemž v roce 2024 se modelová data použitá v tomto CSR reportu ilustrují možnost snížení objemu plastového odpadu přibližně o 14 % v důsledku optimalizace výrobních procesů a nastavení strojů. Hodnota je uvedena jako orientační a není podložena dlouhodobým měřením. Zaměstnanci, se aktivně zapojují do návrhů na zlepšení, což dokládá i interní iniciativa „Zero Waste Týden“, která přinesla 27 návrhů na ekologizaci výroby.

Vlastní energeticky úsporné provozy

Energetická efektivita je nedílnou součástí environmentální politiky firmy. Fomrplast Purkert, s.r.o. v roce 2024 realizoval řadu opatření, která vedla ke snížení energetické náročnosti provozu, včetně modernizace osvětlení na energeticky úsporné LED systémy, instalace chytrých senzorů regulujících intenzitu světla i pohyb, a modernizace kompresorové techniky. Součástí energetické strategie je také pilotní projekt využívání solární energie pro ohřev vzduchu ve skladovacích prostorech. V rámci modelového CSR reportu je uvažováno s potenciálním snížením spotřeby energie přibližně o 9,3 %, které demonstruje možný dopad kombinace technologických a organizačních opatření v oblasti energetické efektivity. Firma navíc pravidelně monitoruje energetickou spotřebu v jednotlivých provozech a vyhodnocuje příležitosti pro další úspory.

Minimalizace odpadu a emisí

Fomrplast Purkert, s.r.o. se zavazuje dlouhodobě snižovat množství odpadu a emisí spojených s výrobní činností. K minimalizaci odpadů přispívá především digitalizace administrativních procesů, díky které firma snížila spotřebu papíru o 32 %, a také optimalizace interní logistiky, což vedlo ke snížení počtu manipulačních jízd vysokozdvíhových vozíků o 18 %. S cílem zlepšit kvalitu pracovního prostředí byly instalovány nové filtrační jednotky ve výrobních halách, které redukovaly množství prachových částic ve vzduchu. Společnost se také zaměřuje na ekologické mazací prostředky a postupné nahrazování chemických látek šetrnějšími variantami.

Minimalizace emisí je řízena v souladu s legislativními požadavky i dobrovolnými environmentálními iniciativami.

Udržitelné balení a logistika

S ohledem na ekologickou odpovědnost zavedla firma iniciativu „GreenPack Formplast“, která je zaměřena na snižování spotřeby obalových materiálů a rozvoj udržitelných logistických řešení. Mezi nejvýznamnější opatření patří přechod na tenčí, ale odolnější fólie, využívání recyklovatelných kartonových obalů a zavedení vratných přepravek u klíčových odběratelů. Optimalizace balení se zaměřila na snížení nadbytečných vrstev materiálu, efektivnější využití prostoru a standardizaci rozměrů obalů. Díky tomu se podařilo snížit spotřebu plastových balicích fólií o 21 % a kartonového odpadu o 17 %. Formplast Purkert, s.r.o. rovněž podporuje zákazníky v přechodu na ekologičtější formy balení a nabízí poradenství při zavádění cirkulárních řešení.

10. Naši zaměstnanci a firemní kultura

Zaměstnanci jsou považováni za klíčové stakeholdery společnosti Formplast, a proto firma klade velký důraz na rozvoj zaměstnanecké politiky, firemní kultury i bezpečného a stabilního pracovního prostředí. Díky tomu tvoří Formplast Purkert, s.r.o. komunitu 600 zaměstnanců, kteří se vyznačují výrazně nadprůměrnou loajalitou – průměrná délka pracovního poměru činí 8 let. Firma podporuje týmovost, otevřenou komunikaci a dlouhodobý profesní růst.

Struktura a aktuální počet zaměstnanců

Ke konci roku 2024 zaměstnávala společnost celkem 600 pracovníků, z toho 40 % žen a 60 % mužů, což odráží stabilní a vyvážené zastoupení. Zaměstnanci působí na různých pracovních pozicích od operátorů výroby, techniků údržby a mistrů až po administrativní, kvalitářské a manažerské pozice. Průměrná délka zaměstnání 8 let vypovídá o dlouhodobé stabilitě, důvěře a spokojenosti ve firmě, přičemž část zaměstnanců pracuje ve společnosti více než 15 let.

Benefity a podpora zaměstnanců

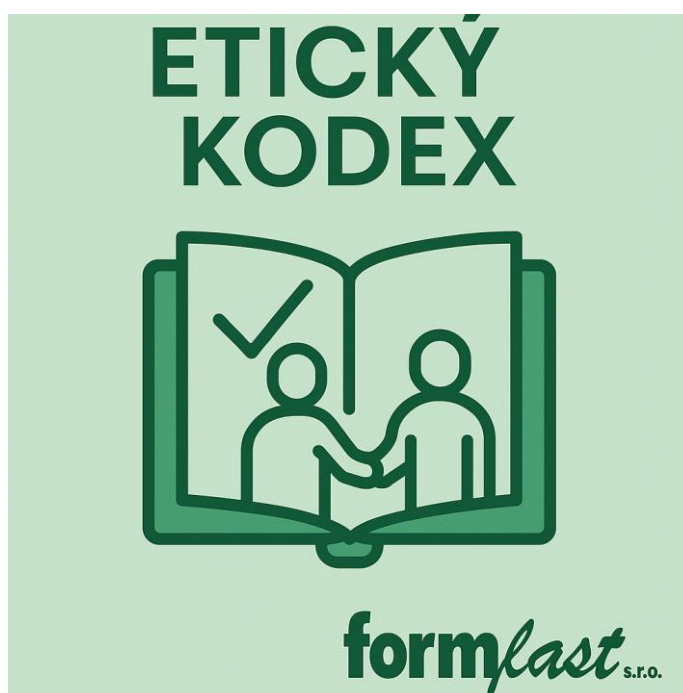
Fomrplast Purkert, s.r.o. vytváří široký rámec benefitů, který podporuje pracovní i osobní život zaměstnanců. K nejvýznamnějším benefitům patří příspěvky na sportovní aktivity, závodní stravování, systém osobních ohodnocení, výroční odměny, příspěvky na dopravu, možnost rekvalifikací, firemní telefon pro vybrané pozice, podpora v náročných životních situacích a zaměstnanecké slevy u vybraných partnerů. Benefity jsou pravidelně revidovány a upravovány podle aktuálních potřeb zaměstnanců.

Školení, rozvoj a bezpečnost práce

Vzdělávání zaměstnanců je klíčovou součástí firemní strategie. Každoročně firma realizuje odborná školení zaměřená na obsluhu strojů, údržbu, kvalitu, bezpečnost práce, požární ochranu a první pomoc. Pro vedoucí pozice jsou organizována školení zaměřená na měkké dovednosti, komunikaci a leadership. Od roku 2024 je ve firmě využíván moderní e-learningový systém, který zaměstnancům umožňuje flexibilní vzdělávání. Bezpečnost práce je podporována pravidelnými kontrolami pracovišť a důsledným proškolením všech zaměstnanců.

Etický kodex zaměstnance

Etický kodex představuje základní dokument, který definuje chování zaměstnanců a nastavuje pravidla férového, zodpovědného a respektujícího prostředí. Kodex se zaměřuje na rovné zacházení, nulovou toleranci šikany a diskriminace, bezpečnost práce, ochranu osobních údajů a odpovědný přístup k firemnímu majetku. Každý zaměstnanec je s etickým kodexem seznámen při nástupu a pravidelně proškolen.



Firemní akce a společenské programy

Fomrplast Purkert, s.r.o. usiluje o posilování firemní soudržnosti prostřednictvím pravidelných akcí. Každoročně se konají firemní sportovní dny, rodinné odpoledne s programem pro děti, vánoční večírek spojený s charitativní tombolou a letní grilování. Firma také podporuje účast zaměstnanců na sportovních závodech, například běhu Fomrplast Purkert, s.r.o. Run. Tyto akce přispívají k budování týmového ducha a pozitivní atmosféry.

11. Spolupráce s komunitou a společenská odpovědnost

Společnost Fomrplast Purkert, s.r.o. si uvědomuje svou roli v regionu a aktivně se zapojuje do rozvoje komunitního života. Spolupráce s komunitou je vnímána jako přirozená součást firemní strategie a přináší hodnotu nejen místním obyvatelům, ale i samotné firmě. Cílem je podpora vzdělávání, kultury, sportu, sociálních služeb a ekologických iniciativ v Králíkách a okolních obcích.

Partnerství s místními školami a technickými učilišti

Fomrplast Purkert, s.r.o. dlouhodobě podporuje místní vzdělávací instituce, zejména ZŠ Králíky, SOU Letohrad a další školy v okolí. Podpora zahrnuje exkurze ve výrobním závodě, přednášky techniků, materiální pomoc pro školní dílny a financování technických projektů. V roce 2024 Fomrplast Purkert, s.r.o. zakoupil 3D tiskárnu pro ZŠ Králíky a poskytl žákům možnost účastnit se praktických workshopů v rámci dne

Spolupráce s komunitou



Partnerství s místními školami a technickými učilišti



Podpora sportovních a kulturních aktivit v regionu



Spolupráce s neziskovými organizacemi a sociální podniky



Dobrovolnické dny a firemní dárcovství

otevřených dveří.

Podpora sportovních a kulturních aktivit v regionu

Společnost každoročně finančně podporuje místní sportovní kluby, zejména fotbalový klub TJ Králíky a volejbalový oddíl mládeže. Fomrplast Purkert, s.r.o. také přispívá na organizaci kulturních akcí, jako je festival Králíky Live, letní kino či vánoční trhy. Firma se aktivně účastní tradic města a podporuje akce pro rodiny s dětmi.

Spolupráce s neziskovými organizacemi a sociálními podniky

Fomrplast Purkert, s.r.o. spolupracuje s místními neziskovými organizacemi, například Domovem seniorů Králíky, spolkem Rodiče dětem a ekologickou iniciativou Čisté Králicko. Podpora zahrnuje finanční dary, materiální pomoc i zapojení zaměstnanců do dobrovolnických aktivit. V roce 2024 firma financovala rekonstrukci venkovního posezení v domově seniorů.

Dobrovolnické dny a firemní dárcovství

Nově zavedený program „Fomrplast Purkert, s.r.o. Pomáhá“ umožňuje zaměstnancům věnovat jeden den ročně dobrovolnické činnosti v rámci pracovní doby. V roce 2024 se 38 zaměstnanců zapojilo do úklidu turistických cest v okolí Králického Sněžníku, 14 pomáhalo při malování tříd v základní škole a další skupina se podílela na organizaci charitativního jarmarku. Firma také podporuje sbírky pro rodiny v nouzi a pravidelně přispívá na sociální projekty v regionu.

12. GRI index a metodika reportování

Tento CSR report byl zpracován jako modelový návrh reportu s využitím principů a struktury doporučené organizací Global Reporting Initiative (GRI). Výběr témat vycházel z významnosti dopadů činnosti společnosti a z očekávání klíčových

stakeholderů, zejména zaměstnanců a vedení společnosti. Uvedené informace vycházejí z kombinace dostupných interních podkladů a modelových dat vytvořených pro účely diplomové práce. Report nepředstavuje plnohodnotný GRI report dle standardů GRI 2021 (GRI 1, GRI 2, GRI 3), neobsahuje GRI Content Index ani externí ověření dat. Dokument slouží jako návrh struktury a obsahu CSR reportingu, který může být v budoucnu rozšířen a naplněn reálnými a auditovanými údaji.