

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
FAKULTA HOSPODÁRSKEJ INFORMATIKY

Evidenčné číslo 103002/B/2019/S421000078443B

KONCEPCIA SPOLOČENSKEJ ZODPOVEDNOSTI
PODNIKOV A JEJ APLIKOVANIE V PRAXI

Bakalárska práca

2019

Monika Vojtková

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
FAKULTA HOSPODÁRSKEJ INFORMATIKY

KONCEPCIA SPOLOČENSKEJ ZODPOVEDNOSTI
PODNIKOV A JEJ APLIKOVANIE V PRAXI

Študijný program: Účtovníctvo

Študijný odbor: Účtovníctvo

Školiace pracovisko: Katedra účtovníctva a audítorstva

Vedúci záverečnej práce: Ing. Kornélia Lovciová

Bratislava 2019

Monika Vojtková

ABSTRAK

VOJTKOVÁ, Monika : Koncepcia spoločenskej zodpovednosti podnikov a jej aplikovanie v praxi . – Ekonomická univerzita v Bratislave . Fakulta hospodárskej informatiky ; katedra účtovníctva a audítorstva . – Vedúci záverečnej práce : Ing. Kornélia Lovciová . – Bratislava :FHI , 2019 , s. 50

Cieľom záverečnej práce je analyzovať správanie podniku pri manažérskych rozhodnutiach a tvorbe strategických plánov podniku s dôrazom na spoločenskú zodpovednosť vo vybranom podniku (podnikoch). Práca je rozdelená do troch kapitol. Obsahuje jedenásť grafov a pätnásť tabuliek. Prvá kapitola má názov Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí a je venovaná vývoju spoločensky zodpovednému podnikaniu a jeho zobrazeniu vo výročnej správe. Druhá kapitola definuje hlavný cieľ a čiastkové ciele a metódy. V tretej kapitole analyzujeme vo vybranom podniku či vynakladá úsilie v smere CSR a v rámci zverejňovania informácií vo výročnej správe. Výsledky riešenia danej problematiky sme zhrnuli v Závere bakalárskej práce.

Kľúčové slová: spoločenská zodpovednosť, manažérske rozhodnutia, právna úprava, podnik , spoločenská vnímavosť podniku

ABSTRACT

VOJTKOVÁ, Monika : The concept of corporate social responsibility and its application in practice. – University of Economics in Bratislava. Faculty of Economic Informatics ; Department of Accounting and Auditing. – Thesis supervisor : Ing. Kornélia Lovciová. – Bratislava: FHI, 2019, p. 50

The aim of the bachelor thesis is to analyse the enterprise's behaviour at managerial decisions and the creation of strategic plans of the enterprise with emphasis on the social accountability in a chosen enterprise (enterprises). The thesis is divided into three chapters. It contains eleven graphs and fifteen tables. The first chapter is named Current condition of the dealing problems at home and abroad. In this chapter we deal with the development of legal adjustment and its portrayal in the annual report. The second chapter defines the main goal and partial goals and methods. In the third chapter we analyse if the chosen enterprise makes every effort in the way of CSR and within publishing information in the annual report. The accomplishments of solving the given problems are summarized in the Conclusion of the bachelor thesis.

Keywords: social responsibility, management decisions, legislation, enterprise, corporate social responsiveness

Obsah

Úvod.....	6
1 Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí	7
1.1 Definovanie spoločensky zodpovedného podniku.....	7
1.2 Historický vývoj spoločenskej zodpovednosti.....	12
1.3 Zainteresované skupiny stakeholderi	16
1.4 Organizácie zaoberajúce sa spoločensky zodpovednému podnikaniu.....	19
1.5 Vnímanie spoločensky zodpovedného podnikania na Slovensku.....	22
1.5.1 Zverejňovanie informácie o CSR vo výročnej správe	23
1.6 Subjekty podporujúce spoločensky zodpovedné podnikanie na Slovensku Združenie Fórum Donorov.....	24
2 Cieľ práce, metodika práce a metódy skúmania.....	26
3 Výsledky práce	27
3.1 Charakteristika spoločnosti Prosol, s.r.o.	27
3.2 Zverejňovanie informácií CSR vo výročnej správe spoločnosti Prosol s.r.o.....	27
3.3 Dotazník	29
3.4 Vyhodnotenie dotazníkového výskumu a diskusia	31
Záver	43
Zoznam použitej literatúry	45

Úvod

Spoločenská zodpovednosť podnikov nie je fenomén len dnešnej doby. Jedná sa o fenomén, ktorý je z dlhodobého pohľadu diskutovanou problematikou ako v rovine teoretickej, tak aj v rovine praktickej. V dnešnej dobe je viac ako kedykoľvek predtým tento termín spomínaný najmä vo vzťahu podnikov k ochrane životného prostredia. Ľudia viac ako kedykoľvek predtým chápu problematiku životného prostredia a toho ako človek vplýva na životné prostredia. Práve táto téma sa stala medzinárodne diskutovanou témou na rôznych svetových fórach. Spoločenská zodpovednosť podnikov však nie je iba o vzťahu človeka k životnému prostrediu. Spoločenská zodpovednosť podnikov v sebe združuje množstvo oblastí respektíve faktorov, medzi ktoré patrí napríklad ekonomický faktor zodpovednosti, legislatívny faktor zodpovednosti, etický faktor zodpovednosti a dobrovoľnícky faktor zodpovednosti. To je len jedným z množstva teoretických pohľadov, ktoré v rámci problematiky spoločenskej zodpovednosti podnikov boli identifikované. Spoločnosť v dnešnej dobe omnoho viac vníma túto problematiku ako tomu bolo v minulosti a prostredníctvom rôznych skupín sa snaží o to, aby táto problematika bola reflektovaná ako veľkými transnacionálnymi korporáciami, tak aj menšími lokálnymi podnikmi. Práve pre podniky je spoločenská zodpovednosť ich samých veľkou výzvou, ktorá môže byť významným determinantom medzi ziskom podniku a jeho krachom. Tento termín možno spojiť napríklad aj s tým, či sa podniku podarí získať kvalitných kvalifikovaných pracovníkov, ak sa nebude správať spoločensky zodpovedne. Nedostatok kvalitných a kvalifikovaných pracovníkov môže znamenať väčšie výdavky, prípadne krach podniku. Existuje množstvo dôvodov prečo by sa mal podnik správať spoločensky zodpovedne a každý človek môže svojím konaním prispieť k tomu, aby takto podnikajúcich podnikov bolo čo najviac.

1 Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí

Spoločenská zodpovednosť podnikov nie je fenoménom súčasnej doby, ale je považovaná za termín, ktorý sa vyvíjal. Existuje mnoho autorov, ktorí sa tomuto termínu venovali a skúmali ho ako na úrovni teoretickej, tak aj na úrovni praktickej.

1.1 Definovanie spoločensky zodpovedného podniku

Pojem spoločenskej zodpovednosti podniku (Corporate Social Responsibility - CSR) vyvoláva rôzne úvahy a nemá pre každého rovnaký význam. Niektorí tento pojem popisujú ako charitatívnu činnosť, niektorí si ho spájajú s právnou zodpovednosťou podniku, alebo s nejakým záväzkom podniku. Môže znamenať zavádzanie vyšších štandardov pre podniky nad rámec ich činnosti a zároveň môže znamenať z globálneho hľadiska niečo správne pre spoločnosť.

Európska Únia pri svojej činnosti označuje CSR ako „*koncept, podľa ktorého spoločnosť začleňuje sociálne otázky a otázky týkajúce sa životného prostredia do podnikateľskej činnosti a do vzťahov so zainteresovanými skupinami na báze dobrovoľnosti*“ (European Commission, 2006, s. 6).

Keď si prezrieme slovník pojmov Európskej komisie môžeme nájsť totožnú definíciu, avšak tá je rozšírená o špecifikáciu, ako sa prejavila implementácia spoločenskej zodpovednosti do praxe: „*CSR sa vzťahuje ku konceptu, kde firmy dobrovoľne začleňujú svoje sociálne a ekonomické aktivity do svojich podnikateľských operácií, ako aj do interakcie s ostatnými podnikmi a partnermi. Podniky, ktoré začlenili CSR do svojej činnosti sa chovajú eticky a prispievajú k ekonomickému rozvoju*“, (Spoločenská zodpovednosť, 2018) alebo „*spoločenská zodpovednosť podniku je dlhodobý záväzok, ktorý prispieva k ekonomickému rozvoju*“. (Crowther, Capaldi, 2008, s. 151)

Väčšina definícií spája spoločenskú zodpovednosť s etikou. Etika je v nich prepájaná s ekonomikou, čím vzniká podnikateľská etiketa. Jednotná definícia koncepcie spoločensky zodpovedného podniku neexistuje.

Kuldová rozdeľuje spoločenskú zodpovednosť na tri sféry, ktoré by mal podnik rešpektovať. Tieto sféry sú „profit“ čo predstavuje ekonomickú sféru, „people“ čo predstavuje sociálnu sféru a nakoniec „planet“, čo reprezentuje environmentálnu sféru. (Kuldová, 2010)

Ekonomická sféra sa vzťahuje na organizačné požiadavky a riadenie podniku. Ide napríklad o boj proti zneužívaniu dôverných informácií, mzdy, úplatkárstvo. Táto sféra zahŕňa správanie podniku k nasledovným záujmovým skupinám:

- zákazníci,
- investori,
- dodávatelia. (Kuldová, 2010)

Sociálna sféra je špecifikovaná podnikovou filantropiou a dobrovoľníctvom. Ďalej sem spadajú aktivity ako bezpečnosť a ochrana zdravia pri práci - BOZP, podpora vzdelávania zamestnancov a rekvalifikácie. Nemali by sme zabúdať ani na rodovú politiku podniku.

Posledná environmentálna sféra zahŕňa aktivity, ktoré chránia životné prostredie, šetria energiu. Spadá sem celková environmentálna politika podniku.

Spoločenská zodpovednosť sa môže rozdeľovať aj na vnútornú a vonkajšiu spoločenskú zodpovednosť. Seknička a Putnová túto teóriu vyjadrujú nasledovne:

Tabuľka č. 1: Rozdelenie CSR

Vnútorné prostredie	Prínosy
Možnosti, ktoré spoločenská zodpovednosť poskytuje	Prispievajú k odstráneniu, alebo zmierneniu sociálnych problémov
Vzťah v komunite – okolí	Pomoc poskytovaná ľuďom v podniku, alebo rôznym skupinám v komunite
Vzťah k zákazníkom	Ochrana práv zákazníkov, informovanosť
Vzťah k dodávateľom	Podpora informovanosti, participácia
Vzťah k životnému prostrediu	Zodpovednosť voči budúcim generáciám, podpora znižovania škodlivých vplyvov na environmentálnu sféru
Vzťah k zainteresovaným skupinám	Otvorený prístup k sociálnym otázkam v spoločnosti

Vonkajšie prostredie	Prínosy
Fyzické	Zodpovednosť za bezpečnosť a zdravie
Pracovné podmienky	Napĺňanie etických kritérií pri výbere pracovníkov, alebo pri práci nadčas
Menšiny	Pozornosť venovaná menšinám
Organizačná štruktúra	Rôzne typy riadenia a participácie na chode

	podniku
Komunikácia a manažment	Podporovanie vnútro podnikovej komunikácie
Vzdelanie	Osobný rozvoj zamestnancov, rekvifikácia

Zdroj: Putnová, Seknička, 2007

Putnová ďalej definuje spoločenskú zodpovednosť ako „*správanie sa podnikov, kde sa berie do úvahy ich vnútorné a vonkajšie prostredie tak, aby napomáhali celkovému zlepšovaniu stavu spoločnosti v rámci, ako aj nad rámec ich komerčnej činnosti.*“ (Kuldová, 2010)

Väčšina autorov, ktorí sa zaoberali problematikou CSR, pripúšťa myšlienku, že definícia tohto pojmu nie je jednostranná. Z hľadiska praxe sa môžeme stretnúť s rôznymi výkladmi tohto pojmu, ako aj s príbuznými koncepciami, z ktorých niektoré sa dokonca zamieňajú so spoločenskou zodpovednosťou podniku.

Windsor vidí základ spoločenskej zodpovednosti v troch oblastiach:

- a) v morálnej a etickej zodpovednosti podniku, ktorá predstavuje altruistické cítenie spoločnosti a rozširujúcu verejnú politiku, ktorá je vedená k posilneniu práv stakeholderov,
- b) v ekonomickej zodpovednosti podniku, kde hodnoty na trhu podliehajú len verejnému záujmu,
- c) v podnikovom občianstve. (Kuldová, 2010)

Koncepcia spoločenskej vnímavosti podniku

Ako už bolo vyššie uvedené, mnoho autorov pripúšťa, že existuje viacero konceptov príbuzným konceptu spoločenskej zodpovednosti podniku. Tieto koncepcie vznikali z dôvodu vysokého záujmu o túto tematiku, čo malo za následok rozšírenie teoretického rámca a následné odštiepenie rôznych teórií.

Najčastejšie sa stretávame s konceptom spoločenskej vnímavosti podniku, ktorý býva označovaný ako CSR2 (CSR – spoločenská zodpovednosť podniku – Corporate social responsibility; CSR2 spoločenská vnímavosť podniku – Corporate social responsiveness). Tento termín sa začal objavovať v 70 - tých rokoch, ako obsiahnejšia definícia spoločenskej zodpovednosti. Základnými odlišnosťami medzi týmito dvoma koncepciami sú zhrnuté v nasledujúcej tabuľke :

Tabuľka č. 2: Základné odlišnosti medzi CSR a CSR2

	CSR	CSR2
Hlavná charakteristika	Etická	pragmatická
Jednotka analýzy	Spoločnosť	Podnik
Zameranie	Zámery	Prostriedky
Dôraz	Záväzky	Reakcia
Rola podniku	Morálny agent	Výrobca tovaru a služieb
Rozhodovacia právomoc	dlhodobý	Krátkodobý až strednodobý

Zdroj: Kašparová, 2008

CSR2 sa zameriava skôr na krátkodobé, až strednodobé ciele podniku. V prípade využívania konceptu CSR2 podnik volí jednu z nasledovných stratégií:

1. Reaktívna stratégia – podnik sa snaží vyhnúť zodpovednosť a robí menej ako je po ňom požadované. Svoje zvyky a politiku mení len vtedy, ak je to nevyhnutné.
2. Defenzívna stratégia – podnik sa správa zodpovednejšie, ale stále sa bráni voči zmenám.
3. Prispôsobivá stratégia - politika takýchto podnikov sa líši podľa toho, v akom sociálnom prostredí sa daný podnik nachádza. Európske podniky sa správajú rozdielne ako americké podniky, v rámci ich vonkajšieho a vnútorného pôsobenia.
4. Proaktívna stratégia – podnik sa správa veľmi prispôsobivo a nebráni sa zmenám v podnikovej politike. (Bělčík, Pavlík a kol., 2010)

Koncepcia spoločenskej výkonnosti podniku

Koncepcia spoločenskej výkonnosti podniku je označovaná aj ako CSP (CSP – spoločenská výkonnosť podniku – Corporate social performance). V odbornej literatúre sa táto koncepcia mnohokrát zahrňuje do koncepcie CSR2, avšak na rozdiel od koncepcie CSR2 je koncepcia spoločenskej výkonnosti podniku zameraná najmä na konkrétne aktivity, ktoré sú vykonávané pre dosiahnutie spoločenskej zodpovednosti. CSP je niečo ako návod pre podnik, ako sa správať pre dosiahnutie spoločenskej zodpovednosti podniku. (Bělčík, Pavlík a kol., 2010)

Táto koncepcia bola zhrnutá autormi Wartick a Cochran, ktorý spojili koncepciu spoločenskej zodpovednosti podniku s koncepciou CSR2 a použili pri tom Carrolovu pyramidu. Podľa Warticka a Cochrana princíp CSP je založený na troch faktoroch:

- a) princípy,
- b) procesy,

c) politika manažmentu. (Crane a kol., 2008)

Tieto faktory sú potom vyjadrené za pomoci Carrolovej pyramidy ktorá odráža individuálnu rovinu rozhodovania v rámci podniku. Znázorňujeme v Tabuľke č.3:

Tabuľka č.3: Carrolova Pyramída

Princípy	Procesy	Politika manažmentu
CSR	CSR2	Sociálne aspekty v manažmente
1. Je nutné byť ziskový. Bez ekonomickej zodpovednosti nebudú dosiahnuté ďalšie ciele	1. Reaktívna stratégia	1. Identifikácia problému
2. Treba postupovať podľa pravidiel. Zákony sú to čo spoločnosť vníma ako dobré a zlé	2. Defenzívna stratégia	2. Analýza problému
3. Morálne správanie sa, nespôsobovanie problémov	3. Prispôsobivá stratégia	3. Postup riešenia problému
4. Prispievanie k lepšej spoločnosti	4. Proaktívna stratégia	4. Minimalizovanie rizika

Zdroj: Buchholz, Carroll, 2011

Koncepcia podnikového občianstva

Koncepcia podnikového občianstva označovaná aj ako CC (CC – podnikové občianstvo – Corporate citizenship). Podobne ako u spoločenskej zodpovednosti podnikov nie je jednoduché nájsť nejakú jednotnú definíciu, ktorá by zhrnula všetky charakteristiky podnikového občianstva. Pod týmto pojmom sa často označovali podniky, ktoré v rámci spoločnosti vykonávali v komunite spoločensky prospešné aktivity. Carrol pomenoval tento termín „dobrý podnikový občan“. Od 90-tych rokov sa začal termín podnikové občianstvo používať, ako ekvivalent k spoločenskej zodpovednosti podnikov. Mnoho autorov pripisovalo podnikovému občianstvu doplňujúcu funkciu k spoločenskej zodpovednosti podnikov. I keď má podnikové občianstvo spoločné rysy so spoločenskou zodpovednosťou podnikov, zameriava sa viac na riadenie podniku a jeho politickejšiu stránku. (Kuldová, 2010)

1.2 Historický vývoj spoločenskej zodpovednosti

Prvé zmienky o spoločenskej zodpovednosti sa datujú v 30 – 40-tych rokoch. Ucelenejšie definície sa však začali objavovať v 50-tych rokoch minulého storočia. Zo začiatku sa hovorilo najmä o sociálnej zodpovednosti podnikateľa. Táto téma sa objavila v roku 1953 publikovaním knihy H. R. Bowena *Social Responsibilities of the Businessman*. V tomto období nebolo ešte dominantné postavenie podnikov tak viditeľné. Autor sa pri riešení problematiky sociálnej zodpovednosti podnikateľa opieral o výskum uverejnený v časopise Fortune v roku 1946, kde sa prevažná väčšina oslovených manažérov vyjadrila, „že podnikatelia zodpovedajú za dôsledky svojich činov v rámci oblasti, ktorá je pokrytá ich vykazovanými ziskami a stratami“. (Bowen, 1953, s. 44)

I napriek tomu, že Bowen jasne definoval spoločenskú zodpovednosť podnikov, nedefinoval činy a konania podnikateľov. Za tento počin sa označuje aj ako „otec“ spoločenskej zodpovednosti podnikov.

60-te roky sa vyznačovali pokusmi o presnejšiu definíciu Bowenovho konceptu. Môžeme uviesť Davisovu definíciu, ktorá definuje spoločenskú zodpovednosť ako „vzťahujúcu sa k rozhodnutiam a konaniam jednotlivých podnikateľov, ktorá je vykonávaná aspoň čiastočne nad rámec ekonomických či technických záujmov podniku“. (Davis, 1960, s. 70). Davis sa nezabudol vyjadriť, k myšlienke, ktorú prezentuje. Podľa nej by ju mali manažéri prehliadať, čím naznačuje smerovanie vývoja tohto konceptu v USA. Sformuloval tzv. Železný zákon zodpovednosti: „pokiaľ inštitúcia disponuje spoločenskou mocou, musí s ňou nakladať zodpovedne, inak jej bude odobraná“. (Davis, 1960, s. 71)

McGurie zastával podobný názor, že podniky okrem legislatívnej zodpovednosti a povinnosti majú zodpovednosť aj voči spoločnosti, i napriek tomu, že presahuje ich rámec. McGurie svojimi úvahami rozširoval koncept spoločenskej zodpovednosti takou formou, že podniky by sa mali zaujímať o vzdelávanie a šťastie svojich pracovníkov, pričom by nemali zabúdať aj na ich sociálne okolie. (McGuire. 1963, s. 144)

Ďalším popredným autorom tejto tematiky bol Walton, ktorý ako jeden z prvých zakomponoval do koncepcie spoločenskej zodpovednosti faktor dobrovoľnosti, čím udal možnú hranicu medzi nátlakom iných organizácií na podnik a jeho spoločenskú zodpovednosť.

70-te roky sa vyznačovali ďalšími pribúdajúcimi definíciami spoločenskej zodpovednosti. V tomto období sa začínajú objavovať definície, ktoré dávajú do popredia nutnosť vyváženého vzťahu medzi rôznymi záujmovými skupinami v internom, ako aj externom prostredí podniku. Johnson, ktorý uviedol že „spoločensky zodpovedná firma je

tá, ktorej manažment rieši veľký a rozmanitý počet záujmov okrem toho, že sa naháňa za svojim vlastným ziskom. Berie do úvahy pracovníkov, dodávateľov, rôzne miestne komunity a obchodníkov a štát“. (Johnson, 1971, s. 50) V tomto období, i keď o tom Johnson netušil, pomenoval stakeholderovský prístup.

V 70-tych rokoch prispel do skúmania spoločenskej zodpovednosti aj výbor (The Comitee for Economic Development of the Conference Board - CED), ktorý svojim výskumom zadefinoval, tri kruhy, ktoré definujú význam a pôsobenie spoločenskej zodpovednosti:

1. vnútorný kruh má základnú ekonomickú funkciu podniku ako ponúkať svoje produkty, alebo služby, poskytovať jednotlivcom prácu a starať sa o ekonomický rast,
2. stredný kruh prepája ekonomickú funkciu s meniacimi sa spoločenskými hodnotami a prioritami,
3. vonkajší kruh patrí novým zodpovednostiam podniku, kde by sa mal podnik zamerať na prognózy, či bude nutné jeho zapojenie sa pre zlepšovanie spoločenského prostredia. (CED, 1971, s. 15)

Carroll v roku 1979 publikoval svoju 4-dielnu definíciu spoločenskej zodpovednosti podnikov, pričom vychádzal najmä z diel jeho predchodcov. Všimol si, že v predošlých koncepciách prevládajú určité faktory spoločenskej zodpovednosti, a to:

- a) tvorba zisku,
- b) dodržiavanie legislatívy,
- c) konanie nad rámec dvoch predošlých aktivít.

Na základe týchto poznatkov navrhol nasledovnú definíciu: „*Spoločenská zodpovednosť podnikov zahrňuje ekonomické, legislatívne, etické a dobrovoľné faktory, ktoré spoločnosť ako taká v danom období od daného podniku očakáva*“. (Carroll, 1999, s. 283)

Dôležitosť jednotlivým faktorom zodpovednosti CSR podľa Carolla sú uvedené v nasledujúcej tabuľke:

Tabuľka č. 4: Dôležitosť faktorov zodpovednosti CSR podľa Carolla

Faktor zodpovednosti	Význam	Dôležitosť
Ekonomická	Ponúkať produkty alebo služby, ziskový	4

	základ	
Legislatívna	Ekonomická funkcia podniku v rámci legislatívy	3
Etická	Spĺňať očakávania spoločnosti nad legislatívny rámec	2
Dobrovoľná	Nie je očakávaná spoločnosťou ako takou, založená na dobrovoľnosti	1

Zdroj: Carroll, 1999, s. 283

V 80-tych rokoch začali ustupovať tendencie vytvárať nespočetné množstvo nových definícií spoločenskej zodpovednosti. Toto obdobie sa vyznačuje skôr zameraním sa na jednotlivé vývojové štádiá spoločenskej zodpovednosti, ako aj na posun do prostredia praxe. Do popredia sa dostávajú prvky príznačné dobrovoľnosťou, spoločenské skupiny (stakeholder) a dôležitosť záväzkov podnikov voči spoločnosti. Jones vo svojich úvahách popisuje presne vyššie spomenuté faktory a vo svojich teóriách pridáva fakt, že sociálna zodpovednosť podniku nie je súbor záverov, ale ide o proces, ktorý je obrazom rozhodovania manažérov. Teória spoločenskej zodpovednosti podniku nie je podľa neho statický stály prístup. Podporu mu vyslovil aj Drucker, ktorý sa posunul v myšlienkach ďalej a spojil profitovanie podniku so zodpovednosťou podniku. (Drucker, 1984, s. 62)

V 90-tych rokoch Carroll uskutočnil zmenu svojho 4-dielneho modelu. Štvrtý faktor zmenil z dobrovoľného na filantropický, čo zdôvodnil, tým že „*Spoločensky zodpovedný podnik by mal byť ziskový, mal by dodržiavať legislatívu, mal by byť etický a zároveň aj dobrým občanom spoločnosti*“. (Carroll, 1999, s. 289) Carroll nezmenil len 4-dielny model, ale začal dávať do popredia aj stakeholderovský prístup, ktorý pomenúva záujmové skupiny v rámci, podniku ale aj mimo podniku.

Vývoj a zadefinovanie konceptu spoločenskej zodpovednosti podnikov zo strany Európskej Únie prichádza v roku 1993, a to výzvou vtedajšieho predsedu Európskej Komisie Deloresa, v rámci ktorej bola vyjadrená úvaha proti sociálnemu vylúčeniu, čo viedlo k vytvoreniu podnikateľských sietí. V roku 1996 bolo založené združenie expertov, ktoré sa neskôr transformovalo na CSR Europe (transformácia prebehla v roku 2000) a dodnes organizácia slúži na to, aby koordinovala aktivity medzinárodných korporácií a členských národných partnerských organizácií. Nesmieme zabudnúť opomenúť aj strategický cieľ, ktorý bol v roku 2000 prijatý na Lisabonskom summite a to: „*stať sa najkonkurenčnejšou a najdynamickejšou znalostnou ekonomikou na svete, schopnou dosiahnuť udržateľného ekonomického rastu, s väčším počtom pracovných miest a väčšou*

mierou sociálnej udržateľnosti“ (European Commission, 2001, s. 4) Prijatie tohto cieľa vyústilo k vydaniu tzv. Zelenej knihy, ktorej cieľom je dať do pozornosti spoločenskú zodpovednosť podniku nielen v Európe.

Koncept spoločensky zodpovedného podniku je v Zelenej knihe postavený na tzv. „triplebottomline“, čo znamená, že podnik sa okrem ekonomického rastu zameriava aj na sociálne a environmentálne dopady svojich činností. Zelená kniha popisuje 4 hlavné vývojové faktory spoločenskej zodpovednosti podniku:

- a) nové očakávania zo strany stakeholderov,
- b) spoločenské kritéria, ktoré pôsobia na investičné rozhodovanie jednotlivcov, ako aj podnikov,
- c) zvýšený záujem o dopady (ekonomické) na životné prostredie,
- d) transparentnosť podnikateľských aktivít.

Zelená kniha rieši aj stakeholderovský prístup. Popisuje ho, ako koncepciu „pomocou ktorej podniky integrujú svoje environmentálne a spoločenské záujmy do ich obchodnej činnosti a interakcii s ich stakeholdermi, a to hlavne na dobrovoľnej báze“ (European Commission, 2001, s. 8) Dochádza tu k dvom rôznym pohľadom na spoločenskú zodpovednosť. Rozlišuje sa interný a externý prístup:

Interný prístup zahŕňa:

- a) Manažment ľudských zdrojov (Human Resources Management): sem môžeme zaradiť celoživotné vzdelávanie, dobrá informovať v rámci podniku, rovnosť príležitostí atď.,
- b) Bezpečnosť a ochrana zdravia pri práci: podpora prijímania opatrení a certifikačných programov,
- c) adaptácia a zmena: minimalizácia problémov pri akvizíciách, alebo fúziách,
- d) riadenie environmentálnych dopadov: snaha dosiahnutia stavu „win-win“, prijímanie štandardov ako napríklad EMAS (Schéma Spoločenstva pre environmentálne manažérstvo a audit) alebo ISO 14001 (systém environmentálneho manažmentu).

Externý prístup zahŕňa:

- a) lokálne komunity - dôraz sa kladie na vzťah podnik - komunita. Berie sa do úvahy medzinárodná (integrácia pobočiek do lokálneho prostredia), ako aj malé a stredné podniky,

- b) obchodní partneri, dodávatelia, klienti - používanie nástrojov ako Riadenie dodávateľských reťazcov (Supply Chain Management), alebo Manažérstvo vzťahov so zákazníkmi (Customer Relationship Management) pre to, aby sa mohlo flexibilne reagovať, kvalitne vybrať dodávateľa, alebo presne identifikovať potrebu klienta,
- c) ľudské práva - spolupráca s dodávateľmi s minimálnymi problémami (detská práca, dodržiavanie práv zamestnanca, pracovného času atď.)
- d) globálny ekonomický záujem - globálna iniciatíva Global Compact OSN alebo OECD.

Porovnanie koncepcie spoločenskej zodpovednosti v EU a USA

Čo sa týka porovnania spomínanej koncepcie medzi dvoma kontinentami, sú tu badateľné zásadné rozdiely z pohľadu inštitucionálneho rámca. USA sa na problematiku pozerá z pohľadu podniku, pričom Európska Únia dáva do popredia vnímanie tejto problematiky v širšom kontexte. Koncept je z pohľadu Európskej Únie založený na aktuálnych spoločenských témach ako je udržateľný rozvoj alebo ochrana životného prostredia atď. Európska Únia zväzuje koncepciu spoločenskej zodpovednosti do legislatívnych rámcov, ktoré podľa nej napomáhajú k jej úspešnému smerovaniu a plneniu. USA má za to, že spoločenská zodpovednosť patrí pod rámec podnikov, a to spôsobom akým ju napĺňa je na nich samotných. Veľa autorov, ktorí sa zaoberali spoločenskou zodpovednosťou tvrdí, že pokým sa v 20-tych rokoch v USA tento koncept formoval, v Európe absentoval. Na obranu zase vychádzali tvrdenia, že každá krajina má špecifický inštitucionálny rámec, ktorý vychádza z histórie krajiny a formuje tzv. národný podnikateľský systém. (Matten, Moon, 2014, s. 15)

1.3 Zainteresované skupiny stakeholderi

Stakeholderi, ich pomenovanie a definícia sa pokladá za najväčší prínos k spoločenskej zodpovednosti podnikov. Už v začiatkoch 20-tych rokov bolo zistené, že podnik nie je uzavreté prostredie a jeho samotná existencia je závislá aj na vonkajšom prostredí. Prvotnými myšlienkami o povinnosti zaistiť rovnováhu podniku s neustále sa meniacim prostredím, ako aj o adaptácii podniku na zmeny, sa zaoberal Chester Barnard, keď v roku 1938 zadefinoval základnú funkciu podniku – manažment. Na tieto úvahy neskôr naviazali aj iní autori.

„Teória stakeholderov, alebo aj inak nazývaná koncepcia corporate stakeholder responsibility, je založená na predpoklade, že porozumieť podnikaniu sa dá len v takom

prípade, ak porozumieme jednotlivým vzťahom medzi jednotlivými skupinami, ktoré sa podieľajú na aktivitách podniku“. (Visser, 2008, s. 434)

Pojem stakeholder vznikol z anglických výrazov akcionár – stockholder, alebo aj shareholder a zo slova stake. (Putnová, Seknička, 2007) Stáva sa, že sa pojem stakeholders zamieňa často s pojmom shareholder, čo má za dôsledok odklon od podstaty tohto pojmu. Tieto „záujmové subjekty“ majú určitým spôsobom záujem ovplyvňovať chod podniku. Nakoľko podnik, ako taký, nie je od vonkajšieho okolia izolovaný, je súčasťou komunity a jeho chod závisí aj na správnej adaptácii, čo vytvára živnú pôdu pre pôsobenie stakeholderov.

Ovplyvňovanie podnikov záujmovými skupinami nebolo v minulosti neznáme, avšak teoretický podklad ku stakeholderom vytvoril až Edward Freeman v roku 1984 (Strategic Management: A Stakeholder Approach). (Visser,2008) Zo začiatku bol za stakeholdera označovaný jednotlivec, alebo skupina, ktorá mala záujem o fungovanie podniku a pochádza z vnútorného prostredia podniku. Patrili sem zamestnanci a majitelia. Neskôr sa označenie prenieslo aj na vonkajšie prostredie podniku a do skupiny stakeholder sa začali zaraďovať obyvatelia mesta, ktorí tvoria komunitu, v ktorej podnik pôsobí.

V súčasnosti vieme základne rozlíšiť stakeholderov podľa užšieho a širšieho pohľadu na danú problematiku. V užšom slova zmysle rozlišujeme:

- a) vlastníkov,
- b) zamestnancov,
- c) zákazníkov,
- d) manažérov,
- e) dodávateľov a
- f) investorov. (Putnová, Seknička, 2007)

V širšom ponímaní sú stakeholderi rozdeľovaní na primárnych a sekundárnych nasledovne:

Tabuľka č. 5: Rozdelenie stakeholderov v širšom ponímaní

	Podstata záujmu	Podstata moci
Primárni stakeholderi		
Zamestnanci	- stabilita v zamestnaní, - spravodlivé odmeňovanie, - bezpečné a zdravé	- kolektívne vyjednávanie, - práca/stávka, - propagácia.

	prac. prostredie.	
Vlastníci	- návrat investície, - hodnota akcií.	- hlasovacie právo v rade, - kontrola dokladov.
Zákazníci	- hodnota/kvalita, - spoľahlivosť.	- nákup u konkurencie, - bojkot.
Dodávatelia	- pravidelnosť, - včasné platby.	- odmietnutie dodania, - konkurencia.
Konkurencia	- zisk, - podiel na trhu.	- technologické inovácie, - nižšie ceny.
Malobchod/veľkobchod	- kvalitný tovar = cena, - dôvera zákazníka.	- konkurencia, - bojkot.
Veritelia	- platba za pôžičku, - inkasovanie dlhov.	- zástava pôžičiek, - odmietnutie úveru.
Sekundárni stakeholderi		
Komunita	- práca pre miestne obyvateľstvo, - ochrana životného prostredia.	- vydanie/zrušenie udeleného povolenia, - lobbying.
Verejní aktivisti	- monitorovanie činnosti v súlade s legislatívou.	- získanie podpory verejnosti.
Médiá	- informovanosť verejnosti, - monitorovanie činnosti podnikov.	- šírenie informácií verejnosti.

Zdroj: Putnová, Seknička, 2007

V literatúre sa objavujú rôzne typy ďalších klasifikácií stakeholderov, alebo iné skupiny, ktoré sú tiež ako stakeholderi označované, napríklad vláda, lobbisti, nátlakové skupiny, alebo aj vládne inštitúcie a samosprávne orgány. Klasifikácia týchto záujmových skupín sa odvíja aj od toho, v rámci ktorej krajiny ju uskutočňujeme. USA zaraďuje do primárnych stakeholderov médiá, pričom Európa ich považuje skôr za sekundárnych.

Podniková politika by mala obsahovať stratégiu na identifikovanie stakeholderov, ktorí pôsobia v ich vnútornom a vonkajšom prostredí. „Na začiatku by mala každá spoločensky zodpovedná firma identifikovať svojich stakeholders a zistiť ich očakávania

a potreby. Výsledkom je definícia stratégie zodpovedného podnikania firmy. Identifikácia a zisťovanie očakávaní zainteresovaných skupín sa začína dialógom so zainteresovanými subjektami (stakeholder dialogue)“. (Bussard a kol., 2005, s. 9)

Manažérske rozhodovanie v kontexte spoločenskej zodpovednosti podnikov

V kontexte adekvátneho pochopenia problematiky akou je spoločenská zodpovednosť podnikov je dôležité poukázať aj na jeden významný termín, ktorým je manažérske rozhodovanie.

Manažérske rozhodovanie je vnímané ako jedna z najdôležitejších činností, ktoré musia manažéri v rámci svojej práce vykonávať. Jedná sa o proces riešenia problémov, ktorý sa neorientuje iba na prijatie samotného rozhodnutia, ale taktiež na vyriešenie problému spätého s rozhodnutím. Z uvedeného vyplýva, že zapojenie stakeholderov v rámci rozhodovacieho procesu a do chodu podniku má svoje opodstatnenie (Papula, 2005).

Prínosy zapojenia stakeholderov do chodu podniku

Po identifikácii stakeholderov, ktorí sa podieľajú na aktivitách podniku priamo, alebo nepriamo, prináša podniku niektoré výhody:

- a) **Inovácia:** komunikácia so stakeholdermi môže priniesť inovatívne výhody a pomáha presnejšiemu porozumeniu toho, čo spoločnosť požaduje a čo sú najnovšie trendy.
- b) **Riadenie rizík:** môže dôjsť k skoršiemu identifikovaniu možného rizika, čím sa predíde stratám.
- c) **Nastavenie cieľov:** podnik môže nastaviť zmysluplné ciele svojej politiky založené na praxi.
- d) **Hodnotné informácie:** dobré vzťahy podniku so stakeholdermi, znamená pre podnik možnosť získať cenné informácie, ktoré napomôžu k zefektívneniu chodu podniku.

1.4 Organizácie zaoberajúce sa spoločensky zodpovedným podnikaním

V globálnom svete rastie záujem o to, ako najlepšie aplikovať stratégiu spoločenskej zodpovednosti podnikov do praxe. Pred 30-timi rokmi si v USA a vo Veľkej Británii manažéri uvedomili, že s rastúcou globalizáciou v rámci podnikania je nutné, aby sa krátkodobé ciele podnikov pretransformovali na dlhodobé ciele so zreteľom na dosiahnutie optimálneho zisku. Charakteristickými črtami tejto doby boli aj mnohé

škandály v amerických podnikoch, (ENRON a WorldCom) a mali za príčinu zavedenie Sarbane-Oxlyho zákona, ktorý zasahuje do podmienok a spôsobov riadenia podnikov. Na základe týchto úvah vzniklo Hnutie spoločensky zodpovedných podnikov. (Bussard a kol., 2005)

Ďalšou organizáciou na globálnej úrovni, ktorá podporuje menovanú stratégiu je OSN. Iniciatíva Global Compact združuje nielen agentúry OSN, ale aj zástupcov podnikov a iných medzinárodných organizácii (napríklad ILO alebo World Business Council for Sustainable Development). Na to, aby sa nejaký podnik stal súčasťou tejto iniciatívy, postačí, ak najvyššie vedenie podniku zašle verejný list aktuálnemu generálnemu tajomníkovi OSN. Iniciatíva Global Compact pozostáva z troch oblastí, ktoré zahrňujú určité princípy nasledovne:

1. Ľudské práva

- a) princíp 1 - podnik by mal podporovať a rešpektovať ľudské práva,
- b) princíp 2 - podnik by sa mal postarať o to, aby sa žiadnym spôsobom nepodieľali na ich porušovaní.

2. pracovné štandardy

- a) princíp 1 - podnik by mal rešpektovať slobodu združovania,
- b) princíp 2 - podnik by mal eliminovať všetky formy nútenej práce,
- c) princíp 3 - podnik nesmie využívať detskú pracovnú silu,
- d) princíp 4 - podnik by mal eliminovať diskrimináciu na pracovisku.

3. životné prostredie

- a) princíp 1 - podnik by mal podporovať ochranu životného prostredia,
- b) princíp 2 - podnik by mal podporovať iniciatívy smerované k podpore ochrany životného prostredia,
- c) princíp 3 - podnik by mal podporovať rozvoj technológií, ktoré sú ohľaduplné k životnému prostrediu. (Bussard a kol., 2005)

Ďalším aktérom, na globálnej scéne, je medzinárodná Organizácia pre hospodársku spoluprácu (Organisation for Economic Co-operation and Development - OECD). Spolu s OSN po prvýkrát vydali smernice pre usmernenie medzinárodných spoločností v roku 1976. Smernice sú výsledkom spolupráce jednotlivých členov OECD a tvoria súbor pravidiel, ktoré nie sú právnym predpisom. Tieto pravidlá sú súborom etických zásad podnikania v medzinárodnom prostredí. Všeobecne sa tieto pravidlá týkajú spôsobov riadenia podniku, transparentnosti v podnikaní, zverejňovania informácií, alebo

pracovných podmienok a vzťahov v rámci podnikov (vnútorných i vonkajších) atď. Tieto pravidlá boli naposledy aktualizované v roku 2011. (OECD, 2011)

Ďalšia organizácia, ktorá sa podieľa popri OECD na formulovaní súborov pravidiel a štandardov, je Medzinárodná organizácia práce ILO. ILO bolo založené v roku 1919 a je špecifická tým, že je zložená z troch strán a to z vlády, zamestnávateľov a odborov. Vytvára cestu pre dialóg medzi týmito stranami, čím oprávnene prispieva k zlepšovaniu stratégie spoločenskej zodpovednosti podnikov. I keď usmernenia a pravidlá, ktoré ILO vydáva nemajú charakter právneho predpisu, sú medzinárodne uznávané a mnoho krajín ich zavádza a ratifikuje, čím sa tieto pravidlá stávajú legislatívnymi.

Európska únia je významným aktérom v rámci spoločenskej zodpovednosti. Od začiatku 90-tych rokov podporuje otvorený trh, medzisektorovú spoluprácu a možnosť uplatnenia pre všetky sociálne skupiny. Čo sa týka jej vplyvu na spoločenskú zodpovednosť podnikov, môžeme spomenúť organizáciu CSR Europe, ktorá má za cieľ propagovať informácie o spoločenskej zodpovednosti a poskytovať vzdelávanie a poradenstvo v tejto oblasti. Spoločensky zodpovedné podnikanie v Európe bolo ovplyvnené vyhlásením na Lisabonskom summite, kde sa predstavitelia Európskej Únie dohodli vytvoriť do roku 2020 najkonkurencieschopnejšiu a najdynamickejšiu poznatkovo orientovanú ekonomiku. Po summite nasledovali aktivity, ako vydanie Zelenej knihy, séria 15-tich konferencií s názvom CSR Business Marathon. Bolo založené Multistakeholder Forum, ktoré združuje zástupcov zo strany zamestnávateľov, odborov, ako aj mimovládnych organizácií. (Bussard a kol., 2005)

Vplyv na spoločensky zodpovedné podnikanie majú aj organizácie, kde sa zrovna vládne organizácie nezapájajú. World Business Council for Sustainable Development pozostáva zo 170 podnikov medzinárodného charakteru, ktoré zdieľajú myšlienku trvalo udržateľného rozvoja. Poskytujú informácie pre iné podniky a prezentujú výhody, ktoré vyplývajú z ekologicky hospodárnej produkcie. International Business Leaders Forum je nezisková organizácia, ktorá sa zameriava na vzdelávanie. Propaguje spoločensky zodpovedné podnikanie a snaží sa o dosiahnutie trvalo udržateľného rozvoja tým, že novým a rozvíjajúcim sa ekonomikám pomáha zaviesť túto stratégiu do sféry siciálnej, ekonomickej a environmentálnej. Organizácia Business the Community zahrňujúca 700 podnikov je pôvodom z Veľkej Británie. Vyznačuje sa tým, že členovia musia prisľúbiť dlhodobé vylepšenie svojho vplyvu na spoločnosť. (Bussard a kol., 2005)

1.5 Vnímanie spoločensky zodpovedného podnikania na Slovensku

Koncepcia CSR je v súčasnosti na Slovensku rozšírenejšia a verejnosť ju spája prevažne s väčšími podnikmi. Avšak na Slovensku je angažovanosť tak silná, že i keď menší podnik nemá vo svojej stratégii podnikania zabudovanú oficiálne stratégiu spoločensky zodpovedného podniku, to ešte neznamená, že sa nechová spoločensky zodpovedne.

Prvé myšlienky o tejto stratégii sa na Slovensko dostali s väčšími podnikmi, ktoré začali na slovenský trh prenikať v 90-tych rokoch 20-teho storočia. Slovenská ekonomika sa začala otvárať svetu, čo znamenalo, že do krajiny začali prúdiť zahraničné investície. Nová zahraničná obchodná politika takýmto spôsobom priniesla aj myšlienky spoločensky zodpovedného podnikania.

Slovensko, zaviedlo „*legislatívny ráme pre certifikáciu Systém environmentálneho manažérstva podľa medzinárodnej normy ISO 14001*“. (Madzik, 2014, s. 22)

Business Leaders Forum vzniklo ešte v časoch Československa (1992) a malo za úlohu zlepšovať spoločnosť, vytváraním a zavádzaním určitých pravidiel zodpovedného podnikania. Základnou myšlienkou bolo dosiahnuť prosperitu Slovenskej republiky.

Na Slovensku je častokrát možné sa stretnúť názorom, že spoločensky zodpovedné podnikanie je niečo, ako filantropia, alebo charita. Z výskumu, ktorý realizovala Nadácia Pontis v roku 2006 vyplynulo, že respondenti spoznávali pojem spoločensky zodpovedného podniku intuitívne. V každodennom živote ich táto stratégia podnikov nezaujímala. Veľakrát verejnosť nemá dostatok informácií o podnikoch a ich aktivitách, aby mohli povedať, že sa daný podnik správa spoločensky zodpovedne. (Business Leaders Forum, 2006)

V rámci Európy môžeme povedať, že Slovensko so svojou občianskou spoločnosťou patrí medzi najaktívnejšie štáty. Na Slovensku vzniká mnoho občianskych združení a nadácií, ktoré sú hlavnými podporovateľmi CSR na Slovensku.

Informácie o tom, či sa podnik správa spoločensky zodpovedne, alebo nie, je možné získať z „účetníctva“ podniku, respektíve z jeho výročnej správy. O výročnej správe ako aj o overovaní účtovnej závierky audítorom ustanovuje § 19 a 20 Zákona č. 431/2002 Z. z. o účetníctve v znení neskorších predpisov (zákon o účetníctve, § 19 § 20).

1.5.1 Zverejňovanie informácií o CSR vo výročnej správe

Z pohľadu spoločenskej zodpovednosti podniku je veľmi podstatným dokumentom výročná správa ktorej ustanovuje § 20 zákona č. 431/2002 Z. z. o účtovníctve v znení neskorších predpisov.

Informácie o spoločenskej zodpovednosti podniku a úsilie, ktoré vynakladajú podniky v smere CSR, zverejňujú vo výročnej správe. Obsah výročnej správy stanovuje § 20 zákona č. 431/2002 Z.z. o účtovníctve v znení neskorších predpisov a obsahuje tieto informácie v základnom ponímaní:

„(1) Účtovná jednotka, ktorá musí mať účtovnú závierku overenú audítorom podľa § 19, je povinná vyhotovovať výročnú správu, ktorá musí byť overená audítorom, s výnimkou výročnej správy podľa osobitného predpisu¹. Výročná správa obsahuje účtovnú závierku za účtovné obdobie, za ktoré sa vyhotovuje výročná správa, a správu audítora k tejto účtovnej závierke, ak osobitný predpis neustanovuje inak, a najmä informácie o

- a) vývoji činnosti účtovnej jednotky a o jej finančnej situácii najmenej za dve bezprostredne predchádzajúce účtovné obdobia,*
- b) udalostiach osobitného významu, ktoré nastali po skončení účtovného obdobia, za ktoré sa vyhotovuje výročná správa,*
- c) predpokladanom budúcom vývoji činnosti účtovnej jednotky,*
- d) výdavkoch na činnosť v oblasti výskumu a vývoja,*
- e) obstarávaní vlastných akcií, dočasných listov, obchodných podielov a akcií, dočasných listov a obchodných podielov ovládajúcej osoby,²*
- f) návrhu na rozdelenie zisku alebo vyrovnanie straty,*
- g) údajoch požadovaných podľa osobitných predpisov,*
- h) tom, či účtovná jednotka má organizačnú zložku v zahraničí.*

(2) Obsah výročnej správy inak ako v odseku 1 môže určiť osobitný predpis.³

(3) Výročná správa účtovnej jednotky podľa odseku 1 musí poskytovať verný a pravdivý obraz a musí byť overená audítorom do konca účtovného obdobia nasledujúceho po účtovnom období, za ktoré sa vyhotovuje.

(4) K priebežnej účtovnej závierke sa vyhotovuje priebežná správa, ak tak ustanoví osobitný predpis“⁴

¹ Napríklad § 39 zákona Národnej rady Slovenskej republiky č. 566/1992 Zb. v znení neskorších predpisov, § 35 ods. 2 zákona č. 34/2002 Z. z.

² § 66a Obchodného zákonníka v znení zákona č. 127/1999 Z. z.

³ Napríklad § 35 ods. 2 zákona č. 34/2002 Z. z.

1.6 Subjekty podporujúce spoločensky zodpovedné podnikanie na Slovensku Združenie Fórum Donorov

Združenie vzniklo v roku 2000 ako iniciatíva Nadácie otvorenej spoločnosti, Nadácie pre občianku spoločnosť, Nadácie pre deti Slovenska a Sasakawa Peace Foundation a Nadácie pre občiansku spoločnosť. V rámci tohto združenia sa neskôr v roku 2006 vytvoril tzv. Klub firemných darcov, ktorý je zložený z podnikov, ktoré podnikajú v rámci Slovenska a zameriavajú sa na firemnú filantropiu. Spoločným cieľom členov je podľa ich etického kódexu „*podporovať rozvoj firemnej filantropie a propagovať zodpovedné darcovstvo v Slovenskej republike.*“ (Etický kódex firemného darcu) Fórum zostavuje tzv. „TOP firemný filatrop,“ ktorý ako jediný na Slovensku zdieľa dáta o podnikovom darcovstve. Je to rebríček podnikov, ktoré časť svojich ziskov venujú na nejaký verejnoprospešný projekt. Sumy, ktoré sa berú do úvahy, nezahŕňajú poukázané 2% podielu zaplatenej dane, ani sponzorské príspevky. Tento rebríček je zostavený z troch kategórií, a to celkový objem darov veľkých podnikov, celkový objem darov stredne veľkých podnikov a celkový objem darov malých podnikov. V roku 2012 bola pridaná ďalšia kategória, a to Zamestnanec-filatrop roka, v rámci ktorej bývajú nominovaní zamestnanci, ktorí sa podieľali a podporovali verejnoprospešné aktivity, vykonávali dobrovoľnícku prácu, alebo iniciovali nové projekty. (Nadácia Pontis, 2019)

Nadácia Pontis

Nadácia bola pred rokom 2001 známa ako Nadácia pre občiansku spoločnosť. Nadácia sa zameriava na podporu podnikov a individuálnej filantropie. Napomáha podnikom pri ich filantropických aktivitách a poskytuje im poradenstvo. „*V oblasti demokratizácie a rozvojovej spolupráce je aktívna v troch strategických programových oblastiach: rozvojové vzdelávanie, verejná politika a medzisektorová spolupráca.*“ (Nadácia Pontis, 2019) Koncept spoločenského zodpovedného podnikania začala presadzovať na Slovensku v roku 2004. Zameranie nadácie je široké, ale zo všetkých jej aktivít môžeme spomenúť ocenenie ViaBona Slovakia, ktoré sa udeľuje za zodpovedné podnikanie a filantropiu. Business Leaders Forum a know-how je zoskupenie firiem, ktoré sú zapojené do zodpovedného podnikania. (Nadácia Pontis, 2019)

⁴ Napríklad zákon č. 483/2001 Z. z. o bankách a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov.

Nadácia Integra

Nadácia Integra vznikla v roku 1955. Prvými aktivitami sa zameriavala na nových podnikateľov na Slovensku a poskytovala im pôžičky na ich podnikanie. Zameriavala sa na ženy a pomáhala im začínať v podnikaní.

Inštitút pre ekonomické a sociálne reformy (INEKO)

Inštitút INEKO podporuje zavádzanie potrebných reforiem v sociálnej a ekonomickej oblasti, s cieľom odstraňovať zábrany, ktoré bránia pozitívnemu vývoju ekonomiky Slovenska. INEKO sa radí medzi nevládne neziskové organizácie. Zameriava sa najmä na šírenie informácií. (Ineko, 2019)

2 Cieľ práce, metodika práce a metódy skúmania

Spoločenská zodpovednosť podnikov je v čoraz viac diskutovanou témou v spoločnosti. Snaha správať sa zodpovedne sa dostáva do popredia záujmov podnikov. Cieľom práce je analyzovať správanie podniku pri manažérskych rozhodnutiach a tvorbe strategických plánov podniku s dôrazom na spoločenskú zodpovednosť vo vybranom podniku.

Prioritnou metódou, ktorá je v bakalárskej práci použitá, je metóda dotazníkového prieskumu. Prostredníctvom tejto metódy sme získali potrebné množstvo odpovedí na vopred vypracované otázky, prostredníctvom ktorých sme boli ďalej schopní vyvodit' závery v rámci spracovania bakalárskej práce.

Medzi ďalšie metódy skúmania, ktoré boli v rámci spracovania bakalárskej práce využité patrí:

- a) analýza,
- b) syntéza,
- c) dedukcia,
- d) indukcia.

Analýza je považovaná za základnú vedeckú metódu, ktorá je založená na dekompozícii celku na elementárne časti. Jej cieľom je identifikácia podstatných vlastností elementárnych častí celku a poznanie ich podstaty a zákonitostí. Analýzu sme využili pri právnej úprave podniku v oblasti výročnej správy .

Syntéza je taktiež považovaná za jednu zo základných vedeckých metód. Na rozdiel od analýzy je založená na spájaní jednotlivých častí do celku. Metóda syntézy bola využitá pre spracovanie ako teoretickej časti bakalárskej práce, tak aj v rámci výskumu.

Dedukcia je vedecká metóda, ktorá je založená na postupnej transformácii výrazov, pomocou odvodzovacích pravidiel. Často krát nazývaná aj ako odvodzovanie. Metóda dedukcie bola využítá najmä v rámci výskumnej časti v rámci ktorej sme odvodzovali konkrétne odporúčania.

Indukcia je vedecká metóda, ktorá využíva stanovenie všeobecných téz, získaných na základe preskúmania jednotlivých prípadov, t.j. jedná sa o postup „od jednotlivého k všeobecnému“. Metóda indukcie bola rovnako ako metóda dedukcie využítá najmä vo výskumnej časti bakalárskej práce v rámci odporúčaní ktoré sme aj prostredníctvom nej mohli identifikovať.

3 Výsledky práce

V tejto kapitole sa zaoberáme prezentáciou výsledkov, ktoré sme získali v rámci dotazníkového výskumu, ktorý bol realizovaný v spoločnosti Prosol, s.r.o. s cieľom identifikovať koncepciu spoločenskej zodpovednosti skúmanej organizácie a identifikujeme objekt skúmania, firmu, v rámci ktorej bol realizovaný výskum.

3.1 Charakteristika spoločnosti Prosol, s.r.o.

Spoločnosť Prosol, s.r.o. je spoločnosť, ktorá bola založená v roku 2014. Zaoberá sa odvozom a likvidáciou všetkých druhov odpadov, zemnými a búracími prácami, prepravnými službami, poradenstvom v súvislosti s odpadovou legislatívou, resp. environmentálnym poradenstvom, nakladaním s nebezpečným odpadom, búracími, výkopovými prácami, technologickým čistením a vyradovaním prevádzok z činnosti, ako aj množstvom iných činností.

Medzi klientov možno zaradiť také spoločnosti, ako sú napríklad Slovaft, Transpetrol, EON, Železničné stavebníctvo, Železnice Slovenskej republiky, STRABAG Pozemné a inžinierske staviteľstvo, s.r.o., Doprastav, a.s., EUROVIA SK, a.s., ZIPP Bratislava, spol. s.r.o. a iní.

PROSOL, s.r.o. poskytuje rozsah konzultačných služieb v rámci poskytovania environmentálnych auditov, poradenskú činnosť pri implementácii systémov kvality (ISO 9001), environmentálneho manažérstva (ISO 14001) a ochrany zdravia a bezpečnosti pri práci (OHSAS 18001). Taktiež poskytuje štúdie vplyvu na životné prostredie Environmental Impact Assessment (EIA) a odborné posudkové štúdie.

3.2 Zverejňovanie informácií CSR vo výročnej správe spoločnosti Prosol s.r.o.

Spoločnosť má povinnosť overiť účtovnú závierku audítorom a tým jej vzniká aj povinnosť vyhotoviť výročnú správu (zákon o účtovníctve, § 19, 20), ktorá obsahuje okrem účtovnej závierky aj nefinančné informácie o vývoji, konaní, pozícii a o vplyve činnosti účtovnej jednotky na environmentálnu, sociálnu a zamestnaneckú oblasť, informáciu o dodržiavaní ľudských práv a informáciu o boji proti korupcii a úplatkárstvu

(ďalej len „oblasť spoločenskej zodpovednosti“), pričom uvádza najmä opis a výsledky používania politiky, ktorú spoločnosť uplatňuje v oblasti spoločenskej zodpovednosti (zákon o účtovníctve, § 20 ods. 9).

Výročná správa spoločnosti obsahuje nefinančné operácie vykonávané spoločnosťou Prosol s.r.o. Pre spoločnosť znamená trvalo udržateľný rozvoj záväzok vyvážené integrovať ekonomické, environmentálne a sociálne aspekty do každodenných podnikateľských činností, s cieľom maximalizovať tvorbu hodnôt pre partnerov a zabezpečiť povolenie pre danú činnosť v dlhodobom horizonte. Uplatnenie etiky v podnikaní a koncepciu trvalo udržateľného rozvoja, s ktorým sa dá dosiahnuť tak konkurenčná výhoda, ako aj konkurencieschopnejšia firma. Zastávam názor, že vhodná implementácia CSR a prepojenie jej jednotlivých oblastí, respektíve dosiahnutie synergie, vedie k trvalo udržateľnému rozvoju firmy. CSR považuje za neoddeliteľnú súčasť stratégie konkurencieschopnej firmy. Treba však zohľadniť záujmy všetkých zainteresovaných strán, a je žiaduce ich zosúladiť. Spoločenská zodpovednosť spoločnosti Prosol s.r.o. je rozdelená na tri oblasti.

a) Ekonomickú oblasť

Ekonomická oblasť sa vťahuje na organizačné požiadavky a riadenie podniku. Spoločnosť má vypracovaný etický kódex, ktorý upravuje správanie firmy. V etickom kódexe sú zahrnuté také zásady ako odmietanie a boj proti korupciám, prehľadnosť/transparenťnosť finančných transakcií, dobré vzťahy so zákazníkmi čomu prispieva aj organizovanie spoločenských podujatí v podobe večierkov a posedení, ktoré sa konajú minimálne 2x do roka. Zamestnanec je pri nástupe do zamestnania oboznámený s nasledovnými pravidlami : zodpovedne pracovať v záujme dôstojnej reprezentácie Prosol s.r.o. je prvoradou úlohou, pre dosiahnutie najlepšieho možného výsledku je potrebná spolupráca s kolegami v rámci spoločnosti, pri obchodných stretnutiach pôsobiť na druhú stranu čestne, profesionálne a priateľsky, odmietnuť všetky druhy korupcie, pri obchodných stretnutiach zamerať sa na situáciu, v ktorej by sa jedna alebo druhá strana dostala pod tlak, udržiavať pozitívne vzťahy s obchodnými partnermi pre potrebu dlhodobu úspešnej a obojstrannej spolupráce.

b) Sociálnu oblasť

Spoločnosť Prosol s.r.o. v rámci sociálnej oblasti sa v politike bezpečnosti a ochrany zdravia pri práci, ochrany a spoločenskej zodpovednosti zaviazala k bezpečnosti a zdraviu zamestnancov. Predstavitelia spoločnosti veria, že úrazom sa dá predísť a s týmto cieľom spoločnosť zabezpečuje rôzne projekty a kampane, ako aj školenia v rámci BOZP. Spoločnosť zaujala osobitý prístup aj v rámci vzdelávania a odmeňovania zamestnancov, ktoré vo veľkom rozsahu podporuje. Zamestnanci majú preplácané školenia a kurzy ktoré zvyšujú ich odbornú kvalifikáciu. Gendrová alebo aj politika rozmanitosti nie je v organizácii cudzí, pojem, čo dokazuje aj nadpolovičná väčšina zamestnaných žien.

c) Environmentálnu oblasť

Spoločnosť Prosol s.r.o. vynakladá maximálne úsilie pri hľadaní riešení, ktoré minimalizujú vplyv jej činností na životné prostredie. Ochranu prírody a krajiny na Slovensku upravuje zákon 543/2002 Z.z. o ochrane krajiny a prírody v znení neskorších predpisov. Spoločnosť pri vykonávaní svojej činnosti dbá na minimalizovanie hluku (používa sa metóda „in site“ t.z. v mieste vzniku ostatného odpadu) v dotknutom území, dôkladnej recyklácii stavebných odpadov ako aj ich opätovné využitie, zamedzenie prašnosti použitím kropiacich zariadení. Kľúčovou stratégiou je výber optimálneho variantu a minimalizácie vplyvov na životné prostredie.

3.3 Dotazník

Hlavnou metódou ktorá bola využitá v bakalárskej práci s názvom Koncepcia spoločenskej zodpovednosti podnikov a jej aplikovanie v praxi bola metóda dotazníkového prieskumu prostredníctvom ktorej sme boli schopný získať dostatočné množstvo informácií vhodných na adekvátne spracovanie tejto problematiky. Dotazník vytvorený na tieto účely obsahoval nasledovné otázky a mal takúto formu.

Dobrý deň,

Chceli by sme Vás poprosiť o vyplnenie dotazníka, za účelom získania údajov týkajúcich sa Koncepcie spoločenskej zodpovednosti podnikov a jej aplikovanie v praxi. Vyplnenie dotazníka nezaberie veľa času. Žiadame Vás, aby ste na otázky odpovedali pravdivo.

Ďakujeme za spoluprácu.

1. Aký je Váš vek?
2. Ako dlho pracujete v spoločnosti?
3. Aká je Vaša pracovná pozícia?
4. Ako ste spokojný s Vaším finančným ohodnotením?
5. Považujete spoločnosť, kde pracujete, za dobrého zamestnávateľa?
6. Pojem spoločenská zodpovednosť firiem (SZP) – stretli ste sa s ním už niekedy?
7. Podniká firma, v ktorej pracujete, podľa Vášho názoru spoločensky zodpovedne?
8. Ovplyvnilo Vás pri výbere zamestnania to, že je firma spoločensky zodpovedná?
9. Mala by byť, podľa Vás, každá firma spoločensky zodpovedná (podpora neziskových organizácií, charitatívnych projektov) alebo by mala využívať finančné prostriedky len vo svojom vnútornom prostredí?
10. Prosím vyberte z ponúkaných možností tie, o ktorých viete, že sa im firma venuje.
 - Dobré pracovné podmienky
 - Snaha o zlepšovanie životného prostredia
 - Etické chovanie
 - Dobrovoľnícke aktivity
 - Sponzoring
 - Dobré vzťahy s dodávateľmi
 - Starostlivosť o zamestnancov
 - Inovácie
 - Nové technológie
11. Dnes je životné prostredie jednou z najdiskutovanejších spoločenských tém. Ako sa firma, v ktorej pracujete, stavia k jeho ochrane?

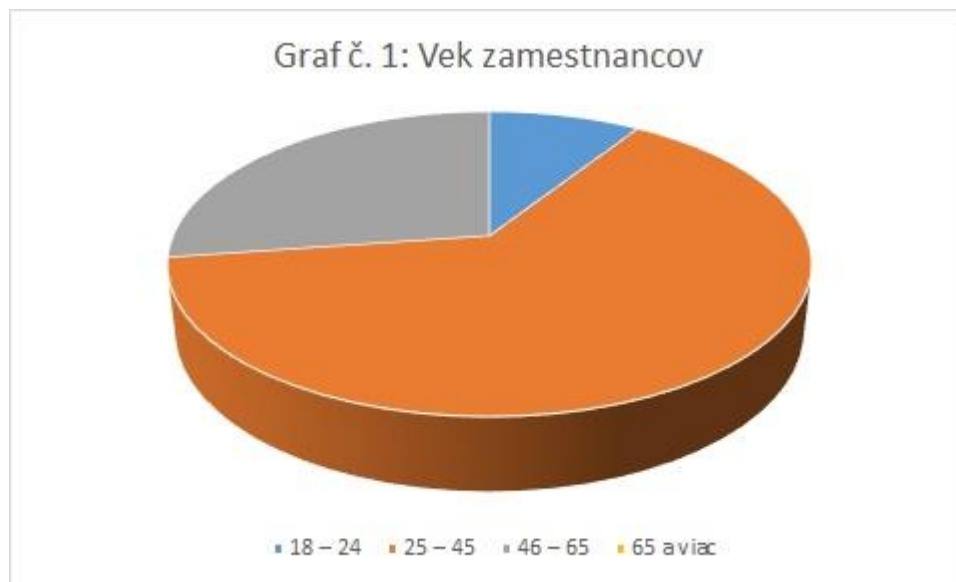
3.4 Vyhodnotenie dotazníkového výskumu a diskusia

Analyzované informácie sme pre náš výskum nadobudli na základe dotazníkovej metódy. Dotazník je zložený z jedenástich otázok, z ktorých tri možno považovať za otázky demografického charakteru. V rámci nášho výskumu bolo v spoločnosti Prosol, s.r.o. oslovených 11 respondentov. Jednalo sa o zamestnancov, ktorí majú trvalý pracovný pomer a ktorých pracovné zaradenie je orientované na administratívnu činnosť. Informácie, získané prostredníctvom dotazníkového výskumu, nám v ďalšej fáze bakalárskej práce slúžili k vypracovaniu záverov autora, ako aj k vytvoreniu odporúčaní, ktoré by podľa autora bolo vhodné reflektovať vo vzťahu k skúmanej problematike. Štruktúru zamestnancov podľa veku zobrazuje tabuľka č. 1.

Tabuľka č.6:Vek zamestnancov

18 – 24	1
25 – 45	7
46 – 65	3
65 a viac	0

Zdroj: vlastné spracovanie



Zdroj: vlastné spracovanie

Z uvedeného grafu číslo jedna vyplýva, že najväčšie zastúpenie zamestnancov, čo sa týka dosiahnutého veku, majú v rámci skúmanej vzorky zamestnanci vo veku od 25 do 45 rokov. Jedná sa o 64 % respondentov. Druhou najpočetnejšou skupinou sú zamestnanci vo veku od 46 do 65 rokov, čo tvorí 27 % respondentov. Treťou

najpočetnejšou skupinou sú zamestnanci vo veku od 18 do 24 rokov, čo tvorí 9 % respondentov. Žiaden zo zamestnancov, v rámci nami skúmanej vzorky, nespadá do kategórie vo veku viac ako 65 rokov. Podnik zamestnáva v prevažnej väčšine pracovníkov z generácie Y .

Tabuľka č. 7: Ako dlho pracujete v organizácii?

1 – 2 roky	8
3 - 5 rokov	2
Viac ako 5 rokov	1

Zdroj: vlastné spracovanie



Zdroj: vlastné spracovanie

Z grafu číslo 2 vyplýva, že najpočetnejšou skupinou zamestnancov, v kontexte odrobených rokov v skúmanej spoločnosti, je skupina zamestnancov, ktorí v nej pracujú od 1 do 2 rokov, čo predstavuje 73 % respondentov. Druhou v poradí je skupina respondentov, pracujúcich v skúmanej spoločnosti od 3 do 5 rokov. Jedná sa o 18 % respondentov. Poslednou, treťou skupinou v poradí, je skupina zamestnancov, ktorí pracujú v spoločnosti viac ako 5 rokov. Táto skupina tvorí 9 % z celkového počtu opýtaných respondentov.

Tabuľka č. 3: Aká je Vaša pracovná pozícia

Pracovná pozícia	Počet zamestnancov
Referent pre verejné obstarávanie	1
Manažér prípravy stavieb	4

Referent pre životné prostredie	2
Manažér stavieb	4

Zdroj: vlastné spracovanie



Zdroj: vlastné spracovanie

Prostredníctvom tretej otázky sme zisťovali, aká je pracovná pozícia jednotlivých opýtaných. Z grafu č. 3 je možné vyčítať, že pozícia manažéra prípravy stavieb je zastúpená počtom zamestnancov v rovnakom počte, ako pozícia manažéra stavieb. Jedná sa v tomto prípade o niečo viac ako 36 % z celkového počtu opýtaných. Ďalšou pozíciou, ktorá je v rámci nášho výskumu zastúpená v počte niečo vyše 18 % opýtaných, je pozícia referenta pre životné prostredie. Poslednou pozíciou v rámci nami skúmanej vzorky respondentov je pozícia referenta pre verejné obstarávanie, ktorá je zastúpená v počte 9 % z celkového počtu opýtaných.

Tabuľka č. 8: Ako ste spokojný s Vaším finančným ohodnotením?

Áno som spokojný	8
Nie nie som spokojný	3

Zdroj: vlastné spracovanie



Zdroj: vlastné spracovanie

Graf číslo štyri poukazuje na spokojnosť zamestnancov s ich finančným ohodnotením. Necelých 73% zamestnancov pritom na otázku ohľadom spokojnosti s ich finančným ohodnotením odpovedalo, že sú spokojní, pričom niečo vyše 23 % opýtaných spokojných nie je. Z uvedeného vyplýva, že väčšina zamestnancov je s ich finančným ohodnotením spokojná. V rámci odporúčania by sme navrhovali, aby sa manažment spoločnosti sústredil na tú skupinu zamestnancov, ktorá so svojím finančným ohodnotením nie je spokojná. Spokojnosť zamestnancov z pohľadu finančného zázemia je dôležitým prvkom manažmentu naprieč celým jeho spektrom riešených problémov a v rámci chápania problematiky spoločensky zodpovedného podniku tomu nie je inak. Existujú názory, že dobre platený zamestnanec má menšie pokušenie vziať úplatok, ako zamestnanec, ktorý dobre platený nie je. Etickosť podnikania nezávisí len od predstaviteľov jednotlivých spoločností, ale aj od ich podriadených. Z tohto dôvodu je dôležité, aby zamestnanci, v prípade ak sa spoločnosti darí, to pociťovali aj oni a to prostredníctvom zvýšeného finančného ohodnotenia, čo môže mať priamy súvis s dodržiavaním etických postupov v rámci spoločnosti a teda aj so zvýšenou mierou spoločensky zodpovedného podnikania. Okrem toho zamestnanci patria medzi primárnych stakeholderov, ktorých podstata záujmu sa upriamuje okrem iného aj na spravodlivé odmeňovanie.

Tabuľka č. 9: Považujete spoločnosť, kde pracujete, za dobrého zamestnávateľa?

Áno	3
Skôr áno	6

Nie	0
Skôr nie	2

Zdroj: vlastné spracovanie



Zdroj: vlastné spracovanie

Graf č. 5 interpretuje informácie na otázku, či oslovení respondenti považujú skúmanú spoločnosť za dobrého zamestnávateľa. Z uvedeného grafu je možné vyčítať, že niečo vyše 27 % opýtaných považuje spoločnosť, v ktorej pracuje za dobrého zamestnávateľa. Viac ako 54,5 % sa, v rámci rovnako položenej otázky, prikláňa k odpovedi „skôr áno“. Len niečo vyše 18 % sa, v rámci oslovených respondentov, prikláňa na rovnakú otázku k odpovedi „skôr nie“, pričom žiadny z oslovených respondentov, v rámci rovnako položenej otázky, neodpovedal vyslovene negatívne a to, že nepovažuje spoločnosť, v ktorej pracuje za dobrého zamestnávateľa. Z uvedených odpovedí je možno vyvodit' záver, že v spoločnosti prevláda skôr kladný názor na to, či je skúmaná spoločnosť považovaná za dobrého zamestnávateľa. Táto otázka v sebe zakomponováva veľké množstvo faktorov, ktoré ovplyvňujú názory a pohľad zamestnancov na to, či spoločnosť je, alebo nie je dobrý zamestnávateľ. V rámci odporúčania by sme chceli upriamiť pozornosť na skupinu zamestnancov, ktorí buď nepovažujú, alebo skôr nepovažujú spoločnosť za dobrého zamestnávateľa, nakoľko aj to je odrazom spoločensky zodpovedného podnikania, najmä ak dôvodmi tohto názoru je nestabilita v zamestnaní, alebo nie bezpečné pracovné prostredie.

Tabuľka č. 10: Pojem spoločenská zodpovednosť firiem (SZP) – stretli ste sa s ním už niekedy?

Áno stretol som sa s týmto pojmom	9
Nie nestretol som sa s týmto pojmom	2

Zdroj: vlastné spracovanie



Zdroj: vlastné spracovanie

Graf č. 6 poukazuje na odpovede na otázku, či sa oslovení respondenti už stretli s pojmom spoločenská zodpovednosť firiem. Na túto otázku odpovedalo kladne viac ako 81 % opýtaných respondentov, pričom ostatní, to jest niečo viac ako 18 % ,odpovedali záporne. Z týchto výsledkov je možné vyvodit' záver, že väčšina opýtaných sa už stretla s termínom spoločenská zodpovednosť podnikov. Odporúčaním zo strany autora je viac prehľbovať vedomosť o tejto problematike medzi zamestnancami, s cieľom zakomponovať tento fenomén do organizačnej kultúry spoločnosti. Je dôležité, aby sa sami zamestnanci stotožňovali s podnikom, ktorý pôsobí a chce naďalej pôsobiť ako spoločensky zodpovedný.

Tabuľka č. 11: Podniká firma, v ktorej pracujete, podľa Vášho názoru spoločensky zodpovedne?

Áno	6
Skôr áno	3
Nie	0
Skôr nie	2

Zdroj: vlastné spracovanie

Graf č. 7: Podniká firma, v ktorej pracujete, podľa
Vášho názoru spoločensky zodpovedne?



Zdroj: vlastné spracovanie

Graf č. 7 odzrkadľuje odpovede na otázku či firma, v ktorej oslovení respondenti pracujú, podľa nich podniká spoločensky zodpovedne. V rámci tejto otázky boli identifikované nasledovné odpovede. Viac ako 54,5 % opýtaných uviedlo, že podľa ich názoru firma, v ktorej pracujú podniká spoločensky zodpovedne. Odpoveď „skôr áno“ zaznačilo niečo vyše 27 % opýtaných. Odpoveď „skôr nie“ bola zaznačená v rámci tejto otázky v niečo vyše 18% opýtaných. Nikto z opýtaných si nemyslí, že firma nepodniká spoločensky zodpovedne. Na základe toho je možné konštatovať a do určitej miery potvrdiť aj výsledky predošlej otázky, nakoľko súčet kladných a záporných odpovedí je v oboch prípadoch (ak berieme do úvahy aj relatívne kladné „skôr áno“ a relatívne záporné „skôr nie“ odpovede) rovnaký. V predošlej otázke sme zaregistrovali dve záporné odpovede na otázku, či sa zamestnanci stretli s pojmom spoločenská zodpovednosť podnikov. V tejto otázke, to jest „či si myslia že firma podniká spoločensky zodpovedne“ sme zaregistrovali dve relatívne záporné odpovede. Môže pritom ísť o rovnakých respondentov, ktorí sa na základe predošlých odpovedí nestretli s týmto termínom. Z uvedených odpovedí je však jasné, že väčšina zamestnancov považuje firmu, v ktorej pracuje za spoločensky zodpovednú. Odporúčania v rámci tejto otázky sú obdobné ako v otázke predošlej, a to snažiť sa rozšíriť pochopenie spoločenskej zodpovednosti podnikov a poukázať, prečo všetko by skúmaný podnik mal byť považovaný za spoločensky zodpovedný.

Tabuľka č. 12: Oplyvnilo Vás pri výbere zamestnania to, že je firma spoločensky zodpovedná?

Áno	5
Skôr áno	2
Nie	2
Skôr nie	2

Zdroj: vlastné spracovanie



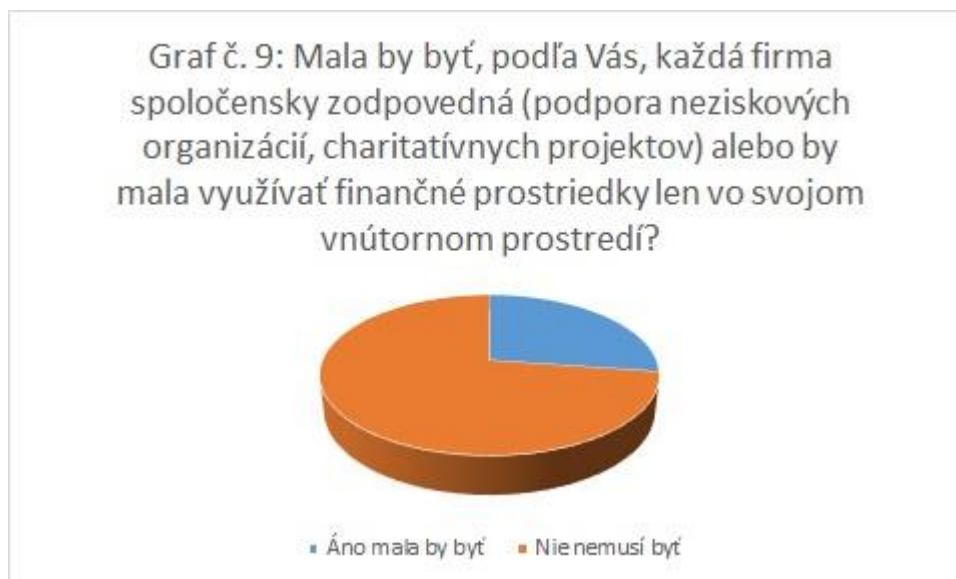
Zdroj: vlastné spracovanie

Graf č. 8 znázorňuje odpovede respondentov dotazovaných na otázku, či ich pri výbere zamestnania ovplyvnilo to, že firma je spoločensky zodpovedná. Na túto otázku odpovedalo kladne niečo menej ako 45,5 % opýtaných. Ostatné Odpovede, to jest „skôr áno, nie a skôr nie“ zaznačilo rovnaké množstvo opýtaných, a to niečo vyše 18 %. Z uvedeného je jasne viditeľné, že viac ako polovica oslovených sa pri výbere zamestnania zaoberala tým, či je firma spoločensky zodpovedná, alebo nie je. Z uvedeného je možné vyvodiť záver, že pre viac ako polovicu opýtaných táto otázka zohráva úlohu vo výbere zamestnania a v ich pracovnom živote. Na základe toho odporúčame u tejto skupiny zamestnancov upevňovať a rozširovať povedomie o tejto problematike a pri zamestnancoch, pre ktorých toto kritérium nezohrávalo až takú významnú úlohu, respektíve žiadnu úlohu, snažiť sa hlbšie pochopenie tohto fenoménu a jeho následné prebratie.

Tabuľka č. 13: Mala by byť, podľa Vás, každá firma spoločensky zodpovedná (podpora neziskových organizácií, charitatívnych projektov), alebo by mala využívať finančné prostriedky len vo svojom vnútornom prostredí?

Áno mala by byť	3
Nie nemusí byť	8

Zdroj: vlastné spracovanie



Zdroj: vlastné spracovanie

Graf č. 9 odzrkadľuje odpovede respondentov na otázku, či by mala byť, podľa nich, každá firma spoločensky zodpovedná (podpora neziskových organizácií, charitatívnych projektov), alebo by mala využívať finančné prostriedky, len vo svojom vnútornom prostredí. Na takto naformulovanú otázku odpovedalo kladne niečo vyše 27 % a až skoro 73 % opýtaných odpovedalo záporne. Z uvedeného je zrejmé, že aj napriek veľkej miere pochopenia spoločenskej zodpovednosti podnikov, zamestnanci preferujú názor, že finančné prostriedky by mali byť využité v prospech firmy a teda, že by mali byť použité vo vnútornom (firemnom) prostredí.

Tabuľka č. 14: Prosím vyberte z ponúkaných možností tie, o ktorých viete, že sa im firma venuje.

Možnosti	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Dobré pracovné podmienky	X		X				X	X	X	X	X
Snaha o zlepšovanie životného prostredia	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Etické chovanie	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Dobrovoľnícke aktivity											
Sponzoring											
Dobré vzťahy s dodávateľmi	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Starostlivosť o zamestnancov	X	X	X		X		X	X	X	X	X
Inovácie	X	X	X	X		X		X	X		
Nové technológie	X		X			X			X		

Zdroj: vlastné spracovanie



Zdroj: vlastné spracovanie

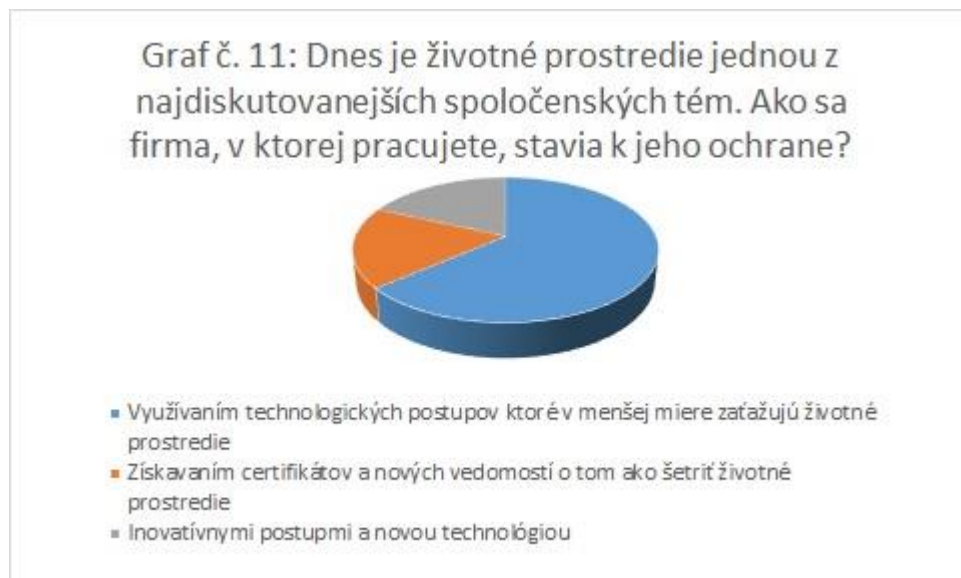
Graf č.10 reflektuje výber možností jednotlivých respondentov, ktoré boli vybrané na základe ich uplatňovania skúmanou firmou. Možnosť dobré pracovné podmienky, označilo viac ako 63,5 % oslovených respondentov. Možnosť snaha o zlepšovanie životného prostredia, označilo 100 % opýtaných respondentov. Možnosť etické chovanie, označilo rovnako 100 % opýtaných respondentov. Možnosti dobrovoľnícke aktivity a sponzoring, neoznačil nikto z opýtaných respondentov. Možnosť dobré vzťahy s dodávateľmi, označilo 100 % opýtaných respondentov. Možnosť starostlivosť o zamestnancov, označilo viac ako 81 % opýtaných respondentov. Možnosť inovácie, označilo viac ako 63% opýtaných respondentov. Možnosť nové technológie, označilo viac ako 36% opýtaných respondentov. Z týchto deviatich možností identifikovali prostredníctvom svojich odpovedí všetci respondenti tri možnosti, ktorými sa firma v rámci spoločenskej zodpovednosti zaoberá. Jedná sa o: snahu o zlepšovanie životného prostredia, etické chovanie a dobré vzťahy s dodávateľmi. Na základe toho možno dôjsť k záveru, že skúmaná spoločnosť sa najmenej zaoberá, z pohľadu spoločenskej

zodpovednosti, práve sponzoringu a dobrovoľníckym aktivitám. Odporúčanie autora je preto smerované práve smerom k týmto dvom identifikovaným možnostiam, nakoľko napríklad sponzoring, ale aj dobrovoľnícke aktivity môžu mať okrem spoločensky zodpovednej roviny aj ďalšiu, pre každú spoločnosť významnú rovinu a tou je rovina dobrej reklamy.

Tabuľka č. 15: Dnes je životné prostredie jednou z najdiskutovanejších spoločenských tém. Ako sa firma, v ktorej pracujete, stavia k jeho ochrane?

Spôsob ochrany životného prostredia	Počet zamestnancov
Využívaním technologických postupov ktoré v menšej miere zaťažujú životné prostredie	7
Získavaním certifikátov a nových vedomostí o tom ako šetriť životné prostredie	2
Inovatívnyimi postupmi a novou technológiou	2
Neviem odpovedať	0

Zdroj: vlastné spracovanie



Zdroj: vlastné spracovanie

Graf č. 11 reflektuje odpovede na otázku, ako sa skúmaná firma stavia k ochrane životného prostredia. Odpoveď, že spoločnosť využíva technologické postupy, ktoré v menšej miere zaťažujú životné prostredie, zvolilo viac ako 63 % opýtaných respondentov. Odpoveď získavanie certifikátov a nových vedomostí o tom ako šetriť životné prostredie, zvolilo viac ako 18% opýtaných respondentov. Odpoveď využívaním Inovatívnych postupov a novej technológie, zvolilo taktiež viac ako 18 % opýtaných

respondentov. Z uvedeného je jasne viditeľné, že najväčší záujem má spoločnosť vo využívaní rôznych technologických postupov, ktoré majú za následok menšie zaťaženie životného prostredia. Otázka životného prostredia je čím ďalej tým viac diskutovanou otázkou na rôznych svetových fórach, preto je dôležité, aby aj firmy akceptovali tento problém a v rámci svojho podnikania sa snažili o čo najmenšiu mieru jeho zaťažovania. Z tohto dôvodu autor odporúča pokračovať firme v nastolenom trende a využívať všetky možné a pre nich dostupné alternatívy, pre čo najmenšie možné zaťaženie životného prostredia.

Záver

Termín spoločenská zodpovednosť podnikov je v dnešnej dobe podstatne diskutovanejšou problematikou ako tomu bolo doposiaľ. Existuje množstvo autorov, ktorí sa tejto problematike venujú, a ktorí sa prostredníctvom svojich výskumov snažia o čo najväčšie spopularizovanie tejto problematiky s cieľom riešiť ju a doceliť, aby čo najväčšie množstvo podnikov podnikalo spoločensky zodpovedne.

V prvej kapitole bakalárskej práce sme zaoberali súčasným stavom riešenej problematiky ako doma tak aj v zahraničí. V rámci tejto kapitoly sme sa zaoberali definovaním spoločensky zodpovedného podniku, historickým vývojom spoločenskej zodpovednosti podnikov ako aj inými témami, ktoré z teoretického pohľadu utvárajú komplexný pohľad na túto problematiku.

V druhej kapitole sme identifikovali cieľ práce ako aj jej metodiku a jednotlivé metódy skúmania.

V tretej kapitole boli predstavené výsledky práce, ku ktorým sme sa dostali prostredníctvom metódy dotazníkového prieskumu ako aj závery autora a odporúčania vypracované na základe výsledkov ktoré sme získali prostredníctvom dotazníkového prieskumu.

Pre potreby nášho výskumu sme zvolili ako hlavnú metódu výskumu dotazníkový prieskum, ktorý pozostával z jedenástich otázok z toho tri boli demografického charakteru a osem otázok bolo smerovaných na identifikovanie toho, či podnik je možné z pohľadu jeho podnikania označovať za spoločensky zodpovedný alebo nie. Odpovede, ktoré sme získali od respondentov sme analyzovali a na základe toho sme schopný tvrdiť, že skúmaný podnik je možné z pohľadu jeho podnikania označiť za spoločensky zodpovedný. Aj napriek tomuto tvrdeniu je potrebné poznamenať, že podnik disponuje určitými rezervami v oblasti spoločenskej zodpovednosti podnikania. Jedná sa najmä o organizovanie dobrovoľníckych aktivít a sponzoringu, pritom v dnešnej dobe je práve sponzoring považovaný za výborný marketingový nástroj prostredníctvom ktorého sa dá „dostatočne pomôcť“ ako sponzorovanému tak aj sponzorujúcemu a to prostredníctvom reklamy. Dobrovoľnícke aktivity môžu byť na druhej strane tiež z pohľadu reklamy veľmi zaujímavou alternatívou a podstatne lacnejšou v závislosti od toho v akej oblasti sa budú realizovať. Z tohto pohľadu považujeme práve tieto dve oblasti za dostatočne zaujímavé a odporúčame, aby sa nimi vedúce osobnosti podniku zaoberali.

Z dlhodobého hľadiska je veľký predpoklad, že spoločensky zodpovedné podnikanie bude čím ďalej tým viac diskutovanou témou, a že práve podniky, ktoré sa budú správať a budú podnikat' spoločensky zodpovedne budú viac konkurencieschopné ako tie ktoré sa takto správať nebudú. Vychádza to najmä z predpokladu prípravy a nástupu novej pracovnej sily ktorou sú ľudia generácie Z. Práve o tejto generácii sa hovorí že je to generácia s vyšším morálnym kódexom ako mali jej predchodcovia. Viac ako na výške mzdy im má záležať ako na zmysluplnosti ich práce tak aj na morálnosti a zodpovednosti jeho zamestnávateľa. Ľudia generácie Z si už v dnešnej dobe uvedomujú dôsledky aké má nespooločensky zodpovedné podnikanie napríklad na životné prostredie a práve tieto podniky by do budúcnosti mali mať problémy získať kvalitných a kvalifikovaných zamestnancov pochádzajúcich z tejto generácie Y.

Zoznam použitej literatúry

1. Knižné publikácie

BĚLČÍK, Martin a kol. *Spoločenská zodpovednosť organizácie - CSR v praxi a ja s ním ďal.* Prah : Grada, 2010. 169 s. ISBN 978-80-247-3157-5.

BOWEN, H. R. *Social Responsibilities of the Businessman.* New York : Harper & Brothers, 1953. 298 s. ISBN13: 9781609381967.

BUCHHOLZ, A. K. - CARROLL, A. B. *Business and Society.* Boston : Cengage learning US, 2011. 768 s. ISBN 9781133418962.

CRANE, Andrew a kol. *Oxfordhandbook of Corporate Social Responsibility.* Oxford : Oxford University Press, 2008. 608 s. ISBN: 9780199573943.

CROWTHER, David - CAPALDI, Nicholas. *The Ashgate research companion to corporate social responsibility.* New York : Ashgate Publishing, 2008. 424 s. ISBN 978-0754647775.

JOHNSON, Harold. *Business in Contemporary Society: Framework and issues.* Belmont, California : Wadsworth Publishing Co, 1971. 139 s. ISBN 832302867.

KULDOVÁ, Lucia. *Spoločenská zodpovednosť firem.* Praha : OPS, 2010. 193 s. ISBN 978-80-87269-12-1.

MCGUIRE, Joseph, William. *Business and Society.* New York: McGraw-Hill, 1963, s 320. ISBN 978-0070450974.

PAPULA, Jozef - PAPULOVÁ, Zuzana. *Manažérske rozhodovanie – Vybrané problémy.* Bratislava : KARTPRINT, 2005. 241 s. ISBN 978-80-89553-11-2.

PUTNOVÁ, Anna - SEKNIČKA, Pavel. *Etické řízení ve firmě.* Praha : Grada, 2007. 166 s. ISBN 9788024716213.

VISSER, Wayne. *The a to z of Corporate Social responsibility.* Wiley, 2008. 576 s. ISBN 978-0470686508.

2. Elektronické dokumenty

BUSINESS LEADERS FORUM: *Spoločenská zodpovednosť firiem. Vnímanie obyvateľmi Slovenska*. [elektronický zdroj]. Nadácia Pontis, FOCUS, 2006 [cit. 02-8-2018]. Dostupné na:

http://www.nadaciapontis.sk/tmp/asset_cache/link/0000014254/CSR_sprava_2006_fin.pdf

CED. 1971. *Social responsibilities of Business Corporations*. Dostupné na: <https://www.ced.org/reports/social-responsibilities-of-business-corporations>

EUROPEAN COMMISSION. 2001. *Green Paper: Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility*. [online] [cit. 20.9.2018]. Dostupné na: <http://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2001/EN/1-2001-366-EN-1-0.Pdf>

KAŠPAROVÁ, Klára. *Vývoj CSR a konkurenčných konceptov*. [online] [cit. 20.9.2018]. 2008. In: Business LeadersForum Dostupné na: <<http://www.csronline.cz/NewsDetail.aspx?p=3&id=582>>.

MADZIK, Peter. a kolektív. *Dobrá prax v oblasti spoločenskej zodpovednosti v prostredí vzdelávacej inštitúcie*. 2014. [online]. Dostupné na: https://www.researchgate.net/profile/Peter_Madzik/publication/320419725_Dobra_prax_v_oblasti_spolocenskej_zodpovednosti_v_prostredii_vzdelavacej_institutcie/links/59e4a8c5458515393d611190/Dobra-prax-v-oblasti-spolocenskej-zodpovednosti-v-prostredii-vzdelavacej-institutcie.pdf

3. Článok v elektronických časopisoch, zborníkoch a iné príspevky

BUSSARD, Allan a kol. *Spoločensky zodpovedné podnikanie*. [elektronický zdroj]. Nadácia Integra, Nadácia Pontis, Nadácia PANET, 2005, 113 s. [cit. 03-8-2018]. Dostupné na: <http://www.panet.sk/sk/frameset1.htm>

CAROLL, B. A. Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct. [online] [cit. 03-8-2018]. roč. 38, č. 3, s. 268 – 295. In: *Business & Society*. Dostupné na <http://bas.sagepub.com/content/vol38/issue3/>

CARROLL, A. B. A. Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. [online] [cit. 03-8-2018]. roč. 37, č. 2, s 17 In: *Academy of Management Review*. Dostupné na:

http://iranakhlagh.nipc.ir/uploads/a_three-dimensional_conceptual_model_11531.pdf.

DAVIS, Keith. Can Business afford to ignore social responsibilities? [online]. [cit. 03-8-2018]. 1960, roč. 2 s 70 - 76. In: *California Managmentna Review*. Dostupné na <https://cmr.berkeley.edu/browse/archive.html>

DRUCKER, Peter. The new meaning of corporate responsibility. [online]. [cit. 03-8-2018]. 1984, roč. 26 Winter s. 53 – 53. In: *California Managmentna Review*. Dostupné na: <https://cmr.berkeley.edu/browse/archive.html>

ETICKÝ KÓDEX FIREMNÉHO DARCU. [online] [cit. 03-8-2018]. Dostupné na <http://www.donorsforum.sk/clenovia/eticky-kodex/>

INEKO. [online] [cit. 03-8-2018]. Dostupné na: <http://www.ineko.sk/>

MATTEN, Dirk - MOON, Jeremy. „Implicit“ and „explicit“ CSR: A conceptual framework for understanding CSR and Europe. [online]. 2004, roč. 33, č. 2, s. 404 - 424. In: *Academy of Management Review* Dostupné na: <https://www.dirkmatten.com/Papers/Matten/Matten&Moon%20in%20AMR%202008.pdf>

NADACIA PONTIS. [online] [cit. 20.9.2018]. Dostupné na <https://www.nadaciapontis.sk>

OECD. *Guidelines for Multinational Enterprises*. [online] [cit. 20.9.2018]. Dostupné na <http://mneguidelines.oecd.org/guidelines/>

SLOVNÍČEK. Spoločenská zodpovednosť. [online] [cit. 20.9.2018]. Dostupné na: <http://ec.europa.eu/enterprise/glossary/index_cs.htm#s>.

4. Právne normy

Zákon č. 431/2002 Z. z. o účtovníctve v znení neskorších predpisov

Zákon č. 543/2002 Z. z. o ochrane prírody a krajiny v znení neskorších predpisov

Zákon č. 24/2006 Z. z. o posudzovaní vplyvov na životné prostredie a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov

ISO 14 000: Systémy environmentálneho manažmentu

TSO 9001:2015 : Systém manažérstva kvality

OHSAS 18001:2008 : Systém bezpečnosti a ochrany zdravia