

**EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
FAKULTA HOSPODÁRSKEJ INFORMATIKY**

Evidenčné číslo: 17100/B/2012/1396010603

**Uplatnenie spoločenskej zodpovednosti v oblasti
audítorstva v praxi**
Bakalárska práca

2012

Eva Mišťúriková

**EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
FAKULTA HOSPODÁRSKEJ INFORMATIKY**

**Uplatnenie spoločenskej zodpovednosti v oblasti
audítorstva v praxi**

Bakalárska práca

Študijný program: Účtovníctvo

Študijný odbor: 6209 Účtovníctvo

Školiace pracovisko: Katedra účtovníctva a audítorstva

Vedúci záverečnej práce: Ing. Miroslava Vlkoláčková

Bratislava 2012

Eva Mišťúriková

Čestné vyhlásenie

Čestne vyhlasujem, že záverečnú prácu som vypracovala samostatne a že som uviedla všetku použitú literatúru.

Dátum:

.....
(podpis študenta)

ABSTRAKT

Mišťúriková, Eva: *Spoločenská zodpovednosť uplatňovaná v oblasti audítorstva v praxi*. – Ekonomická univerzita v Bratislave. Fakulta hospodárskej informatiky; Katedra účtovníctva a audítorstva. – Vedúci záverečnej práce: Ing. Miroslava Vlkoláčková. – Bratislava: FHI EU, 2012, 38 s.

Cieľom záverečnej práce je charakterizovať ako podnik, ktorý poskytuje služby v oblasti audítorstva zabezpečuje spoločenskú zodpovednosť v praxi. Práca je rozdelená do 3 kapitol. Prvá kapitola je venovaná súčasnému stavu riešenej problematiky doma a v zahraničí a po úvodnej charakteristike pojmu spoločenská zodpovednosť podnikov sa zaoberá historickým vývojom spoločenskej zodpovednosti podnikov, nevyhnutnými nástrojmi pre zavedenie spoločenskej zodpovednosti do podnikov, významom spoločenskej zodpovednosti a jej prínosmi pre podnik, uplatňovaním spoločenskej zodpovednosti v podnikoch v Slovenskej republike a scenármi budúceho vývoja spoločenskej zodpovednosti podnikov. V druhej kapitole sa charakterizuje cieľ práce, metodika práce a metódy skúmania. Záverečná kapitola sa zaoberá charakteristikou auditu a audítora a skúmaním uplatnenia spoločenskej zodpovednosti vo vybraných podnikoch, ktoré poskytujú služby v oblasti audítorstva. Výsledkom riešenia danej problematiky je zhodnotenie a porovnanie ako podniky, ktoré poskytujú služby v oblasti audítorstva uplatňujú spoločenskú zodpovednosť podnikov v praxi.

Kľúčové slová:

spoločenská zodpovednosť podnikov, nástroje pre zavedenie spoločenskej zodpovednosti do podnikov, audítorstvo

ABSTRACT

Mišťúriková, Eva: *Social responsibility applied in the field of auditing in practice*. – University of Economics in Bratislava. Faculty of Economic Informatics; Department of Accountancy and Auditing. – Thesis supervisor: Ing. Miroslava Vlkoláčková. – Bratislava: FHI EU, 2012, 38 p.

The aim of the thesis is to characterize how a company that provides auditing services ensures social responsibility in practice. The thesis consists of three chapters. First chapter is devoted to the current state of the field indoors and abroad and after the initial characterization of the term corporate social responsibility deals with the historical development of corporate social responsibility, necessary tools for implementing social responsibility into the companies, importance of social responsibility and its benefits for company, the application of social responsibility in companies in the Slovak republic and scenarios of future developments of corporate social responsibility. The second chapter characterizes the objective of the thesis, methodology of thesis and methods of research. The final chapter presents an overview of the audit and auditor and examination of the application of social responsibility in selected companies that provide auditing services. The result of solving the issue is to evaluate and compare how companies that provide auditing services apply corporate social responsibility in practice.

Key words:

corporate social responsibility, tools for implementing social responsibility into the companies, auditing

O B S A H	str.
Úvod	6
1 Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí	8
1.1 Všeobecná charakteristika spoločenskej zodpovednosti podnikov	8
1.1.1 Historický vývoj spoločenskej zodpovednosti podnikov	10
1.1.2 Nevyhnutné nástroje pre zavedenie spoločenskej zodpovednosti do podnikov	12
1.1.3 Význam spoločenskej zodpovednosti podnikov a jej prínosy pre podnik	13
1.2 Spoločenská zodpovednosť uplatňovaná v rámci podnikov v Slovenskej republike	14
1.3 Scenáre budúceho vývoja spoločenskej zodpovednosti podnikov	16
2 Cieľ práce, metodika práce a metódy skúmania	18
3 Výsledky práce a diskusia	20
3.1 Spoločenská zodpovednosť v oblasti audítorstva	20
3.2 Uplatňovanie spoločenskej zodpovednosti v audítorských spoločnostiach	22
3.2.1 Uplatňovanie spoločenskej zodpovednosti v spoločnosti PricewaterhouseCoopers	22
3.2.2 Uplatňovanie spoločenskej zodpovednosti v spoločnosti KPMG	25
3.2.3 Uplatňovanie spoločenskej zodpovednosti v spoločnosti Ernst & Young	27
3.2.4 Uplatňovanie spoločenskej zodpovednosti v spoločnosti Deloitte	29
3.3 Zhodnotenie spoločenskej zodpovednosti vo vybraných audítorských spoločnostiach	31
Záver	34
Zoznam použitej literatúry	36

Úvod

Spoločenská zodpovednosť podnikov je koncept, ktorý umožňuje podniku prispieť k ekonomickému rastu a zároveň správať sa eticky. Je to dobrovoľný záväzok podniku, ktorý môže presadzovať vo vzťahu ku svojim partnerom, dodávateľom, zamestnancom, širšej spoločnosti a životnému prostrediu.

V bakalárskej práci sa zaoberáme uplatňovaním spoločenskej zodpovednosti v oblasti audítorstva v praxi, teda skúmaním spôsobov ako spoločnosti, ktoré poskytujú služby v oblasti audítorstva realizujú spoločensky zodpovedné správanie v rámci ich pôsobenia.

Spoločensky zodpovedné správanie je téma, ktorá je veľmi aktuálna a najmä v zahraničí je jeho realizácia bežnou súčasťou podnikových stratégií. Dôvodom prečo sa realizácia spoločensky zodpovedného správania stáva bežnou súčasťou podnikov je ten, že spoločensky zodpovedné správanie sa pokladá za jednu z najdôležitejších konkurenčných výhod v podnikaní. V Slovenskej republike je však spoločensky zodpovedné správanie málo známe a uskutočňuje ho iba malý počet podnikov.

Rastúci význam sociálnej dimenzie má významný vplyv na samotné podniky, na komunity v ktorých pôsobia a na celú spoločnosť, v ktorej žijeme. Preto by sa malo spoločensky zodpovedné správanie odzrkadľovať tak, ako v socio-ekonomickej oblasti, tak aj v environmentálnej oblasti. Na tomto základe sa teda predpokladá, že spoločensky zodpovedné správanie sa orientuje na tri aspekty, a to na ekonomický, sociálny a environmentálny aspekt.

Význam spoločensky zodpovedného správania vzrastá aj z toho dôvodu, že vo svete rastie počet uvedomelých spotrebiteľov. Čoraz viac ľudí dáva prednosť podnikom, ktorým nie je ľahostajné životné prostredie a spoločnosť, v ktorej žijeme a majú záujem tieto prostredia zlepšovať. Tak isto rastie aj počet zamestnancov a uchádzačov o prácu, ktorí dávajú prednosť podnikom, ktorých hodnoty sú totožné s ich vlastnými. Podnik, ktorý uplatňuje spoločensky zodpovedné správanie môže počítať s viacerými prínosmi, no je pravdou, že tieto prínosy nemôže očakávať v krátkodobom horizonte, ale skôr v dlhodobom.

Môžeme však tvrdiť, že uplatňovaním spoločensky zodpovedného správania podnik získa viac, ako keby tak nespravil.

Vzhľadom na to, že v Slovenskej republike je pojem spoločenská zodpovednosť podnikov relatívne málo známy sa v prvej kapitole zameriavame na všeobecnú charakteristiku pojmu spoločenská zodpovednosť, ako aj na historický vývoj spoločenskej zodpovednosti, nástroje, ktoré sú nevyhnutné na zavedenie spoločenskej zodpovednosti do podniku, významom a prínosmi spoločenskej zodpovednosti, následne na uplatňovanie spoločenskej zodpovednosti podnikov pôsobiacich v Slovenskej republike a nakoniec na možné budúce scenáre spoločenskej zodpovednosti podnikov.

V druhej kapitole rozoberáme cieľ práce, metodiku práce a metódy skúmania.

V záverečnej kapitole sa zaoberáme spoločenskou zodpovednosťou uplatňovanou v oblasti audítorstva, kde na začiatok definujeme základné pojmy ako je audit a audítor a následne sa zaoberáme danou problematikou, a to uplatnením spoločenskej zodpovednosti v oblasti audítorstva vo vybraných audítorských spoločnostiach, ktoré sme si zvolili.

Rast významu spoločenskej zodpovednosti podnikov je podmienený aj uvedením podnikov, že podnikanie sa nesústreďuje len do oblasti ekonomiky. Pozornosť sa sústreďuje aj na spoločenský dopad podnikania a aj na základe toho je podnik hodnotený okolím, investormi, zamestnancami a zákazníkmi. Je zrejmé, že týmto hodnoteniam prikladá podnik dôležitosť, pretože v súčasnosti postavenie a sila podniku závisí aj od toho, či sa okolie, investori, zamestnanci a zákazníci stotožňujú so správaním podniku a jeho hodnotami.

Podľa nášho názoru je preto realizácia spoločensky zodpovedného správania dobrý návod, ako sa môže podnik stať na trhu stabilným hráčom a silným konkurentom a ešte k tomu aj prispieť k celkovému blahobytu spoločnosti.

1 Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí

1.1 Všeobecná charakteristika spoločenskej zodpovednosti podnikov

Pojem spoločenská zodpovednosť v súčasnej dobe nemá jednotnú celosvetovú definíciu. Je to spôsobené tým, že spoločenská zodpovednosť podnikov je založená na dobrovoľnosti a súčasne nemá hranice striktne vymedzené a zároveň nemá ani právnu regulatívnu úpravu.

Existuje mnoho definícií vysvetľujúcich úlohu spoločenskej zodpovednosti podnikov. Americký ekonóm rakúskeho pôvodu P. F. Drucker chápe spoločenskú zodpovednosť podnikov tak, že *„všetka energia spoločnosti sa musí sústrediť na podporu ekonomických účelov, pretože ekonomický pokrok je nositeľom prísľubu spoločenskej prosperity.“*¹ Ekonomovia W. Zikmund a M. D'AMICO tvrdia, že *„spoločenská zodpovednosť je prejavom toho, ako môžu podnikateľské subjekty ovplyvňovať svojimi aktivitami záujmy ostatných skupín vo svojom okolí.“*² Jedna z najznámejších definícií spoločenskej zodpovednosti je definícia Európskej komisie, ktorá definuje spoločenskú zodpovednosť ako *konceptiu, kedy podniky dobrovoľne spájajú sociálne a environmentálne hľadiská do svojej podnikateľskej činnosti a komunikácie so zainteresovanými stranami.*³

Rôznorodosť vymedzenia spoločenskej zodpovednosti je veľká, no napriek tomu môžeme vyčleniť určité typické znaky:⁴

- **zásada dobrovoľnosti** - podnik na seba preberá záväzkov spoločenskej zodpovednosti dobrovoľne a nie je zväzovaný žiadnym zákonodarným predpisom;
- **dlhodobá udržateľnosť** - spoločensky zodpovedné podniky sa neorientujú iba na krátkodobé ciele a náhly zisk, ale sledujú dlhodobý rozvoj a stabilitu v súvislosti so spoločenskou prospešnosťou a etickou povinnosťou pracovať v záujme blaha spoločnosti;

¹SEDLÁK, M. 2011. Spoločenská zodpovednosť podnikov – atribút sociálneho hospodárstva. In: *Verejná správa a regionálny rozvoj*. ISSN 1337 – 2955, 2011, roč. 7, č. 1, s. 7 – 15.

²HANULÁKOVÁ, E. – PROČKOVÁ, A. 2001. *Spoločenský marketing*. 1.vyd. Bratislava : EKONÓM, 2001. s. 22. ISBN 80-225-1409-8.

³MAJDÚCHOVÁ, H. 2011. Konspekt spoločenskej zodpovednosti – scenáre budúceho vývoja. In: *Ekonomika, financie a manažment podniku*. [CD- ROM]. Zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie. Ekonóm, 2011. ISBN – 80-225-3253-2.

⁴MAJDÚCHOVÁ, H. 2011. Konspekt spoločenskej zodpovednosti – scenáre budúceho vývoja. In: *Ekonomika, financie a manažment podniku*. [CD- ROM]. Zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie. Ekonóm, 2011. ISBN – 80-225-3253-2.

- **fungovanie podniku je na zásade „triple-bottom-line business“** - ide o projekt, ktorý stojí na troch pilieroch, a to na ekonomickom, sociálnom a environmentálnom;
- **komunikácia a partnerstvo so zainteresovanými stranami** – uskutočnenie spoločenskej zodpovednosti je možné iba obojstrannou komunikáciou so všetkými zainteresovanými stranami, teda s tými stranami s ktorými podnik prichádza do kontaktu.

Spoločenská zodpovednosť ako koncept má mnoho zástancov, ale aj kritikov. S ohľadom na to, že u nás prevláda presvedčenie o všeobecnej prospešnosti tohto konceptu ako pre oblasť podnikania, tak aj pre spoločnosť, budeme sa v nasledujúcom texte zaoberať predovšetkým vnímaním a postojmi k spoločenskej zodpovednosti podnikov verejnosťou.

Verejnosť sa začína čoraz viac zaoberať a zaujímať o spoločenskú zodpovednosť podnikov. Reporty o spoločenskej zodpovednosti podnikov sú pre nich postupom času viac zaujímavejšie. Už neplatí to, že ich čítajú hlavne konkurenčné podniky a investori. Táto skutočnosť vyplýva z prieskumu organizácie Global Reporting Initiative. Hlavnou príčinou čítania výročných reportov verejnosťou, teda v prvom rade spotrebiteľov, je možnosť dostať sa k informáciám, ktoré im môžu pomôcť k rozhodnutiu o kúpe produktov a služieb daného podniku. V Slovenskej republike takéto reporty však zatiaľ vydalo menej ako desať podnikov. Prieskum Global Reporting Initiative ukázal, že viac ako 25 % ľudí, ktorí čítajú tieto výročné reporty podnikov o spoločenskej zodpovednosti, zužitkuje tieto informácie ako podklad pre ich ďalšie rozhodovanie.

Poradie najväčšmi vykonaných rozhodnutí je nasledovné:⁵

- **nákup výrobkov a služieb,**
- **investičný úmysel v danom podniku,**
- **záujem o vytvorenie partnerstva,**
- **motív spolupráce s daným podnikom,**
- **záujem pre podnik pracovať.**

⁵I. Europa, s.r.o.. 2011. *Spotrebiteľia vyhľadávajú zodpovedné firmy*. [online]. 2011. [cit. 11.11.2011]. Dostupné na internete: <<http://www.euractiv.sk/csr-spolocenska-zodpovednost/clanok/spotrebiteľia-vyhľadavaju-zodpovedne-firmy>>.

Toto poradie predstavuje zreteľný zlom, kedy sa na prvom mieste v rebríčku podnetov, ktoré vyvolávajú potrebu čítať výročné reporty umiestnil nákup výrobkov a služieb. Podľa prieskumu tiež čitatelia pokladajú za dôležité najmä popísanie rozhovoru so zainteresovanými stranami, argumenty o prepojenosti zodpovedného podnikania s biznis taktikou a komparáciu cieľov a výsledkov podnikov. Posudzujú tiež rovnováhu medzi pozitívnymi a negatívnymi informáciami. Nárast záujmu verejnosti o spoločenskú zodpovednosť podnikov môžeme prikladať jednak rôznym kampaniam, ktoré propagujú nákup zelených, fair-trade produktov a služieb a jednak tomu, že vo svete rastie počet uvedomelých zákazníkov, ktorí začínajú uprednostňovať nákup tovarov a služieb od podnikov, ktorých záujem nie je koncentrovaný výhradne na zisk, ale obsahuje v sebe aj spoločenské a environmentálne aspekty.

1.1.1 Historický vývoj spoločenskej zodpovednosti podnikov

Podstata pojmu spoločenskej zodpovednosti podniku vychádza z cieľa činnosti samotného podniku. Cieľom spoločensky zodpovedného podniku nie je len maximalizácia zisku, ale sú to dlhodobé ciele smerujúce k vytváraniu dlhodobého zisku a trvalo udržateľného rozvoja⁶ spoločnosti vychádzajúce z potrieb vonkajšieho a vnútorného prostredia, v ktorých sú zahrnuté sociálne a environmentálne aspekty.

Spoločensky zodpovedné správanie podnikov sa najvýraznejšie prejavilo v najvyspelejších krajinách sveta v deväťdesiatych rokoch dvadsiateho storočia. Zásady spoločensky zodpovedného správania podnikov sa však ako v Amerike, tak aj v Európe už vyskytovali dávnejšie.

Pozornosť podnikov o ich zamestnancov a spoločnosť existuje tak dlho ako samotné podniky. Táto pozornosť však bola spojená často skôr s filantropickou aktivitou jednotlivcov, ktorí na to, aby poskytli pomoc druhým nemuseli spustiť zo svojho životného štandardu. Takéto počínanie bolo skôr výnimkou ako pravidlom. Dôležitou príčinou k vzniku koncepcie spoločenskej zodpovednosti podnikov bola rastúca moc veľkých korporácií v priebehu druhej polovice dvadsiateho storočia. Okrem rozvoja, moc priniesla so sebou aj negatívne efekty, ktoré znášali okrem obyvateľov aj štát a príroda.⁷

⁶Trvalo udržateľný rozvoj je taký spôsob rozvoja ľudskej spoločnosti, ktorý dáva do súladu hospodársky a spoločenský pokrok s plnohodnotným zachovaním životného prostredia.

Hlavnou príčinou vzniku myšlienky spoločensky zodpovedného podnikania bola otázka ako podnikat' tak, aby mal čo najširší okruh ľudí z výsledkov podnikania prospech.

Za moderné začiatky spoločensky zodpovedného podnikania považujeme päťdesiate roky dvadsiateho storočia, kedy sa do odbornej literatúry pre manažérov dostali myšlienky spoločensky zodpovedného podnikania. Preto sa v tejto dobe všetky definície týkajúce sa spoločenskej zodpovednosti opierali o manažérsky vzor.

Najvýraznejšie zmeny však nastali z dôvodu turbulentných sociálnych zmien spoločnosti a rozvoja spoločenských vied, a to koncom šesťdesiatych a sedemdesiatych rokov dvadsiateho storočia. V týchto rokoch vznikol veľký počet definícií spoločensky zodpovedného podnikania, no už sa oveľa menej opierali o postavenie manažérov v korporáciách. Spoločenská zodpovednosť podnikov sa zameriavala na vzájomné pôsobenie medzi podnikom a socio-ekonomickým systémom.

V osemdesiatych rokoch sa preniesol záujem z úrovne teoretickej na praktickú. Dôležitosť sa sústredila na empirický výskum spoločensky zodpovedného podnikania.

V Slovenskej republike začala myšlienka spoločensky zodpovedného podnikania prenikať v deväťdesiatych rokoch dvadsiateho storočia spolu s nadnárodnými korporáciami. Od polovice deväťdesiatych rokov dvadsiateho storočia sa spoločenskej zodpovednosti podnikov začali venovať viaceré mimovládne organizácie. Medzi najdôležitejšie patria: Centrum pre filantropiu, Nadácia Integra, Nadácia Pontis, Inštitút pre ekonomické a sociálne reformy a Inštitút zamestnanosti. Každá z týchto mimovládnych organizácií sa však venuje len určitej téme, ktorá patrí do širokého pojmu spoločensky zodpovedného podnikania.⁸

⁷GREŠKO, J. 2011. *Spoločenská zodpovednosť firmy*. [online]. 2011. [cit. 30.11.2011]. Dostupné na internete:

<<http://www.ekologika.sk/spolocenska-zodpovednost-firmy.html>>.

⁸Inštitút zamestnanosti. *Úvod do spoločensky zodpovedného podnikania*. [online]. 2012. [cit. 27.03.2012]. Dostupné na internete:

<<http://www.iz.sk/sk/projekty/spolocenska-zodpovednost-podnikov/CSR-uvod>>.

1.1.2 Nevyhnutné nástroje pre zavedenie spoločenskej zodpovednosti do podnikov

Využitím nástrojov etického programu, medzi ktoré zaraďujeme etický kódex, etický audit, etický leitmotív a mnohé ďalšie sú vyústením úsilia podniku správať sa spoločensky zodpovedne.

Etický program treba zostavovať tak, aby zodpovedal konkrétnemu podniku. Mal by obsahovať hlavné predstavy vedenia podniku o tom, ako chce rozvoj etického správania svojich zamestnancov podporovať. Najznámejším nástrojom etického programu je *etický kódex*. Hlavnou úlohou etického kódexu je usmerňovať správanie jednotlivcov alebo skupiny s ohľadom na určité etické normy, ktoré sa vnášajú do určitej oblasti alebo činnosti, teda aj do oblasti podnikania. Pomáha zvládnuť krízové a sporné situácie často vyskytované v oblasti podnikania, pri ktorých je komplikované rozhodnúť o tom či je dané správanie jednotlivca alebo skupiny správne, alebo nie. Etický kódex podniku považujeme za písomný dokument, ktorým podnik prejavuje svoje základné etické princípy správania sa a ktorý musia všetci zamestnanci podniku akceptovať. Ak chce podnik hlásiť etické správanie a konanie, jeho manažment, zamestnanci a vlastníci musia v etické správanie predovšetkým veriť. Nemôžu tak konať len z presvedčenia, že im to prinesie určité výhody v očiach verejnosti. Samozrejme, že *samotné jestvovanie etického kódexu nie je jedinou garanciou, že podnik sa eticky aj bude správať*. Určitý nedostatok etického kódexu vychádza aj z toho, že nariaďuje väčšinou to, čo je eticky nesprávne, resp. to, čo sa zakazuje, ale nie to, čo eticky správne je a ako uskutočňovať etické správanie.⁹

Na základe vidiny podnikania v roku 2020 vyplývajúcej zo štúdie, ktorá bola uskutočnená spoločnosťou PricewaterhouseCoopers, budú spotrebitelia aj zamestnanci požadovať, aby boli podniky eticky aj environmentálne vierohodné. Na základe tejto štúdie bude tlak verejnosti a environmentálne loby také silné, že podniky začnú kontrolovať aj dodávateľov, aby si boli isté, že etické a environmentálne princípy sa nerealizujú len v samotnom internom prostredí podniku, ale aj v celom dodávateľskom reťazci. Aby podnik zabezpečil realizáciu etických a environmentálnych princípov u dodávateľov, bude ich môcť vyzvať k implementácii etických, sociálnych a environmentálnych kritérií do svojich podnikateľských stratégií pod podmienkou udržania sa v ich dodávateľskom reťazci.

⁹HANULÁKOVÁ, E. – PROČKOVÁ, A. 2001. *Spoločenský marketing*. 1. vyd. Bratislava : EKONÓM, 2001. 228 s. ISBN 80-225-1409-8.

Ako ďalšiu skutočnosť vyplývajúcu z tejto štúdie môžeme uviesť, že traja z piatich ľudí chcú pracovať pre podnik, ktorého základné hodnoty sa stotožňujú s ich vlastnými. *Zamestnancom, ktorí vnímajú svoj podnik ako spoločensky zodpovedný sa zvyšuje motivácia, vernosť a kvalita pracovného výkonu.* Táto štúdia priniesla aj poznatok o tom, že čoraz viac absolventov univerzít vyhľadáva svojich budúcich zamestnancov na základe toho, do akej miery podnik odráža ich vlastné hodnoty.

Ukazuje sa teda, že tvorcom nového pohľadu je mladá generácia, ktorá pôsobí na zmenu podnikových hodnôt. Záleží len od podniku, aby čo najrýchlejšie spoznal zmeny správania sa svojich spotrebiteľov a zamestnancov v oblasti spoločensky zodpovedného správania a tým pádom aj priblížil svoju ďalšiu stratégiu ich predstavám a nárokom z dôvodu udržania štatútu spoločensky zodpovedného podniku a celkovej prosperity.¹⁰

1.1.3 Význam spoločenskej zodpovednosti podnikov a jej prínosy pre podnik

Koncepcia spoločenskej zodpovednosti podnikov obsahuje dvojaký význam:¹¹

- **napomôže podniku rozhodnúť sa, akým by sa chcel stať,**
- **napomôže podniku rozhodnúť sa, ako chce svoje ciele zrealizovať.**

Prax dokazuje, že pre podnik je oveľa výhodnejšie, keď dobrovoľne a vedome prevezme časť spoločenskej zodpovednosti, ako keby tak nespravil. Podnik, ktorý sa správa spoločensky zodpovedne môže počítať s viacerými prínosmi, ako napríklad s väčšou pozornosťou a v spornej krízovej situácii s väčšou dôverou.

Za významný prínos spoločenskej zodpovednosti považujeme lepšie riadenie rizík v podnikovom transformačnom procese, pretože spoločensky zodpovedné podnikanie pomáha podniku pripraviť sa na krízové situácie. Väčšia transparentnosť, získanie dôvery medzi zákazníkmi a ostatnými, posilnenie pozície na trhu a zvýšenie konkurencieschopnosti patria taktiež medzi prínosy pre podnik, ktorý sa správa spoločensky zodpovedne. Azda za najvýznamnejší prínos môžeme považovať fakt, že podnik získa vlastné uspokojenie z toho, že sa sám spoločensky zodpovedne správa. Ide o získanie pocitu, že sám podnik môže niečo zmeniť, a tým aj prispieť k spoločensky významnej zmene. Hlavným dôvodom podnikania sa teda nestáva iba dosahovanie zisku,

¹⁰CHOMOVÁ, K. 2011. *Poznáte hodnoty svojich zákazníkov?* [online]. 2011. [cit. 30.11.2011]. Dostupné na internete:

<<http://www.pp.sk/main/ArticleShow.aspx?ArtID=32405&print=1>>.

¹¹HANULÁKOVÁ, E. – PROČKOVÁ, A. 2001. *Spoločenský marketing*. 1. vyd. Bratislava : EKONÓM, 2001. 228 s. ISBN 80-225-1409-8.

ale aj možnosť formovať prostredie okolo seba, a to predovšetkým pozitívnym spôsobom.¹²

Úspešnosť v podnikaní sa neopiera len o dosahovanie veľkých ziskov a o spokojnosť zákazníkov alebo odberateľov, ale rovnakú dôležitosť v úspešnom podnikaní môžeme pripísať dodávateľom aj zamestnancom. A práve kvalitní a vyrovnaní zamestnanci, ako aj sociálny kapitál v podniku, sa v súčasnosti stali najdôležitejšou konkurenčnou výhodou v podnikaní rovnako ako verní a zodpovední dodávatelia. Za touto výhodou sa ukrýva podrobné uvedenie vlastnej zodpovednosti podniku v spoločnosti a za spoločnosť.

Spoločenská zodpovednosť neprináša vo väčšine prípadov finančný kapitál, avšak vytvára silný sociálny kapitál, ktorý napomáha podniku posilniť medziľudské vzťahy, schopnosť kooperácie, solidarity či vcítenie sa do pocitov iných. Podnik činí tak z vlastnej dobrej vôle a ochoty. Ak podnik predpokladá, že spoločenská zodpovednosť mu zabezpečí posilnenie značky alebo mu vytvorí lepšiu imidž, je viac než pravdepodobné, že pri realizácii spoločensky zodpovedného správania sa aj tak stane. Vo všeobecnosti má však spoločenská zodpovednosť vyššie ciele, a to zásadnejší rozkvet prostredia, v ktorom sa realizuje. Dôležité je aj to, že sa tak deje aj bez štátnych príkazov. Môžeme teda skonštatovať, že spoločensky zodpovedné správanie podnikov prináša výhody všetkým zúčastneným stranám bez výnimky samotného podniku.¹³

1.2 Spoločenská zodpovednosť uplatňovaná v rámci podnikov v Slovenskej republike

Budovanie spoločenskej zodpovednosti v Slovenskej republike, teda vzťahov ku zamestnancom, komunite, životnému prostrediu a spoločnosti sa stáva bežnou praxou niektorých slovenských podnikov. Na základe výsledkov z realizovaného výskumného projektu VEGA, ktorý bol uskutočnený v TOP 500 podnikoch môžeme zhodnotiť spoločensky zodpovedné správanie uplatňované v slovenských podnikoch. Podľa tohto prieskumu pri vykonávaní spoločenských projektov najčastejšie slovenské podniky

¹²MAJDÚCHOVÁ, H. 2011. Konspekt spoločenskej zodpovednosti – scenáre budúceho vývoja. In: *Ekonomika, financie a manažment podniku*. [CD- ROM]. Zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie. Ekonóm, 2011. ISBN – 80-225-3253-2.

¹³HLAVČÁKOVÁ, B. 2010. *Spoločensky zodpovedné podnikanie = lepšia spoločnosť*. [online]. 2010. [cit. 30.11.2011]. Dostupné na internete: <<http://www.msponline.sk/content/spolocensky-zodpovedne-podnikanie-lepsia-spolocnost>>.

spolupracujú so samosprávnymi inštitúciami, organizáciami občianskej spoločnosti a inými podnikmi.

Za tri najčastejšie dôvody, pre ktoré sa slovenské podniky zapájajú do spoločensky zodpovedných projektov môžeme pokladať zlepšenie mena podniku, zlepšenie vzťahov s miestnym spoločenstvom a dosiahnutie konkurenčnej výhody oproti ostatným podnikom. Samozrejme, že existujú aj iné dôvody, spomedzi ktorých môžeme podľa manažérov slovenských podnikov označiť v prvom rade rast produktivity, kvality, predaja, predĺženie životnosti podniku a ochranu životného prostredia.

Medzi najčastejších príjemcov spoločensky zodpovedných projektov realizovaných v podnikoch patria v Slovenskej republike deti, mladá ľudia a spoločnosť. Podniky veľmi dobre chápu dôležitosť mladej generácie, ktorá niekedy v budúcnosti bude tvoriť hlavnú mienkotvornú triedu, a preto svoju pozornosť a finančné prostriedky orientujú hlavne do tejto oblasti. Okrem tejto oblasti podniky orientujú svoju pozornosť a finančné prostriedky do oblasti týkajúcich sa zdravia a vzdelávania, keďže oboje sa týka veľmi širokej skupiny ľudí a vo všeobecnosti sa v Slovenskej republike tieto oblasti považujú za podfinancované. Z tohto dôvodu je preto pomoc veľmi dobre mediálne prezentovaná, čo podnikom prináša pridanú hodnotu v podobe publicity a tvorby dobrého mena. V mysliach mnohých slovenských manažérov sa spoločenská zodpovednosť podnikov často spája len s finančne náročnými darmi verejnosti, pretože nie sú dostatočne informovaní, že spoločensky zodpovedné správanie je súbor aktivít, ktoré môžu v sebe obsahovať aj recyklovanie odpadov, ekologickú obalovú politiku a pod.

Za najväčšiu prekážku pri uplatňovaní spoločenskej zodpovednosti pokladajú slovenskí manažéri absenciu primeraného právneho rámca. Podľa nich by pozitívna stránka právneho rámca mohla zahŕňať napríklad daňové zvýhodnenia pre podniky, ktoré dlhodobejšie vynakladajú peňažné prostriedky do spoločensky zodpovedných oblastí, ktoré sú vymedzené vládou. Podaktorí manažéri vidia riešenie aj vo všeobecnom rozhodnutí týkajúcom sa prísnejších environmentálnych a sociálnych pravidiel, ktoré by boli pre všetky podniky platné. Týmto východiskom by však spoločenská zodpovednosť stratila niekoľko svojich hlavných znakov, ktorými je dobrovoľnosť a príležitosť nadobudnutia konkurenčnej výhody oproti ostatným podnikom. Okrem toho za hlavné prekážky prijať v slovenských podnikoch spoločensky zodpovedné pravidlá sú: nedostatočnosť viditeľných efektov a nedostatočnosť prepojenia spoločensky zodpovedných aktivít na finančný

prospech. Je však pravdou, že prínosy, ktoré plynú z tohto zodpovedného správania sa prejavia až v strednodobom a dlhodobom období, a preto môžu výdavky vynaložené na spoločensky zodpovedné aktivity a projekty predstavovať nesmierne finančné zaťaženie.

Nesmierne finančné zaťaženie je podľa slovenských manažérov dôvodom, na základe ktorého považujú prijatie spoločensky zodpovedných aktivít za nebezpečné, pretože môžu mať negatívny dopad na celkovú rentabilitu podniku. Aj napriek týmto skutočnostiam je pozoruhodné, že iba minimálny počet slovenských manažérov je presvedčených o tom, že spoločensky zodpovedné aktivity by mohli mať negatívny dopad na výhody voči konkurencii, zníženie produktivity alebo kvality výrobkov a služieb podnikov.¹⁴

1.3 Scenáre budúceho vývoja spoločenskej zodpovednosti podnikov

Generálny riaditeľ podniku GlaxoSmithKline Andrew Witty vo svojej štúdii „Naspäť do budúcnosti CSR¹⁵“ sformuloval scenáre budúcnosti CSR v roku 2015, a to podľa riaditeľa súkromného sektora centra transformácie M. Blowfielda a autora niekoľkých akademických publikácií týkajúcich sa spoločenskej zodpovednosti podnikov A. Murraya, ktorí sa nad nimi zamýšľajú vo svojej spoločnej knihe a ktoré boli odprezentované pred piatimi rokmi. Scenáre sformulované v štúdii „Naspäť do budúcnosti CSR“ sú nasledovné:¹⁶

- **scenár „fade“ – blednutie** - tento scenár predpokladá výrazný hospodársky pokles a finančné zlyhanie trhov, dôsledkom čoho sa vlády a podniky budú orientovať na udržanie sa na trhu. Spoločenská zodpovednosť podnikov bude potlačená a zníži sa počet podnikov, ktoré budú mať záväzky k spoločenskej zodpovednosti zahrnuté vo svojej stratégii. Na podniky bude vyvíjaný tlak verejnosti, verejnej a súdnej moci na dodržiavanie legislatívy, transparentnosti účtovníctva, ľudských práv, environmentálnej udržateľnosti. Tento tlak ale nebude vychádzať z vlastnej iniciatívy podnikov;

¹⁴MAJDÚCHOVÁ, H. 2007. Spoločenská zodpovednosť podnikov – praktické využitie v slovenských podnikoch. In: *Ekonomika, financie a manažment podniku*. [CD-ROM]. Zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie. Ekonóm, 2007. ISBN – 978 – 80-225-2382-0.

¹⁵CSR je pojem zaužívaný v anglosaskej odbornej literatúre a môžeme ho preložiť ako spoločenská zodpovednosť podniku.

¹⁶MAJDÚCHOVÁ, H. 2011. Konspekt spoločenskej zodpovednosti – scenáre budúceho vývoja. In: *Ekonomika, financie a manažment podniku*. [CD- ROM]. Zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie. Ekonóm, 2011. ISBN – 80-225-3253-2.

- **scenár „integrácia“** - predpokladá, že spoločenská zodpovednosť podnikov sa stane bežnou súčasťou podnikovej stratégie, politiky a praxe podnikov. Spoločenská zodpovednosť podnikov nebude už výnimočná, bude neoddeliteľnou súčasťou ich stratégií, reputácií, dôvery. Implementácia spoločenskej zodpovednosti môže pomôcť podnikom predvídať nové obchodné príležitosti, riadiť riziká, a tým budovať vzťahy medzi spotrebiteľmi a regulačným prostredím. Podľa tohto scenára je spoločenská zodpovednosť pripravená byť súčasťou všetkých podnikových štruktúr;

- **scenár „transformácia“** - tento scenár predpokladá úplne iný postup. Základom je myšlienka „koalície občianskej spoločnosti“, ktorá vníma akcionára podniku ako škodcu na životné a sociálne prostredie. Akcionári sú v tomto scenári chápaní nielen ako shareholders¹⁷, ale i ako zamestnanci, dodávatelia, investori, ktorí sa rovnako podieľajú na riadení podniku a môžu tak užívať prospech zo spoločného podnikania. Scenár preferuje koalíciu progresívnej podnikateľskej sféry, neziskových organizácií, intelektuálov, orgánov verejnej moci a vlád.

Transformačné zmeny zatiaľ vo svete ešte nie sú veľmi zreteľné. V Spojených štátoch, ako sú štáty Maryland, Vermont, Kalifornia boli vytvorené nové formy podnikovej charty, ktorá sa odkláňa od prísnej orientácie na akcionára. Sú zamerané na výkonné a riadiace funkcie. Určité prvky transformácie sú viditeľné v nových vlastníckych a riadiacich štruktúrach, ktoré sa odkláňajú od konvenčného prístupu a vytvárajú novú definíciu podnikateľského prostredia. Napr. podnik Grameen Bank/Groupe Danone, spoločný podnik s Bangladéšom predstavuje model zmiešaného podniku zameraný na sociálne účely, zmiernenie chudoby, informačné technológie, gramotnosť a mikrofinancovanie. Typ zmiešaného modelu podniku sa objavuje na trhu v rôznych formách, napr. družstvo, vlastníctvo zamestnancov a pod. Scenár transformácie sa môže rozvíjať rôznymi smermi, žiadna spoločnosť sa takýmto zmenám nebráni.

V súčasnosti, aj keď ešte neskočila hospodárska kríza, prieskumy ukazujú, že podniky si dokázali udržať silné sociálne programy spoločenskej zodpovednosti.

Na záver môžeme zhodnotiť, že medzi podniky, ktoré si dokázali udržať silné sociálne programy patria aj podniky poskytujúce služby v oblasti audítorstva.

¹⁷Shareholders sú akcionári, ktorí patria do skupiny stakeholders. Stakeholders je pojem ktorý predstavuje všetky osoby, skupiny, alebo organizácie, ktoré majú vplyv na fungovanie podniku.

2 Ciel' práce, metodika práce a metódy skúmania

Hlavným cieľom bakalárskej práce je na základe poznatkov získaných z preštudovanej odbornej literatúry a elektronických dokumentov charakterizovať, ako podnik poskytujúci služby v oblasti audítorstva zabezpečuje spoločenskú zodpovednosť v praxi.

Pre dosiahnutie hlavného cieľa je potrebné definovať a naplniť čiastkové ciele, ktorými sú:

- vymedzenie spoločenskej zodpovednosti podnikov,
- vymedzenie auditu a audítora,
- charakteristika uplatňovania spoločenskej zodpovednosti vo vybraných audítorských spoločnostiach,
- zhodnotenie, porovnanie a zhrnutie dosiahnutých výsledkov.

Súčasný stav riešenej problematiky, čiže uplatňovanie spoločenskej zodpovednosti v oblasti audítorstva v praxi uvádzame v prvej kapitole, ktorá nám poskytuje teoretický základ pre ďalšie spracovanie danej témy.

Pri vypracovaní tejto práce sme postupovali spôsobom, aby sme dosiahli objektívne a komplexné informácie o danej problematike.

Najskôr sme vyhládali a zhromaždili všetky dostupné informácie zaoberajúce sa problematikou spoločenskej zodpovednosti podnikov. Po preštudovaní zhromaždených informácií sme si stanovili hlavný cieľ bakalárskej práce a vypracovali osnovu riešenia, na základe ktorej sme túto problematiku postupne komplexne spracúvali a analyzovali. Pri vypracovaní tejto práce sme vychádzali z informácií, ktoré sme považovali za najdôležitejšie a dopĺňame ich o vlastné poznatky a postoje získané na základe preštudovanej odbornej literatúry a elektronických dokumentov.

Informácie čerpáme predovšetkým z odbornej literatúry slovenských aj zahraničných autorov, elektronických dokumentov a príspevkov zo zborníkov z medzinárodných vedeckých konferencií, ktoré sa zaoberajú predovšetkým teoretickým vymedzením a uplatňovaním spoločenskej zodpovednosti podnikov.

Danú problematiku spracúvame v rámci celosvetových audítorských spoločností, kde sme potrebné údaje získali pomocou internetových stránok týchto spoločností.

Pre naplnenie hlavného cieľa a čiastkových cieľov tejto bakalárskej práce využívame pri jej spracovaní predovšetkým teoretické metódy:

- metódu analýzy – problematiku sme si rozložili na čiastkové oblasti, aby sme lepšie pochopili problém;
- metódu syntézy – poznatky, ku ktorým sme dospeli na základe analýzy, sme sa postupnými krokmi snažili spojiť do jednotného celku, ktorý nám poskytne komplexný náhľad na danú problematiku;
- metódu komparácie – porovnávame údaje jednotlivých audítorských spoločností pri uplatňovaní spoločenskej zodpovednosti;
- metódu indukcie – z jednotlivých záverov sme si odvodili všeobecné závery;
- metódu dedukcie – zo všeobecných záverov sme si odvodili jednotlivé závery.

3 Výsledky práce a diskusia

3.1 Spoločenská zodpovednosť v oblasti audítorstva

Vo všeobecnosti platí, že spoločenská zodpovednosť podnikov je spôsob, ako podniky zodpovedne implementujú ekonomické, sociálne a environmentálne záujmy do hodnôt, kultúry, rozhodovania, stratégie podniku, čím zabezpečujú lepšie postupy v rámci podniku, vytvárajú bohatstvo a zlepšujú spoločnosť. Výnimkou nie sú ani podniky, ktoré poskytujú služby v oblasti audítorstva.¹⁸

Samotný audit predstavuje „súhrn analytických postupov na základe ktorých audítor získa primerané uistenie, že tvrdenia obsiahnuté v účtovnej závierke klienta zodpovedajú skutočnosti.“¹⁹

Audit sa skladá z niekoľkých fáz a to:²⁰

- **prvá fáza** – úlohou je analyzovať prostredie, teda predmet činnosti podniku;
- **druhá fáza** – úlohou je analyzovať informačný systém, teda obeh dokladov, samotný účtovný systém, zodpovednosť osôb v jednotlivých fázach, kvalitu informačného systému a potenciálne riziká. Na základe tejto analýzy sa plánuje voľba postupov, stanovenie hĺbky overovania a výber ťažiskových segmentov;
- **tretia fáza** - tu prebiehajú samotné audítorské postupy, ktorých výsledkom je správa audítora, ktorá vyjadruje jeho názor na súlad účtovnej závierky so skutočnosťou. V prípade, ak má audítor nejaké výhrady, sú tieto obsiahnuté vo výslednej správe.

„Všeobecne možno audítorstvo charakterizovať ako samostatnú účelovú profesiu, orientovanú na mnohostranné skúmanie a ucelené, kvalifikované hodnotenie podniku ako dynamického objektu, s jednoznačným záverom z hľadiska účelu, na ktorý sa objednáva. Tento účel formuluje objednávateľ a audítor sa zaväzuje svojou prácou poskytnúť mu kvalifikované závery pre rozhodovanie.“²¹

¹⁸The Institute of Internal Auditors. 2012. *Corporate Social Responsibility*. [online]. 2012. [cit. 12.02.2012]. Dostupné na internete:

<<http://www.theiia.org/guidance/additional-resources/corporate-social-responsibility>>.

¹⁹MaxAudit, s.r.o.. *Audit*. [online]. [cit. 12.02.2012]. Dostupné na internete: <<http://www.maxaudit.sk/sk/4/sluzby/audit/index.htm>>.

²⁰Tamtiež.

²¹KAREŠ, L. 1998. *Audítorstvo*. 1. vyd. Bratislava : ELITA, 1998. s. 48. ISBN 80-8044-055-7.

„Audítor je fyzická osoba, ktorá je zapísaná v zozname audítorov, ktorý vedie Úrad pre dohľad nad výkonom auditu a má oprávnenie na vykonávanie auditu.“²² Audítor by sa mal riadiť pri svojom konaní etickými požiadavkami, ktoré sú definované v Etickom kódexe audítora Slovenskej komory audítorov (ďalej len „SKAU“). Dôležitým charakteristickým znakom audítora je nielen uspokojiť požiadavky klienta alebo zamestnávateľa, ale predovšetkým prijať zodpovednosť konať vo verejnom záujme.

Etický kódex audítora SKAU pozostáva z troch častí:²³

- **časť A** - ustanovuje základné princípy profesionálnej etiky audítora a poskytuje rámec na ich uplatňovanie;
- **časť B a C** - ukazujú, ako sa má koncepčný rámec aplikovať na konkrétne situácie. Obsahuje príklady bezpečnostných opatrení, ako aj vzorové situácie. Časť B sa vzťahuje na audítorov, ktorí poskytujú služby a časť C sa vzťahuje na audítorov, ktorí sú zamestnancami.

Audítor musí dodržiavať niekoľko základných princípov:²⁴

- **bezúhonnosť** - audítor by mal byť v obchodných a profesionálnych vzťahoch otvorený a čestný;
- **objektívnosť** - audítor by nemal byť predpojatý a nemal by dovoliť, aby konflikt záujmov alebo neprípustný vplyv iných subjektov prevážili nad odbornosťou alebo obchodným úsudkom;
- **odborná spôsobilosť a náležitá starostlivosť** - audítor je povinný neustále udržiavať svoje odborné poznatky a zručnosti na takej úrovni, aby bol schopný klientovi alebo zamestnávateľovi poskytovať kvalifikované odborné služby, ktoré odzrkadľujú súčasný vývoj v legislatíve, praxi a metódach práce. Pri poskytovaní služieb by mal audítor konať s náležitou starostlivosťou v súlade s technickými a odbornými normami platnými v súčasnosti;
- **dôvernosť informácií** - audítor by mal dodržiavať dôvernosť informácií, ktoré nadobudol v obchodných a profesionálnych vzťahoch a tieto informácie by nemal využívať na osobný prospech ani v prospech tretej osoby;

²²Zákon č. 540/2007 Z. z. o audítoroch, audite a dohľade nad výkonom auditu a o zmene a doplnení zákona č. 431/2002 Z. z. o účtovníctve v znení neskorších predpisov, § 2, ods. 2.

²³Slovenská komora audítorov. [cit. 12.02.2012]. Dostupné na internete: <http://www.skau.sk/data/files/dokumenty/Etický_kodex_auditora_2010.pdf>.

²⁴Tamtiež.

- **profesionálne správanie** - audítor by mal dodržiavať rozhodujúce zákony a nariadenia a mal by sa vyhýbať konaniu, ktoré by očierňovalo jeho profesiu.

3.2 Uplatňovanie spoločenskej zodpovednosti v audítorských spoločnostiach

Pri skúmaní uplatnenia spoločenskej zodpovednosti v oblasti audítorstva v praxi sme si vybrali tieto štyri spoločnosti:

- **PricewaterhouseCoopers (ďalej len „PwC“),**
- **KPMG,**
- **Ernst & Young,**
- **Deloitte.**

Hlavným dôvodom pre výber týchto spoločností bol ten, že vybrané spoločnosti predstavujú na trhu audítorských služieb tzv. „veľkú štvorku“, a preto sme považovali tieto spoločnosti za atraktívne z hľadiska možnosti získania dostatočného množstva informácií týkajúcich sa uplatňovania spoločenskej zodpovednosti v oblasti audítorstva.

3.2.1 Uplatňovanie spoločenskej zodpovednosti v spoločnosti PricewaterhouseCoopers

Spoločnosť PricewaterhouseCoopers predstavuje sieť podnikov v 158 krajinách s takmer 169 000 zamestnancami. Poskytuje kvalitné audítorské, daňové a poradenské služby. Zodpovedné riadenie a transparentnosť predstavujú základ úspechu spoločnosti a jej vedúcej pozície na trhu.²⁵

Spoločnosti záleží na tom, aby sa podieľala na dosahovaní udržateľnej budúcnosti, berie za svoje činy zodpovednosť, propaguje zodpovedné obchodné praktiky, podporuje rast a vývoj svojich zamestnancov či komunít a snaží sa minimalizovať svoje dopady na životné prostredie.

Zodpovedné podnikanie pre spoločnosť znamená spôsob, akým zreteľne a zodpovedne implementuje ekonomické, spoločenské a environmentálne záujmy do svojich hodnôt, kultúry, rozhodovania a činnosti, čím chce PwC v celej audítorskej spoločnosti

²⁵PwC. O nás. [online]. Dostupné na internete: <<http://www.pwc.com/sk/sk/o-nas/index.jhtml>>.

zabezpečiť lepšie postupy, vytvárať hodnoty a prispieť k zdokonaleniu celej okolitej spoločnosti.

Spoločenskú zodpovednosť PwC uplatňuje hlavne v týchto štyroch oblastiach:²⁶

- **komunita,**
- **pracovisko,**
- **trh,**
- **životné prostredie.**

Otázkam etiky v podnikaní venuje PwC veľkú pozornosť. Spoločnosť má zadaný etický kódex, školí zamestnancov a má zavedené striktné kontroly kvality. PricewaterhouseCoopers v Slovenskej republike podporuje viaceré komunitné organizácie. Napr. pre útulok DePaul nakúpila postele a uskutočnila mnohé vecné aj finančné zbierky. Spoločnosť tiež spolupracuje na pravidelnej báze s azylovým centrom Betánia, kde bývajú opustené matky s deťmi. Na deň detí strávili zamestnanci spoločnosti s deťmi z azylového centra Betánia deň plný hier, pomohli matkám pripraviť deti do škôl, venovali ceny do súťaže o najlepšiu karnevalovú masku, darovali notebooky. S ľuďmi z Betánie sa snažia byť v neustálom kontakte, aby ich podpora zabezpečila citeľnejší výsledok. Spoločnosť pravidelne podporuje organizáciu „Dobrý anjel“, a to nielen zamestnaneckými zbierkami, ale napr. aj tým, že pre túto organizáciu vykonáva finančný audit za symbolickú cenu. Zamestnanci sa každoročne zúčastňujú dobrovoľníckej akcie „Naša Bratislava“ a tiež viackrát do roka darujú krv. Deťom z detských domovov a azylového centra Betánia skrášľujú Vianoce nákupom darčiekov, ktoré si deti želali vo vianočných prianiach. V kanceláriách triedia odpad a používajú recyklovaný papier. V marci roku 2010 spoločnosť založila Nadačný fond PricewaterhouseCoopers v Nadácii Pontis. Išlo o vlastnú iniciatívu spoločnosti podporovať správne veci. Finančné prostriedky nahromadené v tomto nadačnom fonde sú určené do zamestnaneckého grantového programu „Pomocná ruka“, kde sa ďalej tieto finančné prostriedky rozdelia na projekty, ktoré sú zamestnancami nominované.²⁷ Okrem toho spoločnosť úzko spolupracuje s mnohými medzinárodnými organizáciami. Podporuje projekty od zavedenia nízkouhlíkových technológií, cez

²⁶PwC. 2011. *Spoločenská zodpovednosť*. [online]. 2011. [cit. 13.02.2012]. Dostupné na internete: <<http://www.pwc.com/sk/sk/spolocenska-zodpovednost/index.jhtml>>.

²⁷Tamtiež.

elektrifikáciu vidieka až po zabezpečenie základného vzdelávania pre 20 000 detí utečencov z Darfúru.²⁸

Ľudia v PwC sú si vedomí obrovskej zodpovednosti, ktorú nesú ako poskytovatelia auditových, daňových a poradenských služieb. Voči partnerom na trhu sa PwC správa nanajvýš zodpovedne, a to predovšetkým tým, že:²⁹

- **dodržiava najvyššie etické štandardy,**
- **dodržiava vlastný etický kódex,**
- **jedná poctivo s dodávateľmi,**
- **pravidelne uskutočňuje prieskumy spokojnosti klientov.**

V oblasti životného prostredia PwC uskutočnila tieto opatrenia:³⁰

- **hneď recyklovaný papier tvorí tretinu z celkovej spotreby papiera,**
- **organizovaním videokonferencií zredukovali emisie spojené so služobnými cestami,**
- **zaviedla separovaný zber papiera a plastového odpadu,**
- **vo všetkých priestoroch spoločnosti v rámci internej kampane nalepili samolepky s environmentálnou tematikou,**
- **spotrebu papiera monitorujú pomocou špeciálneho počítačového softvéru,**
- **s cieľom povzbudiť zamestnancov spoločnosti, aby mysleli a konali viac ekologicky sú v priestoroch spoločnosti vyvesené „zelené rady“.**

Všetky aktivity, ktoré PwC realizuje, majú dopad na komunitu a rôzne spoločenstvá. Najmä z tohto dôvodu PwC zastáva názor, že zodpovednosťou PwC je zabezpečiť, aby tieto aktivity napomáhali vytvárať prosperujúcu a silnú komunitu.

Komunitu v ich blízkom okolí podporuje spoločnosť prostredníctvom:³¹

- **nadačného fondu PwC a zamestnaneckého grantového programu „Pomocná ruka“,**
- **zapájaním vlastných zamestnancov do dobrovoľníckych aktivít,**
- **organizovaním rôznych charitatívnych zbierok,**
- **poskytovaním pro bono služieb³².**

²⁸PwC. 2011. *Správa o zodpovednom podnikaní*. [online]. 2011. [cit. 13.02.2012]. Dostupné na internete: <http://www.pwc.com/sk/sk/spolocenska-zodpovednost/assets/FY11-CR-report_SK.pdf>.

²⁹Tamtiež.

³⁰Tamtiež.

³¹Tamtiež.

Spoločnosť PwC zastáva názor, že ich povinnosťou ako lídrov vo svete biznisu je svet zanechať lepším, než do akého predtým vstúpili.³³

3.2.2 Uplatňovanie spoločenskej zodpovednosti v spoločnosti KPMG

Spoločnosť KPMG má v Slovenskej republike popredné miesto poskytovateľov auditorských, daňových a poradenských služieb. Povest' KPMG je vytváraná prístupom zamestnancov KPMG ku klientom, kolegom a spoločnosti.

Základom kultúry KPMG je niekoľko hodnôt, ktoré poskytujú to najlepšie, čo sa nachádza v zamestnancoch tejto spoločnosti.³⁴ Súčasťou týchto hodnôt je záväzok voči komunitám a snaha ísť príkladom. Snahou KPMG je tiež podnikáť zodpovedne, a tak prispieť k udržateľnému rozvoju spoločnosti.

V spoločnosti KPMG prevláda domnienka, že skutočný záväzok k spoločenskej zodpovednosti zjednocuje samotnú spoločnosť, posilňuje jej reputáciu a vytvára podstatné prepojenia s komunitami, v ktorých má pôsobenie. Keďže mnoho absolventov a kvalifikovaných pracovníkov pokladá spoločenskú zodpovednosť za jednu z hlavných priorít, tento záväzok k spoločenskej zodpovednosti im umožňuje prilákať a získať vynikajúcich potenciálnych zamestnancov. Projekty spoločenskej zodpovednosti poskytujú zamestnancom možnosť učiť sa z výziev, skúsenosti, vylepšiť svoje zručnosti a spolupracovať so širokou škálou ľudí. Vo všeobecnosti platí aj to, že klienti, ktorí sa aktívne zapájajú do spoločenskej zodpovednosti dávajú prednosť spolupráci so spoločnosťami, ktoré majú rovnaké zmýšľanie a preto túžba KPMG uskutočniť pre svet niečo pozitívne odráža aj ďalšie kroky mnohých klientov spoločnosti.³⁵

³²Pro bono služby sú služby bez nároku na odmenu.

³³Tamtiež.

³⁴KPMG Slovensko spol. s r.o.. 2012. *Naše hodnoty a kultúra*. [online]. 2012. [cit. 13.02.2012]. Dostupné na internete:

<<http://www.kpmg.com/SK/sk/WhoWeAre/ValuesAndCulture/Stranky/default.aspx>>.

³⁵KPMG Slovensko spol. s r.o.. 2012. *Spoločenská zodpovednosť*. [online]. 2012. [cit. 13.02.2012]. Dostupné na internete: <<http://www.kpmg.com/SK/sk/WhoWeAre/CorporateCitizenship/Stranky/default.aspx>>.

Hlavnú pozornosť v oblasti spoločenskej zodpovednosti KPMG sústreďí na:³⁶

- **životné prostredie,**
- **život v spoločnosti,**
- **vzdelanie novej generácie odborníkov.**

Pôsobenie KPMG v Slovenskej republike sa od prvého dňa snaží pri realizácii aktivít o prístup, ktorý je priateľský k životnému prostrediu, pretože si uvedomujú zodpovednosť nás všetkých za podmienky životného prostredia. Toto je dôvod prečo KPMG zaujala aktívny prístup k otázkam týkajúcich sa životného prostredia ako je napr. globálne otepľovanie a čerpanie zdrojov. V roku 2007 spoločnosť zahájila dôležitú kampaň „Zelená cesta“ pre šetrenie zdrojov, zníženie odpadu atď. Túto kampaň pozitívne prijali aj jej zamestnanci, ktorí okrem znižovania spotreby papiera a triedenia odpadu neustále prichádzajú s ďalšími nápadmi, ktoré sa potom postupne aplikujú do každodenného života spoločnosti KPMG.

Pôsobnosť KPMG je spojené tiež s viacerými dobročinnými akciami rôznych druhov. Absolútnou samozrejmosťou je darovanie dvoch percent z dane, ako aj rôzne finančné dary vybraným neziskovým organizáciám. Okrem toho podporuje dobrovoľníctvo zamestnancov v prospech spoločnosti, v ktorej žijeme. V roku 2007 v Slovenskej republike pomohla založiť skupinu ENGAGE. Táto skupina združuje organizácie a podniky, ktoré si plne uvedomujú zodpovednosť voči komunitám okolo nás. V septembri toho istého roku pomohla spoločnosť zorganizovať prvý ročník dobrovoľníckej akcie „Naša Bratislava“, kde väčšinu dobrovoľníkov tvorili zamestnanci spoločnosti KPMG. Na tejto akcii okrem pomoci získali aj nové dôležité kontakty pre podobné aktivity. K bežnej súčasť prístupu KPMG ako zodpovedných občanov patrí verejnoprospešná činnosť, pričom sa zapája do viacerých projektov v priebehu celého roka.

KPMG v Slovenskej republike značné zdroje investuje aj do vzdelávania študentov, a to prostredníctvom organizácie Junior Achievement, pričom spolupracuje so slovenskými univerzitami. Manažéri a partneri spoločnosti usporadúvajú tiež pravidelné odborné

³⁶KPMG Slovensko spol. s r.o.. 2012. *Náš prístup k spoločenskej zodpovednosti*. [online]. 2012. [cit. 13.02.2012]. Dostupné na internete: <<http://www.kpmg.com/SK/sk/WhoWeAre/CorporateCitizenship/Stranky/OurApproach.aspx>>.

prezentácie na ekonomických univerzitách a fakultách po celej Slovenskej republike. Samozrejmosťou je aj spolupráca so študentskou organizáciou AIESEC.³⁷

3.2.3 Uplatňovanie spoločenskej zodpovednosti v spoločnosti Ernst & Young

Ernst & Young patrí tiež k významným celosvetovým spoločnostiam v oblasti poskytovania audítorských, daňových a transakčných služieb. Odborníci spoločnosti vyznávajú rovnaké hodnoty a spája ich maximálny dôraz na kvalitu poskytovaných služieb. Ernst & Young napomáha vlastným zamestnancom, klientom a širokému spoločenstvu uplatniť ich potenciál. Tento fakt považuje Ernst & Young za svoj hlavný prínos.³⁸

K vlastným hodnotám sa Ernst & Young vyjadruje takto: „*Presadzujeme čestné a poctivé konanie, rešpekt k druhým a tímového ducha. Máme dosť energie, nadšenia a vôle byť v čele a dotiahnuť veci do konca. Najväčšou devízou našich vzťahov je, že robíme vždy tú správnu vec.*“³⁹ V hodnotách, ktoré Ernst & Young vyznáva sa nachádza presvedčenie, pričom na základe tohto presvedčenia sa riadi konanie spoločnosti. Tieto hodnoty predstavujú meradlo, ktoré sa snažia uplatňovať vo vzťahoch medzi sebou, ako aj vo vzťahoch ku klientom a širšiemu spoločenstvu. Presvedčenie spoločnosti Ernst & Young je zárukou, že rozhodnutie každého jednotlivca pôsobiaceho v tejto spoločnosti bude ovplyvňované rovnakými princípmi.⁴⁰

Stratégia podnikania Ernst & Young je založená na angažovanosti zamestnancov, klientov a komunít. Ako spoločnosť, ktorá podporuje zodpovednosť veľkých spoločností, uvažuje o tom ako do spoločnosti, v ktorej žijeme treba investovať dnes tak, aby mohla prosperovať zajtra i v ďalekej budúcnosti. Podniky, vlády aj mimovládne organizácie sa čím ďalej tým viac združujú za účelom podpory pokroku v oblasti podnikania, spoločnosti a životného prostredia. Za najlepší spôsob ako môže prispieť k tomuto úsiliu považuje Ernst & Young dobrovoľnícku prácu zamestnancov založenú na ich individuálnych vlastnostiach.

³⁷Tamtiež.

³⁸Ernst & Young Slovakia. [online]. [cit. 13.02.2012]. Dostupné na internete: <[http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/2011_Top_ten_risks_SK/\\$FILE/TS_Top10Businessrisks_SK.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/2011_Top_ten_risks_SK/$FILE/TS_Top10Businessrisks_SK.pdf)>.

³⁹Ernst & Young Slovakia. *Naše hodnoty*. [online]. [cit. 13.02.2012]. Dostupné na internete: <<http://www.ey.com/SK/sk/About-us/Our-values>>.

⁴⁰Ernst & Young Slovakia. *Naše hodnoty*. [online]. [cit. 13.02.2012]. Dostupné na internete: <<http://www.ey.com/SK/sk/About-us/Our-values>>.

Úsilie spoločnosti je zamerané na tri hlavné oblasti, ktoré sú prepojené s ich podnikateľskou stratégiou a ktoré sú nesmierne dôležité na zlepšovanie a rozširovanie trhových ekonomík.⁴¹

Týmito oblasťami sú:⁴²

- **entrepreneurship (podnikavosť)** - povzbudzovanie a poskytovanie podpory pre nové začínajúce spoločnosti pri vytváraní príležitostí;
- **education (vzdelávanie)** – napomôcť k rozvoju schopností a rozšíriť prístup na zabezpečenie toho, aby budúca generácia mala potrebné schopnosti na efektívne fungovanie;
- **environmental sustainability (udržateľnosť životného prostredia)** – snaha minimalizovať dopad spoločnosti na životné prostredie.

Tieto oblasti označuje Ernst & Young aj ako „3E“.

Spoločnosť Ernst & Young má tiež vlastný vnútorný systém riadenia kvality a etický kódex, dodržiavaním ktorého sa snaží budovať podnikové prostredie zvyšujúce zodpovednosť každého jednotlivca za vlastné konanie, prostredie, v ktorom možno bez obavy upozorniť na akékoľvek neetické správanie.

Etický kódex pozostáva z piatich kapitol obsahujúce hlavné princípy, ktoré sú všetci partneri a zamestnanci Ernst & Young povinní dodržiavať v oblastiach ako:⁴³

- **vzájomná spolupráca,**
- **spolupráca s klientmi a ďalšími subjektmi,**
- **poctivé konanie,**
- **zachovávanie objektivity a nezávislosti,**
- **ochrana duševného vlastníctva.**

Na záver môžeme uviesť vyjadrenie spoločnosti zdôrazňujúce význam spoločenskej zodpovednosti Ernst & Young, a to: *„Zodpovednosť veľkých spoločností je nevyhnutná pri ochrane udržateľnosti nášho podniku. Ako podnik môžeme rásť iba vtedy, ak sú spoločnosť a ekonomika silné. Musíme teda priebežne hľadať cesty, v ktorých sa*

⁴¹Ernst & Young Slovakia. *Meníme meniaci sa svet*. [online]. [cit. 14.02.2012]. Dostupné na internete: <<http://www.ey.com/SK/sk/About-us/Corporate-Responsibility>>.

⁴²Tamtiež.

⁴³Ernst & Young Slovakia. 2011. *Správa o transparentnosti za rok 2011*. [online]. 2011. [cit. 14.02.2012]. Dostupné na internete: <[http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Sprava_o_transparentnosti_Slovenska_republika_2011/\\$FILE/TR_SR_2011_SK.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Sprava_o_transparentnosti_Slovenska_republika_2011/$FILE/TR_SR_2011_SK.pdf)>.

*spája to, čo robíme dobre my, a to, čo potrebuje spoločnosť. Týmto spôsobom pomôžeme ľuďom, ktorých zamestnávame, spoločnostiam, ktorým poskytujeme služby a komunitám, v ktorých pracujeme, plne dosiahnuť ich potenciál – krátkodobý i dlhodobý.*⁴⁴

3.2.4 Uplatňovanie spoločenskej zodpovednosti v spoločnosti Deloitte

Deloitte je značka, pod ktorou v nezávislých spoločnostiach spolupracujú desiatky tisíc odborníkov, a tak poskytujú klientom služby v oblasti auditu, poradenstva, finančného poradenstva, riadenia rizík a daní.⁴⁵

Už od svojho vzniku spoločnosť Deloitte prejavuje zodpovednosť v oblasti verejného záujmu. Iniciatíva Deloitte Shared Values (založená na spoločných hodnotách) združuje pracovníkov bez ohľadu na ich jazyk, kultúru a zvyky. Tieto hodnoty spolu s etickými zásadami, ktorých obsah tvorí aj spoločenská zodpovednosť, opisujú spôsob akým jednotlivé členské spoločnosti uskutočňujú svoj biznis. Členské spoločnosti sa snažia, aby sa konanie dobra pre širšiu spoločnosť spolu s dosahovaním výnosov a ziskov stalo ďalším výsledkom ich činnosti a zároveň to predstavuje pre Deloitte podnikateľskú stratégiu, o ktorej sú členské spoločnosti presvedčené, že podporí ich úspechy z dlhodobého hľadiska.

V podnikaní spoločnosti Deloitte slúži politika zodpovednosti na posilnenie zmyslu spoločenskej zodpovednosti a na zjednotenie tejto globálnej spoločnosti prostredníctvom spoločného programu.

Členské spoločnosti Deloitte majú vzhľadom na svoju vedúcu pozíciu v oblasti poskytovania odborných služieb obrovské možnosti ako sa podieľať na podpore verejných záujmov, podnikania a spoločenstiev v rámci celého sveta. Deloitte preto rešpektuje zásady ľudskej dôstojnosti a svoje schopnosti sa snaží rozvíjať prostredníctvom sociálnej inklúzie a kultúrnej rozmanitosti. Na najvyššej úrovni podporuje etické správanie, moderné vzdelávanie a rozvoj kultúry a presadzuje zásady v rámci udržateľného využívania prírodných zdrojov a rešpektovania životného prostredia.⁴⁶

⁴⁴Ernst & Young Slovakia. *Meníme meniaci sa svet*. [online]. [cit. 14.02.2012]. Dostupné na internete: <<http://www.ey.com/SK/sk/About-us/Corporate-Responsibility>>.

⁴⁵Deloitte Touche Tohmatsu Limited. *O nás*. [online]. [cit. 25.02.2012]. Dostupné na internete: <http://www.deloitte.com/view/sk_SK/sk/about/index.htm>.

⁴⁶Deloitte Touche Tohmatsu Limited. *Corporate Social Responsibility*. [online]. [cit. 25.02.2012]. Dostupné na internete: <http://www.deloitte.com/view/sk_SK/sk/about/csr/index.htm>.

Spoločenskú zodpovednosť Deloitte prejavuje:⁴⁷

- **investíciami do vlastných zamestnancov,**
- **poradenstvom a ostatnými službami, ktoré poskytuje klientom,**
- **environmentálne udržateľnou prevádzkou,**
- **sociálnou zodpovednosťou voči komunitám a širšiemu okoliu.**

V rámci Slovenskej republiky spoločnosť Deloitte neustále poskytuje finančnú, fyzickú a odbornú pomoc viacerým dobročinným alebo všeobecne prospešným aktivitám. V predchádzajúcich rokoch poskytla podporu mnohým charitatívnym a verejným projektom. V súvislosti so stratégiou spoločenskej zodpovednosti si spoločnosť Deloitte vybrala dve nové príležitosti pre verejné investície, kde môžu mať tieto investície obrovský význam, a to:⁴⁸

- **„fórum pre pomoc starším“** – prostredníctvom krízovej linky už druhý rok Deloitte pomáha zanedbávaným a týraným seniorom. Túto krízovú linku spustilo „Fórum pre pomoc starším“ s cieľom pomôcť v kritických životných situáciách starším občanom. Od jej spustenia desiatky seniorov našlo potrebnú pomoc, ktorá sa im dostane prostredníctvom tejto linky vďaka sociálnym pracovníkom, psychológom a právnikom.
- **„deň dobrovoľníctva“** – dobrovoľná medzinárodná iniciatíva zamestnancov patrí medzi jeden z najvýznamnejších projektov spoločnosti Deloitte. Tento projekt je zameraný na osobné a bezplatné poskytovanie pomoci, napr. komunitám, deťom, seniorom, nadáciám, alebo znevýhodneným sociálnym skupinám.

Zamestnanci majú každý rok príležitosť zapájať sa celkovo do piatich projektov zameraných na ochranu životného prostredia, podporu zdravia, sociálnu pomoc, ale aj poskytovanie poradenstva pre neziskové organizácie. Okrem toho sa pravidelne podieľajú na darovaní krvi.⁴⁹

Vedúci partner Deloitte Slovensko tvrdí: *„Úspešným spoločnostiam sa nestačí pri podnikaní orientovať len na dosiahnutie zisku. Do popredia sa dnes dostáva oblasť spoločenskej zodpovednosti, ktorá zohľadňuje dopad chovania firmy na svoje okolie. Zapájanie firmy do spoločensky zodpovedných aktivít pomáha identifikovať obchodné*

⁴⁷Tamtiež.

⁴⁸Tamtiež.

⁴⁹Tamtiež.

*príležitosti, posilňovať dôveru u klientov a predovšetkým zvyšovať motiváciu zamestnancov.*⁵⁰

3.3 Zhodnotenie spoločenskej zodpovednosti vo vybraných audítorských spoločnostiach

V predchádzajúcej kapitole sme si uviedli konkrétne štyri audítorské spoločnosti s celosvetovou pôsobnosťou, v rámci ktorých sme skúmali, akým spôsobom realizujú spoločenskú zodpovednosť.

Každá audítorská spoločnosť určitým spôsobom presadzuje spoločensky zodpovedné správanie, ktoré považuje za dôležitú súčasť fungovania a samotnej podnikateľskej stratégie. Spoločenskú zodpovednosť považujú audítorské spoločnosti tiež za spôsob, akým môžu prispieť k zdokonaleniu spoločnosti, v ktorej žijeme.

Oblasti v rámci ktorých audítorské spoločnosti uplatňujú spoločensky zodpovedné správanie sa v jednotlivých audítorských spoločnostiach výrazne až tak nelíšia. Môžeme si dovoliť tvrdiť, že oblasti, ktoré majú spoločné v rámci uplatňovania spoločenskej zodpovednosti sú predovšetkým :

- **životné prostredie,**
- **komunita.**

Domnievame sa, že vybrané audítorské spoločnosti si uvedomujú fakt, že všetky aktivity, ktoré realizujú majú na tieto oblasti značný dopad. Tento dopad je azda najcitelnejší v prípade životného prostredia a tak sa snažia minimalizovať dopad na životné prostredie. Na zabezpečenie minimalizácie dopadu na životné prostredie zavádzajú rôzne opatrenia ako je napr. minimalizácia spotreby papiera, redukcia výfukových emisií, zavádzanie separovaného zberu, vedenie zamestnancov k tomu, aby mysleli a konali ekologicky, zakladanie rôznych kampaní na ochranu životného prostredia atď.

V oblasti komunity sa audítorské spoločnosti snažia, aby samotný dopad mal predovšetkým pozitívny vplyv a viedol tak k vytvoreniu prosperujúcej a silnej komunity. Snažia sa to zabezpečiť predovšetkým zapájaním zamestnancov do dobrovoľníckych

⁵⁰HUDÁK, M., *Šéfovia firiem: Prioritou nie je len dosiahnutie zisku, ale i dopad správania firiem na spoločnosť.* [online]. [cit. 25.02.2012]. Dostupné na internete: <http://www.deloitte.com/view/sk_SK/sk/press/sk-press-releases/4ca9655a7ef05310VgnVCM2000001b56f00aRCRD.htm>.

aktivít, organizovaním rôznych vecných a finančných zbierok, zakladaním a podporou organizácií, ktoré sú zamerané na poskytovanie pomoci pre ľudí v núdzi (pre spoločnosť KPMG je napr. absolútnou samozrejmosťou darovanie dvoch percent z dane) a rôznymi verejnoprospešnými činnosťami, do ktorých sa spoločnosti každoročne zapájajú.

Ďalšími, no nie menej dôležitými oblasťami uplatňovania spoločenskej zodpovednosti týchto spoločností, sú :

- **pracovisko,**
- **trh,**
- **vzdelávanie novej generácie,**
- **podnikavosť.**

Uvedomenie audítorských spoločností, že čoraz viac absolventov a kvalifikovaných pracovníkov považuje spoločenskú zodpovednosť za jednu z hlavných priorít im napomáha realizácia spoločenskej zodpovednosti prilákať vynikajúcich potenciálnych zamestnancov. Súčasným zamestnancom spoločností napomáha uskutočňovanie spoločensky zodpovedných projektov učiť sa z výziev, nabráť nové skúsenosti a získavať dôležité kontakty.

Voči partnerom a klientom na trhu sa snažia správať nanajvýš zodpovedne, pretože partneri a klienti, ktorí sa zapájajú do spoločenskej zodpovednosti dávajú prednosť spoločnostiam, ktoré majú rovnaké zmýšľanie.

Spoločnosti si uvedomujú aj význam investovania peňažných prostriedkov do budúcej generácie, ktorá môže v budúcnosť tvoriť zamestnancov týchto audítorských spoločností. Snažia sa napomôcť rozvoju schopností a rozšíriť prístup, aby budúca generácia mala potrebné schopnosti na efektívne fungovanie.

Realizáciou spoločensky zodpovedného správania dávajú tieto spoločnosti najavo, že im nie je ľahostajné, aký vplyv má realizácia ich aktivít, či už na životné prostredie, zamestnancov, samotnú spoločnosť, v ktorej žijeme. Snažia sa, aby zanechali svet lepším, než do akého tieto audítorské spoločnosti vstúpili.

Na záver môžeme skonštatovať, že PricewaterhouseCoopers sa javí ako spoločnosť, ktorá má v rámci realizácie spoločensky zodpovedného správania najväčší podiel spomedzi vybraných spoločností, o čom vypovedá aj fakt, že ako jediná spoločnosť mala na svojej internetovej stránke uvedenú správu o zodpovednom podnikaní a taktiež orientácia na ich

internetovej stránke bola veľmi jednoduchá, ako z hľadiska dostupnosti potrebných informácií, tak aj z hľadiska množstva týchto informácií. Ostatné spoločnosti nemali tieto informácie až tak prehľadné a ucelené a tiež kvantita týchto informácií bola značne nižšia ako pri spoločnosti PricewaterhouseCoopers.

Záver

Spoločenskú zodpovednosť podnikov môžeme považovať za významný nástroj prostredníctvom ktorého podniky implementujú do svojich hodnôt a činnosti zodpovedné správanie. Podnik svojimi aktivitami vplýva na svoje okolie a naopak okolie vplýva na podnik. Je preto len na samotnom podniku ako sa bude k svojmu okoliu správať. Prieskumy ukazujú, že ak sa podnik k svojmu okoliu správa zodpovedne, teda neorientuje sa výhradne na dosahovanie zisku, ale realizuje zodpovedné správanie prospešné pre celú spoločnosť, v ktorej žijeme ako aj pre životné prostredie, podniku to prináša viaceré výhody ako napr. zlepšenie mena, dôveru svojich klientov, partnerov a zamestnancov a aj silnejšie a stabilnejšie postavenie na trhu.

Celosvetové spoločnosti, akými sú naše audítorské spoločnosti analyzované v bakalárskej práci už dlhšiu dobu realizujú spoločensky zodpovedné správanie v ich materských krajinách. Preto nie je výnimkou presadzovanie spoločensky zodpovedného správania ich členskými spoločnosťami, pôsobiacich mimo materskej krajiny, ako je to aj v prípade audítorských spoločností uvedených v tejto záverečnej práci.

Tieto audítorské spoločnosti pri uplatňovaní spoločensky zodpovedného správania preferujú: komunitný rozvoj, charitu, ohľaduplnosť k životnému prostrediu, rozvoj trhu, ako aj zlepšenie vzťahov na trhu. Ľahostajnými im nie sú ani mladí ľudia.

Spoločensky zodpovedné správanie je súčasťou hodnôt týchto audítorských spoločností a môžu tak týmto správaním prispieť k udržateľnému rozvoju širšej spoločnosti a ísť príkladom pre ostatné medzinárodné ako aj národné spoločnosti.

Uplatňovaním spoločensky zodpovedného správania podnik získa nemálo. Výnimkou nie sú ani audítorské spoločnosti rozoberané v práci, ktorým záleží na tom, aby mali ich zákazníci, dodávatelia, investori, akcionári a zamestnanci voči nim dôveru. Túto dôveru a mnohé ďalšie prínosy môžu získať realizáciou spoločensky zodpovedného správania. Naproti tomu, realizácia takéhoto správania je finančne náročná, čo môže v niektorých podnikoch spôsobiť aj existenčné problémy, a preto radšej od takéhoto správania upustia.

Spoločensky zodpovedné správanie sa však nespája len s činnosťou medzinárodných spoločností. Aj v Slovenskej republike existujú podniky, ktoré realizujú spoločensky zodpovedné správanie, hoci ich nie je veľa. Mnohí predstavitelia podnikov pôsobiacich v Slovenskej republike si však myslia, že realizácia spoločensky zodpovedného správania je spojená len s finančne nákladným darom verejnosti, pritom za spoločensky zodpovedné správanie sa považuje aj napr. recyklácia papiera. Môže za to predovšetkým nedostatočnosť informácií týkajúcich sa uplatňovania spoločenskej zodpovednosti podniku. V podnikoch s celosvetovou pôsobnosťou je tomu tak inak. Uplatňovanie spoločensky zodpovedného správania už dlhé roky realizujú. Zodpovedné správanie patrí k ich základným podnikovým hodnotám.

Na záver môžeme povedať, že realizácia spoločensky zodpovedného správania prináša výhody tak podniku, ako aj spoločnosti, v ktorej žijeme.

Zoznam použitej literatúry

Knižné publikácie:

1. HANULÁKOVÁ, E. – PROČKOVÁ, A. 2001. *Spoločenský marketing*. 1. vyd. Bratislava : EKONÓM, 2001. 228 s. ISBN 80-225-1409-8.
2. KAREŠ, L. 1998. *Audítorstvo*. 1. vyd. Bratislava : ELITA, 1998. s. 48. ISBN 80-8044-055-7.
3. MAJDÚCHOVÁ, H. 2011. Konspekt spoločenskej zodpovednosti – scenáre budúceho vývoja. In: *Ekonomika, financie a manažment podniku*. [CD- ROM]. Zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie. Ekonóm, 2011. ISBN – 80-225-3253-2.
4. MAJDÚCHOVÁ, H. 2007. Spoločenská zodpovednosť podnikov – praktické využitie v slovenských podnikoch. In: *Ekonomika, financie a manažment podniku*. [CD-ROM]. Zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie. Ekonóm, 2007. ISBN – 978-80-225-2382-0.
5. SEDLÁK, M. 2011. Spoločenská zodpovednosť podnikov – atribút sociálne trhového hospodárstva. In: *Verejná správa a regionálny rozvoj*. ISSN 1337 – 2955, 2011, roč. 7, č. 1, s. 7 – 15.

Elektronické dokumenty:

6. Deloitte Touche Tohmatsu Limited. *O nás*. [online]. [cit. 25.02.2012]. Dostupné na internete:
<http://www.deloitte.com/view/sk_SK/sk/about/index.htm>.
7. Deloitte Touche Tohmatsu Limited. *Corporate Social Responsibility*. [online]. [cit. 25.02.2012]. Dostupné na internete:
<http://www.deloitte.com/view/sk_SK/sk/about/csr/index.htm>.
8. Ernst & Young Slovakia. [online]. [cit. 13.02.2012]. Dostupné na internete:
<[http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/2011_Top_ten_risks_SK/\\$FILE/TS_Top10_Businessrisks_SK.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/2011_Top_ten_risks_SK/$FILE/TS_Top10_Businessrisks_SK.pdf)>.
9. Ernst & Young Slovakia. *Naše hodnoty*. [online]. [cit. 13.02.2012]. Dostupné na internete:
<<http://www.ey.com/SK/sk/About-us/Our-values>>.
10. Ernst & Young Slovakia. *Meníme meniaci sa svet*. [online]. [cit. 14.02.2012]. Dostupné na internete:
<<http://www.ey.com/SK/sk/About-us/Corporate-Responsibility>>.
11. Ernst & Young Slovakia. 2011. *Správa o transparentnosti za rok 2011*. [online]. 2011. [cit. 14.02.2012]. Dostupné na internete:
<[http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Sprava_o_transparentnosti_Slovenska_republika_2011/\\$FILE/TR_SR_2011_SK.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Sprava_o_transparentnosti_Slovenska_republika_2011/$FILE/TR_SR_2011_SK.pdf)>.

12. GREŠKO, J. 2011. *Spoločenská zodpovednosť firmy*. [online]. 2011. [cit. 30.11.2011]. Dostupné na internete: <<http://www.ekologika.sk/spolocenska-zodpovednost-firmy.html>>.
13. HLAVČÁKOVÁ, B. 2010. *Spoločensky zodpovedné podnikanie = lepšia spoločnosť*. [online]. 2010. [cit. 30.11.2011]. Dostupné na internete: <<http://www.msponline.sk/content/spolocensky-zodpovedne-podnikanie-lepsia-spolocnost>>.
14. HUDÁK, M. *Šéfovia firiem: Prioritou nie je len dosiahnutie zisku, ale i dopad správania firiem na spoločnosť*. [online]. [cit. 25.02.2012]. Dostupné na internete: <http://www.deloitte.com/view/sk_SK/sk/press/sk-press-releases/4ca9655a7ef05310VgnVCM2000001b56f00aRCRD.htm>.
15. CHOMOVÁ, K. 2011. *Poznáte hodnoty svojich zákazníkov?* [online]. 2011. [cit. 30.11.2011]. Dostupné na internete: <<http://www.pp.sk/main/ArticleShow.aspx?ArtID=32405&print=1>>.
16. I. Europa, s.r.o.. 2011. *Spotrebiteľia vyhľadávajú zodpovedné firmy*. [online]. 2011. [cit. 11.11.2011]. Dostupné na internete: <<http://www.euractiv.sk/csr-spolocenska-zodpovednost/clanok/spotrebiteelia-vyhladavaju-zodpovedne-firmy>>.
17. Inštitút zamestnanosti. *Úvod do spoločensky zodpovedného podnikania*. [online]. 2012. [cit. 27.03.2012]. Dostupné na internete: <<http://www.iz.sk/sk/projekty/spolocenska-zodpovednost-podnikov/CSR-uvod>>.
18. KPMG Slovensko spol. s r.o.. 2012. *Naše hodnoty a kultúra*. [online]. 2012. [cit. 13.02.2012]. Dostupné na internete: <<http://www.kpmg.com/SK/sk/WhoWeAre/ValuesAndCulture/Stranky/default.aspx>>.
19. KPMG Slovensko spol. s r.o.. 2012. *Spoločenská zodpovednosť*. [online]. 2012. [cit. 13.02.2012]. Dostupné na internete: <<http://www.kpmg.com/SK/sk/WhoWeAre/CorporateCitizenship/Stranky/default.aspx>>.
20. KPMG Slovensko spol. s r.o.. 2012. *Náš prístup k spoločenskej zodpovednosti*. [online]. 2012. [cit. 13.02.2012]. Dostupné na internete: <<http://www.kpmg.com/SK/sk/WhoWeAre/CorporateCitizenship/Stranky/OurApproach.aspx>>.
21. MaxAudit, s.r.o.. *Audit*. [online]. [cit. 12.02.2012]. Dostupné na internete: <<http://www.maxaudit.sk/sk/4/sluzby/audit/index.htm>>.
22. PwC. *O nás*. [online]. Dostupné na internete: <<http://www.pwc.com/sk/sk/o-nas/index.jhtml>>.
23. PwC. 2011. *Spoločenská zodpovednosť*. [online]. 2011. [cit. 13.02.2012]. Dostupné na internete: <<http://www.pwc.com/sk/sk/spolocenska-zodpovednost/index.jhtml>>.
24. PwC. 2011. *Správa o zodpovednom podnikaní*. [online]. 2011. [cit. 13.02.2012]. Dostupné na internete: <http://www.pwc.com/sk/sk/spolocenska-zodpovednost/assets/FY11-CR-report_SK.pdf>.

25. Slovenská komora audítorov. [cit. 12.02.2012]. Dostupné na internete: <http://www.skau.sk/data/files/dokumenty/Etický_kodex_auditora_2010.pdf>.

26. The Institute of Internal Auditors. 2012. *Corporate Social Responsibility*. [online]. 2012. [cit. 12.02.2012]. Dostupné na internete: <<http://www.theiia.org/guidance/additional-resources/corporate-social-responsibility>>.

Právna úprava:

27. Zákon č. 540/2007 Z. z. o audítoroch, audite a dohľade nad výkonom auditu a o zmene a doplnení zákona č. 431/2002 Z. z. o účtovníctve v znení neskorších predpisov, § 2, ods. 2.