

Mladá veda

Young Science

**Remeselníci pracujúci so sklom
v období raného novoveku**

Informačné systémy v systéme zdieľaných bicyklov

**Vlády SR a vývoj starobného dôchodkového
sporenia na Slovensku**

Mladá veda

Young Science

MEDZINÁRODNÝ VEDECKÝ ČASOPIS MLADÁ VEDA / YOUNG SCIENCE

Číslo 2, ročník 8., vydané v decembri 2020

ISSN 1339-3189

Kontakt: info@mladaveda.sk, tel.: +421 908 546 716, www.mladaveda.sk

Fotografia na obálke: Aponiovská knižnica, Oponice. © Branislav A. Švorc, foto.branisko.at

REDAKČNÁ RADA

doc. Ing. Peter Adamišín, PhD. (Katedra environmentálneho manažmentu, Prešovská univerzita, Prešov)

doc. Dr. Pavel Chromý, PhD. (Katedra sociálnej geografie a regionálneho rozvoje, Univerzita Karlova, Praha)

prof. Dr. Paul Robert Magocsi (Chair of Ukrainian Studies, University of Toronto; Royal Society of Canada)

Ing. Lucia Mikušová, PhD. (Ústav biochémie, výživy a ochrany zdravia, Slovenská technická univerzita, Bratislava)

doc. Ing. Peter Skok, CSc. (Ekomos s. r. o., Prešov)

prof. Ing. Róbert Štefko, Ph.D. (Katedra marketingu a medzinárodného obchodu, Prešovská univerzita, Prešov)

prof. PhDr. Peter Švorc, CSc., predseda (Inštitút histórie, Prešovská univerzita, Prešov)

doc. Ing. Petr Tománek, CSc. (Katedra verejnej ekonomiky, Vysoká škola báňská - Technická univerzita, Ostrava)

REDAKCIA

PhDr. Magdaléna Keresztesová, PhD. (Fakulta stredoeurópskych štúdií UKF, Nitra)

Mgr. Martin Hajduk, PhD. (Inštitút histórie, Prešovská univerzita, Prešov)

RNDr. Richard Nikischer, Ph.D. (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Praha)

Mgr. Branislav A. Švorc, PhD., šéfredaktor (Vydavateľstvo UNIVERSUM, Prešov)

PhDr. Veronika Trstianska, PhD. (Ústav stredoeurópskych jazykov a kultúr FSŠ UKF, Nitra)

Mgr. Veronika Zuskáčová (Geografický ústav, Masarykova univerzita, Brno)

VYDAVATEĽ

Vydavateľstvo UNIVERSUM, spol. s r. o.

www.universum-eu.sk

Javorinská 26, 080 01 Prešov

Slovenská republika

© Mladá veda / Young Science. Akékoľvek šírenie a rozmnožovanie textu, fotografií, údajov a iných informácií je možné len s písomným povolením redakcie.

ZÁKLADNÉ PRINCÍPY SPOLOČENSKEJ ZODPOVEDNOSTI PODNIKOV

BASIC PRINCIPLES OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Martina Marchevská¹, Jana Mitříková²

Autorky pôsobia ako odborné asistentky na Fakulte manažmentu Prešovskej univerzity v Prešove. Vo svojom výskume sa venujú problematike medzinárodného obchodu, globalizácie a internacionalizácie podnikania.

Authors currently hold the position of Assistant Professor at the Faculty of Management at University of Prešov. Main fields of their interest are: international trade, globalization and internationalization.

Abstract

Corporate Social Responsibility (CSR) is gradually becoming part of the philosophy of several businesses. Profit-making is no longer the sole purpose of the business, the enterprises themselves are beginning to feel a certain commitment to engage with the company in which operates Moratis, (2017). Corporate social responsibility is a relatively new topic in the Slovak and Czech contexts. As part of theoretical reflection, it has been developing as a separate topical since the second half of the 1990s. Businesses that choose to go down the path of social responsibility are often ahead of a complex task – finding clues in a wealth of diverse information, directives, standards and procedures Búciová, (2011). The contribution also highlights the fundamentals of corporate social responsibility in terms of theory in the development of thinking about corporate social responsibility and corporate responsibility in relation to international standards.

Key words: Corporate social responsibility – CSR, standards, CSR integration model

Abstrakt

Spoločenská zodpovednosť podnikov (Corporate Social Responsibility – CSR) sa postupne stáva súčasťou filozofie viacerých podnikateľských subjektov. Dosahovanie zisku už nie je jediným cieľom podnikania, samotné podniky začínajú pociťovať určitý záväzok angažovať

¹ Adresa pracoviska: Ing. Martina Marchevská, PhD., Prešovská univerzita, Fakulta manažmentu, Katedra ekonómie a ekonomiky, Konštantínova ul. 16, 080 01 Prešov
E-mail: m.marchevska@gmail.com

² Adresa pracoviska: RNDr. Jana Mitříková, PhD., Prešovská univerzita, Fakulta manažmentu, Katedra turizmu a hotelového manažmentu, Konštantínova ul. 16, 080 01 Prešov
E-mail: jana.mitrikova@unipo.sk

sa v prospech spoločnosti, v ktorej pôsobia Moratis, (2017). Spoločenská zodpovednosť podnikov je v slovenskom a českom kontexte relatívne novou témou. V rámci teoretickej reflexie sa rozvíja ako samostatné topikum obzvlášť už druhej polovice 90.-tych rokov 20. storočia. Podniky, ktoré sa rozhodnú ísť cestou spoločenskej zodpovednosti sú neraz postavené pred zložitú úlohu – nájsť záchytné body v množstve rôznorodých informácií, smerníc, štandardov a postupov Búciová, (2011). Príspevok poukazuje na základy spoločenskej zodpovednosti podnikov aj z pohľadu teórie vo vývoji myslenia o spoločenskej zodpovednosti podnikov a zodpovednosti podnikov vo vzťahu k medzinárodným normám.

Kľúčové slová: Spoločenská zodpovednosť podnikov- SZP; normy; integračný model SZP

Úvod

Termín spoločenská zodpovednosť firiem (Corporate social responsibility - CSR) / (sí es ár) je veľmi aktuálny a nabera na význame, aj keď vo svete je jeho vývoj badať už niekoľko desaťročí. Aj keď jeho korene možno hľadať v 50. rokoch, jeho pokrok súvisí s rozšírením globalizácia začínajúca sa v 90. rokoch Carroll, (2015). Podľa niektorých autorov to bolo ešte pred rokom 1900, dokonca podobný koncept sa hovorilo v staroveku alebo v stredoveku. Jednou z prvých definícií je definícia Howarda, Bowen (2013), ktorý definuje sociálny podnik ako: „*záväzok podnikateľov pokračovať v tom stratégii, prijímať rozhodnutia alebo uskutočňovať činnosti, ktoré sú z hľadiska našej spoločnosti žiaduce ciele a hodnoty*“. (Bussard a kol., 2005).

Stanovenie základu spoločenskej zodpovednosti podnikov

Za hlavný prínos Integrujúceho modelu SZP možno považovať stanovenie základu spoločenskej zodpovednosti podnikov. Základ SZP sa skladá z troch častí – ekonomického, právneho a etického základu spoločenskej zodpovednosti podnikov.

Základ právnej zodpovednosti vychádza z rešpektovania platnej legislatívy upravujúcej vzťahy podniku s konkrétnym stakeholderom.

Medzi najčastejšie spomínané skupiny stakeholders (zainteresovaných subjektov) možno podľa autora (Bussarda a kol., 2005) zaradiť:

- vlastníkov, akcionárov a investorov
- dodávateľov a obchodných partnerov
- spotrebiteľov
- zamestnancov
- konkurenciu
- vládu
- komunitu
- MVO a nátlakové skupiny
- média

Spĺňať základ právnej zodpovednosti znamená dodržiavať platnú legislatívu vo vzťahu ku všetkým stakeholderom podniku. Podnik nespĺňa základ právnej zodpovednosti, ak bolo v určitom sledovanom období právoplatne rozhodnuté príslušným orgánom, že prišlo k

porušení legislatívy v minimálne jednom prípade vo vzťahu k jednému alebo viacerým stakeholderom (Brown, Forster, (2013).

Základ ekonomickej zodpovednosti sa konkretizuje pre každého stakeholdera individuálne a odzrkadľuje minimálne požiadavky jednotlivých stakeholderov na ekonomickú zodpovednosť podniku (napr. vo vzťahu k zamestnancom tvorí základ ekonomickej zodpovednosti podniku povinnosť vyplácať zamestnancom mzdy a odvádzať za zamestnancov všetky povinné odvody do poisťovní a fondov). Podnik nespĺňa základ ekonomickej zodpovednosti, ak v sledovanom období minimálne raz porušil ktorúkoľvek z konkrétnych podmienok.

Základ etickej zodpovednosti predstavuje konkretizáciu etického princípu „Neškodiť iným!“ vo vzťahu k jednotlivým stakeholderom. Splňať základ etickej zodpovednosti znamená, že podnik musí mať inštitucionalizované konkrétne etické postupy a praktiky. Základ etickej zodpovednosti je splnený vtedy, ak preukázateľne existuje strategická koncepcia i funkčný systém realizácie tejto koncepcie v každej z oblastí, ktoré sú konkretizované pre každého stakeholdera zvlášť (Búciová 2011).

Trevino a kol., (2000) poukazujú na skutočnosť, že vnímanie manažéra ako etického lídra môže byť v súčasnosti pre organizácie oveľa významnejšie ako doteraz. Potreba etického lídra je o to dôležitejšia, že konanie hoci aj jediného zamestnanca v rozpore s etickým hodnotovým rámcom organizácie, môže okrem finančných strát spôsobiť obrovské škody na kultúre či reputácii organizácie.

Meranie spoločenskej zodpovednosti podnikov na základe integračného modelu PSZ

Integračný model sociálnej zodpovednosti podnikov (Remišová, A., Búciová, Z. (2011) vníma spoločnosť ako "firemného občana", ktorý je povinný plniť svoje právne a etické záväzky a zároveň má určitú osobitnú zodpovednosť na základe svojho postavenia hospodárskeho subjektu

Tento model je na štyroch základoch: (1) všeobecne akceptovaná definícia PSZ zo strany Carrolla, podľa ktorej "sociálna zodpovednosť podnikov zahŕňa ekonomické, právne, etické a diskkrétne očakávania, ktoré spoločnosť má organizácií v danom čase" (Carroll, 1979, s. 500), pričom prvé tri zložky sú neoddeliteľnou súčasťou podnikových činností. Keďže filantropická zodpovednosť sa chápe ako žiaduce správanie korporácií zo strany spoločnosti; (2) akceptovanie myšlienky, že spoločnosť môže konať a vystupovať ako subjekt sociálnej zodpovednosti, čo znamená, že sociálnu zodpovednosť podnikov nemožno chápať len ako súhrn individuálnych povinností zamestnancov; (3) teória zainteresovaných strán (Freeman 1984; Jones a kol., 2002), podľa ktorého by organizácia mala prevziať zodpovednosť za všetky príslušné zainteresované strany vo svojom vnútornom aj vonkajšom prostredí; (4) zdôraznenie etickej zodpovednosti organizácie ako neoddeliteľnej súčasť všetkých korporátnych činností (Remišová, Búciová, 2012); (Remišová a kol., 2013).

Kľúčové teórie vo vývoji myslenia o spoločenskej zodpovednosti podnikov

V prvej polovici 70. rokov XX. storočia sa po zlyhaní aplikácií keynesovskej makroekonomickej teórie v hospodárskej politike v rámci hlavného prúdu ekonomického myslenia dostáva do popredia neokonzervatívna platforma, v ktorej má svoju významnú

pozíciu Chicagska škola. Jedným z jej najvýznamnejších predstaviteľov je Milton Friedman, ktorý svoje názory formuloval v teoretickom koncepte monetarizmu, v mnohom ovplyvnenom východiskami Rakúskej školy ekonómie, jej metodologickým individualizmom a subjektívnou teóriou hodnoty (Lačný, 2012).

V roku 1984 vyšla kniha Edwarda Freemana, ktorú možno považovať za klasické dielo teórie stakeholderov – Strategický manažment: Stakeholderský prístup. Freeman nadviazal na myšlienky svojich predchodcov, ktorí presadzovali zodpovednosť podniku voči viacerým skupinám spoločnosti a pomenoval tieto skupiny výrazom stakeholderi. Freeman pôvodne prezentoval teóriu stakeholderov ako manažérsku teóriu, ktorá mala vytvoriť nový rámec pre riadenie podnikov. Neskôr (v roku 1988) ju prezentoval ako normatívnu teóriu, ktorá vyžaduje od manažmentu uvedomiť si svoju morálnu povinnosť chrániť podnik ako celok a z toho vyplývajúce 274 záujmy všetkých stakeholderov. „*Manažment, najmä vrcholový manažment sa musí starať o prosperitu organizácie, a to vyžaduje vyváženie rôznorodých záujmov jej stakeholderov.*“ (Freeman, 1984).

Koncom 20. storočia sa objavujú nové témy, ktoré si ich autori viac či menej spájajú so SZP. Okrem spoločenskej výkonnosti podnikov, teórie stakeholderov a podnikateľskej etiky, ktoré sa prudko rozvíjali, sa začína diskutovať na tému trvalo udržateľného rozvoja, korporatívneho občianstva a filantropie ako samostatnej podnikovej aktivity. Objavujú sa ďalšie výrazy, ktoré vychádzajú z myšlienky SZP, nadväzujú na ňu, alebo s ňou viac či menej súvisia, príp. sa mylne považujú za SZP: strategické darcovstvo, spoločenský marketing, zdieľaný marketing, podniková reputácia, komunitné partnerstvo, zamestnanecké dobrovoľníctvo, udržateľné podnikanie a pod (Carroll, 2008); (Gallego-Álvarez, Prado-Lorenzo, a García-Sánchez, 2011).

Piliere spoločenskej zodpovednosti obchodných podnikov (tripple-bottom-line)

„Spoločenská zodpovednosť firiem je moderný koncept podnikania, ktorý vedie k širšiemu pohľadu na podnikanie a je postavený na 3 základných pilieroch (tzv. tripple-bottom-line), John a kol., (1997):

- ekonomická oblasť (profit)
- sociálna oblasť (people)
- oblasť ochrany životného prostredia (planet)“

Jeden z prielomov pri vývoji koncepcie SZP, ak je spoločnosť chce byť udržateľná, je potrebné mu venovať pozornosť 3P, ktorý nie je zameraný iba na zisk (zisk), ale aj musí byť schopný pozitívne prispievať do komunity (ľudia) a zohrávajú aktívnu úlohu pri ochrane prostredia (Planéta); (Enklington a kol., 1999).

Benefits, ktoré prináša firmám SZP:

- umožňuje manažovať riziká (zodpovedný prístup prejavujúci sa v manažovaní ľudských zdrojov, kontrola kvality produktov a environmentálnych štandardov môže firmu chrániť pred nákladnými súdnymi spormi a z toho vyplývajúce poškodenia firemného mena/značky),
- pomáha zvyšovať zisky (od zodpovedných firiem spotrebiteľia radšej nakupujú),
- pomáha znižovať náklady (tlak vyvíjaný na efektívne využívanie zdrojov),

- zvyšuje dlhodobý potenciál firmy (pomocou SZP podporuje ťažšie merateľné podmienky rastu, ako je goodwill, motivácia zamestnancov pracovať v danej organizácii, priazeň miestnych obyvateľov a samosprávy),
- podporuje inováciu (stimuluje inovatívne myslenie a postupy riadenia),
- pomáha firmám udržať si legitimitu (SZP vníma firmu ako člena spoločnosti, ktorá sa skladá zo stakeholderov. Firma by so všetkými mala viesť otvorený dialóg, ktorý by mal presvedčiť o správnosti konania firmy),
- pomáha pri budovaní dôvery a značky (reputácia, dôvera, značka – vďaka SZP si firma buduje „dobré meno“),
- umožňuje lepší manažment ľudských zdrojov (prístup k odmeňovaniu, zosúladenie pracovného a súkromného času, kariérny prístup, tréningy a vzdelávanie, politiku boja proti diskriminácií),
- zvyšuje prítlačivosť pre investorov (investičné fondy si radšej vyberajú príležitosti podľa finančných, ekonomických, sociálnych, environmentálnych a etických faktorov, pretože kritéria SZP pre nich znamenajú istoty a bezpečnosť trvalej neudržateľnosti firmy), (Kleinová a kol., 2012); (IZ, 2020).

Zodpovednosť podnikov vo vzťahu k medzinárodným normám

ISO 26000 – Sociálna zodpovednosť podnikov

Cieľom normy ISO 26000 je poskytnúť usmernenie v oblasti sociálnej zodpovednosti (SZP) a pomôcť všetkým typom organizácií prispievať k trvalo udržateľnému rozvoju (Moratis, 2017). ISO 26000 poskytuje usmernenia o tom, ako môžu podniky a organizácie fungovať sociálne zodpovedným spôsobom. To znamená konať etickým a transparentným spôsobom, ktorý prispieva k zdraviu a blahobytu spoločnosti. Existuje sedem základných tém, ktoré ISO 26000 zvažuje:

1. Správa a riadenie spoločností
2. Ľudské práva
3. Pracovné podmienky
4. Životné prostredie
5. Spravodlivý podnik
6. Starostlivosť o spotrebiteľa
7. Zapojenie a rozvoj miestnej komunity

Norma sa venuje aj príkladom a návrhom, ako identifikovať, komunikovať a zapojiť zainteresované strany a ako identifikovať a riešiť konkrétne otázky v každej oblasti hlavného predmetu. ISO 26000 poskytuje usmernenia a nie požiadavky, takže nemôže byť certifikovaný.

SA 8000 – Sociálna zodpovednosť

SA8000 je svet široko osvedčovaný a prijatý štandard, ktorý podporuje organizácie, aby rozvíjali, udržiavali a zlepšovali spoločensky prijateľné postupy na pracovisku. Norma sa opiera o kódexy správania, ktoré potvrdila Medzinárodná organizácia práce (MOP) a ktoré vydala Organizácia pre sociálnu zodpovednosť (NKÚ).

AA 1000 AccountAbility

AccountAbility AA1000 bol vyvinutý v roku 1990 vo Veľkej Británii vytvoriť štruktúru pre sociálnu zodpovednosť politiky, dialóg platforma pre zainteresované strany, sociálne, etické a environmentálne účtovníctvo, rovnako ako audit a podávanie správ. Pomáha organizáciám stať sa spoľahlivejšími, zodpovednejšími a spoľahlivejšími.

ISO 14001 – Systém environmentálneho manažéra

Implementáciou tejto normy môžu organizácie zlepšiť efektívne využívanie zdrojov, znížiť odpad a znížiť náklady. Cieľom normy ISO 14001 je pomôcť spoločnostiam neustále zlepšovať ich environmentálne výsledky v rovnováhe so sociálnymi a ekonomickými potrebami. Pri vykonávaní tohto typu správy, spoločnosť musí byť sama odhodlaná postupne zlepšovať svoj vplyv na životné prostredie. Na začiatku procesu by sa mali identifikovať a vyhodnotiť všetky environmentálne aspekty (pozitívne alebo negatívne). Keď sa tak stane, spoločnosť by mala pracovať na zmiernovaní a znižovaní svojich negatívnych vplyvov. Mal by sa vytvoriť plán havarijnej pripravenosti vrátane situácií a nehôd s vplyvom na životné prostredie, ako aj akčný a preventívny plán. Samotnú certifikáciu môžu akreditovať len niektoré certifikačné orgány (napríklad v Českej republike *České institut pro akreditaci*).

EMAS – Systém environmentálneho manažéra

Tento nástroj je vytvorený najmä pre organizácie so sídlom v EÚ. Systém EMAS bol vyvinutý v roku 1993 a predstavuje dobrovoľný systém environmentálneho manažéra pre podniky na hodnotenie, riadenie a neustále zlepšovanie ich environmentálnych vplyvov. Aby sa organizácie mohli zaregistrovať v EMAS, musia poskytovať relevantné informácie o svojich výkonoch a spĺňať osobitné požiadavky nariadenia EÚ o EMAS.

OHSAS 18001 – Systém riadenia bezpečnosti a ochrany zdravia pri práci

Túto medzinárodnú normu vytvorili v roku 1990 vo Veľkej Británii vnútroštátne normalizačné orgány, akademické orgány, akreditačné a certifikačné orgány a inštitúcie bezpečnosti a ochrany zdravia pri práci. Cieľom tejto normy je pomôcť širokému spektru spoločností zdôrazniť význam tém, ako je výkonnosť v oblasti bezpečnosti a ochrany zdravia pri práci. Jeho podporovatelia tvrdia, že systém riadenia bezpečnosti a ochrany zdravia pri práci podporuje bezpečné a zdravé pracovné prostredie tým, že poskytuje rámec, ktorý pomáha organizáciám: identifikovať a kontrolovať zdravotné a bezpečnostné riziká, znižovať potenciál úrazov, ochodenie právnych predpisov a zlepšovať celkovú výkonnosť. Je všeobecne uznávaný a populárny, takže by mohol byť akreditovaný niektorými certifikačnými orgánmi (Business Leaders Forum, 2020); (Inštitút kvality, enviromentu a BOZP).

	Názov spoločnosti	zverejnenie správy o SZP	existencia samostatnej správy o SZP	členstvo v iniciatíve OSN Global Compact alebo BLF
1.	Samsung Electronics Slovakia, s.r.o., Galanta	a	x	
2.	Volkswagen Slovakia, a.s., Bratislava	a	x	
3.	Slovenský plynárenský priemysel, a.s., Bratislava a	a		
4.	Slovnaft. a.s., Bratislava a x x	a	x	x
5.	Slovenské elektrárne, a.s.. Bratislava a x x	a	x	x
6.	6 PSA Slovakia, s.r.o., Trnava a	a		
7.	U.S. Steel Košice, s.r.o., Košice a x x	a	x	x
8.	Kia Motors Slovakia, s.r.o., Žilina a	a		
9.	Foxconn Slovakia, s.r.o., Nitra n	n		
10.	Západoslovenská energetika, a.s., Bratislava a x x	a	x	x
11.	Slovak Telekom, a.s., Bratislava a x x	a	x	x
12.	Tesco Stores SR, a.s., Bratislava a x	a		x
13.	Orange Slovensko, a.s., Bratislava a x x	a	x	x

Tabuľka č. 1 - Prehľad publikovania správ o SZP u slovenských TOP 100 spoločností podľa obratu (2011).

Zdroj: Fifeková, E., Karabínoš, S., & Lábaj, M. (2011).

Legenda: a – spoločnosť poskytuje informáciu o svojich aktivitách v rámci SZP
n - spoločnosť neposkytuje informáciu o svojich aktivitách v rámci SZP
x – spoločnosť spĺňa kritérium

Zdroj: Fifeková, E., Karabínoš, S., & Lábaj, M. (2011).

Via Bona Slovakia 2019

Víťazom v hlavnej kategórii Zodpovedná veľká firma **sa stala spoločnosť** ESET.

Hlavnými piliermi CSR stratégie spoločnosti sú etika v podnikaní, spokojní zamestnanci, lepšie Slovensko vďaka kvalitnejšiemu vzdelávaniu a výskumu a ochrana životného prostredia. Cieľom spoločnosti je tiež popularizovať vedu a výskum na Slovensku, preto prostredníctvom podujatia ESET Science Award v tomto roku už druhýkrát ocenila najlepších domácich vedcov.

Ocenenie v hlavnej kategórii Zodpovedná malá/stredná firma **získala spoločnosť** Profesia. Víťazom v kategórii Zelená firma, ktorá kladie dôraz na obehovú ekonomiku, sa stala spoločnosť JRK Slovensko s projektom spravodlivej evidencie odpadov ELWIS. V kategórii Skvelý zamestnávateľ sa stala najúspešnejšou spoločnosť Whirlpool Slovakia, ktorá

na pracovisku dlhodobo presadzuje rozmanitosť a prístup bez predsudkov. V rámci tejto kategórie bola udelená aj špeciálna cena – Zamestnávateľ ústretový k rodine, rodovej rovnosti a rovnosti príležitostí, ktorú získali Slovenské elektrárne za ciele podporu žien v rodovo netradičnom odvetví energetického priemyslu. V kategórii s názvom Dobrý partner komunity za strategickú pomoc okoliu a podporu sociálnych inovácií zvíťazila spoločnosť ESET s projektom ESET Science Award. Ocenenie v kategórii Sociálne inovácie získala spoločnosť LETMO. Víťazom špeciálnej ceny Dobre spravovaná firma sa stala ČSOB Banka (Via Bona Slovakia, 2020).

Záver

Zodpovedné podnikanie tvoria mnohé „nenápadné veci“, ktoré navonok nevidno tak ako napríklad veľký balík peňazí na charitu. Ide o to, ako firma robí biznis, či komunikuje transparentne a nezavádza reklamou, ako sa správa k zamestnancom. Je to aj o tom, či platí dodávateľom tak, aby sa tiež mohli rozvíjať a prežiť, je to o zmene podnikania. Pre manažment je to oveľa náročnejšie, ako raz za čas vyhraďť nejaké financie na pomoc, nakoľko sa to týka dennodenného zodpovedného rozhodovania, ktoré by mali byť prioritné v súčasnej ekonomickej situácii pred operatívnymi rozhodnutiami, ktorými firma získa obrat. Každý podnikateľ, veľký alebo malý, sa môže slobodne rozhodnúť ako podnikateľ. Sú veľmi odvážne firmy, ktoré sa stali priekopníkmi v zodpovednom a udržateľnom podnikaní. Pri zameraní sa na dlhodobý cieľ je väčšia šanca byť inovatívnym a ekonomicky udržateľným. Aj keď je firma spoločensky zodpovedná, stále potrebuje správne produkty na správnom trhu so správnym marketingom. Najsilnejšie spoločnosti dokážu robiť oboje a ukazujú, že podnikanie môže byť veľmi úspešné a zároveň vysoko rešpektované a zodpovedné (Gregová).

*Tento článok odporúča na publikovanie vo vedeckom časopise Mladá veda:
Ing. Mariana Dubravská, PhD.*

Príspevok bol spracovaný v rámci grantu VEGA1/0082/19.

Použitá literatúra

1. Brown, J. A., Forster, W. R. (2013). CSR and stakeholder theory: A tale of Adam Smith. *Journal of business ethics*, 112(2), 301-312.
2. Business Leaders Forum (2020). Standards & Initiatives [online]. [cit. 01.12.2020]. Dostupné z: <https://www.csr-online.cz/co-je-csr/proc-byt-odpovednou-firmou/>
3. Búciová, Z. (2011). *Integrovaný model spoločenskej zodpovednosti podnikov*. Pokorná, D.-Sojtková, J.(eds.): Spoločenská zodpovednosť firiem-transfer vedeckých poznatkov do praxe.
4. Bussard, A., Markuš, M., Buncák, M., Marcek, E. (2005). Spoločensky zodpovedné podnikanie. Prehľad základných princípov a príkladov.(Socially responsible entrepreneurship. An overview of basic principles and examples.)', Foundation Integra, Foundation Pontis, PANET, Bratislava 2005.
5. Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of management review*, 4(4), 497-505.
6. Carroll, A. B. (2008). A history of corporate social responsibility: Concepts and practices. *The Oxford handbook of corporate social responsibility*, 19-46.

7. Carroll, A. B. (2015). Corporate social responsibility: The centerpiece of competing and complementary frameworks. *Organizational Dynamics*, 44(2), 87–96. <https://doi.org/10.1016/j.orgdyn.2015.02.002>
8. Castka, P., Balzarova, M. A. (2008). The impact of ISO 9000 and ISO 14000 on standardisation of social responsibility—an inside perspective. *International journal of production economics*, 113(1), 74-87.
9. Elkington, J., Rowlands, I. H. (1999). Cannibals with forks: the triple bottom line of 21st century business. *Alternatives Journal*, 25(4), 42.
10. Fífeková, E., Karabínoš, S., Lábj, M. (2011). *Úspešnosť Slovenska vo vytváraní podmienok pre spoločensky zodpovedné podnikanie*. EU Bratislava, Ministerstvo hospodárstva SR.
11. Freeman, E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Marshfield: Pittman, ISBN 0- 273-01913-9.
12. Gallego-Álvarez, I., Prado-Lorenzo, J. M., García-Sánchez, I. M. (2011). Corporate social responsibility and innovation: A resource-based theory. *Management Decision*
13. Gregová, E. *Spoločensky zodpovedné podnikanie na makro a mikroúrovni*. [online] [cit. 01.12.2020]. Dostupné z: https://www.tvp.zcu.cz/cd/2014/PDF_sbornik/gregova.pdf
14. IZ- Inštitút zamestnanosti, 2020. CSR - Spoločenská zodpovednosť podnikov. [online] [cit. 01.12.2020]. Dostupné z: <https://www.iz.sk/sk/projekty/spolocenska-zodpovednost-podnikov>
15. Inštitút kvality, enviromentu a BOZP. [online] [cit. 01.12.2020]. Dostupné z: <http://isocertifikat.sk/szp-spolocenska-zodpovednost-podnikania/>
16. Jones, T. M., Wicks, A. C., Freeman, R. E. (2017). Stakeholder theory: The state of the art. *The Blackwell guide to business ethics*, 17-37.
17. Lačný, M. (2012). Spoločenská zodpovednosť podnikov a korporatívne občianstvo—otázky a výzvy. *Prešov: Vydavateľstvo Prešovskej univerzity*.
18. Lušňáková, Z., Kleinová, K., Šajbidorová, M., Šajbidorová, V. (2012). Implementation of the CSR concept in the enterprises of Slovak dairy industry. *Ekonomika Pol'nohospodárstva*, (2), 78-94.
19. Moratis, L. (2017). The credibility of corporate CSR claims: A taxonomy based on ISO 26000 and a research agenda. *Total Quality Management & Business Excellence*, 28(1-2), 147-158.
20. Remišová, A., Búciová, Z. (2012). *Measuring corporate social responsibility towards employees*. *Journal for East European Management Studies*, 273-291.
21. Remišová, A., Lašáková, A., Krzykała-Schaefer, R. (2013). Corporate social responsibility in European countries: The keystones of the concept and intercultural connotations. *Journal for East European Management Studies*, 512-543.
22. Trevino, L. K., Hartman, L. P., Brown, M. (2000). Moral person and moral manager: How executives develop a reputation for ethical leadership. *California management review*, 42(4), 128-142.
23. Via bona Slovakia. (2020). [online] [cit. 01.12.2020]. Dostupné z: <https://www.nadaciapontis.sk/projekty/via-bona-slovakia/>