

Mladá veda

Young Science



Mladá veda

Young Science

MEDZINÁRODNÝ VEDECKÝ ČASOPIS MLADÁ VEDA / YOUNG SCIENCE

Číslo 1, ročník 10., vydané v marci 2022

ISSN 1339-3189

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

Fotografia na obálke: Mukačevo, Ukrajina. © 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 sociální geografie a regionálního rozvoje, Univerzita Karlova, Praha)

Mgr. Jakub Köry, PhD. (School of Mathematics & Statistics, University of Glasgow, Glasgow)

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. (Ekonomos 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 veřejné ekonomiky, Vysoká škola báňská - Technická univerzita, Ostrava)

REDAKCIA

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

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)

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.

VPLYV POČTU ZAMESTNANCOV NA SPOLOČENSKÚ ZODPOVEDNOSŤ FIRIEM NA SLOVENSKU

THE IMPACT OF THE AMOUNT OF EMPLOYEES ON THE CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY IN SLOVAKIA

Hana Krchová¹, Zuzana Tešovičová²

Hana Krchová pôsobí ako odborný asistent na Fakulte ekonómie a podnikania Paneurópskej vysokej školy v Bratislave. V rámci výskumu sa venuje najmä problematike strategickému manažmentu a spoločenskej zodpovednosti podnikov. Na fakulte vyučuje Manažment, Strategický manažment a Projektový manažment. Zuzana Tešovičová študuje doktorandský študijný program na Vysokej škole ekonómie a manažmentu v Bratislave a vo svojej výskumnej činnosti sa venuje prioritne spoločenskej zodpovednosti podnikov s akcentom na strategickú filantropiu. V súčasnej dobe tiež vyučuje na Vysokej škole ekonómie a manažmentu v Bratislave predmet Organizačná kultúra.

Hana Krchová preforms as a assistant professor on the faculty of economy and businesses of the Pan-European University. In case of the research, she is mostly devoting herself to the problematics of strategic management and the social responsibility of companies. On the Faculty, she tutes Management, Strategic management and Project management. Zuzana Tešovičová studies doctoral study programme on the Bratislava University of Economics and Management and dedicates herself foremost in the expertise of the communal corporate responsibility with the focus on strategic filantropy in her investigative activity. Currently, she proceeds also as a tutor of the organizational culture in the Economy and Management college in Bratislava.

Abstract

Corporate Social Responsibility, furthermore as „CSR“ is becoming a highly renowned subject, not only from the perspective of a well received company brand, but also from the perception of its sustainability, the ability to attain competition and formation of a positive, either internal or external environment. The goal of the study was to analyze the impact on the amount of employees in correspondance to the actions of the company in the CSR expertise in the context of two determinants, as the components of the CSR. The investigation was formed

¹ Adresa pracoviska: Ing. Hana Krchová, Ph.D., Katedra manažmentu, Fakulta ekonómie a podnikania, Paneurópska vysoká škola, Tematínska 10, 851 05 Bratislava

E-mail: hana.krchova@paneurouni.com

² Adresa pracoviska: Ing. et Ing. Zuzana Tešovičová, MBA, Katedra manažmentu, Vysoká škola ekonómie a manažmentu v Bratislave, Furdekova 16, 851 05 Bratislava

E-mail: zuzana.tesovicova@vsemvs.sk

within a questionnaire experiment in 272 companies, sorted in accordance to its amount of employees in small, mid and bigger businesses. A notably important aspect of the study is also the comparison of statistical variations in the range of these three identified types of businesses.

Key words: corporate social responsibility, CSR, employees, ecology, stakeholder

Abstrakt

Spoločenská zodpovednosť firiem (Corporate Social Responsibility), ďalej len „CSR“ sa stáva vysoko aktuálnou témou nielen z pohľadu dobrého mena spoločnosti, ale aj z pohľadu udržateľnosti, konkurencieschopnosti a vytvárania pozitívneho, či už interného alebo externého prostredia. Cieľom štúdie bola analýza vplyvu počtu zamestnancov na aktivity spoločností v oblasti CSR v kontexte dvoch determinantov, ako zložiek CSR. Výskum bol realizovaný dotazníkovým prieskumom v 272 spoločnostiach rozdelených podľa samotného počtu zamestnancov na malé, stredné a veľké podniky. Dôležitou súčasťou štúdie je aj porovnanie štatistických odchýlok v parite týchto troch skupín podnikov.

Kľúčové slová: spoločenská zodpovednosť firiem, CSR, zamestnanci, stakeholder

Úvod

V súčasnej dobe sa vnímanie firiem v očiach stakeholderov, či už interných, alebo externých, zásadne zmenilo a už nepovažujú firmy len za výrobcov a poskytovateľov služieb, ale očakávajú ich angažovanosť nielen na poli ekologickej zodpovednosti, ale aj v oblasti podpory okolia, regiónu a samozrejme aj ich angažovanosť vo vytváraní vyšších štandardov v zamestnaneckej politike. Za externých stakeholderov môžeme považovať zákazníkov, dodávateľov, odoberateľov, rodinných príslušníkov zamestnancov, samosprávu, regionálne, štátne a medzinárodné združenia a organizácie atď. Interných stakeholderov tvoria hlavne vlastníci, akcionári, štatutári a zamestnanci firiem. Výskum sa zameriava na postoje a poznatky zamestnancov, pričom analyzuje vplyv počtu zamestnancov na internú a externú spoločenskú zodpovednosť firiem ich optikou.

V kontexte moderného chápania spoločenskej zodpovednosti v podnikaní je prelomovým dielom kniha Spoločenská zodpovednosť podnikateľa od H. Browena, kde už v roku 1953 determinoval podnikanie nielen s ohľadom na platnú legislatívu, ale poukázal aj na potrebný súlad podnikateľských činností s cieľmi a hodnotami spoločnosti (Browen, 2013).

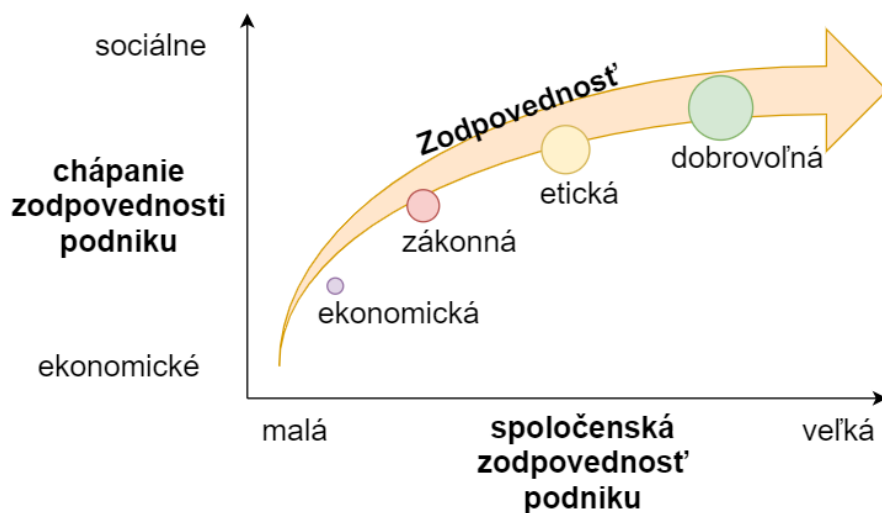
Európska komisia definuje CSR ako „koncept, podľa ktorého spoločnosti pri svojej obchodnej činnosti a chovaní so zúčastnenými stranami dobrovoľne zohľadňujú sociálne a ekologické otázky. Aj keď je CSR záležitosť podnikov, vlády môžu prostredníctvom politických opatrení a nariadení zohrať podpornú úlohu“ (EC, 2015). V tzv. Zelenej knihe z roku 2001 Európska komisia vysvetľuje CSR aj ako „dobrovoľné integrovanie sociálnych a ekologických hľadísk do podnikových aktivít a vzájomných vzťahov so stakeholdermi“ (EC, 2015).

Svetová obchodná rada pre udržateľný rozvoj definuje CSR ako „záväzok podnikania prispievať k trvalo udržateľnému rozvoju, k práci so zamestnancami a ich rodinami, miestnou komunitou a spoločnosťou všeobecne za účelom zlepšenia kvality života (WBCSD, 2021). V ponímaní ekonomického hľadiska CSR firiem ide hlavne o ziskovosť, pričom pohľad na

ekonomický aspekt dáva aj Kódex OSN, ktorý formuloval zásady zodpovedného investovania a odporúča, aby investori dobrovoľne upustili od investícií do spoločností, ktoré nespĺňajú environmentálne, právne, sociálne a správne zodpovedné obchodné štandardy (UN, 2006).

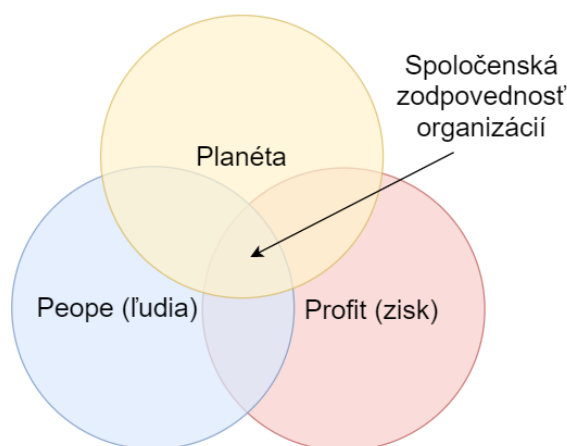
Národná stratégia trvalo udržateľného rozvoja (MINZP, 2021), ktorá pojednáva aj o spoločenskej zodpovednosti firiem bola schválená uznesením vlády SR č. 978/2001. Téma spoločenskej zodpovednosti firiem sa teda stáva medzinárodným štandardom pri hodnotení spoločností aj na platforme medzinárodných inštitúcií.

Oblasti pôsobenia spoločnosti, ktoré sú predmetom CSR sa u mnohých autorov definične líšia. Carroll definuje oblasť CSR do štyroch aspektov a to ekonomické, právne, etické a filantropické (Carroll, 1999). Podľa stupňa vývoja spoločnosti vymedzil štyri základné stupne v spoločensky zodpovednom podnikateľskom správaní ako je vidno na obrázku 1.



Obrázok 1 – Stupne vývoja v spoločensky zodpovednom podnikateľskom správaní
Zdroj: Carroll, 1999

Na jeho základe boli vytvorené ďalšie koncepty CSR vrátane konceptu „triple bottom line“ (Gimez, Sierra and Rodon, 2012, Schulz and Flanigan, 2016, Svenson et al., 2018, Venkatraman and Nayak, 2015, Wilson, 2015, Huang et al., 2019). Autori definujú oblasti na tri základné piliere a to ekonomický, sociálny a environmentálny.



Obrázok 2 - Tri piliere konceptu CSR
Zdroj: GEVA, 2008

Ide o teda tzv. koncept 3 P (obrázok 2) a to „profit“, čiže zisk – ekonomická oblasť, „people“, ľudia – sociálna oblasť a „planet“, planéta – environmentálna oblasť (Elkington, 1997, GEVA, 2008). Sociálna zodpovednosť pojednáva hlavne o zdieľaní profitu firiem a ich čiastočnou redistribúciou do spoločnosti, environmentálna oblasť zdôrazňuje hlavne environmentálnu ochranu a zodpovednosť s apelom na trvalo udržateľný ekosystém (Elkington, 2004).

Sociálna zodpovednosť firiem sa stáva dôležitou aj z hľadiska schopnosti trvalo udržateľného rozvoja a schopnosti vytvárania lepšej pozície na trhu (Militaru and Ionescu 2006, Orlitzky et al, 2011, Belas et al, 2020). Rovnako aj štúdie dokazujú, že existuje pozitívny efekt medzi CSR a vnímaním zákazníkov voči spoločnostiam (Marin et al, 2009, Huang et al, 2019, Arabska, 2020).

Ak by sme mali zhrnúť význam CSR, autori zdôrazňujú hlavne pozitívny vplyv v kooperácii stakeholders, zákazníkov, zamestnávateľov a samozrejme zamestnancov ako jedným z najdôležitejších interných stakeholderov (Ferraz and Gallardovazquez 2016, Ting and Yin 2018, Yoon and Chung 2018).

Metodika, výsledky a diskusia

Výskumná štúdia ako podkladová a dátová platforma, na základe ktorej bola spracovaná štúdia, je založená na dátach získaných prostredníctvom dotazníkového šetrenia. Prieskum bol realizovaný v Slovenskej Republike, zber dát prebiehal v období 9/2020 – 4/2021, kde náhodným výberom bolo oslovených 4 680 podnikov. Relevantné informácie o spoločnostiach sme čerpali z databázy CRIBIS. Respondenti boli oslovení prostredníctvom e-mailu online formulárom na platforme Google. Dotazník pozostával z 33 otázok rozdelených do dvoch základných častí, kde prvá časť šetrila základné charakteristiky respondenta a danej spoločnosti, čím sa aj dokazovala relevantnosť dát z databázy CRIBIS a ekonomických parametrov spoločností z databáz FINSTAT. Druhá časť dotazníka sa týkala priamo spoločenskej zodpovednosti firiem, pričom v článku sa venujeme len malej časti

výskumu s ohľadom na rozsiahlosť tejto problematiky. Návratnosť dotazníkov bola na úrovni 5,81 percenta, čo predstavovalo spolu 272 úplne vyplnených dotazníkov.

Jedným z cieľov výskumnej štúdie bolo zanalyzovať vnímanie zamestnancov v malých, stredných a veľkých podnikoch na CSR v dvoch oblastiach, a to spoločenskej zodpovednosti firmy voči zamestnancom a spoločenskej zodpovednosti firmy voči rodinným príslušníkom zamestnancov. Pre spracovanie dát sme použili štatistický program SAS 9.3, kde sme výsledky spracovali pomocou Kruskal – Wallis testov a DSCF post hoc testov mnohonásobného porovnania.

V prípade Kruskal – Wallis testu zhody viacerých nezávislých výberových súborov sme testovali zhodu stredných hodnôt poradí dvoch a viac nezávislých premenných, skúmali sme štatistickú preukaznosť vplyvu kvalitatívneho faktora s viacerými úrovňami na skúmanú závislú premennú. Faktorom vo výskumnej štúdii je počet zamestnancov, veľkosť spoločnosti na vybrané odpovede z dvoch otázok v dotazníku. Otázky smerovali k spoločenskej zodpovednosti firmy voči zamestnancom a voči zamestnancom a ich rodinným príslušníkom. Postoje respondentov boli zisťované pomocou Lickertovej päťbodovej škály od možností 1 - vždy, 2 - väčšinou, 3 - často, 4 - zriedka a 5 - nikdy. Výskumné otázky boli nasledovné:

Otázka č. 1: Uplatňuje spoločnosť princípy spoločenskej zodpovednosti voči zamestnancom?

Otázka č. 2: Uplatňuje spoločnosť princípy spoločenskej zodpovednosti voči rodinným príslušníkom zamestnancov?

Výskumná štúdia testovala nasledovné štatistické hypotézy v porovnávaní malých, stredných a veľkých podnikoch: Štatistická hypotéza H0: stredné hodnoty poradí vo všetkých nezávislých výberových súboroch sa rovnajú, kvalitatívny faktor nemá na závislú premennú štatisticky preukázaný vplyv. Štatistická hypotéza H1: existuje aspoň jedna dvojica výberových súborov, ktorých stredné hodnoty poradí sa nerovnajú, kvalitatívny faktor má na závislú premennú štatisticky preukázaný vplyv, pričom hodnotu profability (P - value) porovnávame s hodnotou 0,05. Ak je hodnota P- value vyššia ako 0,05 ide o nulovú hypotézu, teda rozdiel medzi ani jednou dvojicou úrovní klasifikačnej premennej sa nepodarilo testom preukázať, čiže nejde o štatisticky významný dopad klasifikačnej premennej na skúmanú otázku. V prípade menšej alebo rovnnej hodnoty P-value ako 0,05 pôjde o hypotézu H1, čiže aspoň medzi jednou zo skúmaných dvojíc úrovní klasifikačného faktora pôjde o štatisticky významný rozdiel v odpovediach na danú otázku. Štatistický faktor má v tomto prípade významný vplyv na danú odpoveď. V prípade potvrdenia hypotézy H1 pre zistenie medzi ktorými výberovými súbormi boli rozdiely štatisticky významné, sme použili post hoc testy kontrastov metódou Dwass, Steel, Critchlow-Flingerovho testu (DSCT test). Vo výskumnej štúdii sme si stanovili nasledovné hypotézy:

Hypotéza 1: V oblasti spoločenskej zodpovednosti firiem voči zamestnancom predpokladáme najvýraznejší štatistický významný rozdiel v porovnaní malých a veľkých podnikov.

Hypotéza 2: V oblasti spoločenskej zodpovednosti firiem voči rodinným príslušníkom zamestnancov predpokladáme najvýraznejší štatistický významný rozdiel v porovnaní malých a veľkých podnikov.

Výskumnú vzorku identifikuje nasledovná tabuľka:

Počet zamestnancov	Počet	%
49 a menej	153	56,3%
50 až 249	64	23,5%
250 a viac	55	20,2%
Spolu	272	100,0%

Tabuľka 1 – Identifikácia výskumnej vzorky

Zdroj: vlastné spracovanie

Ako vidno v tabuľke 1, najväčší počet respondentov tvorili malé podniky s množstvom zamestnancov do 49. Najmenší počet respondentov tvoriaci 20 percent výskumnej vzorky tvorili veľké spoločnosti s počtom zamestnancov nad 250.

Postoje respondentov k spoločenskej zodpovednosti firiem voči zamestnancom zobrazuje nasledovná tabuľka 2:

Počet zamestnancov	#	Vždy	Väčšinou	Často	Zriedka	Nikdy	Spolu
49 a menej	Počet	14	27	33	38	41	153
	%	9,2%	17,6%	21,6%	24,8%	26,8%	100,0%
50 až 249	Počet	2	6	11	22	23	64
	%	3,1%	9,4%	17,2%	34,4%	35,9%	100,0%
250 a viac	Počet	2	5	8	20	20	55
	%	3,6%	9,1%	14,5%	36,4%	36,4%	100,0%
Spolu	Počet	18	38	52	80	84	272
	%	6,6%	14,0%	19,1%	29,4%	30,9%	100,0%

Tabuľka 2 – Percentuálne vyjadrenie miery spoločenskej zodpovednosti firiem voči zamestnancom

Zdroj: vlastné spracovanie

V zobrazených výsledkoch v malých a stredných firmách sa najväčší počet respondentov vyjadrilo, že spoločenská zodpovednosť firiem voči zamestnancom nie je žiadna. Len vo veľkých spoločnostiach sa rovnaký počet respondentov vyjadril že je zriedkavá a to isté percentuálne zastúpenie vyjadruje žiadnu spoločenskú zodpovednosť firiem voči zamestnancom. Na druhej strane sa ale v podnikoch zhruba 20 percent respondentov vyjadrilo o častejšiu spoločenskú zodpovednosť zamestnávateľa. Najmenšie množstvo respondentov vníma svojho zamestnávateľa pozitívnu optiku v CSR voči zamestnancom, ako stálu snahu spoločností chovať sa na základe týchto princípov. V malých spoločnostiach je to 9,2 percenta respondentov, čo je najlepší výsledok v porovnaní so strednými a veľkými podnikmi. Pri overovaní štatistických hypotéz výsledky reprezentuje nasledovná tabuľka:

Wilcoxon Scores (Rank Sums) for Variable o35_spol_zodp_zam Classified by Variable o2_pocet_zam					
o2_pocet_zam	N	Sum of Scores	Expected Under H0	Std Dev Under H0	Mean Score
1	153	18961.50	20884.50	622.360414	123.931373
2	64	9720.00	8736.00	532.162686	151.875000
3	55	8446.50	7507.50	503.887955	153.572727
Average scores were used for ties.					
Kruskal-Wallis Test					
Chi-Square	9.5619				
DF	2				
Pr > Chi-Square	0.0084				

Tabuľka 3 – Wilcoxon Scores a Kruskal – Wallis Test, CSR v oblasti zodpovednosti voči zamestnancom
Zdroj: vlastné spracovanie v programe SAS 9.3

Ako vidno v tabuľke 3, dopad počtu zamestnancov na vnímanie CSR v oblasti zodpovednosti firiem voči zamestnancom má premennú troch úrovní. Existencia štatisticky významného vplyvu je potvrdená, nakoľko P – Value je menšie ako 0,05, čiže sa potvrdzuje štatistická hypotéza 1 a aspoň jedna dvojica výberových súborov (v tomto prípade pôjde o dvojice porovnaní malých a stredných podnikov, malých a veľkých podnikov a stredných a veľkých podnikov) má na závislú premennú štatisticky preukázaný vplyv. Testy kontrastov opisuje nasledovná tabuľka:

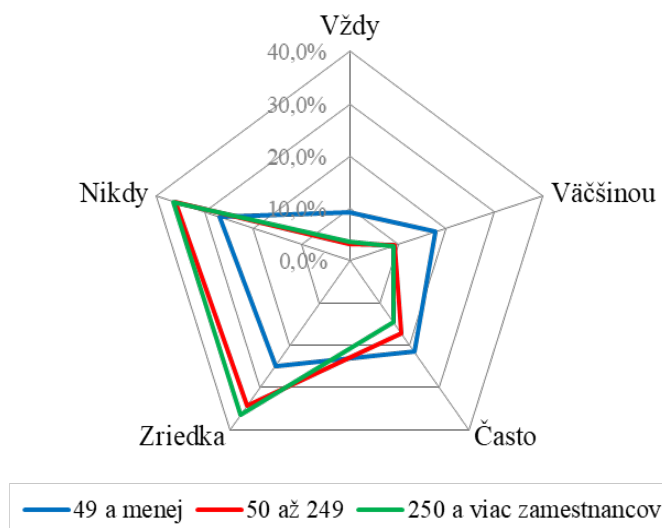
Pairwise Two-Sided Multiple Comparison Analysis			
Dwass, Steel, Critchlow-Fligner Method			
Variable: o35_spol_zodp_zam			
o2_pocet_zam	Wilcoxon Z	DSCF Value	Pr > DSCF
1 vs. 2	-2.4662	3.4877	0.0364
1 vs. 3	-2.4607	3.4800	0.0369
2 vs. 3	-0.1401	0.1982	0.9892

Tabuľka 4 – Dwass, Steel, Critchlow – Fligner (DSCF) test v oblasti zodpovednosti voči zamestnancom
Zdroj: vlastné spracovanie v programe SAS 9.3

Nakoľko sa v Kruskal – Wallis teste potvrdilo, že vplyv klasifikačného faktora je štatisticky významný, bolo potrebné pre náš výskum použiť DSCF test, ktorý nám jednoznačne potvrdil, že rozdiely v odpovediach respondentov sú štatisticky významné medzi skupinou 1 a 2 a medzi skupinou 1 a 3. Rozdiely v porovnaní skupín 2 a 3 sú štatisticky nevýznamné. Z výsledkov teda vyplýva, že najväčšie rozdiely vo vnímaní spoločenskej zodpovednosti firiem voči zamestnancom sú medzi malými a strednými podnikmi a nie medzi malými

a veľkými podnikmi, ako sme predpokladali v stanovenej hypotéze číslo 1. Týmto teda stanovenú hypotézu vyvraciam.

Výsledky výskumu reprezentuje aj nasledovný graf:



Graf 1 – Percentuálne vyjadrenie postoja zamestnancov k CSR firiem voči zamestnancom v porovnaní troch skupín podnikov podľa počtu zamestnancov (malé, stredné a veľké podniky)

Zdroj: vlastné spracovanie

Ako vidno na grafe 1, malé podniky obstáli v pohľade zamestnancov na CSR v oblasti ľudských zdrojov najlepšie. Malé a veľké podniky skoro totožne kopírujú názory a postoje zamestnancov voči CSR firiem a to dosť nelichotivo. Najväčšie vychýlenie k vysokým štatistickým hodnotám predstavovali zriedkavú a v najväčšej miere žiadnu spoločenskú zodpovednosť firiem voči zamestnancom. Najviac sa hodnoty v porovnaní líšili medzi malými a strednými podnikmi a ako názorne ukazuje aj graf, štatisticky preukázaný rozdiel medzi malými a veľkými firmami nebol preukázaný. Postoje respondentov k spoločenskej zodpovednosti firiem voči rodinným príslušníkom zamestnancov zobrazuje nasledovná tabuľka:

Počet zamestnancov	#	Vždy	Väčšinou	Často	Zriedka	Nikdy	Spolu
49 a menej	Počet	30	48	41	27	7	153
	%	19,6%	31,4%	26,8%	17,6%	4,6%	100,0%
50 až 249	Počet	11	14	11	17	11	64
	%	17,2%	21,9%	17,2%	26,6%	17,2%	100,0%
250 a viac	Počet	7	6	12	13	17	55
	%	12,7%	10,9%	21,8%	23,6%	30,9%	100,0%
Spolu	Počet	48	68	64	57	35	272
	%	17,6%	25,0%	23,5%	21,0%	12,9%	100,0%

Tabuľka 5 - Percentuálne vyjadrenie miery spoločenskej zodpovednosti firiem voči rodinným príslušníkom zamestnancov

Zdroj: vlastné spracovanie

V hodnotení spoločenskej zodpovednosti firiem voči rodinným príslušníkom zamestnancov sa dosiahli prekvapivo omnoho lepšie výsledky ako v prípade predchádzajúcich hodnotenia CSR v oblasti zodpovednosť voči samotným zamestnancom. Najlepšie v hodnotení znova obstáli malé podniky s počtom zamestnancov do 49, pričom väčšina respondentov, a to skoro tretina sa domnieva, že CSR firiem voči ich rodinným príslušníkom je prevládajúca. Naopak v stredných podnikoch je prevládajúci názor, že SCR voči ich rodinným príslušníkom je zriedkavá. Vo veľkých podnikoch prieskum dopadol najhoršie a skoro tretina respondentov považuje CSR zamestnávateľa voči rodinným príslušníkom za nulovú. Pri overovaní štatistických hypotéz výsledky reprezentuje nasledovná tabuľka:

Wilcoxon Scores (Rank Sums) for Variable o35_spol_zodp_zam_rod Classified by Variable o2_pocet_zam					
o2_pocet_zam	N	Sum of Scores	Expected Under H0	Std Dev Under H0	Mean Score
1	153	18211.50	20884.50	628.789393	119.029412
2	64	9416.00	8736.00	537.659923	147.125000
3	55	9500.50	7507.50	509.093113	172.736364
Average scores were used for ties.					
Kruskal-Wallis Test					
Chi-Square	21.3561				
DF	2				
Pr > Chi-Square	<.0001				

Tabuľka 6 – Wilcoxon Scores a Kruskal – Wallis Test, CSR
v oblasti zodpovednosti voči rodinným príslušníkom zamestnancov
Zdroj: vlastné spracovanie v programe SAS 9.3

Dopad počtu zamestnancov na vnímanie CSR opisuje tabuľka 6 v oblasti zodpovednosti firiem voči rodinným príslušníkom zamestnancov a má premennú troch úrovní. Existencia štatisticky významného vplyvu je potvrdená, nakoľko P – Value je menšie ako 0,05, čiže sa potvrdzuje štatistická hypotéza 1 a aspoň jedna dvojica výberových súborov (v tomto prípade pôjde o dvojice porovnaní malých a stredných podnikov, malých a veľkých podnikov a stredných a veľkých podnikov) má na závislú premennú štatisticky preukázaný vplyv. Testy kontrastov opisuje nasledovná tabuľka:

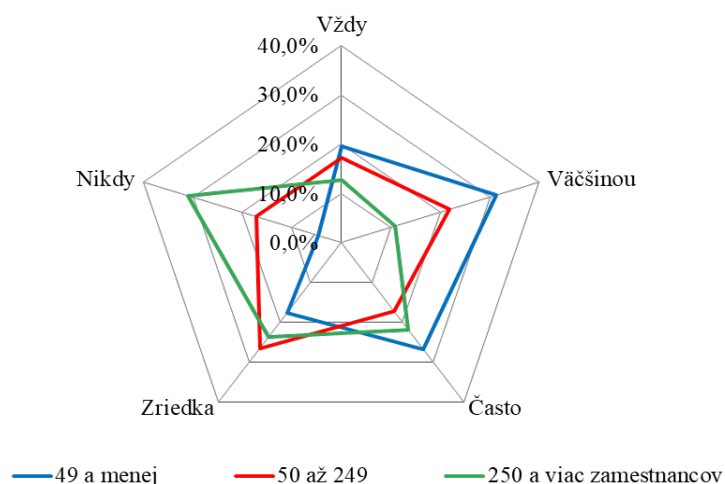
Pairwise Two-Sided Multiple Comparison Analysis			
Dwass, Steel, Critchlow-Fligner Method			
Variable: o35_spol_zodp_zam_rod			
o2_pocet_zam	Wilcoxon Z	DSCF Value	Pr > DSCF
1 vs. 2	-2.4495	3.4640	0.0380
1 vs. 3	-4.4648	6.3142	<.0001
2 vs. 3	-1.7748	2.5099	0.1781

Tabuľka 7 – Dwass, Steel, Critchlow – Fligner (DSCF) test
v oblasti zodpovednosti voči rodinným príslušníkom zamestnancov

Zdroj: vlastné spracovanie v programe SAS 9.3

Nakoľko sa v Kruskal – Wallis teste potvrdilo, že vplyv klasifikačného faktora je štatisticky významný, bolo potrebné pre náš výskum použiť DSCF test, ktorý nám jednoznačne potvrdil, že rozdiely v odpovediach respondentov sú štatisticky najvýznamnejšie medzi skupinou 1 a 3 a teda medzi malými a veľkými podnikmi, čím sa potvrdila stanovená hypotéza číslo 2. Týmto stanovenú hypotézu, a teda že najvýznamnejšie rozdiely vo vnímaní spoločenskej zodpovednosti firiem voči rodinným príslušníkom je medzi malými a veľkými firmami, potvrdzujeme.

Je zaujímavé, že z uvedeného výskumu vyplýva, že existencia štatisticky významného vplyvu premennej sa nachádza vo všetkých troch porovnaniach. Zamestnanci malých, stredných a veľkých podnikov túto tému vnímajú navzájom všetci rozdielne. Pre lepšiu ilustráciu skutkového stavu použijeme znova nasledovný sieťový graf:



Graf 2 – Percentuálne vyjadrenie postoja zamestnancov k CSR firiem voči rodinným príslušníkom zamestnancov v porovnaní troch skupín podnikov podľa počtu zamestnancov

Zdroj: vlastné spracovanie

Ako vidno v grafickom zobrazení vyššie (graf 2), ide o absolútne významný rozdiel vo vnímaní SCR firiem voči rodinným príslušníkom pri porovnaní malých a veľkých podnikov. Dalo by sa povedať, že názory respondentov v tejto oblasti tvoria skoro protipólné videnie tejto problematiky. Graf 2 jasne ukazuje, že SCR v malých podnikoch zaznamenala znova,

ako tak tomu bolo aj v predchádzajúcom prípade, najlepšie výsledky. Podniky strednej veľkosti a aj veľké podniky boli ohodnotené zamestnancami výrazne lepšie ako v otázke predchádzajúcej.

Ostáva len konštatovať, že malé podniky dopadli nielen najlepšie v hodnotení SCR v dvoch oblastiach (spoločenská zodpovednosť voči zamestnancom a spoločenská zodpovednosť voči rodinným príslušníkom zamestnancov), ale aj v najmenšom percentuálnom množstve úplnej nespokojnosti.

Záver

Cieľom štúdie bolo zmapovať problematiku spoločenskej zodpovednosti firiem z pohľadu dvoch oblastí a to spoločenskej zodpovednosti voči zamestnancom a voči rodinným príslušníkom zamestnancov. Dôležitou časťou výskumu bolo aj porovnanie postojov zamestnancov s ohľadom na veľkosť podniku, pričom sa porovnávali malé, stredné a veľké podniky.

Spoločenská zodpovednosť voči zamestnancom sa prejavuje hlavne schopnosťou firiem vytvárať také podmienky, ktoré nie sú zákonom prikázané, ale tvoria dobrovoľnú aktivitu spoločností. Do spoločenskej zodpovednosti v tejto oblasti môžeme teda zaradiť viaceré oblasti, akými sú zapojenie zamestnancov a komunikácia, ohodnotenie za prácu, vzdelávanie a rozvoj, zdravie a bezpečnosť a vyváženosť pracovného a osobného života. V oblasti zapojenia zamestnancov ide hlavne o spätnú väzbu medzi zamestnancom a zamestnávateľom, proaktívny prístup k riešeniu problémov, spolurozhodovanie a podpora inovatívnych návrhov, rozvoj zamestnancov v oblastiach CSR a mnohé iné. V oblasti ohodnotenia zamestnancov sa za spoločensky zodpovedné firmy považujú hlavne tie, ktoré neohodnocujú zamestnancov len finančne, ale snažia sa vytvárať benefity aj nefinančného charakteru, či už ide o školenia, motivačné programy, prípadne programy na zvýšenie seberealizácie zamestnancov. Kultúrne a spoločenské vyžitie zamestnancov je tiež vysoko hodnotené ako prejav SCR v tejto oblasti. Plány kariérneho rozvoja, kurzy, školenia, mentoring, kaučing a iné metódy sa v súčasnej dobe dostávajú do výrazného popredia, ak si spoločnosť chce zachovať lojalitu svojich zamestnancov. V oblasti zdravia a bezpečnosti je spoločensky zodpovedná firma zameraná nielen na zákonnú ochranu zdravia a bezpečnosti pri práci, ale aj na zdravotné benefity vo forme preplácaných vyšetrení, rekreačných pobytov, v rámci psychického zdravia ide aj o organizovanie team building days športovými a inými outdoorovými aktivitami. Mnohé spoločnosti zavádzajú do praxe aj relaxačné miestnosti, prípadne ponúkajú služby kariérnych centier alebo rôznych špecialistov. V oblasti vyváženosti pracovného a osobného času ide hlavne o možnosti flexibilnej pracovnej doby, prípadne home office, pričom tento trend veľmi urýchlila aj pandémia SARS – Cov -2.

Výskum ukázal, že spoločnosti v Slovenskej republike sa značne líšia v politike CSR. Najlepšie boli ohodnotené malé podniky s počtom zamestnancov do 49, čo môže byť spôsobené aj množstvom podnikov spadajúcich do rodinného podnikania. Pozitívna a priateľská firemná kultúra tvoriaca základ dobrej klímy v spoločnosti by mala byť pre SCR základným východiskom. V podmienkach Slovenskej Republiky je z výskumu zjavné, že najväčšia miera spokojnosti zamestnancov je práve v malých podnikoch. SCR v oblasti

zamestnaneckej politiky a politiky rodinných príslušníkov zamestnancov si dokáže vytvárať silných interných stakeholderov v malom podnikaní.

Výskum ukázal alarmujúco zlé výsledky v oblasti CSR vo veľkých a stredných podnikoch, čo by malo vyvolať vyššiu spoločenskú diskusiu a väčšiu snahu spoločností o vytváranie priaznivejšej stratégie v oblasti CSR a ľudských zdrojov.

Tento článok odporúčal na publikovanie vo vedeckom časopise Mladá veda:

doc. Ing. Ľuboš Cibák, PhD. MBA

Príspevok vznikol ako súčasť riešenia medzinárodného vedeckého projektu GA/17/2021 - Vliv digitální transformace na změny v obchodních modelech slovenských malých a středních podniků během pandemie COVID-19 (Grantová agentura Academia aurea)

Použitá literatúra

1. Arabska, E. (2020). Communicating socially responsible initiatives. *CSR and Socially Responsible Investing Strategies in Transitioning and Emerging Economies*, 79–106. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-2193-9.ch005>
2. Belas, J., Čera, G., Dvorský, J., & Čepel, M. (2020). Corporate social responsibility and sustainability issues of small- and medium-sized enterprises. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. doi:10.1002/csr.2083
3. Bowen, H. R. (2013). Social responsibilities of the businessman. <https://doi.org/10.2307/j.ctt20q1w8f>
4. Carroll, A. B. (1999). Corporate Social Responsibility. *Business & Society*, 38(3), 268–295. <https://doi.org/10.1177/000765039903800303>
5. EC. (2015). Sociálna zodpovednosť podnikov v EÚ. *EUR-Lex*. [online]. [2022-09-02]. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=LEGISSUM%3Ac00019>
6. Elkington, J. (1997). Cannibals with forks: Triple bottom line of 21st century business. Oxford: Capstone Publishing Limited.
7. Elkington, J. (2004). Enter the Triple Bottom Line. In: A. Henriques, J. Richardson (eds.), *The Triple Bottom Line: Does it All Add Up?*, Taylor & Francis: Oxon/New York 2004, p. 1-16.
8. Ferraz, F. A., and D. Gallardovazquez. (2016). "Measurement Tool to Assess the Relationship between Corporate Social Responsibility, Training Practices and Business Performance." *Journal of Cleaner Production* 129: 659–672. doi:10.1016/j.jclepro.2016.03.104.
9. GEVA, A. (2008). Three models of Corporate Social Responsibility: Interrelationships between theory, research, and Practice. *Business and Society Review*, 113(1), 1–41. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8594.2008.00311.x>
10. Gimenez, C., Sierra, V., & Rodon, J. (2012). Sustainable operations: Their impact on the triple bottom line. *International Journal of Production Economics*, 140(1), 149–159. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2012.01.035>
11. Huang, Y., Do, M., & Kumar, V. (2019). Consumers' perception on corporate social responsibility: Evidence from Vietnam. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. doi:10.1002/csr.1746
12. Marin, L., Ruiz, S., & Rubio, A. (2008). The role of identity salience in the effects of corporate social responsibility on consumer behavior. *Journal of Business Ethics*, 84(1), 65–78. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9673-8>

13. Militaru, G., & Ionescu, S. (2006). The competitive advantage of corporate social responsibility. University" Politehnica" of Bucharest Scientific Bulletin, Series D: Mechanical Engineering, 68(2), 89–103.
14. MINZP (2021). Národná stratégia trvalo udržateľného rozvoja. [online]. [2022-09-02]. Dostupné z: <https://www.minzp.sk%2Ffiles%2Fdokumenty%2Fstrategicke-dokumenty%2Fnarodna-strategia-trvalo-udrzatelneho-rozvoja.pdf&clen=1480640&chunk=true>
15. Orlitzky, M., Siegel, D. S., & Waldman, D. A. (2011). Strategic corporate social responsibility and environmental sustainability. Business and Society, available at, 50, 6–27. <https://doi.org/10.1177/0007650310394323>
16. Schulz, S. A., & Flanigan, R. L. (2016). Developing competitive advantage using The triple bottom line: A conceptual framework. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 31(4), 449–458. <https://doi.org/10.1108/jbim-08-2014-0150>
17. Svensson, G., Ferro, C., Høgevold, N., Padin, C., Carlos Sosa Varela, J., & Sarstedt, M. (2018). Framing the triple bottom line approach: Direct and mediation effects between economic, social and environmental elements. *Journal of Cleaner Production*, 197, 972–991. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.06.226>
18. Ting, P.-H., & Yin, H.-yu. (2018). How do corporate social responsibility activities affect performance? the role of excess control right. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(6), 1320–1331. <https://doi.org/10.1002/csr.1641>
19. UN (2006). Secretary-general launches 'Principles for responsible investment' backed by world's largest investors. [online]. [2022-09-02]. Dostupné z: <https://www.un.org/press/en/2006/sg2111.doc.htm>
20. Venkatraman, S., & Nayak, R. R. (2015). Relationships among triple bottom line elements. *Journal of Global Responsibility*, 6(2), 195–214. <https://doi.org/10.1108/jgr-04-2012-0013>
21. WBCSD (2021) Business and finance must both work together to build a pathway to a successful sustainable transition[online].[cit.2022-04-02].Dostupné z: <https://www.wbcsd.org/Overview/News-Insights/WBCSD-insights/Business-and-finance-must-both-work-together-to-build-a-pathway-to-a-successful-sustainable-transition>
22. Wilson, J. P. (2015). The triple bottom line. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 43(4/5), 432–447. <https://doi.org/10.1108/ijrdm-11-2013-0210>
23. Yoon, B., & Chung, Y. (2018). The effects of corporate social responsibility on firm performance: A stakeholder approach. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 37, 89–96. doi:10.1016/j.jhtm.2018.10.005