

# FAKTORY OVPLYVŇUJÚCE REPORTING SPOLOČENSKEJ ZODPOVEDNOSTI V SLOVENSKÝCH PODNIKOKH

Jana CHOVANCOVÁ

## FACTORS INFLUENCING CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY REPORTING OF SLOVAK COMPANIES



### ABSTRACT

Corporate social responsibility as one of the key themes of the 21st century has captured the attention of many organizations around the world – and not just businesses, governments and non-governmental organizations, but the general public as well. The following paper presents partial results of a survey conducted among Slovak enterprises. The aim of the survey was to determine the factors influencing enterprises in engaging in the area of corporate social responsibility as well as CSR reporting.

**Key words:** corporate social responsibility, enterprises, motivation, factors

### ABSTRAKT

Spoločenská zodpovednosť organizácií (Corporate social responsibility – CSR) ako jedna z kľúčových tém 21. storočia zaujala pozornosť mnohých organizácií na celom svete - nielen podnikov, vlád a mimovládnych organizácií, ale aj širokej verejnosti. Predložený článok predstavuje čiastkové výsledky prieskumu realizovaného medzi podnikmi na Slovensku. Cieľom prieskumu bolo zmapovať faktory, ktoré ovplyvňujú zapojenie sa a angažovanosť podnikov v oblasti spoločenskej zodpovednosti ako aj reportingu CSR.

**Kľúčové slová:** spoločenská zodpovednosť podnikov, podniky, motivácia, faktory

### ÚVOD

Konceptom spoločenskej zodpovednosti sa na Slovensku zaoberá čoraz viac spoločností, čo dokazuje fakt, že počet zodpovedne podnikajúcich firiem stále rastie. Už to nie sú len veľké domáce firmy ale aj malé a stredné podniky, ktoré prijali celý rad opatrení na zlepšenie spoločnosti ako celku. Napriek tomu, že je tento termín v súčasnosti veľmi používaný, jeho presný význam nepozná veľa podnikov. Ako uvádza Turóciová (2010) spoločenskú zodpovednosť nie je jednoduché vymedziť jedinou definíciou, pretože tá je od štátu k štátu odlišná. Svetová obchodná rada pre trvalo udržateľný rozvoj (World Business Council for Sustainable Development, In: Holme, Watts 2000) definuje spoločenskú zodpovednosť ako trvalý záväzok firmy správať sa eticky a prispievať k hospodárskemu rozvoju a zároveň zlepšiť kvalitu života pracovnej sily a ich rodín, rovnako ako miestne komunity a spoločnosti ako celku. Európska komisia (2011, s. 6) predložila definíciu spoločensky zodpovedného podnikania ako „zodpovednosť podnikov za svoje vplyvy na spoločnosť“.

## MATERIÁL A METÓDY

Spoločensky zodpovedné správanie organizácií sa v najvyspelejších krajinách sveta začalo zavádzať v deväťdesiatych rokoch 20. storočia. Princípy spoločenského správania organizácií sa však v Amerike, aj v Európe vyskytovali už dávnejšie, hoci ich nedefinoval jeden sumárny termín. Záujem organizácií o ich zamestnancov a spoločnosť existuje takmer tak dlho ako samotné organizácie. Tento záujem bol často spájaný s filantropickou činnosťou jednotlivcov, ktorí na to aby pomohli druhým nemuseli zľaviť zo svojho životného štandardu. Takéto konanie však bolo skôr výnimkou ako pravidlom. Moderné teoretické prístupy k CSR sa začali vytvárať v päťdesiatych rokoch 20. storočia, kde v roku 1953 vydal Howard R. Bowen publikáciu *Social Responsibilities of the Businessman*. Ďalšími priekopníkmi v tejto oblasti boli Keith Davis a Robert Blomstrom, ktorí v roku 1960 vydali knihu *Business and its Environment*. Definície CSR sa v tom istom období pod vplyvom rozvoja spoločenských vied, mimovládnych a vládnych organizácií a snáh o uvedenie konceptu CSR do praxe značne menili. Vzniklo veľa ďalších súvisiacich konceptov a pojmov ako etika podnikania (*business ethics*), zodpovedné spravovanie podniku (*corporate governance*), spoločenské správanie podniku (*corporate social performance*) alebo spoločensky zodpovedné investovanie (*corporate social investment*), ako uvádza Greško (2015).

Hoci koncept CSR pochádza zo Spojených štátov, jeho najrozsiahlejšie implementácia je pozorovaná v krajinách Európskej únie.

V roku 2004 iniciovala Nadácia Pontis vznik neformálneho združenia *Business Leaders Forum*, združujúce firmy, hlásiace sa k princípom spoločensky zodpovedného podnikania na Slovensku. Cieľom je motivovať a inšpirovať tuzemské firmy k spoločenskej zodpovednosti zvyšovaním povedomia a poskytovaním potrebného know-how. O spoločenskej zodpovednosti v podnikaní sa dlho písalo v spojitosti s firemnou kultúrou, firemnou filantropiou a medzisektorovou spoluprácou, podnikateľskou etikou, správou a riadením firiem. Prelomové obdobie vo výskume vnímania spoločensky zodpovedného podnikania predstavovali roky 2003 a 2004. V Čechách vtedy vyšli prvé publikácie zaoberajúce sa zásadne spoločenskou zodpovednosťou v podnikaní v celej jej komplexnosti. Prvou bola štyridsaťstranová brožúra s názvom *Spoločenská zodpovednosť firiem* a druhou bola publikácia z roku 2004 od Jany Trnkovej, ktorá sa vo všeobecnosti považuje za prvú komplexnú analýzu problematiky SZP v ČR (Bussard 2005).

Prvá slovenská publikácia týkajúca sa spoločensky zodpovedného podnikania bola vydaná pod názvom *Spoločensky zodpovedne podnikanie: Prehľad základných princípov a príkladov*.

Prvá komplexná východisková analýza SZP na Slovensku bola publikácia od Eleny Gallovej Kriglerovej a kol. z roku 2007 s názvom *Východisková štúdia o uplatňovaní spoločensky zodpovedného podnikania na Slovensku*. Steinerová, Václavíková a Mervart (2008) poukazujú na to, že význam CSR v poslednej dobe rastie. Rozvoj konceptu zodpovedného správania podnikov v posledných desaťročiach ovplyvňujú hlavne tieto skutočnosti:

- existencia nadnárodných podnikov s prepracovanou firemnou stratégiou a hodnotovým systémom a prenášajú koncept CSR do jednotlivých pobočiek,
- podniky CSR vnímajú ako možnosť odlíšiť sa od konkurencie a uspieť na unifikovaných trhoch,
- všeobecná snaha zlepšiť nepriaznivý stav životného prostredia a spoločnosti (globálne otepľovanie, korupcia, zlé pracovné podmienky, nedostatočná podpora komunity...),
- spotrebitelia chcú produkty, ktoré nie len uspokojia ich potreby, ale zároveň nie sú vyrábané na úkor životného prostredia alebo dôstojných pracovných podmienok,
- štátne orgány niekedy využívajú koncept CSR a snažia sa previesť niektoré funkcie na súkromné podniky,
- od 90. rokov minulého storočia sa problematikou CSR intenzívne zaoberá Európska komisia.

Jednou z významných aktivít, ktorými spoločensky zodpovedné organizácie informujú o svojich spoločensky zodpovedných aktivitách, je reporting spoločenskej zodpovednosti. Za účelom analýzy faktorov ovplyvňujúcich zapojenie sa organizácií do konceptu spoločenskej zodpovednosti a informovania o aktivitách realizovaných v rámci CSR bol realizovaný dotazníkový prieskum.

Dotazníkový prieskum bol uskutočnený medzi spoločensky zodpovednými organizáciami na Slovensku, ktoré pravidelne reportujú správy o svojich CSR aktivitách. Oslovených bolo 112 respondentov formou online dotazníka v elektronickej podobe odoslaného na e-mailové adresy spoločností. Návratnosť dotazníkového prieskumu je 75 %, čo predstavuje 84 respondentov skúmanej vzorky. Skúmanie vzorky sa uskutočnilo v prvej časti dotazníkového prieskumu, ktorá bola venovaná identifikácii podniku z hľadiska jeho veľkosti, hlavnej aktivity podnikania, kraja, v ktorom podnik sídli, ako aj pôsobenia podniku z územného hľadiska. V tejto časti bola zisťovaná aj dĺžka uplatňovania CSR v podniku.

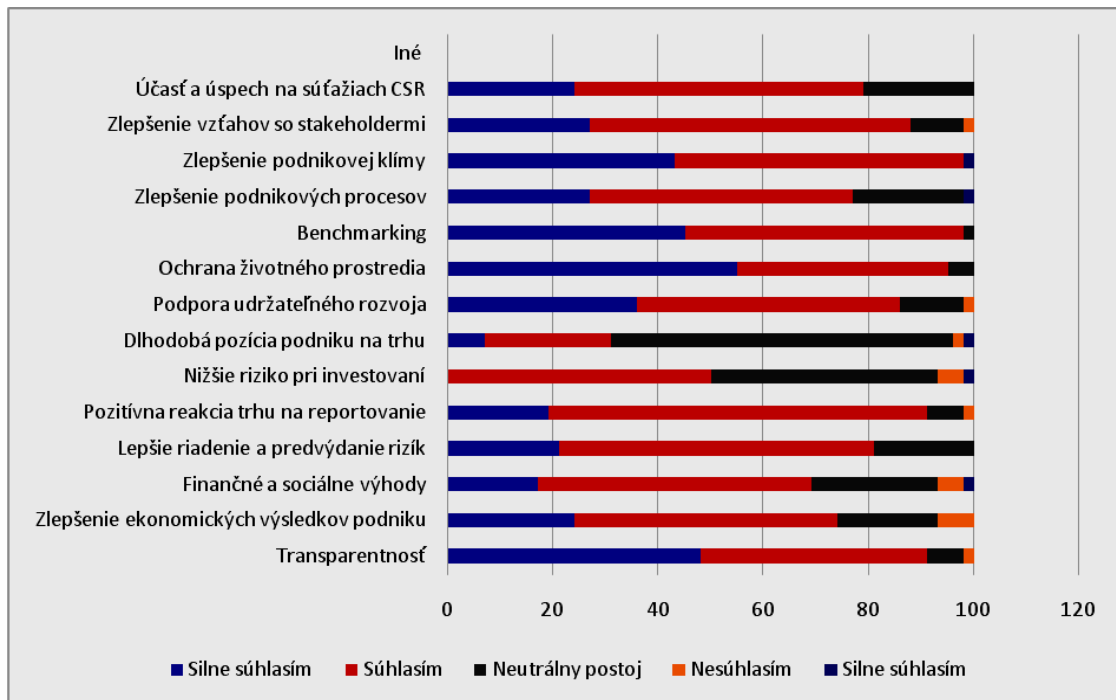
Prieskumu sa z väčšej časti zúčastnili veľké podniky, ktorých počet zamestnancov presahoval 250 zamestnancov s percentuálnym podielom 60% zo skúmanej vzorky a podniky s hlavnou aktivitou podniku v oblasti priemyslu zo 40% zastúpením. Kraj sídla podniku bol u respondentov rôznorodý a do výskumu sa zapojili podniky zo všetkých krajov Slovenska s výraznou prevahou podnikov z Bratislavského kraja, čo môžeme pripisovať aj skutočnosti, že až 62% respondentov má medzinárodnú pôsobnosť. Do výskumu sa zapojili podniky, ktoré majú princípy spoločenskej zodpovednosti vo svojom podnikaní zakotvené dlhodobo, ale aj organizácie, ktoré sú v otázke spoločenskej zodpovednosti nováčikmi. Najväčší podiel respondentov však predstavovali spoločnosti, ktoré uplatňujú CSR v podniku od 5 do 14 rokov.

## VÝSLEDKY A DISKUSIA

Dotazník bol obsahovo rozdelený do 3 primárnych častí, kde sa prvá časť zaoberala identifikačnými údajmi spoločnosti a organizácie tak mali možnosť výberu vhodnej odpovede z uzavretých otázok.

V Druhej časti dotazníkového prieskumu sme overovali, či podniky skutočne poskytujú správy a informácie o svojich spoločensky zodpovedných aktivitách, akými spôsobmi šíria informácie o princípoch zodpovednosti v ich podniku, ako aj to, či považujú reportovanie o spoločenskej zodpovednosti za významné.

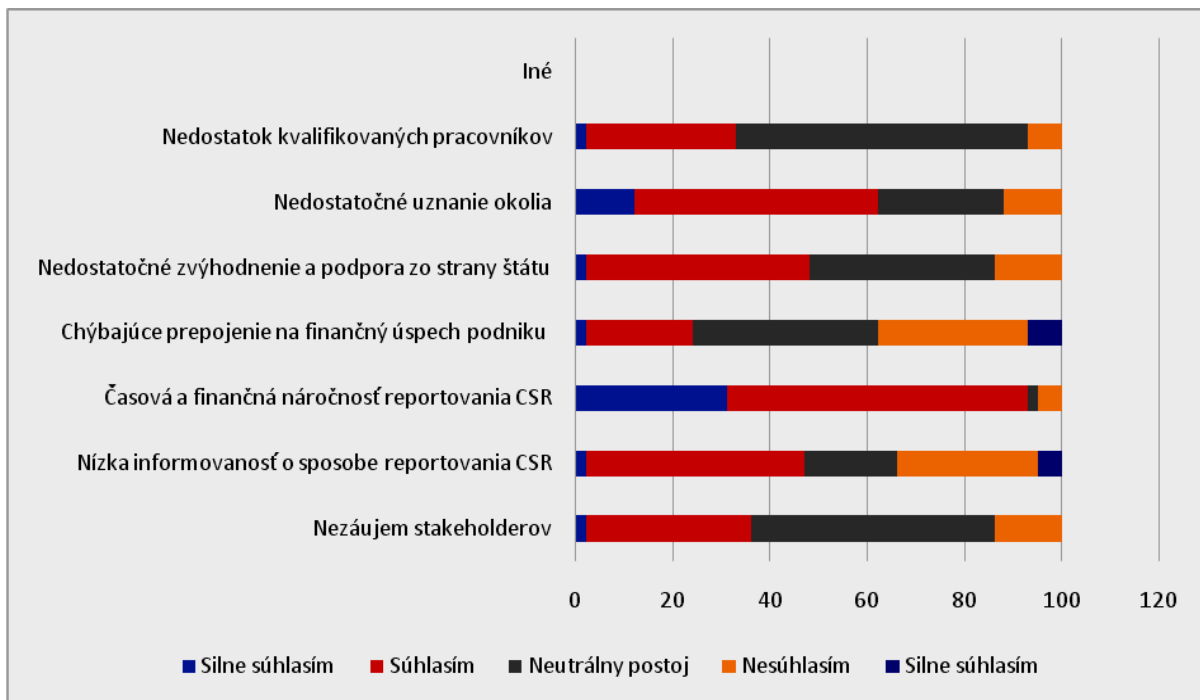
Posledná časť dotazníka bola venovaná skúmaniu konkrétnych faktorov, ktoré spoločnosti motivujú, alebo naopak bránia im v rozhodnutí zverejňovať správy a informácie o spoločensky zodpovedných aktivitách presadzovaných v ich podnikaní. Tieto faktory boli rozdelené na motivátory a bariéry ovplyvňujúce reportingspoločenskej zodpovednosti podnikov. V prvej otázke mali respondenti možnosť vyjadriť mieru súhlasu/nesúhlasu s 14 faktormi, ktoré považujú za motivátory vedúce k reportovaniu. Ďalšia otázka sledovala dôvody, ktoré firmám bránia v pravidelnom poskytovaní správ a informácií o CSR prostredníctvom 7 faktorov. Pri týchto otázkach si mohli respondenti zvoliť možnosť Iné a uviesť tak vlastné motívy, alebo bariéry ktoré ich k reportovaniu podnecujú, či naopak ich od reportovania odrádzajú.



Obr. 1 Faktory motivujúce k pravidelnému poskytovaniu správ a informácií o CSR  
 (Zdroj: vlastné spracovanie)

Graf na obr. 1 znázorňuje faktory motivujúce spoločnosti k pravidelnému poskytovaniu správ a informácií o spoločenskej zodpovednosti podnikov. Pohľady na závažnosť faktorov vedúcich k reportovaniu sa rôznia. Medzi najvýraznejšie motivátory spoločnosti radia pozitívnu reakciu trhu na reportovanie s čím súhlasí 72% respondentov. Transparentnosť vníma 48% spoločností ako silný motív, ktorý ich vedie k reportovaniu. 43% respondentov hodnotí transparentnosť nadpriemerne. 50% firiem súhlasí s tým, že ich zlepšenie ekonomických výsledkov motivuje k reportovaniu, no na strane druhej 7% podnikov ekonomické výsledky nemotivujú k reportovaniu. Najsilnejší súhlas podniky vyslovili v oblasti ochrany životného prostredia s podielom 55%, pričom s vnímaním ochrany životného prostredia súhlasilo 40%. Pozitívny vplyv na respondentov má aj zlepšenie vzťahov so stakeholdermi (61%), zlepšenie podnikovej klímy a posilnenie firemnej kultúry a hodnôt firmy (55%), ako aj možnosť porovnania výsledkov s inými zodpovednými firmami, ktorú významne ovplyvnilo 45% a 53% ovplyvnilo nadpriemerne. Polovica respondentov uviedla zlepšenie podnikových procesov ako nadpriemerný faktor motivácie k reportovaniu.

Podpora udržateľného rozvoja na podniky vplýva rovnako priaznivo, kde 24% podnikov označilo udržateľný rozvoj ako veľmi silný motív, 60% firiem ako nadpriemerný a 14% respondentov vyjadrilo k faktoru neutrálny postoj. 2% organizácií silne nesúhlasia s tým, že ich podpora udržateľného rozvojamotivuje k pravidelnému poskytovaniu správ a informácií o CSR. Spoločnosti boli najviac ľahostajné k možnosti dlhodobého prežitia firmy na trhu kde až 65% respondentov nevníma súvislosť medzi reportovaním a dlhodobým prežitím firmy a zastali neutrálny postoj. Spoločnosti neprispeli inými motívmi, ktoré by ich ešte primáli k reportovaniu. Nesúhlasne sa k otázke vyjadrilo malé percento podnikov, takže sme dotazníkovým prieskumom zistili, že tieto faktory skutočne podnikateľov motivujú k pravidelnému poskytovaniu správ a informácií o spoločensky zodpovedných aktivitách.



Obr. 2 Faktory predstavujúce prekážky v pravidelnom poskytovaní správ a informácií o CSR (Zdroj: vlastné spracovanie)

Dôvody, ktoré spoločnostiam bránia v pravidelnom poskytovaní správ a informácií o spoločenskej zodpovednosti zobrazuje graf 11. Respondenti tu mali možnosť vyjadriť svoj silný súhlas až silný nesúhlas s danými bariérami. Medzi najzávažnejšie problémy pri zostavovaní reportu nesporne radia časovú a finančnú náročnosť jeho zostavovania, kde silný súhlas vyslovilo 31% podnikov a s tvrdením súhlasilo 62% opýtaných. Nesúhlasili len 5% opýtaných a neutrálny postoj zaujali 2% firiem. Výraznú bariéru predstavuje aj nedostatočné uznanie okolia na ktorom sa zhodlo 50% podnikov, 12% sú však uznávaným zodpovednými podnikmi a s tvrdením nesúhlasia, na 26% respondentov má tento faktor neutrálny vplyv. Nedostatočné zvýhodnenie a podpora zo strany štátu silne bráni len 2% podnikateľov a 46% respondentov to považuje za bariéru. 38% firiem k štátnej podpore zaujalo neutrálny postoj a 14% podnikov nedostatočná podpora zo strany štátu v reportovaní nebráni. 45% všetkých podnikov chýba informovanosť o spôsobe zostavovania reportu, pričom 2% respondentov uviedli, že im tieto informácie chýbajú výrazne. 29% oslovených firiem je o spôsobe zostavovania reportu informovaných dobre a 5% firiem táto problematika nepredstavuje bariéru. 19% podnikov informovanosť o zostavovaní reportu neovplyvnila pri poskytovaní správ a informácií o CSR. Len 2% firiem vyslovilo silný súhlas s tým, že CSR aktivity nemajú súvis s finančným úspechom podnikania a 22% podnikov ich kladný postoj doplnilo. Naopak 31% respondentov s tým, že tieto aktivity nesúvisia s finančným úspechom podnikania nesúhlasia a 7% podnikov dokonca nesúhlasí výrazne. 38% spoločností sa prezentovalo neutrálnym postojom. Neutrálny postoj bol výrazný aj pri nedostatočnej kvalifikovanosti pracovníkov s podielom 60% a pri chýbajúcej požiadavke okolia a od partnerov s 50% podielom odpovedí. V oboch týchto prípadoch prevažovali súhlasné odpovede respondentov a teda, vnímajú tieto dôvody ako bariéry v pravidelnom poskytovaní správ a informácií o spoločenskej zodpovednosti.

Na základe analýzy odpovedí podnikov zúčastnených dotazníkového prieskumu môžeme konštatovať, že každá oslovená spoločnosť poskytuje správy a informácie o svojich spoločensky zodpovedných aktivitách verejnosti a to rôznymi spôsobmi. Najviac využívaný je internet, ktorý využívajú ako spôsob šírenia informácií o CSR všetky spoločnosti. Informácie firmy vo veľkom počte začleňujú do etického kódexu, školia zamestnancov v danej problematike. Veľké množstvo firiem využíva na šírenie informácií o svojich CSR aktivitách výročné správy alebo vytvára samostatný report spoločenskej zodpovednosti. Už aj na základe percentuálneho podielu na jednotlivých spôsoboch

šírenia reportu môžeme tvrdiť, že spoločnosti reportovanie vnímajú významne, čo nám v konečnom dôsledku dokazuje aj analýza vnímania významnosti reportovania o CSR, kde žiaden podnik neuviedol možnosť bezvýznamnosti reportovania. Preskúmali sa rôzne dôvody a faktory motivujúce k pravidelnému poskytovaniu správ a informácií o CSR ako aj bariéry, ktoré v reportovaní podnikom bránia. K najvýraznejším dôvodom prečo poskytovať správy a informácie o CSR spoločnosti zaradili možnosť zlepšiť si reputáciu a image spoločnosti, prilákať a udržať kvalitných zamestnancov a zvýšiť ich spokojnosť ako aj zvýšenie lojality zákazníkov a zlepšenie vzťahov s verejnou správou. V neposlednom rade ich k reportingu vedú eticko – morálne dôvody. Z kategórie faktorov ktoré podniky motivujú k reportovaniu podniky najviac oslovila pozitívna reakcia trhu na reportovanie, podpora udržateľného rozvoja a ochrana životného prostredia, transparentnosť, zlepšenie vzťahov so stakeholdermi. Zistili sa dôvody brániace pravidelnému poskytovaniu správ a informácií o CSR. Medzi najzávažnejšie patrí časová a finančná náročnosť zostavovania reportov, nedostatočné uznanie okolia a slabá informovanosť o spôsobe zostavovania reportu. Podniky mali možnosť vyjadriť svoje motivátory a bariéry, no všetci sa pridrižovali pevne daných možností.

## ZÁVER

Posun v oblasti podnikania smerom k spoločensky zodpovednému podnikaniu je v súčasnosti hmatateľný. Spoločensky zodpovedné podniky si zároveň uvedomujú aj dôležitosť a význam poskytovania informácií (ne)finančného charakteru týkajúce sa aktivít v oblasti spoločenskej zodpovednosti. V súčasnosti túto možnosť využíva množstvo firiem, spolu s možnosťou vytvorenia samostatného reportu o CSR, čo vyplýva aj z nášho dotazníkového prieskumu, kde až tri štvrtiny respondentov uviedlo výročnú správu a report CSR ako spôsob, ktorým šíria správy a informácie o svojich CSR aktivitách. Bolo by ilúziou predpokladať hladký a rýchly prechod podnikateľských subjektov na spoločensky zodpovedné podnikanie a reportovanie o týchto aktivitách. Aj v rozvinutých ekonomikách sa to nestalo cez noc. Je to dlhý proces, v ktorom by sme mali kultivovať správanie jednotlivých podnikateľov v oblasti vytvárania kultúrneho vnútropodnikového manažmentu, konkurencie a spoločensky zodpovedného správania sa voči vonkajšiemu prostrediu. Podpora atribútov etického podnikania je hľadanie zhody medzi záujmami čistého zisku a rôznych aspektov podnikovej a spoločenskej zodpovednosti. Hospodárske kritériá sú a zostanú hlavným cieľom a motivačným faktorom podnikov. Avšak synergia "Ľudia - Planéta - Zisk", ktorej dôležitosť si budeme čoraz viac uvedomovať, by sa mala preniesť do hľadania rovnováhy medzi týmito atribútmi v širšom spoločenskom chápaní.

## ZOZNAM BIBLIOGRAFICKÝCH ODKAZOV

- [1] BUSSARD, A. 2005. Socially responsible entrepreneurship. Basic principles and examples. Integra Foundation, Pontis Foundation, PANET Foundation, 2005.
- [2] EURÓPSKA KOMISIA, 2011. Oznámenie komisie európskemu parlamentu, rade, európskemu hospodárskemu a sociálnemu výboru a výboru regiónov. Obnovená stratégia EÚ pre sociálnu zodpovednosť podnikov na obdobie rokov 2011-2014. [online]. [cit. 2015-12-10]. Dostupné z: <http://www.employment.gov.sk/files/slovensky/ministerstvo/spolocenska-zodpovednost/oznamenie-ek-pre-spolocensku-zodpovednost-podnikov-na-obdobie-rokov-2011-2014.pdf>.
- [3] GALLOVÁ – KRIGLEROVÁ, Elena, 2007. Východisková štúdia o uplatňovaní spoločensky zodpovedného podnikania na Slovensku. Bratislava: Regionálne centrum Rozvojového programu OSN pre Európu a Spoločenstvo nezávislých štátov. ISBN: 978-92-9504-275-9.
- [4] GREŠKO, Juraj, 2015. Spoločenská zodpovednosť firmy. [online]. [cit. 2015-12-07]. Dostupné z: <http://www.ekologika.sk/spolocenska-zodpovednost-firmy.html>

- [5] HOLME, Richard a Phil WATTS, 2000. Corporate social responsibility: Making good business sense. Geneva: World Business Council for Sustainable Development. ISBN 2-940240-078.
- [6] HUTTMANOVÁ, E. 2008. Regionálny rozvoj v problémových oblastiach Slovenskej republiky. In Hradecké ekonomické dny 2008. Hradec Králové: Gaudeamus, 2008. ISBN 978-80-7041-202-2
- [7] ISO. 2011. ISO 26 000 project overview. [online] [cit. 2011-02-08] Dostupné na internete: <[http://www.iso.org/iso/iso\\_catalogue/management\\_and\\_leadership\\_standards/social\\_responsibility/sr\\_iso26000\\_overview.htm](http://www.iso.org/iso/iso_catalogue/management_and_leadership_standards/social_responsibility/sr_iso26000_overview.htm)>
- [8] KORÁLOVÁ, K. PAULÍKOVÁ, A. 2008. Environmentálna výchova na vysokých školách ako súčasť udržateľného rozvoja Slovenska. In: RUSKO, M. – BALOG, K. [Eds.] 2008: Manažérstvo životného prostredia 2008. - Zborník z konferencie so zahraničnou účasťou konanej 5.-6.12. 2008; Bojnice. Žilina: Strix et VeV, Prvé vydanie. ISBN 978-80-89281-34-3.
- [9] STEINEROVÁ, M., A. VÁCLAVÍKOVÁ a R. MERVART, 2008. Spoločenská zodpovednosť firem, průvodce nejen pro malé a střední podniky. [online]. Praha: Business Leaders Forum [cit. 2015-12-06]. Dostupné z: [http://www.csr-online.cz/wp-content/uploads/2012/11/BLF\\_Pruvodce\\_CSR.pdf](http://www.csr-online.cz/wp-content/uploads/2012/11/BLF_Pruvodce_CSR.pdf).
- [10] TURÓCIOVÁ, Martina, 2010. Spoločenská zodpovednosť podnikov. In: SIPKO, Jozef a Marek CHOVANEC (eds.) 2010: 5. Študentská vedecká konferencia. Zborník príspevkov. Prešov: Univerzitná knižnica PU. s. 285-294. ISBN 978-80-555-0169-7.

## ADRESA AUTORKY

### Jana CHOVANCOVÁ

Prešovská univerzita v Prešove  
Fakulta manažmentu  
Katedra environmentálneho manažmentu  
Konštantínova 16, 08001 Prešov, Slovenská republika  
e-mail: [jana.chovancova@unipo.sk](mailto:jana.chovancova@unipo.sk)

#### **RECENZIA TEXTOV V ZBORNÍKU**

*Recenzované dvomi recenzentmi, členmi vedeckej rady konferencie. Za textovú a jazykovú úpravu príspevku zodpovedajú autori.*

#### **REVIEW TEXT IN THE CONFERENCE PROCEEDINGS**

*Contributions published in proceedings were reviewed by two members of scientific committee of the conference. For text editing and linguistic contribution corresponding authors.*