

EKONOMICKÁ DIMENZIA SPOLOČENSKY ZODPOVEDNÉHO PODNIKANIA V CHEMICKOM PRIEMYSLE

Jana Vicianová

ÚVOD

Spoločenská zodpovednosť podnikania je koncept riadenia, v rámci ktorého sa od podniku očakáva dobrovoľné plnenie nadštandardných záväzkov voči všetkým zainteresovaným skupinám a voči spoločnosti. Ide o koncept vychádzajúci z predpokladu a zároveň faktu, že podniky svojimi aktivitami viac či menej ovplyvňujú aj svoje okolie. Práve preto by sa spoločensky zodpovedné podniky mali správať tak, aby zohľadňovali nielen svoje vnútorné potreby, ale aj potreby svojho okolia, a tak napomáhali k zlepšovaniu stavu spoločnosti. To však neznamená, že podniky, ktoré podnikajú v súlade s princípmi spoločensky zodpovedného podnikania uprednostňujú sociálne a environmentálne ciele pred ekonomickými. Na Slovensku je spoločensky zodpovedné podnikanie známe hlavne vo veľkých podnikoch, ktoré ako dcérske spoločnosti nadnárodných spoločností prevzali stratégie na implementáciu spoločensky zodpovedného podnikania od svojich materských spoločností a podľa nich realizujú všetky svoje činnosti v súlade s princípmi zodpovedného podnikania. Práve z tohto dôvodu je možné rozsah aktivít spoločensky zodpovedného podnikania skúmať hlavne vo veľkých podnikoch, prevažne so zahraničnou účasťou, ktoré majú svoje koncepty zodpovedného podnikania nielen vypracované, ale už aj implementované vo svojich podnikových stratégiách. Podniky chemického priemyslu patria do kategórie veľkých podnikov prevažne so zahraničnou účasťou. Tento fakt nás inšpiroval uskutočniť výskum práve v tomto priemysle.

Skúmanie spoločensky zodpovedného podnikania je možné z rôznych pohľadov. V stati sa zaoberáme problematikou spoločensky zodpovedného podnikania z ekonomického pohľadu podľa jednotnej metodiky, na základe ktorej ohodnotíme a porovnáme aktivity podnikov v chemickom priemysle.

1 TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ SPOLOČENSKY ZODPOVEDNÉHO PODNIKANIA

Spoločensky zodpovedné podnikanie predstavuje dobrovoľné integrovanie sociálnych a ekologických záujmov do každodenných podnikových činností a interakcií s podnikovými zainteresovanými stranami [4].

Podľa Svetového hnutia pre trvalo udržateľný rozvoj predstavuje kontinuálny záväzok podnikov správať sa eticky, prispievať k trvalo udržateľnému ekonomickému rozvoju, a zároveň prispievať k zlepšovaniu kvality života zamestnancov, ich rodín, rovnako ako lokálnej komunity a spoločnosti ako celku [2].

Aktivity každého podniku sa v zmysle konceptu spoločensky zodpovedného podnikania posudzujú v troch líniiach, a to v ekonomickej línii (Profit), environmentálnej línii (Planet) a sociálnej línii (People), t.j. v línii tzv. Triple Bottom Line, resp. 3P [13].

Zisk je ekonomickou dimenziou, ktorá sa vzťahuje k tvorbe hodnoty prostredníctvom produkcie tovarov a služieb. Finančná návratnosť vyjadruje zákaznicke ocenenie produktov podniku a efektívnosť spotreby výrobných faktorov. Motív dlhodobého zisku je základom finančnej základne pre kontinuitu podniku [9]. Aj preto mnohé podniky vnímajú koncepciu spoločensky zodpovedného podnikania ako nový marketingový nástroj, ktorý môže vyzdvihnúť reputáciu, imidž podniku a celkové vnímanie zo strany zákazníkov a zamestnancov [10].

Ekonomickú rovinu budeme preto považovať za najdôležitejšiu napriek tomu, že väčšina definícií o spoločensky zodpovednom podnikaní sa prikláňa k rovnováhe trojitého výsledku.

1.1 IMPLEMENTÁCIA KONCEPTU SPOLOČENSKY ZODPOVEDNÉHO PODNIKANIA

Zavádzanie spoločensky zodpovedného podnikania je systematický, externe overiteľný proces,

ktorým sa zabezpečuje, aby podniky dodržiavali svoje ekonomické, etické, environmentálne, sociálne a komunitné záväzky. Podniky môžu využiť niektoré z noriem, ktoré majú vzťah k spoločensky zodpovednému podnikaniu: ISO 26000 – Spoločenská zodpovednosť podniku; SA 8000 – Sociálna zodpovednosť; 14001 – Systém environmentálneho manažmentu; EMAS – Systém environmentálneho riadenia a auditu; OHSAS 18001 – Systém manažmentu bezpečnosti a ochrany zdravia pri práci.

Je nevyhnutné konštatovať, že zatiaľ neexistuje všeobecne platný model tvorby a implementácie konceptu spoločensky zodpovedného podnikania v praxi. Preto považujeme za dôležité opísať najpoužívanejšie metódy, ktoré existujú, sú využívané a s určitými úpravami je možné ich prispôbiť na podmienky spoločensky zodpovedného podnikania.

Všeobecne možno identifikovať desať krokov implementácie princípov spoločensky zodpovedného podnikania v podniku: záväzok manažmentu, identifikácia kľúčových zainteresovaných strán, pomenovanie základných hodnôt podniku a určenie princípov spoločensky zodpovedného podnikania, zhodnotenie súčasného stavu implementácie spoločensky zodpovedného podnikania, stanovenie cieľov a tém spoločensky zodpovedného podnikania, formulácia akčného plánu implementácie, implementácia, monitorovanie - definovanie indikátorov a metodológie sledovania úspešnosti pri presadzovaní spoločensky zodpovedného podnikania v praxi, podávanie správ a prijatie opatrení na zlepšenie - doplnenie a návrh nových stratégií a indikátorov [19].

Existuje niekoľko manažérskych nástrojov pre prácu s konceptom spoločensky zodpovedného podnikania, ktoré boli odvodené buď od klasických metód alebo špeciálne vyvinuté na účely tohto konceptu. Zmysel použitia manažérskych nástrojov spočíva v úsilí prispieť k efektívnejšiemu manažovaniu, zavádzaniu, meraniu či podávaniu správ o spoločenskej zodpovednosti podnikov. Dôležitým faktorom je tiež podniková výkonnosť.

Podľa Lesákovej [9] je výkonnosť v širšom slova zmysle predmetom záujmu nielen vlastníkov, ale aj ďalších zainteresovaných subjektov, ktorými

sú manažéri, zamestnanci, veritelia, dodávatelia, odberatelia, obec i štát. Záujem sa v tomto prípade chápe v zmysle tvorby hodnoty (prosperity), ktorý podnik prináša jednotlivým zainteresovaným subjektom.

Záujmom spoločensky zodpovedného podniku je dosahovať zisk za predpokladu rešpektovania sociálnych a ekologických cieľov. Zisk ako ekonomický cieľ je prvotným cieľom, bez ktorého by nebolo možné dosahovať ostatné ciele.

Zelený [22 s. 9] a [3, s. 55] považujú za model spoločenskej zodpovednosti podnikov model výnimočnosti (EFQM), ktorý je praktickým nástrojom používaným ako metóda sebahodnotenia, ako základ pre spoločný jazyk a podporuje zdieľanie najlepšej praxe v rámci podniku. Podstatou tohto modelu je rozvíjanie prostriedkov na dosahovanie vopred želaných a stanovených cieľov organizácie. Zelený [22 s. 9] považuje za ďalšie nástroje Corporate Social Responsibility model - An Implementation Guide for Canadian Business. Koncept spoločensky zodpovedného podnikania v rámci tohto modelu je chápaný ako spôsob integrácie sociálnych, environmentálnych a ekonomických aspektov do celej podnikovej kultúry, stratégie, riadenia, rozhodovacích procesov a výkonov transparentným a hodnotiteľným spôsobom tak, aby podnik nielen zlepšil svoje celkové výkony, ale zároveň mal dobré dopady a vplyvy aj na spoločnosť, v ktorej sa nachádza.

Za dôležité považujeme uviesť ISO 26000 Guidance on Social Responsibility - ISO (International Organisation for Standardisation). ISO 26 000 je norma, ktorej hlavným cieľom je poskytnúť podnikom na celom svete normu ponúkajúcu návod na zlepšenie ich riadenia a účinkovania na báze kľúčových indikátorov trvalého rozvoja v zmysle všeobecných zásad konceptu spoločenskej zodpovednosti. Táto norma vychádza zo zásad známych konceptov (Spoločensky zodpovedné podnikanie a Trojitá výsledovka). Identifikuje 6 rôznych typov stakeholderov - priemysel, vládu, zamestnancov, zákazníkov a spotrebiteľov, mimovládne organizácie a ostatných (napríklad výskum a služby).

Skúmanie spoločensky zodpovedného podnikania nie je možné bez identifikácie zainteresovaných skupín. Zainteresované skupiny sú

v diskusii o spoločensky zodpovednom podnikaní rozhodujúcim pojmom. Týmto pojmom budeme v príspevku označovať všetky osoby, skupiny alebo organizácie, ktoré majú vplyv na fungovanie podniku, alebo ich jeho aktivity spätne ovplyvňujú a sú zainteresované na fungovaní podniku [2], [16].

Podľa Trnkovej [20] možno bezproblémové fungovanie a dlhodobé výnosy zabezpečiť iba vtedy, ak podniková stratégia obsahuje nástroje na identifikáciu a primerané uspokojenie potrieb všetkých záujmových skupín, nielen akcionárov.

Spoločenská zodpovednosť podnikania je pojmom vyjadrujúcim záväzky podnikov voči všetkým skupinám, z ktorých sa skladá spoločnosť, a nielen voči ich akcionárom. Dva aspekty tejto definície sú pritom veľmi dôležité. Po prvé, záväzky si treba osvojiť dobrovoľne; správanie ovplyvnené donucovacou silou zákona alebo dohodou s odborními dobrovoľným nie je. Po druhé, platnosť záväzkov je všeobecná, prekračuje tradičnú povinnosť voči akcionárom a vzťahuje sa aj na ostatné sociálne skupiny, akými sú spotrebiteľia, zamestnanci, dodávatelia a príslušné komunity [8, s. 10].

V príspevku sme sa zamerali na zainteresované skupiny vlastníkov, zamestnancov, zákazníkov, dodávateľov, konkurenciu, vládu a mimovládne organizácie.

1.2 EKONOMICKÁ DIMENZIA SPOLOČENSKY ZODPOVEDNÉHO PODNIKANIA

Správanie podnikov v súlade s princípmi spoločensky zodpovedného podnikania prináša podniku celý rad výhod predovšetkým nefinančnej podoby. Rovnako ako sú pre podnik dôležité hmotné aktíva, sú preň dôležité aj nehmotné aktíva ako ľudský kapitál, hodnota značky, reputácia, či vzťah dôvery a partnerstva.

V súvislosti so skúmaním spoločensky zodpovedného podnikania môžeme hľadať odpoveď na otázku: „Prečo vynakladať úsilie na to, aby sa v podniku vykonávali aktivity v súlade s princípmi spoločensky zodpovedného podnikania“ vo viacerých štúdiách, ktoré zhrňujú hlavné prínosy nasledovne: zvýšenie zisku, väčšia príťažlivosť pre investorov, dlhodobo udržateľný

rast podniku, zníženie nákladov, resp. zvýšenie hospodárnosti, zvýšená lojalita zákazníkov, budovanie reputácie a z nej vyplývajúca silná pozícia na trhu, možnosť odlíšiť sa od konkurencie, potenciál väčšieho rozlíšenia značky spotrebiteľom, zvýšenie produktivity a kvality, väčšia dostupnosť kapitálu, zmiernenie zákonných opatrení a zníženie nákladov na risk manažment [11], [6], [20, s. 8].

Podstatou spoločensky zodpovedného podnikania je snaha o napĺňanie nových očakávaní, čo zvyšuje náklady na podnikanie. Zmena širších spoločenských, politických a environmentálnych podmienok spôsobuje, že efekt spoločensky zodpovedného podnikania na finančné výsledky podniku je ťažké presne zmerať. Z dlhodobého hľadiska nie je pravdepodobné, aby podniky utrpeli škodu tým, že sa rozhodnú zaviesť prax spoločensky zodpovedného podnikania do svojho fungovania [1, s. 9].

Podľa [7] niektoré empirické výskumy dokazujú, že spoločensky zodpovedné podnikanie prispieva k zvýšeniu zisku. Podniky, ktoré podnikajú spoločensky zodpovedne, majú výrazne lepšie finančné výsledky ako podniky, ktoré tak nekonajú. Podnikom zo zavedenými princípmi spoločensky zodpovedného podnikania plynú výhody ako štvornásobné tempo rastu, osemnásobné tempo nárastu zamestnancov, nárast investícií o spoľahlivých investorov, skvalitnenie ľudských zdrojov v dôsledku zvýšenej motivácie, zvýšená kvalita produkcie, znížené náklady na nábor zamestnancov, lepšie obchodné podmienky zo strany obchodných partnerov, zníženie rizík (ekologické havárie).

Podľa [6] je príčinou zvýšenej ziskovosti skutočnosť, že spoločensky zodpovedné podnikanie znižuje tzv. implicitné náklady, súvisiace so súčasným a budúcim podnikaním, napr. náklady na budúce odstraňovanie ekologických škôd a náklady na budúce spory.

Na základe uvedeného môžeme konštatovať, že z dlhodobého hľadiska spoločensky zodpovedné podnikanie náklady podniku znižuje, resp. zvyšuje hospodárnosť a z krátkodobého hľadiska náklady zvyšuje (náklady na školenia, prezentácie, atď.)

V súčasnosti vznikajú rôzne štúdie, ktoré oponujú pozitívne znejúcim výskumom na tému spoločensky zodpovedného podnikania. Uvádza sa v nich, že väčšina výskumov dotýkajúcich sa spoločensky zodpovedného podnikania je realizovaná jeho zástancami. To môže ovplyvniť nielen interpretáciu výsledkov, ale aj formuláciu otázok. Ako protiargument uvádza [6] problém, na základe ktorého sú formulované závery v zmysle kauzality k spoločensky zodpovednému podnikaniu – zlepšenie ekonomického postavenia podniku. Autor zdôrazňuje, že kauzalita môže byť aj opačná. Byť spoločensky zodpovedný si môžu dovoliť len podniky, ktoré sú (napr. vďaka svojmu dominantnému postaveniu na trhu) v silnom ekonomickom postavení. Preto môžu byť výsledky prieskumu interpretované tak, že nadpriemerné ekonomické výsledky nie sú dôsledkom, ale podmienkou aplikácie spoločensky zodpovedného podnikania.

Výskum, ktorý popiera výhodnosť spoločensky zodpovedného podnikania, uskutočnili [14]. Vo svojej ekonometrickej štúdií dospeli k záveru, že spoločensky zodpovedné podnikanie nemá žiadny vplyv na podnikovú finančnú výkonnosť.

Od začiatku vymedzenia spoločensky zodpovedného podnikania existujú zástancovia a odporcovia tohto konceptu. Neprikláňame sa k názoru, že dobrá ekonomická situácia podniku musí byť podmienkou pre spoločensky zodpovedné podnikanie. Prikláňame sa k názoru, že zlepšenie economickej situácie podniku v rámci finančných ukazovateľov však môže byť dôsledkom spoločensky zodpovedného podnikania. Diskutabilná však zostáva otázka merania ekonomických prínosov zo spoločensky zodpovedného podnikania, pretože doteraz nebola vypracovaná ucelená metodika na hodnotenie economickej efektívnosti spoločensky zodpovedného podnikania.

Podniky chemického priemyslu realizujú významný podiel hrubého domáceho produktu na Slovensku. Skúmanie economickej dimenzie spoločensky zodpovedného podnikania budeme realizovať na vzorke podnikov s najvýznamnejším postavením v odvetví. Práve preto môžeme predpokladať, že sú to podniky, ktoré majú dobré economicke postavenie na trhu. Aj napriek tomu, že nesúhlasíme

s názorom, že byť spoločensky zodpovedný si môžu dovoliť len podniky v silnom economickom postavení, pre potreby zistenia súčasného stavu uplatňovania spoločensky zodpovedného podnikania v economickej oblasti v chemickom priemysle a pre získanie relevantných výsledkov výskumu sme sa rozhodli uskutočniť výskum práve na vzorke podnikov s dobrou economickou situáciou.

2 CIEĽ, MATERIÁL A METODIKA

Chemický priemysel predstavuje odvetvie, ktoré intenzívne zaťažuje životné prostredie. Spomedzi iných odvetví sa umiestňuje na 3. mieste v znečisťovaní. Chemický priemysel, ktorý analyzujeme, je zastúpený 10 chemickými podnikmi. Z analyzovanej skupiny 6 podnikov spadá do kategórie veľkých podnikov a 4 podniky sú strednej veľkosti. Len jeden podnik skupiny nemá zahraničnú účasť a je to čisto slovenský podnik. Z hľadiska lokalizácie sa nachádzajú podniky prevažne na západe Slovenska.

Cieľom state je na základe teoretických východísk spoločensky zodpovedného podnikania a zostavenej metodiky hodnotenia spoločensky zodpovedného podnikania identifikovať úroveň uplatňovania tohto konceptu v economickej oblasti spoločensky zodpovedného podnikania v podnikoch chemického priemyslu na Slovensku.

Pri analýze úrovne spoločensky zodpovedného podnikania v chemickom priemysle sme vychádzali z výročných správ, správ o spoločensky zodpovednom podnikaní, propagačných a informačných materiálov, mediálnych správ o aktivitách skúmaných podnikov a informácií publikovaných na webových stránkach podnikov.

Objektom skúmania sú podniky chemického priemyslu, predmetom výskumu je economická oblasť spoločensky zodpovedného podnikania.

Podľa dostupných materiálov sme rozdelili sledované indikátory v rámci economickej oblasti podľa jednotlivých zainteresovaných skupín. Pri výbere indikátorov sme postupovali podľa smerníc [5], pomocou ktorých je možné zostaviť výročné správy o spoločensky zodpovednom

podnikání podľa jednotnej metodiky. V ekonomickej oblasti bolo stanovených 19 indikátorov.

Výročnú správu môžeme definovať ako verejne publikovaný dokument prístupný všetkým partnerom podniku, poskytujúci detailný prehľad o pozícii podniku a jej aktivitách v širších ekono-

mických, environmentálnych a sociálnych súvislostiach [17, s. 24].

Tabuľka 1 prezentuje analyzované indikátory v oblasti ekonomika. Celkovo bolo v ekonomickej oblasti stanovených 19 indikátorov.

Tab. 1: Analyzované indikátory v oblasti ekonomika

Názov indexu	Označenie	Zainteresovaná skupina
Finančné toky medzi podnikom a poskytovateľmi kapitálu	V1	Vlastníci
Dlhodobá stabilita podniku	V2	
Zosúladenie aktivít s hodnotami akcionárov	V3	
Postupy na zvyšovanie kvalifikácie	Zam1	Zamestnanci
Primerané mzdy	Zam2	
Tréningy a vzdelávanie	Zam3	
Spokojnosť zákazníkov	Zak1	Zákazníci
Dostupnosť produktov	Zak2	
Férová reklama	Zak3	
Dodržanie dohodnutých podmienok	D1	Dodávatelia
Kvalita a cena dodávaných produktov	D2	
Zneužívanie moci, spokojnosť partnerov	D3	
Rešpektovanie ochrany duševného vlastníctva	K1	Konkurencia
Rešpektovanie férového konkurenčného boja	K2	
Obchodné kartely	K3	
Dotácie, granty a daňové úľavy	G1	Vláda
Podniková filantropia, dary MVO a samospráve	MVO1	MVO
Investovanie do komunitných programov	MVO2	
Sociálny dialóg	MVO3	

Zdroj: vlastné spracovanie podľa [5]

Úroveň spoločensky zodpovedného podnikania a realizáciu aktivít sme hodnotili nasledovne. V prípade, že podnik vykonával aktivity v rámci sledovaného indikátora náhodne, prípadne okrajovo, získal 0,5 bodu. Ak sa v podniku systematicky vykonávali aktivity, ale nie v rámci koncepcie spoločensky zodpovedného podnikania, získal v rámci indikátora 1 bod. Podniky, ktoré vykonávali aktivity v rámci spoločensky zodpovedného podnikania, získali za indikátor 1,5 bodu. Najprogressívnejšie podniky s dlhodobou tradíciou v tejto oblasti, ktoré sa systematicky

venovali aktivitám spoločensky zodpovedného podnikania a robili každoročné správy, získali 2 body. Následne sme hodnoty za jednotlivé zainteresované skupiny pri každom podniku spriemerovali. Priemerná hodnota vyjadruje úroveň spoločensky zodpovedného podnikania v danej oblasti a zainteresovanej skupine. Objem vykonávaných aktivít sa stanovil percentuálnym rozdielom od plného počtu bodov v hodnotení. Hodnotenie indikátorov v jednotlivých skupinách sme následne spriemerovali do agregovanej veličiny.

3 EKONOMICKÁ DIMENZIA SPOLOČENSKY ZODPOVEDNÉHO PODNIKANIA V CHEMICKOM PRIEMYSLE NA SLOVENSKU

Podniky chemického priemyslu realizujú významný podiel hrubého domáceho produktu na Slovensku. Skúmanie ekonomickej dimenzie spoločensky zodpovedného podnikania budeme realizovať na vzorke podnikov s najvýznamnejším postavením v odvetví. Práve preto môžeme predpokladať, že sú to podniky, ktoré majú dobré ekonomické postavenie na trhu.

V oblasti ekonomiky majú podniky najvyššie hodnotenie pri subjektoch vlastníci, dodávatelia a zamestnanci (tabuľka 1). V priemere dosiahla oblasť ekonomiky v rámci všetkých zainteresovaných skupín 46 %, čo nepredstavuje ani polovicu z možného hodnotenia.

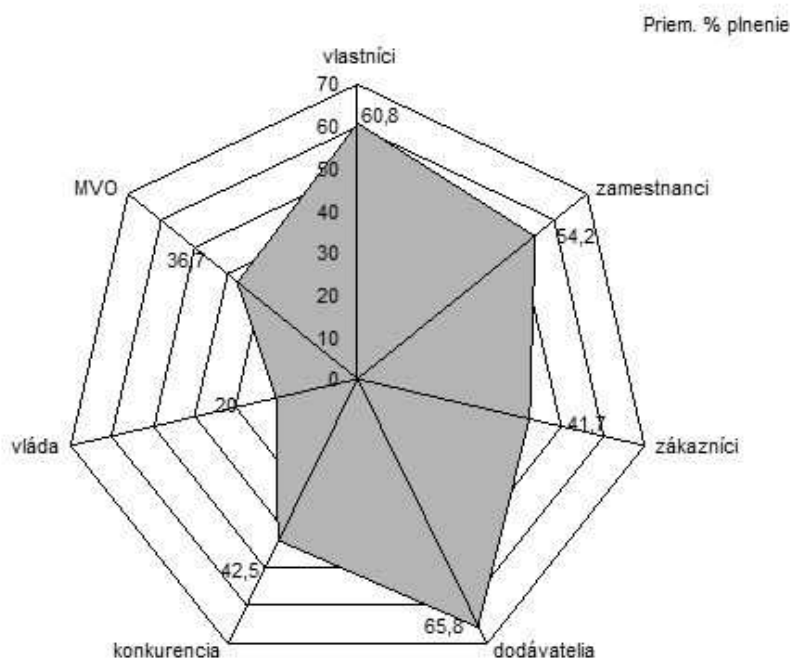
Primárnou zainteresovanou skupinou sú v skúmanej oblasti pre podniky dodávatelia. Táto skupina bola v rámci indikátorov „dodržanie dohodnutých podmienok, kvalita a cena dodávaných produktov a zneužívanie moci a spokojnosť partnerov“ ohodnotená na 65,8 %. Zo všetkých vzťahov medzi podnikmi

a zainteresovanými skupinami je vzťah medzi podnikom a ich dodávateľmi najnáročnejší. Veľké podniky často zadávajú podstatnú časť svojej činnosti malým a stredným podnikom prostredníctvom subdodávateľských kontraktov. V dôsledku toho je jednou z hlavných podnikateľských aktivít mnohých malých a stredných podnikov dodávanie tovaru a služieb veľkým spoločnostiam. Na základe týchto skutočností je zodpovednosť voči dodávateľom v rámci dodávateľského reťazca ekonomicky žiadúca.

Skúmané podniky kladú dôraz v rámci zainteresovanej skupiny vlastníkov najmä na zosúladienie svojich aktivít s hodnotami akcionárov a na dlhodobú stabilitu podniku. Akcionári sú teda z ekonomickeho hľadiska preferovanou skupinou pre tieto podniky.

Zamestnanci sú pre skúmané podniky v ekonomickej oblasti ďalšou preferovanou skupinou (54,2 %). V rámci tejto zainteresovanej skupiny boli hodnotené indikátory: postupy na zvyšovanie kvalifikácie, primerané mzdy, tréningy a vzdelávanie. Ďalšie percentuálne hodnotenie zainteresovaných skupín v ekonomickej oblasti prezentuje obrázok 1.

Obr. 3: Priemerné plnenie indikátorov spoločensky zodpovedného podnikania v ekonomickej oblasti z pohľadu jednotlivých zainteresovaných skupín



Zdroj: vlastné spracovanie

Nedostatočné aktivity sa uskutočňujú v skupine „vláda“, kde boli aktivity spoločensky zodpovedného podnikania ohodnotené iba na 20 %. Podľa výsledkov možno konštatovať, že vybrané podniky sa v tejto oblasti nesprávajú spoločensky zodpovedne. Ide zväčša o náhodné, niekedy systematické aktivity, ktoré sa nerealizujú v rámci konceptu spoločensky zodpovedného podnikania.

ZÁVER

Spoločenská zodpovednosť podnikania predstavuje novú koncepciu podnikania, ktorej cieľom je vytvárať podmienky trvalo udržateľného rozvoja v ekonomickej, sociálnej a environmentálnej oblasti a preberať v nich aj zodpovednosť. Podniky by v zmysle tejto koncepcie mali vytvárať a rozvíjať trvalo udržateľné vzťahy so zainteresovanými skupinami – akcionármi, zamestnancami, zákazníkmi, dodávateľmi, konkurenciou, budúcimi generáciami a spoločnosťou. Definície spoločensky zodpovedného podnikania ponúkajú nový pohľad na podnik, priznávajú mu nové úlohy, hodnoty a normy, ktoré sú základom jeho činnosti. Opierajú sa o etický, sociálny, environmentálny, ale aj ekonomický rozmer.

Na základe analýzy súčasného stavu uplatňovania spoločensky zodpovedného podnikania v ekonomickej oblasti v chemickom priemysle môžeme konštatovať, že v ekonomickej rovine prevláda v najväčšej miere zodpovednosť podniku voči dodávateľom, vlastníkom, a zamestnancom. V dôsledku rastúceho významu dodávateľského reťazca v podnikaní sa etika dodávateľského reťazca stáva jednou z najdôležitejších, no aj jednou z najmenej rozvinutých oblastí spoločensky zodpovedného podnikania. Veľké podniky často zadávajú mnohé svoje aktivity špecializovaným podnikom, a hoci majú nad svojimi dodávateľmi moc, zároveň sú od nich závislí.

Ďalšou preferovanou skupinou sú akcionári. Skúmané podniky kladú dôraz najmä na zosúladenie svojich aktivít s hodnotami akcionárov a na dlhodobú stabilitu podniku. Akcionári sú teda z ekonomického hľadiska preferovanou skupinou pre tieto podniky.

Prieskum potvrdil dôležitosť zainteresovanej skupiny zamestnancov na Slovensku. V ekonomickej rovine deklarujú podniky zodpovednosť voči zamestnancom primeranými mzdami, tréningami, vzdelávaním a postupmi na zvyšovanie kvalifikácie. Podnik môže dosahovať zisk a zároveň konať zodpovedne vo vzťahu k zainteresovaným skupinám, spoločnosti a životnému prostrediu. Na základe uvedeného prieskumu môžeme konštatovať, že úroveň spoločensky zodpovedného podnikania v ekonomickej oblasti v chemickom priemysle nedosahuje ani 50 %-nú úroveň. Aktivity spoločensky zodpovedného podnikania sú vykonávané systematicky, ale nie v rámci konceptu spoločensky zodpovedného podnikania.

Stať je jedným z čiastkových výstupov projektu UGA I-11-001-07 – Multikritériálna metodika hodnotenia dynamiky konceptu spoločensky zodpovedného podnikania.

LITERATURA

- [1] BATEMAN, T. Zamyslenie sa nad Spoločenskou zodpovednosťou podnikov. [online]. [cit. 2011-09-20] Dostupné z: http://www.partnerstva.sk/buxus/docs/INTEGRA_Zamyslenise_nad_SZP.pdf.
- [2] BUSSARD, A. MARČEK, E. MARKUŠ, M. BUNČÁK, M. *Spoločensky zodpovedné podnikanie*. Bratislava: Nadácia Integra a Pontis, PANET, 2005.
- [3] ČIERNA, H. *Spoločensky zodpovedné podnikanie a model výnimčnosti*. Banská Bystrica: Ekonomická fakulta Univerzity Mateja Bela, 2008. ISBN 978-80-8083-585-9.
- [4] GREEN PAPER. Promoting a European framework for corporate social responsibility. Luxemburg: European Commission, Office for Official Publications of the European Communities, 2001. ISBN 92-894-1478-2.
- [5] GRI smernice [online]. [cit. 2011-09-20] Dostupné z: www.globalreporting.org.
- [6] HLAVÁČEK, J. HLAVÁČEK, M. *Za jakých podmínek je pro firmu lukrativním společensky zodpovedné chování?* 2007. Institute of Economic Studies, Faculty of Social Sciences Charles University in Prague. [online]. Dostupné

- z: <http://ies.fsv.cuni.cz/sci/publication/show/id/2121/lang/cs>.
- [7] HOPKINS, M., COWE, R. Corporate Social Responsibility: Is there a Business Case? *Journal of Applied of Accounting Research*, ACCA UK, London, 2003. ISSN 0967 5426.
- [8] JONES, T. M. Corporate Social Responsibility Revisited. In *California Management Review*. California, 1980, roč. 38, č. 3.
- [9] LESÁKOVÁ, L. *Metódy hodnotenia výkonnosti malých a stredných podnikov*. Studia oeconomica 18. Banská Bystrica: Ekonomická fakulta UMB, 2004, s. 98. ISBN 80-8055-914-7.
- [10] MAIGNAN, I., FERREL, O. C. Corporate citizenship as a marketing instrument: concepts, evidence and research directions. *European Journal of Marketing*, roč. 35, č. 4, 2001, s. 457 – 484, ISSN 0309-0566.
- [11] MAJDÚCHOVÁ, H. Spoločenská zodpovednosť podnikov – teoretické vymedzenie a praktická aplikácia v podmienkach slovenskej ekonomiky, In: *Svět práce a kvalita života v globalizované ekonomice*, Praha: Vysoká škola ekonomická, v.v.i., 2007, ISBN 978-80-86973-45-6.
- [12] MARASOVÁ, J. *Vnútrohá a vonkajšia dimenzia sociálnej funkcie podniku*. Banská Bystrica: EF UMB, 2008. ISBN 978-80-8083-600-9.
- [13] MARKOVÁ, V. Vybrané aspekty spoločensky zodpovedného podnikania. In: *Spoločenská zodpovednosť firem – transfer vedeckých poznatku do praxe*. Olomouc: Moravská Vysoká škola Olomouc, 2011, s. 28. ISBN 978-80-87240-67-0.
- [14] McWILLIAMS, A. SIEGEL, D. Corporate Social Responsibility and Financial Performance: Correlation or Misspecification? *Strategic Management Journal*, 2000, Vol. 21, pp. 603 - 609.
- [15] MOJŽITOVÁ, S. Etika v podnikaní - teória a prax. In: *Zborník z vedeckej konferencie "Podnikateľské prostredie v Slovenskej republike - súčasný stav a perspektívy III."*. Senec, 2001, s. 131 - 133. ISBN 80-225-1426-8.
- [16] MUSOVÁ, Z. Spoločensky zodpovedné podnikanie – základ budovania vzťahov so záujmovými skupinami. In *Vzťahový marketing ako nástroj konkurencieschopnosti podniku*. Bratislava: Obchodná fakulta EU, 2008. ISBN 978-80-225-2624-1.
- [17] SLATER, A. The Global Reporting Initiative (GRI)'s Economic Performance Indicators: Measuring Impacts One Stakeholder at a Time. *AccountAbility, Institut of social and ethical accountability*. London, 2004, s. 23 – 29. ISSN 1470-5001 [online] [cit. 2011-09-20] Dostupné z: www.greenleaf-publishing.com.
- [18] SOPKOVÁ, E. Dôsledky nezodpovedného správania sa v oblasti platenia daní a v podmienkach Slovenskej republiky. (Vybrané problémy). In: *Zborník príspevkov z vedeckej konferencie Spoločenská zodpovednosť – súčasť environmentálnej a firemnej kultúry*. Banská Bystrica: UMB, FPV, 2011. ISBN 978-80-557-0135-6.
- [19] STEINEROVÁ, M. a kol. Spoločenská zodpovednosť firem – Průvodce nejen pro malé a středné podniky. Praha: Business Leaders Forum. 2008.
- [20] TRNKOVÁ, J. Spoločenská zodpovednosť firem – Kompletní průvodce tématu a závěry z průskumu v ČR. Praha: Business Leaders Forum, 2004.
- [21] VINCZEOVA, M. Financovanie malých a stredných podnikov vo svetle Lisabonskej stratégie. *Ekonomika a spoločnosť*, č. 1/2008, s.54 -60. ISSN 1335-7069.
- [22] ZELENÝ, J. *Environmentálne manažérstvo a spoločenská zodpovednosť (organizácií)*. Banská Bystrica: Fakulta prírodných vied UMB, 2008. ISBN 978-80-8083-690-0.

Autorka:**Ing. Jana Vicianová**

Univerzita Mateja Bela

Ekonomická fakulta

Katedra ekonomiky a manažmentu podniku

E-mail: jana.vicianova@umb.sk

THE ECONOMIC DIMENSION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE CHEMICAL INDUSTRY

Jana Vicianová

Abstract: At present, there are many concepts as manage the enterprise. The concept of Corporate Social Responsibility is a way of corporate governance that takes into account not only business needs but also its environment and society. In addition to this, in past few years the concept of Corporate Social Responsibility is becoming a fashion concept. To be socially responsible wants to be more and more businesses. Benefits of the corporate social responsibility are not only companies and their stakeholders, but also society. This fact inspires many large enterprises to start up a socially responsible business. The paper deals with the Corporate Social Responsibility concept and its implementation in the chemical industry in Slovak Republic. The aim of the article is basically on the theories of corporate social responsibility to identify the level of application of this concept in the economic area in chemical industry in the Slovak Republic.

Key words: Corporate social responsibility, chemical Industry, implementation, stakeholders

JEL Classification: M14