

# Univerzity a koncept spoločensky zodpovedného podnikania

Emese Tokarčíková  
Žilinská univerzita v Žiline

## Abstrakt

Vedecký rozvoj – teórie a praxe – v oblasti spoločenskej zodpovednosti firiem (CSR) je v medzinárodnom meradle a aj na Slovensku a v Českej republike v počiatočnom štádiu. Pritom tieto tri písmená naliehavo vytvárajú a formujú našu budúcnosť, kedy zodpovedné správanie ekonomických aktérov by malo byť samozrejmosťou. Univerzitné prostredie a jeho vplyv v tomto smere je rozhodujúcim pre začlenenie CSR medzi ostatné vysokoškolské disciplíny. Práve tu, na univerzitách, sa totiž nachádzajú a študujú súčasní a budúci aktéri a tvorcovia hospodárskeho života. Cieľom tohto článku je opísať hlavné črty CSR s prepojením na úlohu univerzít a ich výskumno-vzdelávací proces. Kľúč k CSR sa totiž nachádza v myslení, postojoch a konaní všetkých hospodárskych subjektov, ktoré môžu univerzity vhodne ovplyvniť.

**Kľúčová slova:** univerzity, spoločenská zodpovednosť firiem, výskum a vzdelávanie, implementácia CSR

## Úvod

Univerzity patria k dôležitým aktérom celospoločenského a hospodárskeho života krajiny a v interakcii s okolím majú nezastupiteľnú úlohu pre jej ekonomický, kultúrny a sociálny rozvoj. V každej dobe totiž intelektuálna, kultúrna a rovnako aj materiálna a spoločenská úroveň národa boli určované jeho vzdelanosťou. Vzdelávacie a výskumné aktivity univerzít vedú ku skvalitneniu ľudského potenciálu a produkcii poznania prepojeného na inovácie a excelentnosti. Tieto inštitúcie zohrali významnú úlohu aj pri formovaní CSR (Corporate Social Responsibility), teda náuke o spoločensky zodpovednom podnikaní. Univerzitné prostredie umožnilo vymedziť hraničné a prierezové oblasti CSR, vytvoríť si odborný žargón akademických kurzov a seminárov, uskutočniť organizáciu konferencií a a následne vydať publikácie – zborníky, časopisy – obsahujúce výsledky vedeckých bádání v tomto smere. Dané aktivity nie sú samoúčelné len pre vedu alebo pre vysoké školstvo, ale sú i predpokladom a nevyhnutnou etapou v rozvoji oblasti generujúcej pozitívne externality pre celú spoločnosť.

Vzťah univerzít a CSR vytvára rôzne zaujímavé a širokospektrálne aspekty a podnety pre zamyslenie, napr.:

- Je koncept CSR naozaj novinkou vyžadujúcou napr. zavedenie nového samostatného predmetu či odboru, alebo je len jasnejším a logickejším zhrnutím všetkých poznatkov a snáh, ktoré univerzity v rámci iných predmetov, ako i samotnou existenciou a poslaním už dávno poskytovali, resp. poskytujú svojim absolventom?
- Kto má dominantnejšie postavenie vo vzťahu univerzít a podnikov ohľadom CSR? Sú vedecké poznatky v tejto oblasti skutočne aplikovateľné a prinášajú naozajstný úžitok pre spoločnosť, alebo len posilňujú značku a marketingový obraz podniku bez väčších reálnych pozitívnych dopadov na ľudí? Majú aj samotné univerzity významný prínos z CSR aktivít podnikov? Oceňujú podniky prísun pracovnej sily v podobe absolventov aplikujúcich zásady CSR?
- Do akej miery sú spoločensky zodpovední práve tí (učitelia, vedeckí pracovníci), ktorí vzdelávajú a vychovávajú budúcich tvorcov a aktérov hospodárskeho života?

Odpovede na tieto otázky sú zatiaľ nejednoznačné a diskutabilné, a práve preto sú zaujímavým a vhodným podnetom pre ďalšie bádanie.

## Metodika – CSR, teda spoločenská zodpovednosť firiem

Medzi nové koncepty, ktoré začínajú české aj slovenské univerzity zaraďovať do svojho vzdelávacieho procesu, je aj koncept CSR (Corporate Social Responsibility), teda spoločensky zodpovedné podnikanie (SZP), ktorý učí podnikateľov a manažérov, ako podnikáť tak, aby z výsledkov podnikania mal prospech aj širší okruh ľudí, príp. celá spoločnosť. Howard R. Bowen, ktorý sa vo všeobecnosti považuje za prvého teoretika CSR, v knihe *Social Responsibilities of the Businessman* (1953) uviedol, že: „Spoločenská zodpovednosť predstavuje záväzok podnikateľov usilovať sa o také stratégie, robiť také rozhodnutia alebo vykonávať také aktivity, ktoré sú žiaduce z pohľadu cieľov a hodnôt našej spoločnosti.“ V novom tisícročí ku kvalitnejšiemu definovaniu spoločensky zodpovedného podnikania v podstatnej miere prispeli dobrovoľné asociácie, mimovládne organizácie ako i Európska únia, ktorá považuje spoločenskú zodpovednosť v podnikaní za jeden z nástrojov potrebných na dosiahnutie Lisabonskej stratégie.

Podľa World Business Council for Sustainable Development (2010): „Spoločensky zodpovedné podnikanie je 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.“

Dôležitými osobami pre realizáciu konceptu CSR sú tzv. stakeholders, teda osoby, skupiny alebo organizácie, ktoré majú vplyv na fungovanie podniku.

Medzi tieto „zainteresované skupiny“ patria: *vlastníci, akcionári, investori, vláda, mimovládne organizácie a záujmové skupiny, komunity, médiá, zamestnanci, spotrebiteľia, dodávatelia a obchodní partner, konkurencia*. „Samostatnou kapitolou je potom hľadanie najvhodnejšieho spôsobu ako informovať svojich stakeholders a ako s nimi rozširovať a zlepšovať vzájomné vzťahy.“ (Vodák 2004).

Definície, štúdie a vzdelávacie materiály vysvetľujúce zodpovedné podnikanie upriamujú pozornosť na to, že podniky alebo organizácie nefunguje izolovane, ale sú aj priamou súčasťou spoločnosti. Podľa tohto pohľadu teda pôsobia s ohľadom na tzv. triple bottom line (trojitá výsledovka) a teda by mali zameriavať svoje aktivity na 3P:

- People – sociálne aktivity,
- Planet – environmentálne aktivity,
- Profit – ekonomické aktivity.

Pojem spoločensky zodpovedné podnikanie sa často zamieňa s pojmom firemná filantropia. Filantropické aktivity síce na rozdiel od sponzoringu – ktorý sa v súčasnosti považuje skôr za obchodný vzťah a nástroj propagácie – podnik realizuje tak, že neočakáva za to žiadnu protihodnotu, napriek tomu sú len integrovanou súčasťou konceptu zodpovedného podnikania. Rovnako pojem SZP sa často redukuje len na etické podnikanie. Etické podnikanie síce znamená priateľskú a otvorenú firemnú kultúru, ktorá v spojení s etickým kódexom spoločnosti garantuje čestné jednanie so zákazníkmi, dodávateľmi i zamestnancami pričom vytvára bezkonfliktné a inšpirujúce prostredie, je však tiež len súčasťou konceptu CSR.

Na základe existujúcich poznatkov zhrnutých z aplikovaného výskumu v prípade, že podnik sa správa spoločensky zodpovedne, získa nasledujúce výhody:

- lojalitu svojich zákazníkov a upevnenie ich dôveru,
- konkurenčnú výhodu na trhu a lepšie podmienky pre budovanie značky,
- postavenie žiadaného partnera a dobré meno v obchodných a odborných kruhoch,
- nástroj na manažovanie rizík a podporu inovácií,
- zvyšovanie príťažlivosti pre investorov a nové príležitosti v podnikaní,
- spokojných a motivovaných zamestnancov a ich nízku fluktuáciu,
- lepší manažment ľudských zdrojov,
- kreatívne prostredie,
- ochranu environmentálnych zdrojov a redukciiu odpadu,

a v neposlednom rade dlhodobú úsporu nákladov a zvyšovanie ekonomických a mimoekonomických ziskov.

Napriek týmto výhodám veľa manažérov namieta a apeluje na to, že prijatie konceptu CSR do podnikovej stratégie znamená nákladnú vstupnú investíciu a zasahuje do všetkých oblastí činnosti podniku a preto sú presvedčení, že v podmienkach slovenského trhu jeho prijatie predstavuje dlhodobejší proces. Spoločenskú zodpovednosť pritom na Slovensko nepriniesli len nadnárodné spoločnosti, či Európska únia. Mnoho slovenských podnikov má CSR, aj keď o tom nevedia. Už Tomáš Baťa zakladal tzv. Baťove školy práce či Baťov podporný fond a v súčasnosti je stále viac podnikov, ktoré sa dobrovoľne spoločensky angažujú i keď nemajú sformulovaný konkrétny koncept CSR.

Vyznačujú sa nasledujúcimi spoločnými charakteristikami aktivít konceptu CSR:

- opierajú sa o všeobecné etické princípy (transparentnosť, angažovanosť atď.),
- sú univerzálne pre všetky typy podnikov či organizácie,
- zdôrazňujú dobrovoľnosť pri prekračovaní rámcov legislatívne ustanovených povinností,
- zameriavajú sa na rozvoj kvality života s aktívnou spoluprácou so zainteresovanými subjektmi, tzv. stakeholdermi,
- upriamujú pozornosť na celkový rozvoj a nie iba na ekonomický rast podniku či organizácie.

## Diskusia – výskum a vzdelanie v oblasti CSR

Diskusie ohľadom CSR a samotný výskum v tejto oblasti už nie je len záležitosťou zahraničných univerzít, ale aj slovenské a české univerzity svojimi aktivitami prispievajú k rozšíreniu databázy poznatkov danej tematiky. Ak však pozrieme na históriu osvety a šírenia konceptu CSR na Slovensku, prekvapujúco prím nevedú univerzity, ba dokonca majú značné oneskorenie oproti mimovládny organizáciám či samotnej podnikateľskej praxi. Dôvod tohto javu je možné hľadať v značnej diverzite CSR aktivít, pričom verejnosť tak na Slovensku ako i v Čechách už poznala na našom území príklad, ktorý by aj zo súčasného hľadiska spĺňal mnohé predpoklady konceptu spoločensky zodpovedného podnikania. Už spomínaný podnikateľ Tomáš Baťa v 20-tych a 30-tych rokoch dvadsiateho storočia v Československu vytváral vzťah k svojim zamestnancom na princípe partnerstva a do veľkej miery pozitívnym spôsobom ovplyvňoval komunitu a prostredie, v ktorom jeho podniky pôsobili. Mnohé jeho aktivity a prístupy sa stali súčasťou dnešného konceptu CSR, pričom v súčasnosti z viacerých výskumov naďalej vyplýva, že „koncept spoločensky zodpovedného podnikania je u nás vnímaný iba približne a skôr intuitívne tak medzi verejnosťou ako aj medzi podnikateľmi“ (Trnková 2004; Gallová Kriglerová et al. 2007).

Nakoľko CSR je väčšinou chápané ako zastrešujúci termín pre širokú škálu synonym a prekrývajúcich sa pojmov, ani na univerzitách zatiaľ nevznikol samostatný predmet, napr. s názvom Zodpovedné podnikanie. Fragmenty z konceptu CSR môžu študenti nachádzať v iných povinných, povinne voliteľných, resp. voliteľných predmetoch, ktoré boli a sú na jednotlivých univerzitách akreditované. Sú to napríklad predmety:

- Etika podnikania, Marketing, Marketing mimovládnych organizácií,
- Ekologický / Environmentálny manažment, Trvalo udržateľný rozvoj,
- Medzinárodný manažment, Strategický manažment,
- Finančné účtovníctvo, Manažérske účtovníctvo,
- Filozofia, Sociológia,
- Ekológia verejnej správy, Ekológia cestovného ruchu.

Spôsob výučby konceptu CSR univerzity na Slovensku zatiaľ riešia prostredníctvom projektovej výučby a prípadových štúdií v spolupráci s mimovládnyimi organizáciami a s podnikateľskou praxou.

Priekopníkom osvety ohľadom podnikového vzdelávania a implementácie konceptu CSR na Slovensku je nadácia Pontis, ktorá od roku 2004 združuje firmy vyznávajúce spoločensky zodpovedné podnikanie a tiež každoročne organizuje konferenciu o spoločensky zodpovednom podnikaní firiem na Slovensku. Tak ako v Českej republike sú niektoré firmy členmi i medzinárodnej platformy CSR (Business Leaders Forum), Nadácia Pontis zasa okrem toho uskutočňuje semináre v rôznych regiónoch Slovenska pre malých a stredných podnikateľov, kde sa môžu učiť, ako zodpovedne podnikáť, pričom tento projekt je financovaný z prostriedkov Európskej komisie. Nadácia Pontis od roku 2009 prevádzkuje aj verejný portál [www.zodpovednepodnikanie.sk](http://www.zodpovednepodnikanie.sk) (Nadácia Pontis, 2009).

Ďalším významným projektom je projekt týždenníka TREND, ktorý mapuje aktivity firiem v CSR, pomenúva trendy, buduje unikátny register CSR projektov realizovaných firmami na základných, stredných a vysokých školách a realizuje projekty neformálneho vzdelávania. Okrem toho, niekoľkokrát ročne organizuje anketu TREND CSR Barometer, ktorá reflektuje názory a postoje špeciálneho panelu účastníkov (TREND, [b. r.]).

Je nutné však poznamenať aj to, že posledné 2–3 roky sa i na univerzitách v rámci vedecko-výskumných úloh zrodilo množstvo odporúčaní ohľadom implementácie CSR na slovenské pomery, akurát neboli dostatočne publikované, tak ako napr. na českých univerzitách. Zameškané v súčasnosti univerzity dohŕňajú organizovaním konferencie o CSR, či o príbuzných témach, alebo prostredníctvom bakalárskych, diplomových a dizertačných prác, ktoré spracúvajú túto tematiku.

Kým na Slovensku a všeobecne aj v Európe (trvá) trvalo dlhšie, kým bol koncept CSR akceptovaný ako akademická disciplína, v Spojených štátoch amerických už vznikli rôzne vedecké práce v tejto oblasti. Napr. vzhľadom na rôzne

korporátne škandály odohrávajúce sa v Amerike, kolektív autorov skúmal a potvrdil, že existuje intelektuálna zaujatosť voči podnikateľskej etike na školách poskytujúcich výučbu a výskum v oblasti podnikania a ekonómie. (Hosmer 1999, s. 91, 102). Komplexnejší úvodný prehľad o situácii v Európe poskytol Mahoney (1990), keď porovnával výučbu podnikateľskej etiky v školách USA, vo Veľkej Británii a kontinentálnej Európe. Táto štúdia však má svoje obmedzenia, nakoľko je pomerne úzko špecifikovaná. Vyššiu vypovedaciu schopnosť má prípadová štúdia o vývoji výučby podnikateľskej etiky pre prax v európskych krajinách (Zsolnay 1998) alebo hĺbkové prieskumy v jednotlivých krajinách, najmä vo Veľkej Británii (Cowton, Cummins 2003; Cummins 1999). Novšie štúdie poskytujú prehľad o výučbe a výskume v širokej oblasti CSR, reflektujúcej pritom rôzne prístupy a metódy výučby európskych vzdelávacích inštitúcií, kde prevládajú skôr krátkodobé kurzy, resp. vzdelávanie v rámci voliteľných predmetov.

Tabuľka 1: Formy CSR vzdelávacích modulov

<b>Prístup k informáciám o CSR</b>	<b>Podiel (v % )</b>
Voliteľný predmet	47
Súčasť iných predmetov	38
Povinný predmet	27
Iné formy (semináre, konferencie, špeciálne kurzy)	20

*Zdroj: Moon, Matten (2004)*

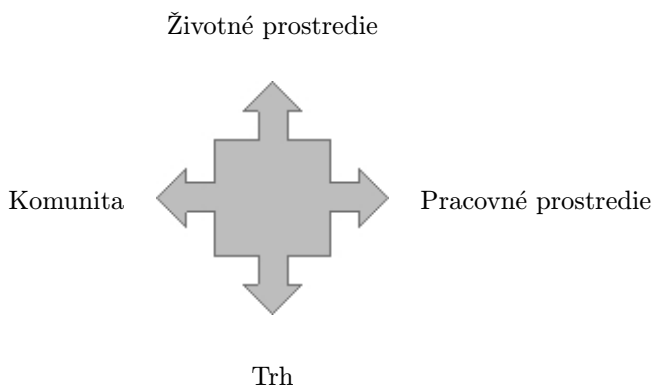
Tabuľka č. 1 na základe prieskumu Moon a Matten (2004) ukazuje, že najviac populárnym spôsobom, ako oboznámiť študentov s konceptom CSR, je výučba prostredníctvom voliteľných predmetov na univerzitách. Mnoho učiteľov a odborníkov však zdieľa názor, že CSR by malo byť integrované do povinných študijných programov, pretože študent si musí byť vedomý sociálnej a etickej dimenzie svojej budúcej podnikateľskej, resp. manažérskej činnosti. Nestačí teda len začlenenie kurzov o CSR do podnikového vzdelávacieho systému, ale prax žiada, aby každý absolvent po skončení štúdií mal aspoň základné znalosti o CSR. Práve táto previazanosť vzdelávacieho systému a praxe dokáže vytvoriť spoločnú synergiu a prinášať úrodu v širšom kontexte pre napĺňanie vízie konsenzuálnej civilizovanej spoločnosti.

## **Diskusia - univerzita ako organizácia a jej koncept CSR**

Okrem výskumu a výučby konceptu CSR, pripisuje verejnosť univerzitám aj rolu prijímateľov výsledkov CSR aktivít podnikateľskej praxe. Málo sa však hovorí o tom, ako samotné univerzity implementujú CSR aktivity, pričom vzhľadom na širokospektrálnosť CSR, práve oni by mali byť lídrami v tomto smere a ísť tak príkladom pre svoje okolie. Etický kódex pre akademickú obec už existuje na väčšine univerzít, ale konkrétne koncepty ohľadom zásad transparentnosti, environmentalistiky a charity, zahrňujúci všetkých stakeholderov (študentov, nepedagogických pracovníkov) zatiaľ nie sú implementované na žiadnej fakulte na Slovensku. Aj keď finančné možnosti univerzít zďaleka neumožňujú

správať sa rovnako ako podniky, o to viac by mali hľadať rôzne možnosti filantropických, sociálnych a environmentálnych aktivít nefinančného charakteru, prostredníctvom čoho by dokázali zvyšovať svoju spoločenskú zodpovednosť. CSR je potrebné plánovať a manažovať ako ktorýkoľvek spôsob riadenia univerzít a je dôležité, aby prenikol do všetkých úrovní manažmentu univerzít. Nakoľko prvotnou úlohou univerzít nie je zarábať peniaze, teda dosahovať zisk, viaceré aspekty CSR môžu byť zavedené rýchlejšie. Okrem toho, uplatňovanie istých náležitostí v oblasti CSR sa z hľadiska legislatívy stáva pomaly povinným a vyžadovaným, napr. ochrana životného prostredia. Schéma č.1 zjednodušene ukazuje jednotlivé oblasti a ich vzájomnú prepojenosť, v ktorých univerzita (rovnako ako podnik) môže realizovať svoj zodpovedný prístup.

Schéma 1: Oblasti pre aktivity konceptu spoločensky zodpovedného podnikania



Zdroj: vlastný

V oblasti ŽIVOTNÉ PROSTREDIE napríklad môže univerzita vykonávať nasledujúce opatrenia:

- Recyklovanie papiera a jej opätovné využitie na tlač informačných materiálov o univerzite a jej študijných odboroch, tlač letákov informujúcich o aktuálnych daniach na univerzite, príp. ďalších materiálov s krátkodobou informačnou hodnotou. Slovenské univerzity by mohli know-how získať od zahraničných univerzít, kde šetrenie životného prostredia formou recyklácie, je už zavedené.
- Zníženie administratívnych úkonov vyžadujúcich podklady v papierovej forme. V súčasnosti je už napr. využívanie elektronických prihlášok zavedenou a akceptovateľnou formou aj v našich podmienkach. Dokladovanie vedeckej a pedagogickej činnosti sa však robí niekoľkokrát opakujúcim kopírovaním a tlačením materiálov. Procesné zmeny, ktoré by zjednodušili túto činnosť a zamedzili zbytočné úkony, by pri počte zamestnancov univerzity prispelo k výraznému šetreniu papiera a tonera a v konečnom dôsledku i k úsporám prevádzkových nákladov.

- Zavedenie separovania odpadu pre zamestnancov a prezentácia triedenia odpadu aj pre študentskú komunitu.
- Diskutabilnou oblasťou sú materiály e-learningu a tzv. e-skriptá. Hoci e-knihy vo svete zaznamenávajú rastúci počet svojich čitateľov, stále je však viac ľudí, ktorí uprednostňujú klasickú, tlačенú podobu kníh. Okrem toho, ak sa zníženie využívania papiera bude diať na úkor zvyšovania elektronických zariadení, životné prostredie síce nepríde o lesy, môže sa však zvýšiť hladina elektronického smogu, čo v konečnom dôsledku môže vyvolať zhoršenie celkovej kvality života.

V oblasti *PRACOVNÉ PROSTREDIE* by mala univerzita:

- Vytvárať a udržiavať motivačné prostredie, v ktorom sa zamestnanci zapoja do plnenia jej cieľov preto, lebo „v atmosfére povzbudzujúcej nové iniciatívy, môžu tímy a jednotlivci sami porovnávať svoj súčasný smer a výsledky so záväzkami, ktoré si dali, bez ohľadu na to, či tie existovali v plánoch alebo v podobe nepretržitého dialógu o hľadani nových smeroch podnikania“ (Vodák, Kucharčíková 2007). V prípade kvalitnej vysokokvalifikovanej pracovnej sily, je to práve výsledok kvalitného školského systému v danej krajine, ktorý by mal ísť ruka v ruku s vysokou úrovňou vedy a výskumu. Vrátiť teda univerzitám univerzitného ducha slobody, vzájomnej inšpirácie, tolerancie a vedeckej reflexie.
- Vytvárať podmienky pre personálny a odborný rast. Umožniť a podporovať graduačný rast svojich zamestnancov, sprehľadniť vzdelávacie a výskumné procesy a aktivity ako i zjednodušiť prístup k získavaniu finančných prostriedkov pre účely projektov, ktoré zvyšujú efektívne využívanie zdrojov univerzity a prispievajú k jej rastu.
- Umožniť flexibilné modely organizácie pracovného času a teleworking. Napriek tomu, že univerzity to podnikom odporúčajú, sami zavádzajú dochádzkové systémy s pevným pracovným časom. Sami pri tom vedia, že „k vplyvom, ktoré pozitívne vplyvajú na pracovnú motiváciu zamestnancov, patrí najmä možnosť zamestnanca participovať na tvorbe vlastného pracovného programu, možnosť uplatniť sa na trhu práce, istota zamestnania, možnosť mzdového príplatku, odbúranie bariér tvorivosti a príčin pracovnej nespokojnosti“ (Tulejová 2009).
- Posilniť lojalitu a využívať ich schopnosti v prospech univerzity.
- Zaviest' prorodinne orientovanú zamestnaneckú politiku, napríklad zriadením univerzitnej jasli alebo škôlky za zvýhodnených podmienok pre deti zamestnancov.

V oblasti *KOMUNITA* aktivitami, ktoré by mohli byť realizovateľné aj na univerzitách, sú:

- Organizácia darcovstva krvi priamo v univerzitných priestoroch.



- Vytvorenie tímu dobrovoľníkov, ktorí by samostatne zorganizovali vzdelávacie aktivity napr. pre pracovníkov neziskových organizácií, prípadne by organizovali populačno-náučne prednášky, resp. exkurzie pre deti materských a základných škôl. „Pri týchto činnostiach sa ukazuje ako nevyhnutná schopnosť ľudí tímovo pracovať, prispôbovať sa zmenám, vhodne viesť a pozitívne motivovať i schopnosť úspešne komunikovať a spolupracovať“ (Kucharčíková 2005).
- Podpora vzťahov univerzity so študentskou komunitou, pri ktorom univerzita spoznáva problémy tejto komunity a pomáha im pri ich riešení.

V oblasti *TRH* sa napríklad môže univerzita zamerať na:

- Činnosti zvyšujúce jej dôveryhodnosť a transparentnosť v očiach verejnosti, resp. študentov.
- Aktívnu spoluprácu s podnikovou sférou a verejnou správou, a tak zlepšenie jej postavenia v lokalite pôsobenia.
- Podporu konkurencieschopnosti a zvyšovanie kvality výstupov, ktoré sú predmetom akreditačného hodnotenia univerzity. (výskum, vzdelávanie). Znamená to „zvyšovanie konkurenčnej výhody, ako významnej výhody, ktorú má univerzita pred svojimi konkurentmi a ktorá jej umožňuje realizovať väčšiu hodnotu ako konkurencia na danom trhu“ (Ďurisová 2003).
- Zvyšovať povedomie o spoločensky zodpovednom podnikaní a byť nielen priekopníkom ale i príkladom v oblasti eticky a sociálne citiacej organizácie podporujúcej trvalo udržateľný rozvoj.
- Zvyšovanie bezbariérového prístupu v priestoroch univerzity a podpora vzdelávania zdravotne postihnutých študentov.

## Legislatívny a politický aspekt konceptu CSR

Spoločensky zodpovedné podnikanie, ako bolo načrtnuté v predchádzajúcej kapitole, by teda malo byť rozhodujúcim nástrojom nielen firemnej politiky, ale aj univerzitnej či verejnej politiky. Jeho reálnu podobu však fundamentálne ovplyvňuje chýbajúca legislatíva, napr. konkrétne, všeobecne záväzné právne nástroje a predpisy. Súčasnú CSR aktivity sú dobrovoľné, vykonávané nad rámec platnej legislatívy, pričom sú nanajvýš zahrnuté do medzinárodne uznávaných štandardov či konkrétnych firemných etických kódexov. Podnikateľské prostredie a dynamický rozvoj vedy a techniky však neprinášajú len pozitívne efekty, ale i rôzne javy, ktoré negatívne ovplyvňujú sociálne a spoločenské vzťahy. Hlavnými prejavmi tohto stavu je napr. nedostatočná komunikácia medzi verejnou, štátnou správou a podnikateľskou praxou, nepredvídateľné, rizikové podnikateľské prostredie, vysoká miera korupcie, nedodržanie ľudských práv, vysoké environmentálne zaťaženie, atď. Z toho dôvodu úloha vlády by mala spočívať hlavne v tvorbe konkrétnych legislatívnych krokov, ktoré by prispeli k existencii transparentného verejného a podnikateľského prostredia

založeného na etike, morálke a ochote i v prijímaní všeobecne záväzných pravidiel v sociálnej, pracovno-právnej ako i v environmentálnej oblasti. Dôležitým aspektom pritom je, aby uvedené kroky neostali len v deklaratívnej podobe, ale premietli sa aktívne aj do reálneho života. V konečnom dôsledku jasnejšia a angažovanejšia politika vlády v oblasti CSR by zásadne prispela k trvalo udržateľnému rozvoju a priniesla by zlepšenie aj v spomínaných ďalších oblastiach (sociálna politika, environmentálna politika, verejné obstarávanie, daňová politika, atď.).

Základným politickým rámcom EÚ podporujúcim koncept CSR bolo prijatie samotnej Lisabonskej stratégie ako i Zelenej knihy pracovného práva či Deklarácie o sociálnej zodpovednosti podnikov. Projekty EÚ v oblasti CSR sa zameriavali na situačnú analýzu, podporu iniciatív pre zvyšovanie povedomia o CSR a výmenu osvedčených postupov medzi členskými krajinami pre účel harmonizácie, zvyšovania konkurencieschopnosti a sociálnej súdržnosti nielen v rámci EÚ, ale aj mimo nej. Mnohé krajiny podnikli v tejto oblasti významné kroky. Medzi prvými Dánsko v roku 2008 legislatívne ustanovilo povinnosť súkromných podnikov, štátnych podnikov a investorov od roku 2010 vo výročnej finančnej správe uviesť aj informácie o aktivitách v oblasti CSR. Francúzska legislatíva obdobne určuje povinnosti firiem informovať o sociálnych a ekologických aktivitách od roku 2010, vo Veľkej Británii takýto postup platí od roku 2007. Zavedenie spoločnej politiky CSR na európskej úrovni však stroskotávali na otázke jej záväznosti, nakoľko povinne stanovené štandardy vnímali firmy ako finančnú záťaž. V súčasnosti v dôsledku hospodárskej krízy komisia otvára nový prístup k politike CSR a verí, že táto politika pomôže EÚ pri zvládaní sociálnych, environmentálnych i hospodárskych výziev. Komisia sa bude pravdepodobne snažiť aspoň o čiastočnú záväznosť. Prínajmenšom bude požadovať, aby firmy prijali medzinárodné štandardy, ako napr. ISO 26000, alebo podporovali iniciatívu OSN Globálna súdržnosť (United Nations Global Compact) či Princípy zodpovedného investovania OSN (Principles for Responsible Investment). V súčasnosti, práve podľa prieskumu OSN, Slovensko vytvára podmienky na zodpovedné podnikanie zhruba s polovičným úspechom.

Vzhľadom na tieto požiadavky EÚ, práve univerzity v rámci svojich vedecko-výskumných činností môžu výrazným spôsobom prispieť k vytváraniu metodiky merania CSR aktivít, štandardov pre CSR reporting a v konečnom dôsledku k zosúladeniu spleťtých právnych predpisov na národnej a medzinárodnej úrovni.

## Budúcnosť konceptu CSR

Prognózu vývoja zodpovedného podnikania na Slovensku permanentné vykonáva nadácia Pontis. Na základe výsledkov jej prieskumu je ešte stále nízky záujem o túto problematiku zo strany vlády, priemyselných zväzov a odborov, ako aj jej medializácia je zanedbateľná. Preto odporúčaním Pavla Hrica (programový riaditeľ Nadácie Pontis) je: „*Zachyťte CSR, kým príde boom! ... Pretože CSR v horizonte 5 rokov stane mainstreamom.*“

Na základe aktuálnych poznatkov prognóza vývoja spoločensky zodpovedného podnikania na Slovensku na 5 rokov napriek (či práve kvôli) dopadov hospodárskej krízy je nasledovný (Nadácia Pontis 2009):

- kľúčové obdobie pre začiatok mainstreamingu CSR,
- iniciatívu v oblasti CSR prevezmú firmy, aj keď aj mimovládne a neziskové organizácie zostanú výrazné,
- CSR sa začne uplatňovať v nových sektoroch,
- objavia sa etickí zákazníci,
- tlak na kvalitu CSR – systémový a strategický prístup,
- nové CSR riešenia a produkty,
- téme CSR sa začne deklaratívne venovať vláda,
- rast záujmu o zapájanie zamestnancov do dobrovoľníctva,
- inovatívne modely firemnej filantropie.

Univerzity svojimi aktivitami v oblasti výskumu, vzdelávania, ale i implementáciou CSR, môžu značne prispieť k naplneniu hore uvedených prognóz. Výskumy potvrdzujú, že podniky potrebujú novú hodnotovú orientáciu k spoločnosti a k prírode, pričom tento moderný koncept z dlhodobého hľadiska môže byť prínosom pre akékoľvek podnikanie, ktoré je založené na zodpovednom prístupe k výsledkom a dôsledkom podnikateľskej činnosti. Treba však zdôrazniť, že koncept CSR je prínosom, ale výsledok je vždy závislý od konkrétnych ľudí, v tomto prípade teda aj od vysokoškolských pedagógov a aj ostatných zamestnancov univerzít.

## Záver

V ekonomicky náročných dobách koncept CSR dokáže vyvolať prirodzený očistný proces. Stále platí, že „ekonomický zisk je základným motívom každého podnikania, kritériom rozhodovania a môže byť základom hmotnej zainteresovanosti zamestnancov.“ (Ďurišová, Jacková 2007). Motiváciou pritom nemusia byť len financie, ale je tu priestor pre nový pohľad, ktorý, hovorí o tom, že okrem ekonomického zisku je potrebné dosiahnuť aj tzv. „spoločenský zisk“, z ktorého môže profitovať celá spoločnosť. Univerzity ako najvyššie vzdelávacie inštitúcie tak upriamujú pozornosť na koncept spoločensky zodpovedného podnikania a vytvárajú priestor pre výskum a vzdelávanie v tejto oblasti. Spôsob výučby konceptu CSR univerzity na Slovensku zatiaľ riešia prevažne prostredníctvom projektovej výučby a prípadových štúdií, menej však (niekde vôbec) prostredníctvom akreditovaného voliteľného či povinne voliteľného predmetu. Mnoho kritikov tohto stavu však zdieľa názor, že CSR by malo byť integrované do povinných študijných programov, pretože študent si musí byť vedomý sociálnej

a etickej dimenzie svojej budúcej podnikateľskej, resp. manažérskej činnosti. Okrem toho, zodpovedné podnikanie a správanie sa v spoločnosti by nemalo byť doménou len podnikateľského prostredia, ale univerzita, ako organizácia, by mala sama uplatňovať princípy CSR a byť nielen učiteľom, ale i hlavným lídrom a príkladom v tomto smere. I keď veľa univerzít sa správa v intenzitách konceptu CSR, konkrétne sformulovaný a implementovaný postup by priniesol vyšší prínos tak pre externé, ako aj interné prostredie univerzity. Uvedený článok ponúka pohľad na koncept spoločensky zodpovedného podnikania a jeho možné uplatnenie v rámci univerzity. Vzhľadom na to, že literatúra na túto tému je na Slovensku málo dostupná a ani v masmédiách nie je táto téma frekventovaná, príspevok chcel upriamiť pozornosť na prínosy šírenia a implementácie tohto konceptu tak pre podniky, ako aj pre samotné univerzity.

## PodĎakovanie

Príspevok bol vypracovaný v rámci riešenia grantového projektu VEGA1/0457/112.

## Reference

- BOWEN, H. J., 1953. *Social Responsibilities of the Businessman*. New York: Harper Row, Bradshaw, Thornton.
- COWTON, C. J. a J. Cummins, 2003. Teaching Business Ethics in UK Higher Education: Progress and Prospects'. *Teaching Business Ethics*. 7(1), 37–54. ISSN 1382-6891.
- CUMMINS, J., 1999. *The Teaching of Business Ethics at Undergraduate, Postgraduate and Professional Levels in the UK*. London: Institute of Business Ethics. ISBN 978-0952402077.
- ĎURIŠOVÁ, M., 2003. Fixné náklady – konkurenčná výhoda podniku. In: *Ekonomika a manažment podnikov*. Zvolen: TU Zvolen. Str. 17. ISBN 80-969031-9-5.
- ĎURIŠOVÁ, M. a A. JACKOVÁ, 2007. *Podnikové financie*. Žilina: EDIS – Vydavateľstvo ŽU. ISBN 978-80-8070-661-6.
- GALLOVÁ KRIGLEROVÁ, E. a kol., 2007. *Východisková správa o uplatňovaní spoločensky zodpovedného podnikania na Slovensku* [online]. Bratislava: Regionálne centrum Rozvojovej pomoci OSN pre Európu a Spoločenstvo nezávislých štátov [cit 2011-03-15]. Dostupné z: <http://europeandcis.undp.org/home/cst/show/A0B81B9B-F203-1EE9-B187C65CFD51AA2F>
- HOSMER, L. T., 1999. Somebody Out There Doesn't Like us: A Study of the Position and Respect of Business Ethics at Schools of Business Administration. *Journal of Business Ethics*. 22(2), 91–106. ISSN 0167-4544.

- KUCHARČÍKOVÁ, A., 2005. Zvyšovanie výkonnosti v podniku. In: *Manažment ľudského potenciálu v podniku*. Žilina: Žilinská univerzita. Str. 122. ISBN 80-8070-360-4.
- MAHONEY, J., 1990. *Teaching Business Ethics in the UK, Europe, and the USA : A Comparative Study*. 2nd ed. London: Athlone Press. ISBN 978-0485113990.
- MOON, J. a D. MATTEN, 2004. Corporate Social Responsibility Education – How and why Europe is different. *Journal of Business Ethics*.**54**(4), 323–337. ISSN 0167-4544
- NADÁCIA PONTIS, 2009. *Zodpovednepodnikanie.sk* [online]. Nadácia Pontis, c2009–2011 [cit. 2011-03-16]. Dostupné z: <http://www.nadaciapontis.sk>
- Principles for Responsible Investment* [online]. UN Environment Programme Finance Initiative, UN Global Compact [cit. 2011-03-16]. Dostupné z: <http://www.unpri.org>
- TREND, [b. r.]. *CSR.ETREND.sk* [online]. TREND Holding [cit. 2011-03-15]. Dostupné z <http://csr.etrend.sk/>
- TRNKOVÁ, J., 2004. Společenská odpovědnost firem (Corporate Social Responsibility): Kompletní průvodce tématem & závěry průzkumu v ČR [online]. Praha: Business Leaders Forum [cit. 2011-03-15]. Dostupné z: <http://www.blf.cz/csr/cz/vyzkum.pdf>
- TULEJOVÁ, L., 2009. Motivačné aspekty flexibilných modelov organizácie pracovného času. In: *2. sympóziu Manažment '09*. Žilina: EDIS – Vydavateľstvo ŽU. Str. 262–268. ISBN 978-80-554-0063-1.
- United Nations Global Compact* [online]. UN Global Compact Office [cit. 2011-03-16]. Dostupné z <http://www.unglobalcompact.org>
- VODÁK, J., 2004. Marketingový prieskum ako východisko starostlivosti o zákazníka. In: *Spolupráce firem a vysokých škol v oblasti marketingu*. Liberec: TU v Liberci. Str. 126–130. ISBN 80-7083-822-1.
- VODÁK, J. a A. KUCHARČÍKOVÁ, 2011. *Efektivní vzdělávání zaměstnanců*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3651-8
- WBCSD, 2010. *Wbcsd.cz* [online]. World Business Council for Sustainable Development [cit. 2011-03-16]. Dostupné z: <http://www.wbcsd.org>
- ZSOLNAI, L. (ed.), 1998. *The European difference. Business Ethics in the Community of European Business Schools*. Norwell (MA): Kluwer Academic Publishers. ISBN 0-7923-8262-5.

## Universities and the concept of corporate social responsibility

Scientific development – theory and practice – in the field of corporate social responsibility (CSR) is in its early stage both in international context as in condition of Slovakia or the Czech Republic. In doing so, these three letters urgently develop and shape our future, where the responsible behaviour of economic actors should be the norm. University environment and its influence are decisive for this period of integration of CSR among to the other academic disciplines. Universities located and educated current and future actors and creators of economic life. This article aims to describe the main features of CSR with a link to the role of universities and their research and education process. The key to CSR is located in thinking, attitudes and conducts of all economic actors who can be appropriately affected by universities.

**Keywords:** universities, corporate social responsibility, research and education, implementation of CSR

### **Kontaktní adresa:**

Ing. Tokarčíková Emese, PhD., Katedra makro a mikroekonomiky, Fakulta riadenia a informatiky, Žilinská univerzita v Žiline, Univerzitná 8215/1, 010 26 Žilina, Slovenská republika, e-mail: *Emese.Tokarcikova@fri.uniza.sk*

---

TOKARČÍKOVÁ, E. Univerzity a koncept spoločensky zodpovedného podnikania. *Littera Scripta*. 2011, 4(2), 153–166. ISSN 1802-503X.

---