

# ASPEKTY KONCEPTU SPOLOČENSKY ZODPOVEDNÉHO PODNIKANIA NA UNIVERZITÁCH

Emese Tokarčíková<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Žilinská univerzita v Žiline, Fakulta Riadenia a Informatiky, Univerzitná 1, 010 26 Žilina, SR  
Email: Emese.Tokarcikova@fri.uniza.sk

**Abstract:** Universities, as the centres of knowledge play an important role to be a leader of corporate social responsibility. They're no longer just institutions of higher education and research, which grants academic degrees, but rather they are turning into institutions which train responsible humans, create cutting-edge knowledge to solve the issues and problems at a global scale and share the knowledge so that it can benefit the community. This article wanted to pay attention to aspects of corporate social activities which could be implemented on universities themselves. Universities then can own experiences utilize for creating good practice and also increase a level of education in this field. It is also important to debate how can universities help to raise awareness and commitment in our society to develop a sustainable socio-economic model for the future.

**Keywords:** aspects and activities, corporate social responsibility, universities.

**JEL classification:** M14, M30

Doručeno redakcii: 7.4.2011; Recenzováno: 21.1.2013; 21.1.2013; Schváleno k publikovaniu: 13.3.2013

## Úvod

Tradičnou úlohou univerzít po celom svete je poskytovanie vysokoškolského vzdelávania a základného výskumu. Kým prostredníctvom vzdelávacieho procesu uskutočňujú odbornú prípravu vysokokvalifikovaných zamestnancov a prispievajú k rozvoju ich osobnosti, tak v rámci výskumno-vedeckých aktivít zvyšujú nielen úroveň teoretických znalostí a poznania sveta ale aj ich efektívny prenos na okolie a praktické použitie v živote. Je to dôležité poslanie, nakoľko vedomosti absolventov a ich „znalosti, vedomosti či poznatky musia zasahovať do rôznych oblastí podnikového pôsobenia, ako sú produkty, trh a zákazníci“. (Poniščiaková, 2012). Rozvoj dlhodobějších vzťahov univerzity s podnikovým prostredím v rámci aplikovaného výskumu umožňuje vývoj nových inovácií, metód, prístupov a technologických riešení ktoré prispievajú k zvyšovaniu blahobytu a kvality života ľudí. Cieľom univerzít má však byť aj upriamenie pozornosti spoločnosti na staro-nové sociálne – ekonomické a ekologické problémy sveta, ktoré vznikli a v súčasnosti stále vznikajú ako negatívne externality globalizácie. Otázky ohľadom zabezpečenia ochrany životného prostredia, podpory budúcich generácií či nastolenia trvalo udržateľného rozvoja nemôžu ostať súčasťou len akademických debát, ale musia figurovať medzi záujmami podnikov a štátu. Trvalo udržateľný rast a rozvoj „nie je nulový ekonomický rast, ale taký, ktorý uspokojí potreby súčasnej generácie s ohľadom na generácie budúce“. (Kucharčíková, 2009). Medzi nové koncepty, ktoré sa zaoberajú tým ako dobre podnikáť, aby z výsledkov mala prospech nielen samotná firma ale aj jej široké okolie (resp. celá spoločnosť) patrí koncept CSR (Corporate Social Responsibility), teda spoločensky zodpovedné podnikanie (SZP).

## 1 Cesta k spoločenskej zodpovednosti

*„CSR je robenie správnych vecí aj vtedy, keď to nikto nevyžaduje.“*

*(neznámy autor)*

Spoločenská zodpovednosť ako také je relatívne nový pojem, o ktorý sa univerzity a následne i firmy a štát začali intenzívnejšie zaujímať až v druhej polovici 20-tého storočia. Nejde však

o technický vynález ani o závažnú manažérsku novinku posledných rokov, pretože napríklad už Henry Ford, Henri Fayol či Tomáš Baťa sa aktívne venovali otázkam, ako zlepšiť pracovné prostredie, sociálne podmienky robotníkov, prístup k prírode a pod. Cieľavedomým začlenením spoločenských aktivít do fungovania firmy dosiahli obrovský podnikateľský úspech, výraznú expanziu regiónu v ktorom firma etablovala a zvýšenie kvality života nielen vlastných zamestnancov ale i celej spoločnosti. Uvedomovali si, že podnikanie len pre samotný zisk nemôže byť dlhodobým cieľom a intuitívne dodržiavali a uplatňovali zásady, ktoré sú teraz svetovo objavované v rámci konceptu CSR. Howard R. Bowen, ktorý sa vo všeobecnosti považuje za prvého teoretika CSR, v knihe *Social Responsibilities of the Businessman* 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*“. (Bowen, 1953). Ďalšími často používanými definíciami sú napríklad „*CSR je integrácia praktík a hodnôt v organizácii takým spôsobom, že sú do nich zahrnuté záujmy všetkých zainteresovaných subjektov vrátane spotrebiteľov, zamestnancov, investorov a životného prostredia*“ (Bussard et al., 2005) alebo definícia A.B. Carrola z roku 1979: „*Spoločensky zodpovedné správanie zahŕňa ekonomické, právne, etické a iné ľubovoľné očakávania, ktoré má v danom čase spoločnosť na organizáciu*.“ (Carrol, 1979).

Základnými princípmi CSR podľa normy ISO 26000 sú:

- zodpovednosť,
- transparentnosť,
- etické správanie,
- rešpektovanie záujmov zainteresovaných subjektov,
- rešpektovanie právneho štátu,
- rešpektovanie medzinárodných noriem správania,
- rešpektovanie ľudských práv.

Terminologická nejednotnosť tak v anglosaskej ako i v slovenskej odbornej literatúre súvisí práve so značnou obtiažnosťou čo najjednoduchšie vysvetliť ekonomický, sociálny a environmentálny aspekt CSR aktivít s dôrazom na etické princípy ako napr. transparentnosť, angažovanosť či nestrannosť. Pritom pre podnik „je dôležité správne pochopenie a uchopenie CSR. Potom totiž prinesie výhody nielen pre okolie podniku, ale stane sa investíciou, ktorá sa podniku vráti“ (Petříková, R. a kol. 2008).

## 2 Oblasti spoločenskej zodpovednosti

Kľúčom k pochopeniu konceptu CSR je cieľ činnosti firmy. Ciele spoločensky zodpovednej firme sa od krátkodobých posúvajú skôr k dlhodobým, ktoré prispievajú okrem schopnosti dlhodobo vytvárať zisk aj k zabezpečeniu trvalo udržateľného rozvoju celej spoločnosti. Fungovanie firmy je v takomto prípade založené na aplikovaní konceptu „triple-bottom-line“, kedy dochádza k posunu a zameraniu sa firemných aktivít smerom k tzv. trom „P“:

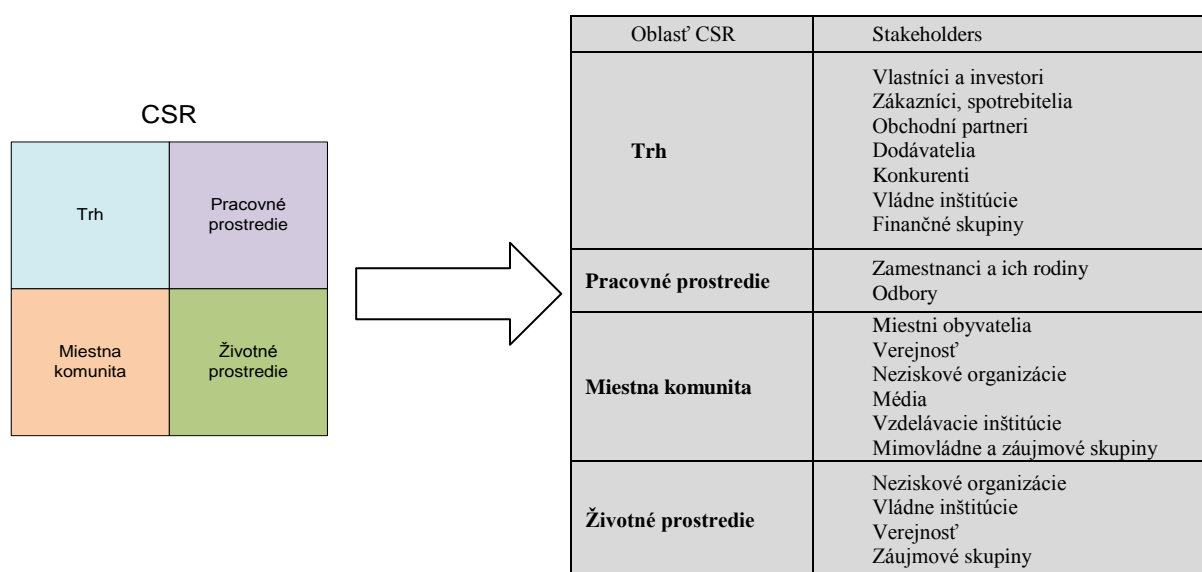
- People – sociálne aktivity,
- Planet – environmentálne aktivity,
- Profit – ekonomické aktivity.

Koncept CSR pomocou triple-bottom-line poukazuje na to, že ekonomické záujmy nemusia byť v protiklade so sociálnymi a environmentálnymi záujmami, ale môžu tvoriť synergický efekt. 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, spotrebitelia, dodávatelia a obchodní partneri, konkurencia.

Kým STN ISO 26 000 definuje až 7 kľúčových oblastí CSR aktivít (správa a riadenie organizácie, ľudské práva, personálne manažérstvo, životné prostredie, korektné správanie organizácie, spotrebiteľské záležitosti, angažovanosť v komunite a rozvoj komunity) Steinerová CSR aktivity a stakeholderov rozdeľuje do štyroch oblastí vid'. obr. 1 (Steinerová, 2008):

**Obrázok 1:** Oblasti a stakholderi konceptu spoločensky zodpovedného podnikania

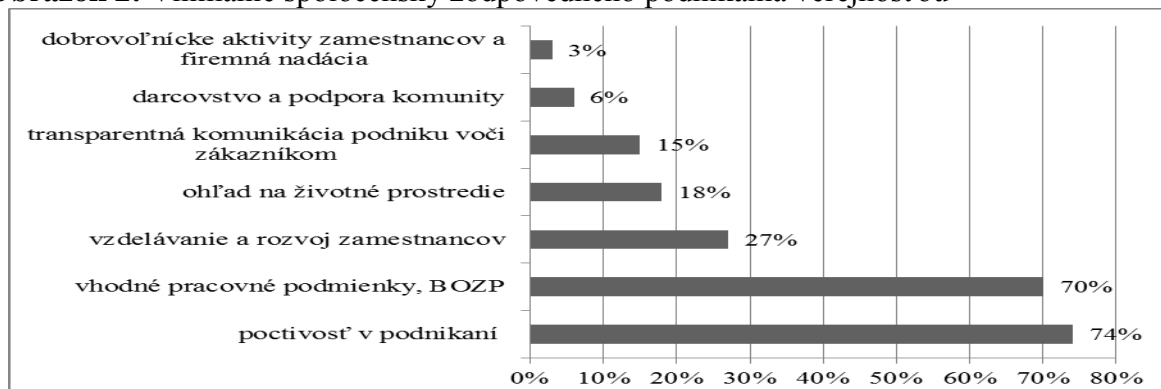


*Zdroj: [upravené podľa Steinerová, 2008]*

Pojem spoločensky zodpovedné podnikanie sa často nesprávne 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 integrálnou súčasťou konceptu zodpovedného podnikania. Rovnako pojem CSR 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.

V rámci prieskumu vnímania spoločensky zodpovedného podnikania verejnosťou, uskutočnenom Agentúrou Focus, v spolupráci s Nadáciou Pontis a Business Leaders Forum vyplýva, že laická verejnosť vníma spoločensky zodpovedné podnikanie predovšetkým ako etiku a poctivosť podnikania a následne pracovné podmienky a bezpečnosť pri práci. (vid'. graf.1) Prieskum je uvedený pre doplnenie popísaného konceptu CSR z odbornej literatúry a porovnanie jeho vnímania medzi laickou verejnosťou.

**Obrázok 2:** Vnímanie spoločensky zodpovedného podnikania verejnosťou



Zdroj: Trvalo udržateľný rozvoj, č.1, november 2011 [www.nadaciapontis.sk](http://www.nadaciapontis.sk)

Rovnako projekt Európskej komisie Rhetoric and Realities: Analysing CSR in Europe (RARE), uskutočnený v rokoch 2004-2007 odhalil, že podniky vnímajú CSR väčšinou len ako snahu dodržať legislatívu a vyhovieť požiadavkám zákonov. (Barth, R.; Wolff, F. 2009). Výskum ukázal tiež, že podniky v strednej Európe a v ďalších rozvíjajúcich sa krajinách napriek nižšiemu povedomiu konceptu CSR, sa správajú v určitých konkrétnych oblastiach CSR (aj keď nevedia, že ide o CSR aktivitu resp. naopak sú presvedčení, že napr. ochranou životného prostredia dokonale obsiahli celkový koncept CSR) oveľa zodpovednejšie a dôslednejšie, ako západoeurópske podniky.

V procese ako zmeniť tento pohľad spotrebiteľov ako i podnikov a upozorniť na výhody a i nevýhody konceptu CSR by mohli univerzity zohrať kľúčovú úlohu.

### 3 Diskusia - zodpovedná univerzita

Koncept spoločensky zodpovedného podnikania je na Slovensku relatívne nový. Kľúčovú úlohu pri jeho propagácii a výučbe by preto mali zohrať práve akademické inštitúcie ktoré vychovávajú a vzdelávajú budúcich vysokokvalifikovaných pracovníkov. Poslanie a finančné možnosti univerzít síce zďaleka neumožňujú správať sa obdobne ako firmy, o to viac by však mali hľadať rôzne možnosti filantropických, sociálnych a environmentálnych aktivít nefinančného charakteru.

Výročné správy univerzít patriacich medzi svetovú elitu (napr. Harvard, Stanford, Oxford, Princeton, Cambridge, Yale) už v súčasnosti deklarujú a vyhodnocujú svoje interné CSR aktivity a stávajú sa inšpiráciou aj pre slovenské univerzity. Tie, obdobne ako slovenské firmy, síce niektoré aktivity už dnes intuitívne a prirodzene vykonávajú, nepostupujú však v tomto smere efektívne a koncepčne a hlavne v niektorých oblastiach by mohli vykonávať viac celospoločensky prospešných aktivít. Vlastná, osobná skúsenosť slovenských univerzít s implementáciou konceptu CSR pre akademickú obec by umožnila lepšiu identifikáciu pozitív a negatív CSR v slovenských podmienkach ako i prezentáciu príkladu dobrej praxe a následných odporúčaní pre podnikateľskú sféru. Dodržaním usmernení medzinárodnej normy ISO 26 000 preto univerzity by sa mali zamerať hlavne na nasledujúce aktivity resp. aspekty CSR:

#### 1. *SPRÁVA A RIADENIE ORGANIZÁCIE*

- ✓ Zodpovedný prístup pri všetkých ekonomických a spoločenských aktivitách vykonávaných univerzitou prispeje nielen k zvyšovaniu povedomia o spoločensky zodpovednom podnikaní ale deleguje univerzity do pozície priekopníkov a iniciátorov v oblasti eticky a sociálne citiacej organizácie podporujúcej trvalo udržateľný rozvoj,

- ✓ Dôveryhodnosť a transparentnosť v očiach akademickej obce, širokej verejnosti a študentov poskytovaním všetkých relevantných faktov a informácií,
- ✓ Aktívna spolupráca s podnikovou sférou a verejnou správou a tak zlepšenie postavenia univerzity v lokalite pôsobenia ale aj zefektívnenie interakcie medzi týmito subjektmi na regionálnej a národnej úrovni,
- ✓ Manažment rizika podnikania nakoľko “priebeh a budúce výsledky veľkej časti procesov prebiehajúcich v jednotlivých ekonomických jednotkách alebo systémoch sa nedajú spoľahlivo určiť v predstihu“, (Bartošová&Chodasová, 2012)
- ✓ Podpora konkurencieschopnosti a zvyšovanie kvality výstupov, ktoré sú predmetom akreditačného hodnotenia univerzity (výskum, vzdelávanie),
- ✓ Dodržanie postupov účtovania a rámcovej účtovnej osnovy pre rozpočtové organizácie, príspevkové organizácie, štátne fondy, obce a vyššie územné celky. V súvislosti s tým Ďurišová uvádza, že je dôležité správne „premietnutie časovej hodnoty peňazí pre verejne vysoké školy, na ktoré sa vzťahuje len na účtovanie finančného prenájmu a to v rovnakej právnej dikcii ako je tomu v zákone o účtovníctve. Uplatňuje sa teda efektívna úroková miera“. (Ďurišová, 2010)

## 2. *ĽUDSKÉ PRÁVA*

- ✓ Rozmanitosť ľudí a ich aktivít na univerzite vyžaduje podporu, rešpektovanie a ochranu základných ľudských práv a zabezpečenie, aby nijako neboli porušované,
- ✓ Potreba klásť pri ďalšom vývoji pracovného práva dôraz na zachovávanie ľudskej dôstojnosti pri výkone závislej práce a tlak na dodržanie etických princípov.

## 3. *PERSONÁLNE MANAŽÉRSTVO*

- ✓ Tvorba a udržiavanie motivačného prostredia, 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 hľadaní nových smeroch podnikania “ (Vodák - Kucharčíková, 2011). V prípade kvalitnej vysokokvalifikovanej pracovnej sily, je to práve výsledok kvalitného školského systému v danej krajine, ktorý by mal ísť ruka v ruke s vysokou úrovňou vedy a výskumu. Vrátiť teda univerzitám univerzitného ducha slobody, vzájomnej inšpirácie, tolerance a vedeckej reflexie.
- ✓ Vytváranie podmienok 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,
- ✓ Flexibilné modely organizácie pracovného času a teleworking. Napriek tomu, že univerzity to podnikom odporúčajú, sami zavádzajú dochádzkové systémy s pevným pracovným časom,
- ✓ Posilnenie lojality a využívanie schopností zamestnancov v prospech univerzity,
- ✓ Zavedenie prorodinne orientovanej zamestnaneckej politiky, napríklad zriadením univerzitnej škôlky za zvýhodnených podmienok pre deti zamestnancov,
- ✓ Podpora zdravia a prevencie zamestnancov,
- ✓ Podpora športu a športových aktivít zamestnancov.

## 4. *ŽIVOTNÉ PROSTREDIE*

- ✓ 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,
- ✓ Zabezpečenie výskumu spôsobom, ktorý minimalizuje negatívne externality na životné prostredie, využívanie výmenu poznatkov prostredníctvom telekonferencií alebo video konferencií,
- ✓ 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, tlačenú 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.

#### 5. *KOREKTNÉ SPRÁVANIE ORGANIZÁCIE*

- ✓ Univerzita by mala dodržiavať férové postupy a etické správanie vo vzťahu k iným organizáciám (vláda, štátna samospráva, firmy, partneri, konkurenti, spoločnosť) dodržaním vlastníckych práv a príspevím aktivitami k boji proti korupcií,
- ✓ Propagácia spoločensky zodpovedného podnikania a vytváranie primeraného tlaku na firmy a spoločnosť, aby zásady tohto konceptu dodržiavali, organizovali a zapájali sa do aktivít CSR presadzovaním dobrej praxe,
- ✓ Podpora lokálnych výrobcov tým, že určité produkty bude univerzita pre svoje potreby zabezpečovať od nich pod podmienkou šírenie a propagácie podobných princípov aké už poznáme pri zn. „*FAIR TRADE*“, teda podpore najchudobnejších producentov sveta.

#### 6. *SPOTREBITEĽSKÉ ZÁLEŽITOSTI*

- ✓ Poskytovanie dostatočných a relevantných informácií pre súčasných a budúcich študentov a eliminácia chaosu pri tejto aktivite, nakoľko „chaos je prejavom straty stability systému vzhľadom na počiatočné podmienky, čo znamená, že akákoľvek malá zmena počiatočnej hodnoty spôsobí, že napokon môže dôjsť k „motýliemu efektu““. (Kozubíková& Kozubík 2010),
- ✓ Zvyšovanie bezbariérového prístupu v priestoroch univerzity a podpora vzdelávania zdravotne postihnutých študentov,
- ✓ Zlepšenie dopravnej dostupnosti univerzity a propagácia mestskej hromadnej dopravy, pre zamestnancov, študentov a iných návštevníkov univerzity,
- ✓ Podpora nových podnikateľských projektov a vznik podnikateľských inkubátorov.

#### 7. *ANGAŽOVANOSŤ V KOMUNITE A ROZVOJ KOMUNITY*

- ✓ Organizácia darcovstva krvi priamo v univerzitných priestoroch.
- ✓ Vytvorenie tímu dobrovoľníkov, ktorí by samostatne zorganizovali vzdelávacie aktivity napr. pre pracovníkov neziskových organizácií, prípadne by organizovali populárno-náučne prednášky, resp. exkurzie pre deti materských a základných škôl.

- ✓ Podpora vzťahov univerzity so študentskou komunitou, pri ktorom univerzita spoznáva problémy tejto komunity a pomáha im pri ich riešení.

Zavedenie a aplikácia konceptu CSR na univerzite vyžaduje posilnenie multilaterálnych vzťahov všetkých zainteresovaných subjektov. Využitie informačno-komunikačných systémov v tomto smere zjednoduší zobrazenie týchto vzťahov, umožní tvorbu databáz CSR projektov, zjednoduší vytváranie CSR reportov a zabezpečí efektívnu kontrolu a spätnú väzbu. Medzi základné možnosti pri vytváraní CSR reportov patria G3 - je reportovací rámec nezávislej medzinárodnej organizácie Global Reporting Initiative (GRI), medzinárodná normy ISO 26000, SA 8000 a AA 1000 Account Ability, norma ktorá sa možno najkomplexnejšie venuje problematike CSR, zatiaľ však nezískala medzinárodné postavenie.

#### 4 Kritici konceptu CSR

Žiaden koncept nemá len svojich priaznivcov ale i kritikov. Medzi významných kritikov CSR patril M. Friedman, ktorý vo svojich esejach zdôrazňuje, že „*jedinou zodpovednou úlohou biznisu je maximalizovať zisk a nie venovať sa komunitným aktivitám*“. (Bussard et al., 2012) Friedman organizáciám prisudzoval jedinu úlohu a to „*využívať zdroje a zapájať sa do činností vytvorených za účelom dosahovania zisku, do tej miery kým dodržiavajú pravidlá hry, inými slovami povedané, zapájať sa do otvorenej a voľnej súťaže bez klamaní a podvodu*“. (Friedman, 1970) Friedmanova argumentácia vychádza z presvedčenia, že spoločenskú zodpovednosť môžu mať len jednotlivci a nie celé organizácie, keďže vedenie organizácie má zodpovednosť hlavne voči jej majiteľom. Aj v súčasnosti sa často diskutuje o tom, že CSR sa stane obeť marketingu a bude slúžiť výhradne na účely "public relations", že mnohé spoločnosti chcú byť vnímané ako lídri v ekológii a sociálnej zodpovednosti, ale v skutočnosti sú ich praktiky neetické a v rozpore s CSR a ďalším argumentom je i to, že CSR sa stane nástrojom postupného regulovania trhu na nezdravú úroveň. Medzi kritikov, ktorí na tieto ale aj iné hrozby upozorňujú patrí aj N. Klein: „*veľké korporácie kladú veľkú váhu na reputáciu a dôveryhodnosť značky. Keďže tieto korporácie boli často spájané s vykorisťovaním, environmentálnymi katastrofami a podporovaním globálnej nerovnosti, prevzali tieto organizácie slovník svojich kritikov, ku ktorým sa pridali v používaní slov ako ľudské práva a udržateľný rozvoj*“. (Klein, 2000) Argumentmi upozorňuje hlavne na hrozbu, že prijímanie štandardov CSR presadených mimovládnyimi organizáciami môže viesť k legitimizácii korporácií a upevňovaniu ich mocenského postavenia, a to len za vykonanie minimálnych reforiem. Kritici aj obhajcovia CSR vo svojich úvahách ale zhodujú v tom, že podnikanie by malo byť založené na etických princípoch (profit with principles). Friedman vo svojich prácach tvrdí, že firmy by mali akceptovať nie len zákonom stanovené podmienky, ale aj ostatné normy a očakávania spoločností, v ktorých pôsobia.

Rôzne záujmové skupiny na druhej strane očakávajú, že „podnikanie by sa mal zakladať na nových spoločenských normách zahrnutých v ideách spoločenskej zodpovednosti a tým prinášať úspech sebe, spoločnosti a životnému prostrediu“. (Zadek, 2001) Otázkou teda ostáva, či rozmach CSR skutočne prispieva ku globálnym cieľom ako je boj s chudobou, ochrana ľudských práv, alebo zmiernenie klimatických zmien. V prípade, že nie, je nutné hľadať úplne iné riešenia.

#### Záver

Úsilie univerzít v rámci spoločensky zodpovedného podnikania, by mali odrážať ich záväzok správať sa šetrne k životnému prostrediu a sociálne zodpovedným spôsobom. Vyžaduje to snahu sledovať ich hospodárske, environmentálne a sociálne ciele ako jeden, posúdenie účinku jednotlivých aktivít na miestnu komunitu a ďalšie zlepšovanie CSR výkonnosti vo

všetkých oblastiach univerzity. Univerzita ako organizácia by mala sama uplatňovať princípy CSR a byť nielen učiteľom, ale i hlavným lídrom a príkladom v tomto smere. Uvedený článok ponúka práve pohľad na koncept spoločensky zodpovedného podnikania a jeho možné aspekty a činnosti, ktoré by mohli uplatniť samotné univerzity. Tvorbou dobrej praxe konceptu CSR by univerzity teda nadobudli cenné skúsenosti, ktoré by neskôr mohli pretaviť nielen do vzdelávacieho procesu v danej oblasti ale aj na cibrenie vlastného spoločensky zodpovedného prístupu.

### PodĎakovanie

Príspevok bol vypracovaný v rámci riešenia grantového projektu VEGA 1/0526/13 "Modelovanie multilaterálnych vzťahov ekonomických subjektov a zvyšovanie kvality ich rozhodovacích procesov s podporou IKT"

### Literatúra

- [1] PONIŠČIAKOVÁ, O., 2012. *Education and management* In: American international journal of contemporary research. - ISSN 2162-139X. - Vol. 2, No. 8 (August 2012), s. 223-228.
- [2] KUCHARČÍKOVÁ, A., 2009. *Makroekonómia* - 1. vyd. - Žilina : Žilinská univerzita, 2009. - 236 s., AH 15,73, VH 16,26 : obr., tab. - ISBN 978-80-8070-978-5
- [3] BOWEN, H. J., 1953. *Social Responsibilities of the Businessman*. New York: Harper Row, Bradshaw, Thornton
- [4] BUSSARD, A., E. MARČEK, M. MARKUŠ, M. BUNČÁK a P. MAZURKIEWICZ, 2005 *Spoločensky zodpovedné podnikanie; Prehľad základných princípov a príkladov*. Bratislava: Nadácia Integra. 112s. [online], dostupné na: [http://www.panet.sk/download/text\\_zodpovedne\\_podnikanie.pdf](http://www.panet.sk/download/text_zodpovedne_podnikanie.pdf) [28.02.2013]
- [5] CARROLL, A. B., 1979. *A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance*. Academy of Management Review: 1979. In: Carrol A.B.: *A Guide to Corporate Social Responsibility (CSR)* 147 s.
- [6] STN ISO 26 000; *Usmernenie k spoločenskej zodpovednosti*. Bratislava: Slovenský ústav technickej normalizácie, 2011. 120s. č. publ. 113375
- [7] PETŘÍKOVÁ, R., 2008. *Společenská odpovědnost organizací*. 1. Ostrava : DTO CZ, 2008. 184 s. ISBN 978-800-2020-998
- [8] STEINEROVÁ, M. a D. MAKOVSKI, 2008. *Koncept CSR v praxi; průvodce zodpovědným podnikáním*. ASPRA a.s. 2008. 32 s.
- [9] BARTH, R. a F. WOLFF, 2009. *Corporate Social Responsibility in Europe : Rhetoric and Realities*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited, 2009. 376 s. ISBN 9781847207647
- [10] BARTOŠOVÁ, V. a Z. CHODASOVÁ, 2012. *Manažment rizika podnikania v čase finančnej krízy v podnikoch na Slovensku* In: MANEKO- Manažment a Ekonomika podniku, 01/2012 ročník IV STU Bratislava ISSN 1337-9488 s.3-15
- [11] ĎURIŠOVÁ, M., 2010. Time value of money in finance accounting of entrepreneur subjects versus universities In: "*Vysoká škola jako facilitátor rozvoje společnosti a regionu*" : VI. mezinárodní konference 2010 : sborník : 22. ledna 2010, Hodonín, Česká republika. - Kunovice: Evropský polytechnický institut, 2010. - ISBN 978-80-7314-202-5. - S. 25-28.



- [12] VODÁK, J., a A. KUCHARČÍKOVÁ, 2011. *Efektivní vzdělávání zaměstnanců* - 2. aktualiz. a rozš. vyd. - Praha : Grada, 2011. - 237 s., [15 AH] (Management). - ISBN 978-80-247-3651-8
- [13] KOZUBÍKOVÁ, Z. a A. KOZUBÍK, 2010. *Je chaos vo výuke škodlivý?* In: "Vysoká škola jako facilitátor rozvoje společnosti a regionu" : VI. mezinárodní konference 2010 : sborník : 22. ledna 2010, Hodonín, Česká republika. - Kunovice: Evropský polytechnický institut, 2010. - ISBN 978-80-7314-202-5. - S. 263-268.
- [14] FRIEDMAN, M. 1970. *The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits*. In: The New York Times Magazine. 13. september 1970. [cit. 28.3.2013]. Dostupné na: <http://www.colorado.edu/studentgroups/libertarians/issues/friedman-soc-resp-business.html>
- [15] KLEIN, N. 2000. *No Logo: Taking Aim at the Brand Bullies*. Canada, 2000, In: BATEMAN, T.: Zamyslenie sa nad Spoločenskou zodpovednosťou podnikov. [cit. 28.2.2013]. Dostupné na: [http://www.partnerstva.sk/buxus/docs/INTEGRA\\_Zamyslenie\\_nad\\_SZP.pdf](http://www.partnerstva.sk/buxus/docs/INTEGRA_Zamyslenie_nad_SZP.pdf)
- [16] ZADEK, S. 2001. *The Civil Corporation: The New Economy of Corporate Citizenship*. London: Eathscan, 2001. 257s. ISBN: 1-85383-997-3