

## **13. PODNIKANIE MALÝCH A STREDNÝCH PODNIKOV**

### **13.1 Význam malého a stredného podnikania**

V podmienkach trhovej ekonomiky predstavuje podnikanie celé spektrum foriem, ktorými výrobcovia uspokojujú potreby spotrebiteľov prostredníctvom trhového mechanizmu, spôsob, akým prebieha rast ekonomiky a zmeny jej odvetvovej štruktúry, akým sa neustále obnovuje a narušuje rovnováha na dynamicky sa meniacich trhoch. Podnikateľskú činnosť nie je možné abstrahovať od jej organizačných foriem – podnikov, ktoré sa menili v priebehu histórie. Dynamickosť podnikania sa prejavuje vo vzniku nových podnikov, v ich raste od mikropodnikov k malým a stredným s ďalej až k veľkým podnikom, ako aj v rôznych formách procesu zániku všetkých kategórií týchto podnikov.

Podniky podľa ich veľkosti vymedzuje klasifikácia zavedená v EÚ od 1. januára 2005 (tab. 6) na základe troch ekonomických kritérií:

- počet zamestnancov podniku,
- ročný obrat podniku (suma jeho ročných tržieb),
- výška ročnej bilancie podniku (výška jeho aktív alebo pasív uvedená v súvahe podniku).

**Tabuľka 6 Klasifikácia podnikov v EÚ**

Kritériá podniku	Mikropodnik	Malý podnik	Stredný podnik	Veľký podnik
Počet zamestnancov	1 – 9	10 – 49	50 -249	nad 250
Ročný obrat (mil. €)	do 2	3 – 10	11- 50	nad 50
Ročná bilancia (mil. €)	do 2	3 – 10	11 - 43	nad 43

Prínos tejto klasifikácie podnikov spočíva v tom, že poskytla hlavne mikropodnikom a malým podnikom väčšie možnosti získať granty zo štátnych a štrukturálnych fondov na podporu malého a stredného podnikania alebo bankové

úvery na tento účel. Vývoj cien vyvolal potrebu výrazne zvýšiť hraničné hodnoty pre finančne ukazovatele, čo umožnilo značnému počtu podnikov zachovať si postavenie malých a stredných podnikov (MSP) a oprávnenosť na podporné opatrenia.

V súvislosti s plánom Digitálna agenda pre Európu na roky 2010 -2015, Akčným plánom pre podnikanie 2020 a programom Startup Europe , ale aj s iniciatívami na podporu začínajúcich podnikateľov v IKT a na internete na Slovensku asi od roku 2011 sa začal v podnikaní udomáčňovať pojem „startup“. Vo svojom pôvodnom zmysle to bol anglický termín pre začínajúceho podnikateľa, často iba s podnikateľským nápadom ešte pred založením spoločnosti. V ostatných rokoch začal startup označovať inovatívnu, často technologicky orientovanú spoločnosť s vysokým rastovým potenciálom v zárodočnej fáze svojho vývojového cyklu. Má tieto znaky:

- začína realizovať podnikateľský nápad, zabezpečovať financovanie a rozbiehať operácie a predaj;
- hľadá svoj model podnikania, ktorý by mal byť škálovateľný a geograficky zameraný na široký okruh zákazníkov (nie lokálny);
- ak spoločnosť začne pravidelne dosahovať zisk alebo nastane exitová udalosť: uvedenie na burzu, akvizícia alebo fúzia - startupová fáza vývoja spoločnosti sa skončila.

Medzi hlavné prínosy startupov patria: vytváranie nových pracovných miest, zväčša s vysokou pridanou hodnotou, rýchly rast, ktorý sa odráža v ich tržbách, a tým aj v daňových príjmoch štátneho rozpočtu, nadpriemerný rast príjmov spoločníkov a zamestnancov, ktorý tiež znamená rast daňových príjmov štátneho rozpočtu. Optimálny rozvoj startupov predpokladá vybudovanie priažnivého podnikateľského prostredia pre ne označovaného ako startupový ekosystém.

**Údaje z tabuľky 7 vypovedajú o ekonomickej dôležitosti podnikania malých a stredných podnikov:**

- svojím počtom dominujú v ekonomike EÚ-28, a to najmä mikropodniky (viac ako 92%),
- zabezpečujú prevažný podiel zamestnanosti (takmer 67%),
- zabezpečujú viac ako 58% tvorby pridanej hodnoty v EÚ,
- hrajú tiež významnú úlohu v procese realizácie inovácií na trhu.

**Tabuľka 7 Podniky v EÚ podľa veľkosti, počtu podnikov, zamestnanosti a podielu na pridanej hodnote (2013)**

	Mikropodniky	Malé podniky	Stredné podniky	Malé a stredné podniky	Veľké podniky	Spolu
<b>Počet</b>	19 969 338	1 378 374	223 648	<b>21 571 360</b>	43 517	<b>21 614 908</b>
<b>%</b>	92,4%	6,4%	1,0%	<b>99,8%</b>	0,2%	<b>100%</b>
<b>Zamestnanosť</b>	38 629 012	27 353 660	22 860 792	<b>88 843 464</b>	44 053 576	<b>132 897 040</b>
<b>%</b>	29,1% %	20,6%	17,2%	<b>66,9%</b>	17,2%	<b>100%</b>
<b>Pridaná hodnota v cene výrobných faktorov (mil. €)</b>	1 362 336	1 147 885	1 156 558	<b>3 666 779</b>	2 643 795	<b>6 310 557</b>
<b>%</b>	21,6%	18,2%	18,3%	<b>58,1%</b>	41,9%	<b>100%</b>

*Zdroje: Eurostat, National Statistical Offices and DIW Econ*

V nefinančnom podnikaní v EÚ-28 šesť najväčších členských štátov EÚ (Francúzsko, Nemecko, Taliansko, Poľsko, Španielsko a Veľká Británia):

- má takmer 66% všetkých MSP,
- 78% všetkých MSP podniká v piatich hlavných sektورoch ekonomiky: výroba, stavebnictvo, profesionálne, vedecké a technické služby, ubytovanie a stravovanie, veľkoobchod, maloobchod a opravy motorových vozidiel a motocyklov,
- tieto MSP vytvárajú 74% celkovej pridanej hodnoty, pričom 5 vyššie uvedených sektorov produkuje 71% pridanej hodnoty; v Taliansku, ČR, SR, Poľsku, Slovinsku a Rumunsku hrajú MSP v týchto sektورoch ešte významnejšiu úlohu,
- tieto MSP zabezpečujú 69% celkovej zamestnanosti.

Dominantným sektorm pôsobenia MSP vo všetkých štátach EÚ-28 je veľkoobchod a maloobchod. Podiel mikropodnikov v celkovom počte MSP variuje od 82% v Nemecku po 96% v Českej republike, Grécku a Slovensku. Štruktúra podnikateľského sektora v SR sa dnes už výrazne neodlišuje od jeho štruktúry v starších členských krajinách EÚ napriek tomu, že sektor malého a stredného podnikania sa začal vytvárať v SR len od r. 1990. V podmienkach SR

je malé a stredné podnikanie nezastupiteľné vo vytváraní pracovných miest a v regionálnom rozvoji (tab.8).

**Tabuľka 8 Podniky nefinančného sektora v SR podľa veľkosti a počtu podnikov, zamestnanosti a podielu na pridanej hodnote (2012)**

	Mikropodnik	Malý podnik	Stredný podnik	Malé a stredné podniky	Veľký podnik	Spolu
Počet	150 433	11 151	2 573	<b>164 157</b>	614	<b>164 771</b>
%	91,3%	6,8%	1,6%	<b>99,7%</b>	0,3%	<b>100%</b>
Zamestnanosť	825 825	215 985	259 545	<b>1 303 170</b>	511 830	<b>1 815 000</b>
%	45,5%	11,9%	14,3%	<b>71,8%</b>	28,2%	<b>100%</b>
Pridaná hodnota (mil. €)	3 664	2 563	3 718	<b>9 945</b>	8 104	<b>18 049</b>
%	20,3%	14,2%	20,6%	<b>55,1%</b>	44,9%	<b>100%</b>

*Zdroj: vlastné spracovanie podľa (NARMSP, 2014)*

Najviac malých a stredných podnikov (právnických osôb) pôsobilo ich v r. 2012 v Bratislavskom kraji - 35,5%, potom v Nitrianskom kraji- 10,3%, v Košickom kraji - 10,2%, v Žilinskom kraji - 9,2%, v Prešovskom a v Trnavskom kraji - 9,1% a najmenej v Banskobystrickom kraji - 8,6% a v Trenčianskom kraji - 7,9%.

V rovnakom období sa odlišne vyvíjal počet podnikateľov- živnostníkov. Každoročne rástol od roku 2003 (274 630) a do roku 2008 sa zvýšil o 43%. Vtedy kulminoval (392 841) a odvtedy sa každoročne znižuje na 359 374 živnostníkov v r. 2012 (-8,5%). Výrazný medziročný nárast nových s.r.o. (+10%) v r. 2012 bol tiež preventívou reakciou živnostníkov na zmeny, ktoré im od januára 2013 zvýšili odvody, obmedzili paušálne výdavky a zvýšili dane z príjmu.

Dlhodobou slabinou slovenských MSP v porovnaní s veľkými podnikmi je ich podiel na vývoze. Mikropodniky sa v roku 2012 podieľali na celkovom vývoze podielom 12,5 % (7 200,0 mil. €), malé podniky dosiahli podiel 6,1 %, (3 508,9 mil. €) a stredné podniky 11,8 %, (6 777,3 mil. €). Nadálej dominovali vo vývoze veľké podniky, ktorých podiel tvoril 69,6 % z celkového vývozu (40 071,3 mil. €). Takže celkový podiel MSP v SR na vývoze dosiahol 30,4% , čo je

podstatne pod priemerom EÚ. V porovnaní s rokom 2011 sa zvýšil iba vývoz mikropodnikov o 22,9 %. V teritoriálnej štruktúre vývozu MSP bol rozhodujúci vývoz do krajín EÚ (91,7 % , t.j. 16 036,4 mil. €), pričom prevažoval vývoz do nových členských krajín EÚ – 52,4 %. Do starých členských krajín (EÚ – 15) tvoril 39,3 %. Slovenské MSP majú nižšiu konkurenčnú schopnosť kvôli dlhodobo prevažujúcej nízkej a stredne nízkej technologickej náročnosti výroby (82% - 83% týchto podnikov). Lepšia situácia je u MSP zameraných na služby, kde podiel MSP s poznatkovo nenáročnými službami klesol z 67,2 % v roku 2009 na 64,6 % v roku 2012.

Malé podniky sú zdrojom inovácií v ekonomike, lebo:

- značný počet vynálezov je od nezávislých zlepšovateľov alebo z malých podnikov,
- je v nich menej organizačných obmedzení a väčší priestor pre individuálnu iniciatívu,
- inovácia je podmienkou prežitia na trhu,
- manažéri malých technologických podnikov sú viac zainteresovaní na realizácii inovácie ako vo veľkých podnikoch,
- pre veľké podniky **nie je vždy inovácia ekonomicky výhodná** (kvôli kanibalizácii vlastných výrobkov, ktoré sa ešte dobre predávajú),
- vedeko-výskumní pracovníci vo veľkých podnikoch sú viac špecializovaní, v malých – viac univerzálni.

Výhody MSP:

- pružná reakcia na zmenu požiadaviek a podmienok,
- väčšie inovačné schopnosti,
- úzke kontakty so zákazníkmi,
- vytváranie nových pracovných miest,
- špecializácia,
- lepšie prispôsobenie sa podmienkam regiónu, kde majú komparatívne výhody:
  - lacná kvalifikovaná pracovná sila,
  - lacnejšie výrobné priestory, pozemky, znalosť infraštruktúry,
- bezprostredné, neformálne vzájomné kontakty zamestnancov, zamestnancov a manažmentu,

- prehľadná organizačná štruktúra,
- priame riadenie a kontrola, centralizácia riadiacich funkcií.

Nevýhody MSP:

- obmedzené finančné zdroje (nedostatok vlastného kapitálu na investovanie, horšia dostupnosť cudzích zdrojov), a tým obmedzenie pre ďalší rozvoj,
- nedostatok znalostí a skúseností (know-how) o riadení podniku,
- nedostatok informácií o trhu (nedostatky v marketingu, stratégii) a obmedzené zdroje na výskum a reklamu,
- vysoké náklady na diferenciáciu produkcie, nižšia produktivita práce,
- ťažkosti so získavaním množstvových nákupných zliav u dodávateľov surovín, materiálov a polotovarov,
- vylúčenie z podnikania, ktoré si vyžaduje vysoké investície,
- často vysoká intenzita práce vlastníka.

Tieto nevýhody a výzvy prekonávajú MSP najmä formami obojstranne výhodnej spolupráce, kde ide o **vytváranie spojenectiev (aliancií) a sietí**, ktoré umožňujú prekonávať vyššie uvedené nevýhody, tým že umožňujú:

- prístup k novým technológiám a ich spoločné využívanie,
- lepšie zhodnocovanie podnikových zdrojov,
- otváranie nových trhov,
- prístup k novým znalostiam,
- riešenie problémov s pomocou partnerov,
- tvorbu nových inovatívnych produktov,
- lepšie poskytovanie produktov a služieb zákazníkom,
- spoločná ochrana pred niektorými praktikami konkurencie veľkých hráčov na trhu a vyšší spoločensko-politickej vplyv.

## 13.2 Podnikateľské prostredie a bariéry podnikania

**Podnikateľské prostredie** je súhrn relevantných makroekonomických, politických, legislatívnych, regulačných, administratívnych, infraštrukturálnych a finančných podmienok ovplyvňujúcich podnikateľskú činnosť. Sú to:

- makroekonomický rámec podnikania (makroekonomické ukazovatele výkonnosti a stability ekonomiky, postavenie súkromného sektora v ekonomike a jeho finančná výkonnosť),
- politická stabilita štátu (vnútorná, vonkajšia),
- legislatívny a regulačný rámec podnikania (ochrana súkromného vlastníctva, verejné obstarávanie, stavebné konanie a kataster, legislatívne dopady na podnikateľskú sféru, súdna vymáhatelnosť práva, výkonnosť súdnictva, eurofondy),
- administratívne zaťaženie podnikania (prekážky vstupu do podnikania, neodôvodnené administratívne bariéry, opatrenia na znižovanie administratívneho zaťaženia),
- finančné zaťaženie podnikania (dane, odvody, poplatky a i.),
- zásahy do slobody podnikania (regulácia cien, uzatváranie pracovno-právnych vzťahov, technické požiadavky na kvalitu výrobkov a pracovného prostredia, ochrana spotrebiteľa, ochrana životného prostredia, ochrana hospodárskej súťaže, zahranično-obchodná výmena),
- infraštruktúra pre podnikanie (pracovné sily, finančný systém, školstvo, veda a výskum, telekomunikácie, pošta, informačné technológie, pôda, energie, dopravné služby).

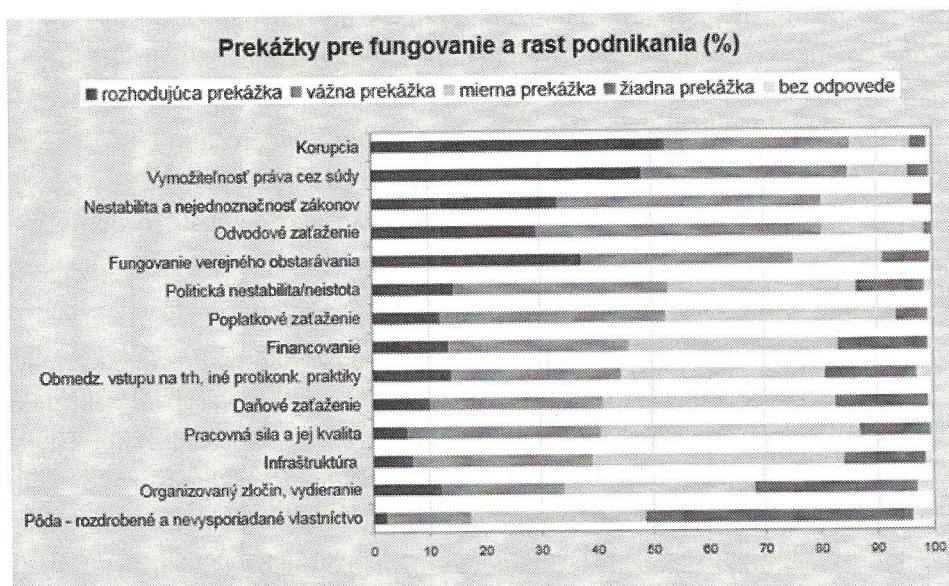
V roku 2010 vykonal tím pod vedením TREND Analyses prieskumu názorov podnikateľov v rámci *Správy o stave podnikateľského prostredia v SR v r. 2010* pre Podnikateľskú alianciu Slovenska. Nadviazal na *Audit bariér rozvoja podnikania* realizovaný Republikovou úniou zamestnávateľov v r. 2006. Jeho závery potvrdili, že **štyri najširšie pocitované problémy sú rovnaké ako v roku 2006:**

- zlá vymožiteľnosť práva,
- nestabilita a nejednoznačnosť zákonov,
- vysoké odvodové zaťaženie,
- korupcia.

Podstatný rozdiel je v tom, že problém korupcie poskočil zo štvrtnej na prvú priečku a zároveň vážnosť problémov v ostatných troch zmienených oblastiach stúpla (obr.11). Avšak miera korupcie a jej negatívneho vplyvu na podnikanie v súčasnosti prerástla všetky ostatné problémy podnikateľov. Ako rozhodujúci

problém ju označilo až 52 % respondentov (v roku 2006 necelá štvrtina). Za rozhodujúcu alebo vážnu prekážku pre fungovanie svojho podnikania korupciu označilo až vyše 85% podnikateľov a manažérov, ktorí sa do prieskumu zapojili. Takmer rovnako zle respondenti ohodnotili stav vymožiteľnosti práva.

Na tretej a štvrtnej priečke figurovali nestabilita a nejednoznačnosť zákonov a odvodové zaťaženie. Pre troch z desiatich podnikateľov sú rozhodujúcou a pre ďalších piatich vážnou prekážkou v ich podnikaní. Medzi najväčšie problémy z pohľadu majiteľov a top manažérov firiem patrí aj fungovanie verejného obstarávania. Za rozhodujúcu alebo vážnu prekážku považujú súčasnú prax v tejto oblasti tri štvrtiny respondentov.



Obr. 11 Prekážky fungovania a rastu podnikania (v %)

Zdroj: PAS (2010, s. 3)

Spomedzi viac ako dvesto majiteľov a manažérov firiem, ktoré sa v máji 2010 zúčastnili na prieskume až tri štvrtiny odpovedali, že verejné inštitúcie ovplyvňujú férivost' súťaže v ich odvetví cez verejné zákazky. Práve získanie zákazky od štátnej inštitúcie alebo podniku je podľa podnikateľov oblasťou, kde sú nútení vôbec najčastejšie poskytovať neoficiálne platby, príp. iné výhody. Vo verejnom obstarávaní sa v pomerne veľkej mieri používa rokovacie konanie bez

zverejnenia ako neverejná forma obstarávania. Tieto skutočnosti potvrdzuje aj hodnotenie SR v správe Svetového ekonomickeho fóra o globálnej konkurencieschopnosti v období 2013 - 2014, kde respondenti zo SR uviedli ako najproblematickejšie faktory podnikania (hodnotenie viac ako 5 % respondentov): 1) neefektívnu vládnú byrokraciu, 2) korupciu, 3) reštriktívnu reguláciu pracovných vzťahov, 4) nestabilitu politík, 5) daňové sadzby , 6) neadekvátnu infraštruktúru, 7) daňovú reguláciu.

### **13.3 Etika podnikania**

**Etiku podnikania** je možné vymedziť ako odbor etiky, ktorý skúma etické pravidlá a princípy v kontexte s podnikaním ; rôzne morálne a etické problémy, ktoré môžu pri podnikaní vzniknúť a všetky povinnosti a záväzky, ktoré sa týkajú ľudí zapojených v podnikaní. Vzťahuje sa na všetky aspekty podnikateľskej činnosti, od stratégie podnikania a spôsobu akým sa podniky správajú k svojim dodávateľom, až po spôsoby predaja a účtovné praktiky. **Etické správanie sa si vyžaduje viac ako iba dodržiavať zákon, a preto nie je vynútiteľné.** Podnikateľská etika sa týka ako činnosti jednotlivcov, tak aj organizácie ako celku. Skúma ako organizácia vlastne funguje a ako sa skutočne správa.

Výsledkom aplikácie podnikateľskej etiky do života podnikateľských subjektov sú **firemné kódexy**. Vyjadrujú politiku firmy, jej vzťah k zákazníkom, ku konkurencii a vzťahy medzi zamestnávateľom a zamestnancami. Zaoberajú sa tiež bezpečnosťou na pracovisku a ďalšími otázkami. Tieto kódexy sú zverejňované a majú prispieť k informovanosti širokej a tiež odbornej verejnosti. Sú známe etické kódexy veľkých zahraničných spoločností, napr. IBM Corp., Coca Cola, Microsoft Corp. a ďalších. Z veľkých slovenských firiem publikovali svoje etické kódexy, napr.: Slovnaft, a.s., Orange Slovensko, a.s., Slovenské elektrárne, a.s. alebo T-Mobile Slovensko, a.s.

Ako príklad formulácie zásad etiky podnikania uvádzame hodnoty, ktorých dodržiavanie vyžaduje od svojich členov Podnikateľská aliancia Slovenska (PAS). Vznikla v r. 2001 ako profesijná asociácia združujúca podnikateľov a zamestnávateľov založená na princípoch etickosti, otvorenosti, principiálnosti, solidárnosti a zákonnosti. **Hlavným cieľom PAS je skvalitňovanie formálnych a neformálnych pravidiel podnikateľského prostredia v Slovenskej**

**republike** v kontexte celospoločenského rozvoja. Jej členovia PAS sa zaviazali dodržiavať nasledujúci súbor hodnôt PAS:

**1 Etickosť** v podnikaní znamená, že podnik sa usiluje pôsobiť v spoločnosti ako seriózny hráč. Ak so svojim partnerom uzavrie dohodu, dodrží ju. Ak sa mu nuka možnosť podviesť partnera, nezneužije ju, hoci by jeho konanie nevyšlo najavo. Partnera nepodvedie, lebo by to v prvom rade prekážalo jemu samému. Poctivý prístup a korektnosť sú mu vlastné. Manažéri riadia podnik tak, aby slúžil investorom, zákazníkom, verejnosti a napokon aj celému vonkajšiemu prostrediu, v ktorom pôsobí.

**2 Otvorenosť** je prejavom faktu, že podnik nemá pred verejnosťou čo skrývať. Samozrejme, že žiadny podnik neprezrádza svoju obchodnú politiku či podrobňu strategickú víziu, lebo na nich je v konkurenčnom prostredí postavená jeho budúca prosperita. Neváha však pravidelne zverejňovať hospodárske výsledky, vydávať výročné správy, odpovedať na otázky novinárov. Tajomstvom nie sú jeho akcionári, majetkové podiely v iných spoločnostiach. Podobnú otvorenosť očakáva aj od svojich partnerov a chce byť podrobne informovaný zo strany štátu.

**3 Principiálnosť** svedčí o tom, že podnik uznáva svoje vnútorné hodnoty. Riadi sa podľa vlastných princípov, nemieni od nich ustúpiť, aj keď sa okolie správa ináč. Hoci pôsobí v prostredí, kde dominuje korupcia, ani za cenu finančnej straty nepodľahne vonkajšiemu tlaku. Od svojich pracovníkov vyžaduje, aby uznávali vnútropodnikové hodnoty. Tieto princípy sa snaží šíriť medzi svojimi obchodnými partnermi i štátnymi inštitúciami. Od politikov očakáva, aby svoje principiálne sľuby menili na principiálnu skutočnosť.

**4 Solidárnosť** káže podniku pomáhať tým, ktorí si nedokážu pomôcť sami. Časť zo zarobených peňazí venuje podnik na dobročinné ciele. Prístup k slabším nevyplýva z jeho marketingovej politiky, ale z úprimnej snahy pomôcť.

**5 Zákonnosť** je potrebná pre podniky i pre štát. Podniky musia poznať jednoznačné pravidlá garantované štátom. Ak ich nedodržiavajú, škodia celej spoločnosti. Za svoje priestupky musia niest' zodpovednosť. Úlohou štátu je vytvárať jednoznačné predpisy a prostredníctvom špecializovaných inštitúcií vynucovať ich plnenie. Ak chce štát od podnikov, aby rešpektovali princíp zákonnosti, musí ho uznávať sám. Nevyhnutnosťou sú kvalitné a stabilné zákony, o ktoré sa dá spoľahlivo a operatívne oprieť v prípadných súdnych sporoch.

Okruh otázok podnikateľskej etiky sa stále rozširuje. Súvisí to najmä s dôsledkami globalizácie a s ďou súvisiaceho rozvoja medzinárodných firiem. Tieto pôsobia v mnohých krajinách s rôzny stupňom ekonomickej vyspelosti, s rozličnou kultúrou a rozličným vnímaním etických hodnôt.

### **13.4 Spoločenská zodpovednosť podnikov**

Spoločensky zodpovedné podnikanie (SZP) je slovenský ekvivalent anglického termínu Corporate Social Responsibility (CSR). Myšlienka spoločensky zodpovedného podnikania vznikla v päťdesiatych rokoch 20. storočia ako odpoveď na požiadavku, aby z výsledkov podnikania mal prospech čo najširší okruh ľudí. Od osemdesiatych rokov sa záujem preniesol z teoretickej úrovne na praktickú. Dôležitosť sa kládla na empirický výskum spoločensky zodpovedného podnikania. Pôvodné definície sa začali štiepiť a začali vznikať rôzne alternatívne koncepty, ako sú napríklad spoločenská výkonnosť podnikania, etika podnikania, verejná politika, teória zainteresovaných osôb.

Podľa Nadácie Integra je **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. Podľa Zelenej knihy vydanej Európskou komisiou v r. 2001, je SZP „dobrovoľné integrovanie sociálnych a ekonomických záujmov do každodenných finančných záležitostí a interakcií s zainteresovanými skupinami (stakeholdermi) podniku.“

Spoločenská zodpovednosť podnikov označuje dobrovoľné úsilie firiem, ktoré presahuje bežný rámec dodržiavania právnych predpisov. Ide o čoraz intenzívnejšie zapájanie všetkých kľúčových partnerov do každodenných aktivít firiem a inštitúcií. Týka sa viacerých oblastí:

- zodpovedné verejné obstarávanie,
- starostlivosti o zamestnancov,
- féravý prístup k zákazníkom,
- etické riadenie podniku,
- ochrana životného prostredia,
- spolupráce s miestnou komunitou.

Zodpovedné správanie sa podnikov je osobitne dôležité, ak **subjekty súkromného sektora poskytujú verejné služby**. Pomoc pri zmierňovaní sociálnych vplyvov súčasnej hospodárskej krízy vrátane straty pracovných miest je súčasťou spoločenskej zodpovednosti podnikov.

Spoločné charakteristiky všetkých týchto definícií SZP sú: univerzálnosť, dobrovoľnosť, zameranie na aktívnu spoluprácu so zainteresovanými subjektami, záväzok prispievať k rozvoju kvality života: Opierajú o tieto princípy: nestrannosť, angažovanosť, aktívna spolupráca so zainteresovanými subjektami a transparentnosť.

Organizácia pre medzinárodné štandardy (ISO) vydala v r. 2010 medzinárodnú normu *ISO 26000.2010 „Návod na spoločenskú zodpovednosť“*, ktorá má pomôcť organizáciám všetkých typov, bez ohľadu na ich veľkosť a lokalizáciu, porozumieť princípom spoločenskej zodpovednosti a jej uplatňovania, a tým prispieť k trvalo udržateľnému rozvoju a prosperite organizácií a spoločenského prostredia v ktorom pôsobia. Nie je určená na certifikáciu, ale je úzko previazaná s certifikačnou normou SA 8000 - celosvetovo uznávanou certifikačnou normou spoločenskej zodpovednosti organizácií.

Myšlienka spoločensky zodpovedného podnikania začala prenikať na Slovensko spolu s nadnárodnými spoločnosťami v deväťdesiatych rokoch 20. storočia. Väčšina z týchto spoločností považuje za významnú súčasť svojho podnikania filantropiu a charitu zameranú na potreby krajiny, regiónu, miestnej komunity, v ktorej pôsobia. Týka sa hlavne podpory školstva, zdravotníctva, kultúry, hendiķepovaných a sociálne marginalizovaných skupín obyvateľstva. Avšak si treba uvedomiť, že táto oblasť je súčasťou pre firmy najviditeľnejšia, ale zďaleka nie najhlavnnejšia.

Od polovice deväťdesiatych rokov minulého storočia sa SZP venovali viaceré mimovládne organizácie. Najdôležitejšími sú Centrum pre filantropiu, o.z. PANET, Nadácia Integra, Nadácia Pontis, Inštitút pre ekonomicke a sociálne reformy a Inštitút zamestnanosti. Každá z nich sa venuje len určitej téme, ktorá spadá pod široký pojem spoločensky zodpovedného podnikania. V r. 2004 iniciovala nadácia Pontis vznik neformálneho združenia Business Leaders Fórum, ktoré združuje firmy hlásiaci sa k princípom spoločensky zodpovedného podnikania.

#### Prínosy SZP pre spoločnosť:

- umožňuje riadiť riziká vzniku škôd, súdnych sporov a poškodenia mena

alebo značky spoločnosti, napr. zodpovedným riadením ľudských zdrojov, kontrolou kvality produktov alebo dodržiavaním environmentálnych štandardov

- pomáha zvyšovať zisky, lebo od zodpovedných spoločností spotrebiteľia radšej nakupujú,
- pomáha znižovať náklady tlakom na efektívne využívanie zdrojov,
- zvyšuje dlhodobý potenciál spoločnosti tým, že SZP podporuje ľažšie merateľné podmienky rastu, spoločnosti, ako sú: goodwill, motivácia zamestnancov pracovať v danej organizácii, priazeň miestnych obyvateľov a samosprávy),
- stimuluje inovatívne myšlenie a postupy riadenia v podniku,
- pomáha spoločnostiam udržať si legitimitu u zainteresovaných skupín tým, že spoločnosť vedie so všetkými otvorený dialóg, aby ich presvedčila o správnosti svojho konania,
- pomáha budovať reputáciu spoločnosti, dôveru voči nej a jej značkám,
- umožňuje kvalitnejší manažment ľudských zdrojov (prístup k odmeňovaniu, zosúladovanie pracovného a súkromného času zamestnancov, kariérny postup, tréningy a vzdelávanie zamestnancov, politika boja proti diskriminácií),
- zvyšuje príťažlivosť pre investorov, pretože investičné fondy uprednostňujú investičné príležitosti podľa finančných, ekonomických, sociálnych, environmentálnych a etických faktorov a dodržiavanie kritérií SZP pre nich znamenajú istotu udržateľnosti podnikania spoločnosti.