

Medzinárodná organizácia CSR Europe oslavovala v Bruseli minulý rok v marci desiate výročie svojho vzniku úspešným usporiadaním prvého európskeho Trhoviska nápadov spoločensky zodpovedných aktivít firiem. Vtedy nikto netušil, že o rok bude práve Slovensko jednou z prvých krajín, ktoré tento koncept realizujú. Už o niekoľko dní, 26. apríla, sa v Bratislave na medzinárodnej konferencii Spoločensky zodpovedné aktivity firiem v rámci poobedňajšieho programu budú môcť všetci účastníci oboznámiť s konkrétnymi realizovanými aktivitami v štyroch kategóriách. O pripravovanom podujatí píšeme viac v samostatnom príspevku. Opisy situácií pred prijatím riešenia, ako aj projekty, ktoré uviedli firmy v nominačných hárkoch, sú predpokladom, že podujatie bude hodnotnou výmenou skúseností.

Otvorený a konštruktívny dialóg je dôležitý pre úspech každej činnosti, na ktorej sa podieľa viac strán. Zaujímavým a potrebným partnerstvom spájajúcim výrobcov, obchodníkov a spotrebiteľov, ktorým záleží na zlepšení kvality života a na podpore udržateľného rozvoja, je fair trade. Nedávny európsky výskum ukázal, že spravodlivý obchod sa za posledných päť rokov výrazne rozšíril a predstavuje jeden z najrýchlejšie rastúcich trhov na svete. Produkty fair trade sa predávajú vo viac ako 55 000 supermarketoch v celej Európe. O histórii spravodlivého obchodu, o jeho základných princípoch a aktuálnom vývoji píšeme v téme čísla.

Popri pravidelných rubrikách nájdete v aprílovom vydaní newslettera články o marcovom seminári o firemnom dobrovoľníctve, o práve 6. ročníka ocenenia za filantropiu Via Bona Slovakia a o spôsoboch, ako podporiť hospicovú starostlivosť na Slovensku. Našou snahou je prinášať aktuálne a pestré informácie. Verím, že nájdete niečo, čo vás zaujme.

Ivan Ježík



Výmena skúseností
slovenské trhovisko nápadov na konferencii 26. apríla bude vychádzať z minuloročného bruselského modelu

Teória a prax

Do **diskusí** o spoločenskej zodpovednosti firiem sa vo svete a postupne aj na Slovensku zapája stále viac ľudí. Nehovoriť sa už ani tak o tom, či sa majú firmy správať spoločensky zodpovedne, ale skôr o tom, čo to presne znamená a ako túto ideu podporiť. Hovoriť sa, kvalifikovane i laicky, o interpretáciách pojmov, ako zodpovedné podnikanie, firemné občianstvo, udržateľný rozvoj. Nielen manažéri z firiem, ale aj rôzni konzultanti, akademici, zástupcovia verejnej správy a mimovládnych organizácií so zaujatím, niekedy až vášnivo, rozprávajú o tom, či je treba klásť dôraz na sprísňovanie legislatívy, alebo je lepšie motivovať a inšpirovať firmy zvyšovaním povedomia a poskytovaním potrebného know-how. Všetkým podporovateľom zodpovedného podnikania ide len o jedno, aby stále viac firiem videlo svoje podnikanie v širšom kontexte, **zodpovedne** zvažovalo jeho dosahy

na spoločnosť a životné prostredie a bralo do úvahy záujmy všetkých zainteresovaných subjektov vrátane spotrebiteľov, zamestnancov či investorov.

Začína sa zdôrazňovať, že aj médiá sú významnými subjektmi spoločenského diaľnia. Výrazne ovplyvňujú verejnú mienku, mali by sa sami správať spoločensky zodpovedne. Teória a diskusie môžu byť prospešné, ak pri nich zachováme zdravý úsudok, zmysel pre intuíciu a vzťah k realite. Ťažiskom by mala zostať **prax** - realizácia konkrétnych aktivít a opatrení, jasne definované, transparentné a dodržiavané pravidlá, vytváranie a implementácia uznávaných štandardov. V oblasti spoločenskej zodpovednosti platí známe tvrdenie, že len vyvážené a efektívne prepojenie teórie a praxe nás bude posúvať ďalej a postupne prinesie želané výsledky.

prípravu
a vydávanie
podporujú



Člen skupiny
e-on

Editor

Ivan Ježík
ivan@nadaciapontis.sk

Redakčná rada

Michal Bunčák
Vojtech Gossányi
Jana Ružická
Lenka Surotchak

Jazyková redakcia

Viera Bunčáková

Grafika, DTP a tlač

A21, s. r. o. design studio
Sinokvetná 21, 821 05 Bratislava

Vydáva

Nadácia Pontis
Grösslingová 59, 811 09 Bratislava
www.nadaciapontis.sk
pontis@nadaciapontis.sk



Business Leaders Forum je združením firiem, ktoré sa zaväzujú byť lídrami v presadzovaní princípov spoločensky zodpovedného podnikania na Slovensku.

Členovia



aktivity členov združenia

profesionáli konajú bezpečne

Košická železničná stanica, uponáhľaný začiatok dňa. Pred dverami do vlaku stojí starý pán a mladá dáma. Pán ju púšťa prvú do dverí:

„Nech sa páči, slečna...“

„Ó, kdeže, nech sa páči, prosím.“

„Nie, slečna, chod'te, no tak.“

„Ale no, nehádajme sa, prosím, pane, nastúpte si.“

„Che – che, ale no, to nejde. Dáma má prednosť.“

„Kdeže! Ja vám chcem preukázať úctu.“

To je začiatok príspevku Katky Džunkovej z Gymnázia na Šrobárovej ulici v Košiciach. Ona a tisícka ďalších študentov z košických stredných škôl sa začala aktívne zaoberať otázkou, ako sa ľudia správajú a aké má ich správanie dopad na bezpečnosť doma, na cestách, pri práci, v každodennom živote.

„No, ale už ma hneváte! Nastúpte si! Už aj!“

„Ako sa opovažujete na mňa zvyšovať hláás?!?! Vy starý chrapúň!“

„Ženská jedna nevychovaná! Človek vám

chce preukázať úctu a vy takto!“

„Pcha... Chrapúň akýsi... Ukážte, nestojte tu, nech si nastúpim.“

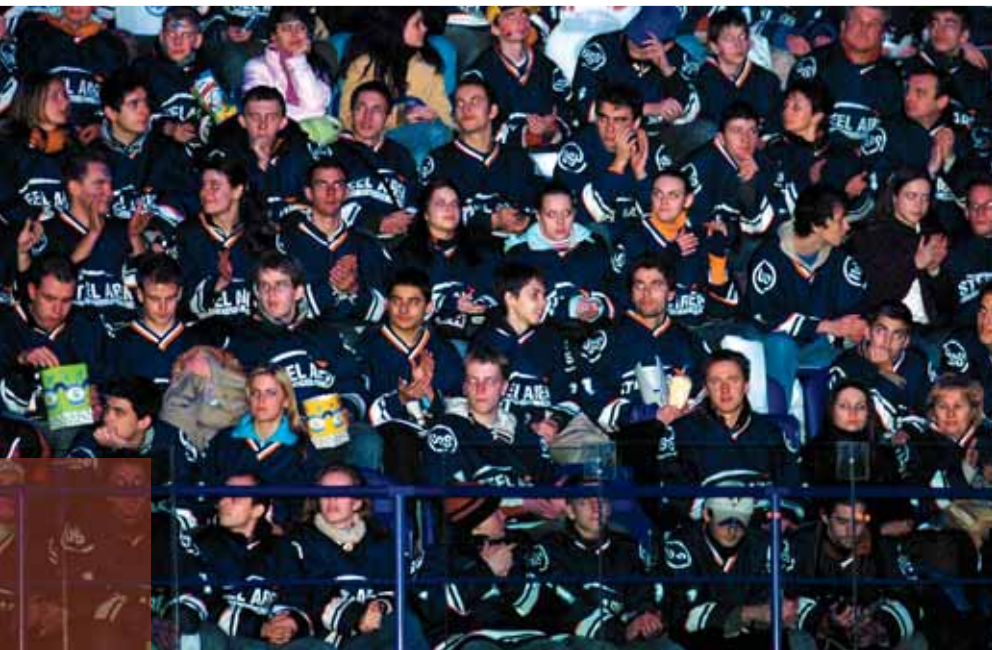
„Ani náhodou! Taká osoba nebude mať prednosť predo mnou, pred docentom!“

Pokračuje rozhovor v Katkinom príspevku.

A kým sa hádali, kto skôr nastúpi, vlak zdvihol svoje ťažké železné kolená, trochu zavrtel rušňom, vzdychol si a pomaly sa pobral preč. A tak si na zastávkach dodnes nadávajú stále nejakí ľudia, nejakí stále nevedia, koho skôr



Digitálne fotoaparáty, ochranné pomôcky pre rôzne športy a knihy získalo 24 študentov, ktorí poslali najlepšie práce.



Športovým a spoločenským vyvrcholením bola účasť na otvorení STEEL ARÉNY v Košiciach.

Počas príhovoru prezidenta United States Steel Corporation Johna Surmu študenti oblečení v dresoch s nápisom SAFETY 1, symbolizujúcich, že bezpečnosť je najvyššou prioritou, podporili jeho slová potleskom.

pustiť do dverí a ďalší sa pohybujú o to, kto zazrel na chodníku skôr desiatkorunáčku. A pritom keby uvideli v tom druhom človeka, rovnakého ako oni sami, hneď by bolo na svete menej nehôd, ktoré vznikli zo zatvrdnutosti ľudského srdca, ukončila Katka svoje úvahy.

Je veľmi dôležité byť zodpovedný k sebe i druhým. Treba myslieť a konať tak, aby sa nám nič nestalo a upozorniť kamarátov či známych, ak robia niečo nebezpečne. Každodenná pohoda, zdravie a šťastný návrat k rodine a blízkym sú



Vítazná fotografia
Petra Hajdučka

pre košíckých hutníkov najdôležitejšími hodnotami. Bezpečnosť je prvým zo šiestich princípov podnikania U. S. Steel Košice. Hovorí o tejto oblasti sa však spoločnosť rozhodla aj voči širokej verejnosti. Preto s projektom pod názvom Profesionáli konajú bezpečne po prvýkrát opustila brány spoločnosti a svoju pozornosť zamerala na mládež.

V septembri 2005 sa uskutočnilo prvé stretnutie so študentmi, na ktorom prezident U. S. Steel Košice David H. Lohr a ďalší predstavitelia manažmentu zdôrazňovali, že možno pracovať bez úrazu. Nevyhnutnou podmienkou je uvedomiť si, že zdravie a život sú nenahradiiteľné a pre ich udržanie je nevyhnutná osobná zodpovednosť každého jednotlivca. Na záver



Spoločná fotografia študentov Filmovej školy v Košiciach
na záver vernisáže výstavy najlepších prác študentov umeleckých škôl.

stretnutia vyhlásil prezident fotografickú súťaž, ktorá bola neskôr rozšírená o literárnu, kde mohli študenti zaslať fotografiu, článok, príbeh, či postreh, na tému bezpečnosť. Spolu sa do súťaže aktívne zapojilo takmer 600 študentov z 25 škôl. Poslali 331 fotografií, 339 textových príspevkov (medzi nimi aj Katkin) a 40 grafičiek a videí. Slávnostné vyhodnotenie sa uskutočnilo v decembri 2005 a tie najlepšie práce boli publikované v podnikových novinách Ocel' východu. Víťazom súťaže sa stal Peter Hajduček



Odmenení boli všetci, ktorí sa zapojili.

Každý študent dostal špeciálny hokejový dres, ktorý slúžil ako vstupenka na otvárací ceremoniál nového hokejového štadióna v Košiciach – STEEL ARÉNY.

z Gymnázia L. Novomeského v Košiciach a za svoju fotografiu získal hlavnú cenu – digitálnu zrkadlovku s dvoma objektívmi. Keďže sa do súťaže zapojili aj študenti z umeleckých škôl, ich príspevky sa hodnotili osobitne a najlepšie z nich boli vystavené v galérii spoločnosti.

Aby si študenti osvojili návyky profesionálov, celý projekt bol postavený na príklade športovcov - hokejistov, ktorí si uvedomujú riziká svojej činnosti a vedome sa chránia pred možným zranením ochrannými prostriedkami, dodržiavaním predpisov a mnohonásobným nácvikom činností v tréningoch.

Katarína Šulíková a Kamil Tischler

filantropické aktivity

firemné dobrovoľníctvo

Termínom firemné dobrovoľníctvo sa najčastejšie chápu všetky podnikateľské subjekty podporované komunitné iniciatívy plánované, organizované a realizované zamestnancami a manažermi firmy. Iniciatívy majú veľa podôb. Firma môže poskytnúť svojim zamestnancom na ich dobrovoľnú činnosť presne určený čas, napr. jeden deň v roku alebo jednu hodinu týždenne. Ďalšou zaujímavou alternatívou je zorganizovanie tímovej akcie, napr. spoločného víkendového stretnutia alebo verejnoprospešného dňa v mieste pôsobenia podnikateľského subjektu. Takéto projekty majú veľa prínosov pre komunitu, zamestnancov a firmu. Stratégie filantropie podnikateľských subjektov sa vo svete i na Slovensku stávajú postupne stále prepracovanejšími. Firemné dobrovoľníctvo patrí medzi najpopulárnejšie a dynamicky sa rozvíjajúce nefinančné formy filantropie. Úspešne ho zaviedli v Unilever, BT, Marks and Spencer, Vodafone, Accenture, Cisco Systems, Dell, IBM a mnohých ďalších spoločnostiach.

Motívy implementácie

Pre začlenenie firemného dobrovoľníctva do svojich programov sa rozhodujú firmy z viacerých dôvodov. Niektoré ho vnímajú ako integrálnu súčasť programu svojej spoločenskej zodpovednosti, iné skôr ako súčasť firemnej kultúry. Niektoré ho jednoducho považujú za správnu vec, iné sa ním skôr snažia plniť očakávania a záväzky voči svojim stakeholderom. V posledných rokoch sa stále viac firiem dostáva k firemnému dobrovoľníctvu uvedomením si skutočnosti, že popri prínosoch pre komunitu, je takýto program zaujímavý aj pre zamestnancov a firmu.

Prínosy programu

Nech sú motívy dobrovoľníckeho programu akékoľvek, určite je dôležitá stručná sumarizácia jeho prínosov z rôznych uhlov pohľadu. Venovaním svojho pracovného času a energie, či poskytnutím svojho talentu a zručností pomáha dobrovoľník komunite, aby bola zdravšou a stala sa kvalitatívne lepším miestom pre život. Šetria sa náklady, zvyšuje sa kapacita neziskového sektora, zvyšuje sa spoločenské povedomie o niektorých otázkach a obnovuje sa pocit občianskej zodpovednosti. Prínosy pre komunitu sú najdôležitejšie a mali by byť vždy zvažované na prvom mieste. Získava aj zamestnanec a firma. Zamestnanec nadobúda pocit uspokojenia a radosti z dobrého skutku, rásť môžu jeho profesionálne a líderské schopnosti. Učí sa o komunite, o jej problémoch, prehľbuje sa jeho spolupatričnosť. Pri dobrej organizácii získava veľmi veľa aj samotná firma. Výmenou úloh – manažér tlačí fúrik s materiálom a kolega z jeho tímu ho naviguje, kam má ísť – sa uvoľňuje atmosféra a búrajú sa umelé bariéry v internej komunikácii. Zlepšuje sa imidž firmy, vytvárajú sa nové vonkajšie vzťahy a spontánne reportáže v médiách môžu priniesť aj zvýšenie znalosti značky. Najvýznamnejší top manažéri svetových firiem najviac oceňujú skvalitňovanie tímovej práce, zvýšenie produktivity, motivovanosti a lojality zamestnancov.

Úspešná realizácia

Oblasť, v ktorých sa môžu firemní dobrovoľníci angažovať, je mnoho. Odpracovanie niekoľkých hodín môže vylepšiť stav detského ihriska, priestorov nemocnice či lesa, môže pomôcť chorým, starým, hendikepovaným či iným ľuďom zo znevýhodnených skupín. Poskytnutie odbornej pomoci môže pomôcť neziskovej organizácii vytvoriť webovú stránku, zalomiť propagačný leták, či naučiť sa zvládať nový softvér. Úspešná realizácia programu si ale vyžaduje také isté nasadenie a organizačný talent, ako každá iná korporátna aktivita. Úspechu dobrovoľníckeho programu prospeje presná identifikácia priorít a cieľov projektu, jeho trpezlivá a poctivá príprava, efektívna realizácia a systematické vyhodnotenie. Je vhodné prepojiť ho s víziou spoločnosti a jej firemnou kultúrou, integrovať ho so sociálnou politikou a podrobne prediskutovať s top manažmentom. V prípade, že je viacero možností, z ktorých si vyberáme, je správne nechať zamestnancom možnosť voľby. Nevyhnutné je tiež projekt interne komunikáčne podporiť – od fázy motivácie až po vyjadrenie uznania všetkým účastníkom.

Ivan Ježík



Firemné dobrovoľníctvo
okrem darovania peňazí pomáhali manažéri GE Money Bank z celej Európy v spolupráci s Národným dobrovoľníckym centrom Hestia upravovať Stanicu prírodovedcov Domu detí a mládeže v Prahe

výmena skúseností

Seminár

V stredu 15. marca zorganizovalo združenie Business Leaders Forum v spolupráci s Nadáciou Pontis a s podporou spoločnosti Slovak Telekom **seminár o firemnom dobrovoľníctve v praxi**. Program bol pripravený pre manažérov firiem, ktorí vidia v dobrovoľníckom programe šancu urobiť niečo pre komunitu a možnosť, ako obohatiť svoju stratégiu firemnej filantropie, i pre zástupcov mimovládneho sektora, ktorí majú skúsenosti s dobrovoľníctvom a chcú ho na Slovensku ďalej rozvíjať. Neformálne stretnutie zároveň nadviazalo na minuloročný workshop Davida Halleyho z britskej organizácie Business in the Community.



Dobrovoľníctvo v praxi

výmena skúseností a atmosféra na seminári bola priateľská

Úvodom do problematiky dobrovoľníctva bola prezentácia Petry Pazerini, programovej koordinátorky Nadácie Pontis, ktorá charakterizovala základné pojmy, uviedla niektoré formy dobrovoľníckych programov a naznačila možné prínosy pre komunitu, pre zamestnancov a pre firmu. Po krátkom filme z minuloročných dobrovoľníckych aktivít hosťiteľskej organizácie nasledovala panelová diskusia zástupcov firiem. Anna Hudáková a Táňa Maková zo Slovak Telekomu, Ján Orlovský zo Západoslovenskej energetiky a Braňo Makyta z Hewlett-Packard Slovakia v nej odpovedali na otázky o motívoch rozhodnutia organizovať dobrovoľnícke programy, o ich príprave, koordinácii a vyhodnocovaní. Najčastejšie spomínanými prínosmi boli obyčajná radosť a uspokojenie z vykonania dobrého skutku, či možnosť spoznať život a problémy, ktoré sú úplne iné ako naše vlastné, ale predsa v mnohom podobné. Keďže ich skúsenosti a spätná väzba od zúčastnených zamestnancov boli pozitívne, všetci sú rozhodnutí pokračovať v projektoch aj tento rok.

Po krátkej prestávke predstavili svoje neziskové organizácie Mariana Kováčová z Centra Slniečko, Dáša Kráčalová z Únie nevidiacich a slabozrakých Slovenska a Martin Macharik zo Slovenského skautingu. Prítomným porozprávali o svojich skúsenostiach s dobrovoľníckymi skupinami a predstavili námety na projekty, realizáciu ktorých by vedeli po dohode s partnerom spoločne zabezpečiť. Účastníci otvorene diskutovali o rôznych možnostiach – o načítavaní kníh pre deti so zrakovým postihnutím, o pomoci pri záchrane hradov alebo pri odstraňovaní následkov víchrice v Tatrách, o maliarskych prácach, úprave zariadenia, či trávení času s deťmi z centra.

Rozhodnutiu firmy o najvhodnejšom programe by mala predchádzať trpezlivá príprava a spoznanie potrieb cieľovej skupiny. Niekedy je vhodnejšie darovať čas, inokedy je zase potrebné ponúknuť zručnosti. Viacerí účastníci si vymenili kontakty a námety, porozprávali sa o svojich možnostiach a pred-

stavách a uvítali ponuku Nadácie Pontis, v prípade záujmu partnerov, prevziať pri príprave dobrovoľníckeho projektu na seba dôležitú úlohu sprostredkovateľa. Stretnutie bolo neformálnym prepojením ziskového a neziskového sektora a pomôže rozvoju firemného dobrovoľníctva na Slovensku.



Zamestnanci Slovak Telekomu

pomáhajú deťom z krízového centra Slniečko s výrobou mikulášskych a vianočných ozdôb (december 2005)

partner podujatia



spravodlivý obchod



Heslo Trade Not Aid alebo Obchod namiesto pomoci bolo v poslednom čase počuť častejšie ako inokedy. Stalo sa jedným zo sloganov roka 2005 - roka hlasných kampaní, ktoré upozorňovali na hlboké zaoštvávanie v napĺňaní miléniových rozvojových cieľov v boji proti globálnej chudobe. Nútili nás zamyslieť sa nad skutočne fungujúcimi riešeniami. Udica je lepšia pomoc ako darovaná ryba, to je známe už dávno. Ak naviac šikovnému rybárovi dáme príležitosť svoje ryby aj predať, a tak zarobiť, vyhliadky na zmenu k lepšiemu v celosvetovom meradle nemusia byť také ponuré. Fair trade je nádejná iniciatíva. Do obchodných vzťahov vnáša kvality, ktoré umožňujú spravodlivejšie rozdelenie zisku medzi všetky články dodávateľského reťazca. Spoločnosti, ktoré sa jej princípmi riadia a presadzujú ich v podnikateľskom prostredí, boli medzi prvými priekopníkmi tzv. sociálnej ekonomiky. Trvalo udržateľné znížovanie chudoby sa stalo prioritou ich obchodnej činnosti a ich ekonomické aj sociálne výsledky naznačujú životaschopnosť zvoleného prístupu. Rozhodne patria k tým, ktoré pojem spoločenskej zodpovednosti firiem naplňajú efektívnym obsahom.

Fair trade je partnerstvo medzi výrobcami, obchodníkmi a spotrebiteľmi, ktorých spája spoločné úsilie o zlepšenie kvality životov ľudí prostredníctvom lepšieho prístupu na trh a podpora trvalo udržateľného rozvoja. Fair trade sa usiluje o vytvorenie príležitostí pre ohrozené komunity a o zlepšenie ich životných a pracovných podmienok. Jeho poslaním je presadzovať sociálnu rovnosť, zodpovednosť voči životnému prostrediu a prispievať k zabezpečeniu materiálnej istoty prostredníctvom obchodných aktivít a zvyšovania povedomia o potrebe zmien niektorých pravidiel svetového obchodu.

Hlavné princípy spravodlivého obchodu

Vytváranie príležitostí pre ekonomicky znevýhodnených výrobcov
Transparentnosť a zodpovednosť
Budovanie kapacity
Vyplatenie spravodlivej ceny
Rodová rovnosť
Pracovné podmienky
Životné prostredie

Fair trade v číslach

- 5 000 000 malých pestovateľov a výrobcov má priamy benefit z fair trade predaja
- V Európe sa fair trade výrobky predávajú v 3 000 špecializovaných obchodoch, 33 000 supermarketoch a 50 maloobchodných reťazcoch
- V roku 2005 bol celkový obrat predaja fair trade výrobkov približne 1 miliarda eur
- Medziročný nárast predaja sa za posledných päť rokov pohyboval medzi 50% (Belgicko) až 102% (Francúzsko)
- Vo Veľkej Británii je fair trade značka Cafedirect treťou najúspešnejšou na trhu a každý druhý človek pozná fair trade značku



zber čajových lístkov v Indii

Stručná história

70. roky

Rozvojové organizácie pracujúce v krajinách tzv. Globálneho Juhu zavádzajú novú formu pomoci – prvé zásielky kávy priamo od pestovateľov putujú hlavne do Veľkej Británie, kde ich cez sieť dobrovoľníkov predávajú najmä v prostredí kresťanských cirkví a charitatívnych organizácií (kvalita kávy v prvých rokoch bola bohužiaľ druhoradá)

80. roky

Sieť špecializovaných obchodov sa rozrastá, rastie aj rôznorodosť potravín a remeselných výrobkov nakupovaných a predávaných pod hlavičkou fair trade. Vznikajú komerčne zamerané spoločnosti dovozcov a distribútorov fair trade produktov, ich kvalita a výber sa výrazne

zlepšujú. Nastáva čas zadefinovať fair trade kritéria aj spôsob ich monitorovania a garancie.

1989

V Holandsku uvádza spoločnosť Max Havelaar prvú oficiálnu fair trade značku. Zákazníkovi garantuje dodržanie princípov fair trade pri pestovaní, nákupe a predaji označeného tovaru. Používala sa najskôr iba na kávu, k dnešnému dňu existuje na trhu viac ako 250 potravinových výrobkov nesúcich logo fair trade.

90. roky

V 17 krajinách západnej Európy, USA a Japonsku vznikajú národné iniciatívy, ktoré uvádzajú svoje vlastné fair trade značky. Všetky vychádzajú z rovnakých princípov, no kvôli narastajúcej popularite myšlienky fair trade a aby nedošlo k jej zneužívaniu, treba jednotné kritériá.

1997

Medzinárodná Fair Trade Labelling Organization (FLO) zavádza jednotné označenie fair trade potravinových produktov a zároveň stanovuje prísne licenčné kritériá. FLO monitoruje dodržiavanie týchto kritérií v každom článku dodávateľského reťazca.

Súčasnosť

Veľkým medzníkom bolo prerazenie fair trade produktov do "mainstreamu", čiže na pulty veľkých obchodných reťazcov. Spoločnosti ako Tesco, Coop, Starbucks a mnohé iné reagujú na tlak zákazníkov a zároveň sa snažia realizovať koncept spoločensky zodpovedného podnikania. Výrazne to prispelo k nárastu predaja. Zároveň vznikajú ďalšie

špecializované fair trade obchody (len v Európe je ich dnes viac ako 3000) a prví priekopníci myšlienky prinášajú fair trade do krajín bývalého východného bloku. Mnohé krajiny upravili svoje zákony o verejnom obstarávaní a verejné inštitúcie uprednostňujú fair trade potravinový (najmä kávu) aj nepotravinový (napr. uniformy z fair trade bavlny) tovar.

Spoločnosti a organizácie v rámci svojho programu spoločenskej zodpovednosti podávajú vo svojich zariadeniach spoločného stravovania a na firemných stretnutiach výhradne fair trade produkty.

Budúcnosť

Očakáva sa, že pochopenie myšlienky a značky fair trade bude ďalej rásť. To na jednej strane pozitívne ovplyvní mnohé nadnárodné spoločnosti, aby prehodnotili svoje obchodné praktiky (čo sa prejavilo v roku 2005, keď spoločnosť Nestlé uviedla na trh kávu s certifikátom fair trade), no na druhej zvýši aj pravdepodobnosť zneužitia značky a zníženia jej kritérií. Prírodné nové typy produktov s certifikátom fair

trade (v posledných mesiacoch to boli futbalové lopty, ruže a bavlna). Otvoria sa ďalšie trhy, hlavne v nových členských krajinách EÚ, kde sa pomerne rýchlo uchytala myšlienka zodpovedného nakupovania. Treba spomenúť aj ďalšiu dôležitú súčasť konceptu fair trade – ekonomicko-politické snahy o zmenu niektorých pravidiel svetového obchodu. Ide najmä o lobingové aktivity za odstránenie dovozných taríf a

poľnohospodárskych dotácií v USA a EÚ. Bez komplexnejšieho riešenia je totiž vplyv jednotlivých obchodných iniciatív na celkový stav ekonomiky chudobných krajín oveľa menší, ako je potrebné pre ich trvalo udržateľný rozvoj.

Podporné organizácie na Slovensku

Centrum environmentálnej a etickej výchovy Živica (www.zivica.sk), Centrum environmentálnych aktivít Trenčín (www.cea.sk, www.biospotrebiteľ.sk), Človek v ohrození (www.clovekvoohrozeni.sk), Ekumenická rada cirkví na Slovensku (www.ekumena.sk), FairTrade Slovakia (www.fairTrade.sk), Nadácia Integra (www.integra.sk), Platforma mimovládnych rozvojových organizácií (www.mvro.sk).



váženie banánov v Dominikánskej republike

Chcete vo firme urobiť niečo na podporu fair trade?

Podpora fair trade v rámci spoločenskej zodpovednosti firmi predstavuje príležitosť zaviesť stratégie, ktoré sú vysoko efektívne z hľadiska globálneho dosahu a prispievajú k znižovaniu chudoby a zároveň nie sú pre firmy finančne náročné.

Zaujímate sa v rámci nákupu a obstarávania o dodržiavanie princípov zodpovedného podnikania v celom dodávateľskom reťazci? Nie je pri výrobe tovarov a služieb, ktoré nakupujete, zneužívaná detská práca? V akých podmienkach pracujú robotníci a robotníčky u prvovýrobcov v krajine pôvodu? Sú pri výrobe a následnej distribúcii zohľadnené princípy ochrany životného prostredia?

Ponúknite zamestnancom na pracoviskách v rámci pitného režimu fair trade kávu, čaj, prípadne horúcu čokoládu. Na trhu sú k dispozícii vysoko kvalitné a atraktívne balenia, ktoré úspešne konkurujú "mainstreamu" aj na veľmi náročných trhoch.

Pri rôznych príležitostiach môžete darovať firemný darček, ktorý spĺňa fair trade princípy. Týmto nielen podporíte dobrú myšlienku, ale namiesto štandardného priemyselného produktu z katalógu potešíte svojich zákazníkov, obchodných



triedenie kávových zŕn v Etiópii

partnerov alebo zamestnancov ručne vyrobeným, unikátnym a pekným darčekom.

Podporu spravodlivého obchodu podporte internou komunikáciou o koncepte fair trade.

Mirka Vacvalová
a Marek Markuš, Nadácia Integra

príležitosť pomôcť

hospicová starostlivosť

Útulok pre pocestných zriadený zväčša rehoľníkmi. Stredoveké domy odpočinku slúžiace pútnikom pri cestách k Svätému hrobu v Palestíne. Novodobé hospice poznáme skôr ako zdravotnícke zariadenia poskytujúce paliatívnu starostlivosť (paliatívny = odstraňujúci bolesť, ale neliečiaci príčinu choroby, z latinského slova palium znamenajúceho plášť, prikrývka). Prichádzajú sem nevyliciteľne chorí pacienti. Neprichádzajú zomrieť, ale prichádzajú sem žiť. Vnímajú, cítia a premýšľajú. A tu im pomáhajú zlepšiť kvalitu ich života. Starajú sa o ich telo, o osobnosť, o ich vzťahy i dušu. Život a smrť sú a budú neodlúčiteľne spojené. Možnosti medicíny napredujú, ale ťažko chorí a umierajúci ľudia budú vždy. Treba spoločne hľadať, čo môžeme pre nich urobiť.

Hospicová starostlivosť má niekoľko foriem, základné sú domáca, ambulantná, stacionárna a lôžková. Domácu poskytuje tím odborníkov priamo v domácom prostredí chorého, pri ambulantnej dochádzajú chorí za odborníkmi. Do stacionára sú chorí prijatí ráno a potom popoludní resp. večer idú spať domov. Pri každej z nich sa rešpektuje ľudská dôstojnosť a súkromie pacienta. Pri lôžkovej starostlivosti je aj denný režim prispôbený potrebám a pririam chorého. Psychickú podporu poskytujú aj jeho rodine. Prvý hospic otvorila Arcidiecézna charita Košice v Bardejovskej Novej Vsi. Pomaly začali pribúdať ďalšie, no ich situácia nie je jednoduchá. Základnými problémami sú financie, nedokonalá legislatíva, slabá všeobecná osвета a takmer neexistujúce prepojenie informácií.

Téme starostlivosti o ťažko chorých a umierajúcich sa dnes vo svete venujú nielen dobrovoľníci, ale aj experti. Pozornosť sa stále viac venuje výskumu, bližšie sa popisujú fázy, ktorými ťažko chorí a ich príbuzní prechádzajú. Práve pred rokom, 5. apríla 2005, napísala sestra Hermána vo svojom blogu, aby sme sa nebáli hospicov. Sú plné života a dôstojného umierania. Pripájame sa k takej výzve. Nebojme sa a pomôžme. Hoci sa laická i odborná verejnosť venujú hospicom stále viac, nestačí to. Treba o hospicoch rozprávať viac, aby ich ľudia nechápali len ako smutné miesta, kam chodí ľudia umierať. Treba hľadať a rozvíjať možnosti financovania zariadenia a prevádzkovania hospicov. Niečo urobiť môže každý z nás. Je len na nás, či to naozaj spravíme.

Slovenskú katolícku charitu tvorí v súčasnosti sekretariát a deväť diecéznych a arcidiecéznych charít. Jej zamestnanci a spolupracujúci dobrovoľníci poskytujú ľuďom charitatívne, sociálne, zdravotnícke a výchovno-vzdelávacie služby. Okrem iného sa venujú aj hospicovej starostlivosti. Porozprávali sme sa s **Jurajom Barátom**, jej generálnym sekretárom.

ak už nie je možné
naplniť život dňami,
môžeme aspoň
naplniť dni životom

Kto sa na Slovensku venuje hospicovej starostlivosti a ako?

Hospice sa snažia poskytovať všetky typy starostlivosti - domácu, ambulantnú, stacionárnu i lôžkovú. Voľba typu starostlivosti závisí od zdravotného stavu pacienta, možnosti pomoci rodiny, potreby zdravotnej starostlivosti a pod. Niektoré hospice sú súčasťou komplexu sociálnych zariadení, napríklad charita v Bardejove, Refugium v Trenčíne a OZ v Trsticiach. Hospicovej starostlivosti sa venujú aj viaceré občianske združenia - OZ Vŕba, OZ Pálium a iné. Tie sa zameriavajú najmä na návštevné služby v nemocniciach.

rozhovor s Jurajom Barátom
a Máriou Makáňovou



7. október 2006

svetovým deň hospicovej a paliatívnej starostlivosti je určený všetkým, ktorým záleží na prekonávaní predsudkov a na rozvoji hospicovej a paliatívnej starostlivosti, viac informácií nájdete na stránke www.worldday.org

Rovnakým spôsobom pomáhajú dobrovoľníci z DCH Nitra. Špecifickým poskytovateľom hospicovej starostlivosti je OZ Plamienok, ktoré poskytuje domácu hospicovú starostlivosť deťom. Väčšina poskytovateľov hospicovej starostlivosti je združená v Asociácii hospicovej starostlivosti. Pri všetkých formách hospicovej starostlivosti sa kladie dôraz na holistický (celostný) prístup. Služby poskytované v rámci hospicovej starostlivosti sa orientujú nie len na diagnózu pacienta, ale na pacienta ako celok, ktorý má okrem fyzických potrieb aj potreby psychické a duchovné. Súčasťou holistického prístupu je aj rodina pacienta a jeho blízke okolie.

Akým problémom čelí hospicová starostlivosť na Slovensku?

Problémom je postoj verejnosti. Strach zo smrti má za následok vytesňovanie hospicov mimo obytných zón. V našej spoločnosti ešte stále nie je dostatočne rešpektované právo na dôstojné zomieranie. Hospicová starostlivosť je špecifická aj svojou finančnou náročnosťou. Pacientovi už síce nie je poskytovaná kauzálna liečba, ale pokračuje liečba symptomatická s cieľom minimalizovať bolesť, zmierniť všetky ťažkosti vyplývajúce zo základnej diagnózy a s ňou súvisiacich komplikácií. Jedným z hlavných problémov je nedostatočné legislatívne podchytenie financovania hospicovej starostlivosti, tá totiž nie je dostatočne hrazená zo zdravotných poisťovní, ani formou štátnych dotácií.

Svoje vlastné skúsenosti s prekážkami majú aj v Nitre. S **Máriou Makáňovou** z diecéznej charity sme sa porozprávali aj o tom, ako môžu práve firmy pomôcť pri ich prekonávaní.

Prečo ste sa rozhodli, že v Nitre otvoríte hospic a ako pokračuje jeho výstavba?

Myšlienka realizovať v Nitre projekt hospicovej starostlivosti sa rozvíja od roku 1998. Na začiatku bola osobná skúsenosť našej spolupracovníčky so sprevádzaním svojich blízkych v posledných chvíľach choroby a túžba vytvoriť dôstojné podmienky pre chorých v terminálnom štádiu, ktoré sú prispôsobené ich potrebám, v ktorých nebudú pociťovať osamelosť a budú rešpektované všetky ich práva. Kontinuálne sme realizovali aj projekt domácej hospicovej starostlivosti, kde dobrovoľníci navštevujú chorých v onkologických oddeleniach v Nitre aj v ich domácnostiach a snažia sa načúvať potrebám chorých, plniť ich drobné želania, jednoducho byť nablízku. Pre pacientov, ktorí z rôznych príčin nemôžu zostať doma, staviame a otvárame hospic - ústavné zariadenie s nepretržitou prevádzkou. Hospic - Dom pokoja a zmiery u Bernadety v Nitre bude mať kapacitu 15 lôžok a celé jeho architektonické riešenie je prispôbené potrebám pacienta. Išlo nám o to, aby sme vytvorili príjemné miesto pre pacienta, jeho rodinu a blízkych, prostredie, v ktorom sa bude pacient cítiť dôstojne. V decembri 2005 bola dokončená hrubá stavba a teraz pokračujú interiérové úpravy. Hospic by mal byť hotový v septembri a následne ho chceme otvoriť pre prvých pacientov.

Akým problémom ste museli čeliť počas prípravných prác a ako ste si s nimi poradili?

Presadzovanie výstavby hospicov bolo v rámci celého Slovenska spojené s nepochopiteľnými prekážkami. Stretli sme sa s nimi aj v Nitre. Naš predchádzajúci projekt (výstavba v Ivanke pri Nitre) stroskotal na predsudkoch a obviňovaní z neetickosti. V susedstve hospicu mala byť škola a pre detskú psychiku malo byť škodlivé vyrastať v blízkosti zariadenia, kde sú chorí ľudia. V Nitre sa proti nám postavili ochrancovia prírody a opäť škola. Stavba sa nachádza na okraji rekreačnej zóny, miesto slúžilo ako verejná čierna skládka. Museli sme vyrúbať pár stromov a čelili sme obvineniam, že ničíme



Aktuálny stav
výstavby hospicu a vizualizácia jeho plánu

„plúca mesta“ a berieme deťom právo na život v zdravom životnom prostredí. Znova nás napádali, že pohľad na utrpenie môže spôsobiť deťom psychickú ujmu. Mnohé tieto argumenty mali svoj pôvod v neinformovanosti obyvateľstva a v strachu pred neznámym, ktorým u nás hospic bol. Začali sme intenzívnejšie pracovať s verejnosťou, vysvetľovať im odbornú aj ľudskú stránku hospicu a jeho nesmiernu potrebnosť. Svojimi vyjadreniami nás podporili viaceré známe osobnosti, pomohli nám vyjadrenia odborníkov a ľudí, ktorým sme pomohli pri zvládaní choroby a ktorí sami intenzívne cítili potrebu hospicu. Vďaka viacerým akciám sa nám podarilo získať verejnú mienku na našu stranu a po zdolaní ďalších administratívnych prekážok sme mohli začať stavať. Pomáhala nám vzájomná morálna podpora, pomoc ľudí, niekedy úplne cudzích, okolo nás, prejavy solidarity a samozrejme viera, že sme spolutvorcami potrebného diela pre ľudí.

Ako môžu firmy podporiť rozvoj hospicovej starostlivosti na Slovensku?

Rozvoj hospicovej starostlivosti nie je len v rukách tých, ktorí ju priamo realizujú. Je to vyjadrenie postoja a zodpovednosti celej spoločnosti. V podstate je to mozaika, do ktorej môže každý vložiť svoj kameňok. Boli

sme radi, keď za nami stál niekto uznávaný a podporil našu snahu. Priamo pri výstavbe hospicov môžu pomôcť predovšetkým firmy, ktoré sú výrobcami a dodávateľmi rôznych stavebných materiálov, príp. interiérových výrobkov na zariadenie priestorov. Poskytnutie výnimočných zliav na stavebný materiál (firmy Baumax, Wienerberger) bolo pre nás neoceniteľnou formou pomoci. V podstate sa však všetky firmy môžu zapojiť do akcií, ktoré podporujú poskytovanie hospicovej starostlivosti, akými sú napríklad vydávanie časopisov a letákov, organizácia benefičných koncertov pre hospic, či podpora iných propagačných akcií na prezentáciu hospicu. Tieto aktivity sú zamerané na zvýšenie informovanosti verejnosti a nabádanie k solidarite. S ich organizovaním sú spojené náklady, ktoré môžu firmy ponúknuť ako svoj kameňok do mozaiky. Vklad môže byť finančný, ale je možný a vítaný aj formou produktov niektorých firiem. Všetky tieto akcie sú veľkým prínosom nielen v období výstavby hospicu, ale aj pri jeho prevádzkovaní. Hospic je priestor otvorený pre život a prejavy solidarity zdravých s chorými tu znamenajú veľmi veľa. Chceli by sme sa poďakovať všetkým, ktorí nám pomáhajú a nie sú ľahostajní voči potrebe hospicov na Slovensku.

Ďakujeme za rozhovor.

pripravované aktivity

konferencia a trhovisko nápadov



V bratislavskej design factory sa 26. apríla bude konať III. ročník medzinárodnej konferencie o spoločensky zodpovednom podnikaní firiem. Cieľom prvých dvoch ročníkov bolo predstaviť koncept spoločenskej zodpovednosti firiem a výhody, ktoré zodpovedné podnikanie prináša firmám i komunite. Ambíciou tretieho ročníka nie je odpovedať na otázky, prečo zodpovedne podnikáť, ale skôr ukázať príklady, ako to v praxi robiť. Realizovaným aktivitám spoločensky zodpovedného podnikania sa bude venovať poobedňajšia časť podujatia nazvaná **Trhovisko nápadov**. V rámci neho sa bude prezentovať 20 najlepších prípadových štúdií zo štyroch oblastí:

- A Spoločensky zodpovedné podnikanie v komunite**
- B Spoločensky zodpovedné podnikanie a životné prostredie**
- C Spoločensky zodpovedné podnikanie v dodávateľskom reťazci**
- D Spoločensky zodpovedné podnikanie a zamestnanec-ká politika**

Nadáciou Pontis, organizátora konferencie, inšpirovala jej partnerská organizácia CSR

Europe, ktorá Trhovisko nápadov prvýkrát realizovala v Bruseli v marci 2005. Cieľom tohto stretnutia bolo netradičnou formou prezentovať najlepšie prípadové štúdiá z oblasti spoločenskej zodpovednosti firiem. Boli tu predstavené aj úspešné slovenské programy firiem Pfizer Luxembourg SARL, Orange Slovensko a Slovak Telekom. Prvé slovenské Trhovisko nápadov bude jedným zo série podobných podujatí v krajinách Európy. Je príležitosťou pre naše firmy podeliť sa netradičnou formou s ostatnými o svoju prípadovú štúdiu. Prípravný výbor konferencie vyberie najlepšie z prihlásených riešení a ponúkne zástupcom firiem, aby ich prezentovali.

Doobedňajšia časť **konferencie** nadviaže na minuloročnú diskusiu o komunikácii spoločenskej zodpovednosti firiem. Vydávanie výročných správ o zodpovednom podnikaní je jednou z foriem, ktorými môže firma prezentovať svoju zodpovednosť voči komunite, životnému prostrediu a zamestnancom. Špecialista Matthew Gitsham sa vo svojej prednáške zameria na trendy, akými môžu firmy prezentovať svoju víziu a stratégiu prispievania k trvalo udržateľnému rozvoju a na aké indikátory výkonnosti by sa mali zamerať. Meraniu firemnej filantropie a komunitného investovania sa bude venovať prednáška Mareka Hlavicu zo spoločnosti ČEZ, ktorá

v Čechách úspešne implementovala štandardnú metodiku nazvanú Standard zodpovedná firma. Tejto metodike sa bude venovať aj Ján Orlovský, riaditeľ správy predstavenstva spoločnosti Západoslovenská energetika, a.s., ktorá sa spolu s niektorými ďalšími slovenskými firmami rozhodla uviesť ju aj u nás. Slovensko sa tak pridáva ku krajinám, ako sú Anglicko, Francúzsko, USA, Česká republika a iné, ktoré túto metodiku už používajú.

Jana Ružická

Pre nás ako spoločnosť, ktorá presadzuje koncept spoločenskej zodpovednosti firiem v podmienkach Slovenska, bola návšteva CSR MarketPlace v Bruseli príležitosťou prezentovať realizované projekty a dosiahnuté úspechy, ale najmä vymeniť si skúsenosti s ďalšími korporáciami usilujúcimi sa v tomto smere o pozitívny vývoj. Bol to inšpirujúci priestor na diskusiu o tom, ako presadzovať spoločenskú zodpovednosť firiem v rozdielnych kultúrnych, legislatívnych, mediálnych či hospodárskych podmienkach.

Ján Kondáš, riaditeľ pre korporátnu komunikáciu, Slovak Telekom, a. s.

generálny partner konferencie



partneri konferencie



PHILIP MORRIS
SLOVAKIA



Západoslovenská
energetika

pripravované aktivity

via bona slovakia



Všetky aktuálne informácie k oceneniu nájdete na www.viabona.sk

Ocenenie Via Bona Slovakia, ktoré Nadácia Pontis organizuje tento rok už po šiestykrát, je uznaním za realizované filantropické aktivity pre spoločensky zodpovedné firmy a podnikateľov. Via Bona Slovakia je zároveň poďakovaním tým, ktorí majú myšlienku filantropie a darčovstva vo svojich stratégiách a zároveň uskutočňujú konkrétne projekty. Zviditeľňovanie filantropických aktivít môže zároveň zvýšiť záujem o vzájomne prospešné partnerstvá medzi podnikateľmi a mimovládnyimi organizáciami v oblasti rozvoja komunity, vzdelávania, ochrany ľudských práv, životného prostredia a zdravia, sociálnej pomoci, ochrany kultúrnych pamiatok a tradícií.

Šiesty ročník ocenenia Via Bona Slovakia za aktivity realizované v roku 2005 vyhlásila Nadácia Pontis 16. marca 2006 s podporou generálneho partnera projektu, spoločnosti Citigroup a partnerov U. S. Steel Košice,

KMPG Slovensko a Design Factory. Nadácia prijíma do 13. apríla 2006 vyplnené nomináčne háčky, spracúva ich a na základe splnenia základných požiadaviek ich zaraďuje do hodnotiaceho procesu, v ktorom nezávislá hodnotiacia komisia zložená zo zástupcov ziskového aj neziskového sektora, kultúry, reklamy a médií zabezpečuje samotné hodnotenie. Mená členov komisie budú zverejnené po vyhlásení výsledkov súťaže na slávnostnom galavečere, ktorý sa uskutoční 25. mája 2006 v priestoroch Design Factory v Bratislave. Transparentnosť hodnotiaceho procesu garantuje audítorská spoločnosť KMPG Slovensko.

Via Bona Slovakia pozostáva z dvoch hlavných cien (Hlavná cena pre veľké podniky za strategický prístup k firemnej filantropii a realizované filantropické aktivity a Hlavná cena pre malé a stredné podniky za strategický prístup k firemnej filantropii a reali-

Mnohí sa musíme učiť, ako so zodpovednosťou narábať. Via Bona Slovakia oceňuje takéto snaženie a ponúka príležitosť. To, ako túto príležitosť využijeme, je už len na nás.

Eva Cséfalvayová, Agentúra Manna, víťaz Hlavnej ceny Via Bona Slovakia 2004 pre malé a stredné podniky

O ocenení som sa dozvedela, keď nás Nitrianska komunitná nadácia nominovala na túto cenu. Bola som celou akciou milo prekvapená. Teší ma, že je u nás veľa spoločností, v ktorých sa filantropia stala súčasťou firemnej kultúry.

Alena Fúsková, Bramac – strešné systémy, spol. s r.o., víťaz Ceny Via Bona Slovakia 2004 za podporu verejnoprospešnej činnosti v regióne

zované filantropické aktivity), **troch cien** (Cena za dlhodobé partnerstvo prispievajúce k riešeniu spoločenského problému a posilneniu partnerskej mimovládnej organizácie, Cena za podporu verejnoprospešnej činnosti v regióne pre podnik alebo podnikateľa, ktorý podporuje projekty prispievajúce k riešeniu problémov v regióne a Cena za odvahu podporiť inovatívny projekt realizovaný v neprebádanej oblasti alebo netradičnou formou) a **Čestného uznania** za mediálny prínos k rozvoju firemnej filantropie a spoločenskej zodpovednosti firiem na Slovensku. Súčasťou projektu je súťaž o umelecké stvárnenie ocenenia, ktorú Nadácia Pontis organizuje druhý rok v spolupráci s Nadáciou – Centrum súčasného umenia. Do tohtoročnej súťaže sa zapojilo dvanásť mladých umelcov, ktorých grafické návrhy Nadácia Pontis vystaví počas slávnostného galavečera.

Andrea Gajdošová

generálny partner ocenenia

partneri ocenenia



Blog

Moderná forma výmeny skúseností

McDonald's otvára dvere všetkým, ktorí sa chcú dozvedieť viac o ich vnímaní spoločenskej zodpovednosti a ich konkrétnych aktivitách v tejto oblasti. Návštevníkovo novozriadeného blogu víta Bob Langert, riaditeľ pre spoločenskú zodpovednosť firmy. Predstavuje niektoré projekty a spolupracovníkov z rôznych zainteresovaných subjektov. Zaregistrovaní diskutujúci môžu vyjadriť svoj názor ku zverejneným príspevkom. Cieľom nie je nájsť univerzálne fungujúce riešenia, ale vymeniť si skúsenosti v piatich zadaných oblastiach.

viac: csr.blogs.mcdonalds.com

Štandardy

ISO 26000 – o spoločenskej zodpovednosti

Od roku 2008 bude možné používať štandardy pripravované International Organization for Standardization. V otázkach spoločenskej zodpovedného podnikania je široké spektrum názorov – niektorí navrhujú prísnu legislatívu, iní veria v dobrovoľnosť či jej kombináciu s tlakom verejnej mienky. Spoločný postup v dolaďovaní pojmov, definícií a metód evaluácie vítajú však všetci, ktorí sa problematikou seriózne zaoberajú. Informovanosť národných štandardizačných úradov a iných zainteresovaných skupín postupne rastie aj v strednej a východnej Európe.

viac: www.iso.org/sr

Správa

Spolupráca sektorov sa rozvíja

Krátko pred marcovou konferenciou vydala Ethical Corporation prvú správu o partnerstvách firiem a mimovládnych organizácií. Správa vychádza zo 100 anonymných interview so zástupcami firiem, mimovládnych organizácií, vlád, odborov, konzultantov a akademikov. Nájdete v nej okrem iného zaujímavé porovnanie partnerstiev v USA a Európe. Hoci existuje skeptická menšina, veľká časť opýtaných vníma pozitívne zmeny postoju na oboch stranách. Firmy začínajú vidieť potenciál v spolupráci s mimovládnyimi organizáciami, a tie sú už omnoho praktickejšie a flexibilnejšie, ako bývali.

viac: www.ethicalcorp.com

Indikátory

Už tento rok budú nové GRI smernice

Sociálne, ekonomické a environmentálne indikátory výkonnosti predstavujú podstatnú časť výročných správ spoločensky zodpovedne podnikajúcich firiem. Kvalitu a využiteľnosť správ zvýšili najmä indikátory Global Reporting Initiative, pripravené v roku 2002. Prešli vývojom a tento rok majú byť publikované nové G3 smernice. Nová množina indikátorov si ponechá osvedčené silné stránky a prinesie väčšiu prehľadnosť a dostupnosť aj pre menšie firmy. Práca na príprave nových indikátorov preto charakterizuje snaha udržať rigoróznosť a zároveň umožniť flexibilitu.

viac: www.ethicalcorp.com

Kalendár podujatí

Manažovanie firemného komunitného investovania

26. – 28. apríl 2006, Ashridge, Anglicko

Odborný program je pripravený pre manažérov firiem tak, aby im pomohol rozvinúť schopnosti potrebné na tvorbu stratégie komunitného investovania (CCI – corporate community investment). Súčasťou trojdňového kurzu bude tvorba a implementácia stratégie komunitného investovania, meranie efektivity, rozvoj partnerstiev a plánovanie konkrétnych aktivít.

organizátor: Ashridge Centre for Business and Society

viac informácií: www.ashridge.org.uk

World Business Awards

10. máj 2006, New York, USA

Ocenenie World Business Awards sa udeľuje za významný príspevok firmy k napĺňaniu miléniových cieľov. Organizátormi ocenenia sú International Business Leaders Forum, United Nations Development Programme a Medzinárodná obchodná komora.

viac informácií: www.iccwbo.org/awards

OECD Fórum 2006

23. – 24. máj 2006, Paríž, Francúzsko

Súčasťou bohatého programu fóra sú prezentácie a diskusie o riešení globálnych ekonomických nevyvážeností, optimalizácii príspevkov finančných trhov k ekonomickému rastu, manažovaní zvládania globálnych výziev, ako sú pandémie a prírodné katastrofy, či tvorba pracovných miest v 21. storočí. Podujatie je výbornou príležitosťou na vznik efektívnych filantropických partnerstiev.

organizátor: OECD

viac informácií: www.oecd.org

2. CSR Europe MarketPlace

21. – 22. 6. 2006, Brusel, Belgicko

Po minuloročnom úspechu medzinárodného Trhoviska nápadov sa bude konať druhý ročník tohto prestížneho podujatia o spoločenskej zodpovednosti firiem. Očakáva sa prítomnosť asi 500 účastníkov z celej Európy. Všetci si budú môcť vybrať zo 150 riešení v desiatich kategóriách tie prezentácie, ktoré ich najviac zaujímajú a na ktoré sa pôjdu osobne pozrieť do stánkov. Katalóg riešení bude zverejnený aj vo virtuálnom online trhovisku.

organizátor: CSR Europe

viac informácií: www.csreurope.org

Rodová rovnosť

Jedným z indikátorov vypovedajúcim o zodpovednosti vplyvania firmy na spoločnosť je aj jej postoj a konkrétne aktivity v otázkach rodovej rovnosti. Podľa nedávno zverejnených výsledkov prieskumu Eurostatu zastávajú ženy v štátoch Európskej únie iba tretinu manažérskych postov. V predstavenstvách päťdesiatich najväčších firiem v členských krajinách patrí ženám dokonca len každé desiate miesto. Prieskumy ukazujú na pretrvávajúce nerovnosti medzi platmi mužov a žien. Téma je to stále aktuálna. Aj preto predložila Európska komisia začiatkom marca tzv. cestovnú mapu rodovej rovnosti, prostredníctvom ktorej chce spolu so zriadením Inštitútu pre rodovú rovnosť riešiť pretrvávajúci problém nerovnoprávneho postavenia mužov a žien.

Prioritné oblasti pre nasledujúce obdobie

dosiahnutie rovnakej ekonomickej nezávislosti pre ženy a mužov
posilnenie zosúladenia práce so súkromným a rodinným životom
podpora rovnakej účasti mužov a žien na rozhodovaní
vylúčenie násillia a prevádzachstva založeného na rodovej podstate
eliminácia rodových stereotypov v spoločnosti
podpora rodovej rovnosti mimo Európskej únie

O možnosť byť sídlom Európskeho inštitútu pre rodovú rovnosť, ktorý by mal začať fungovať v roku 2007 v jednej z nových členských krajín, sa uchádza aj Slovensko.