

Dva mesiace ubehli ako voda a v rukách držíte nové číslo BLF Newslettra. Jar je už v plnom prúde a pred nami je mnoho zaujímavých aktivít, na ktorých sa organizačne podieľa Business Leaders Forum a Nadácia Pontis. O všetkých si budete môcť prečítať na nasledujúcich stránkach. V čísle sa dočítate aj o pripravovanom júnovom stretnutí združenia, ktoré sa po prvýkrát uskutoční mimo Bratislavu, konkrétne v Košiciach. Viac sa o ňom dozviete z príspevku na strane 11. Významnou spoločenskou udalosťou bude udelenie cien za firemnú filantropiu Vía Bona Slovakia, ktoré sa uskutoční 26. apríla v bratislavskej Design Factory. Nesporným úspechom bol počet nominácií, ktorý tohto roku prekročil stovku a dosiahol tak dvojnásobok oproti minulému roku. Teší nás však aj to, že kvantita nominácií je v rovnováhe s ich kvalitou. Podrobné výsledky súťaže prinesieme v nasledujúcom čísle.

V apríli bude spustená nová stránka IdeaXchange. Bude plnohodnotným portálom, ktorý umožní firmám nájsť si medzi mimovládnyimi organizáciami partnera pre svoje projekty. V máji sa uskutočnia dve dôležité podujatia. Jedným je hneď na začiatku mesiaca stretnutie lorda Michaela Hastingsa, riaditeľa pre spoločenskú zodpovednosť v KPMG International, s novinármi a pozvanými manažérmi firiem. O pripravovanej návšteve sa dočítate na strane 10. V máji bude najväčšou udalosťou Konferencia o spoločenskej zodpovednosti firiem s názvom Zodpovednosť a úspech – zamestnanci a klienti, ktorá sa uskutoční 17. mája v Hoteli Danube. Na konferencii privítame množstvo zaujímavých hostí a vysoko hodnotených odborníkov. O konferencii, ako aj o Pracovných raňajkách G3, ktoré sú jej sprievodným podujatím, sa môžete dočítať v téme čísla na stranách 6 a 7. Tam prinášame aj kompletný program konferencie, profily speakrov a možnosti registrácie.

Veríme, že nové ročné obdobie vám dodá energiu do práce a prinesie mnoho nových poznatkov a skúseností. Budeme sa o to pomôcť pomocou podujatí, ktoré organizujeme, a prostredníctvom informácií, ktoré vám prinášame v newslettri, snažiť aj my. Prajeme príjemné čítanie.

Michal Kišša

# newsletter



## Deti z centra Slniečko

mali z pomoci dobrovoľníkov zo spoločností Orange Slovensko a Slovak Telekom veľkú radosť

## IdeaXchange štartuje už v apríli

Nápad prezentovať neziskový sektor vznikol v Nadácii Pontis približne pred rokom. Často sa na nás obracajú firmy z rôznych regiónov, ak hľadajú vhodného partnera pre svoje filantropické projekty. Aby sme im a hlavne verejnosti priblížili neziskový svet, zorganizovali sme v septembri minulého roku v centre Bratislavy trhoviško, kde sa dvadsiatka neziskoviek prezentovala so svojím poslaním a prácou. Úspech podujatia nás motivoval pracovať na koncepte prezentácie mimovládok ďalej, výsledkom čoho je internetová stránka [ideaxchange.sk](http://ideaxchange.sk). On-line databáza, v ktorej sa aktuálne nachádza stovka profilov a projektov neziskových organizácií (od chránených dielní po environmentálne organizácie). Portál v štruktúrovanej podobe ponúka základné informácie o ich činnosti, kontaktné údaje, ale aj prehľad podľa profesného zamerania či územného pôsobenia.

Jednoduché vyhľadávanie podľa viacerých kritérií má uľahčiť návštevníkom stránky získanie údajov o neziskovom sektore presne podľa vlastných potrieb – či už ide o vyhľadanie kontaktov na organizácie v mieste pôsobenia firmy, alebo podľa cieľovej skupiny, či oblasti záujmu, na podporu ktorej sa firma chce zamerať. Po zadaní vstupných kritérií získa návštevník prehľadný zoznam, v ktorom môže listovať a vyselektovať si informácie pre neho relevantné. Pre firmy, ktoré sa nevedia rozhodnúť, ktorým smerom orientovať svoje filantropické aktivity, ponúka stránka inšpiráciu v podobe projektov, ktoré neziskovky realizujú alebo chcú realizovať a hľadajú partnerov. Tipy na zaujímavé darčeky či služby, napr. opatrovateľskej starostlivosti, sociálneho poradenstva a pod. nájdete v sekcii Produkty a služby. Veríme, že stránka si nájde svojich priaznivcov a uľahčí firmám a mimovládkam nájsť si cestu k sebe.

Monika Smolová

prípravu  
a vydávanie  
podporujú



#### Editor

Ivan Ježík  
ivan@nadaciapontis.sk

#### Redakčná rada

Michal Bunčák  
Vojtech Gossányi  
Michal Kišša  
Jana Ružická  
Lenka Surotchak

#### 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

#### Členovia BLF



## aktivity členov združenia

### Ďalšia načítaná kniha pre nevidiace deti

Desať zamestnancov slovenského zastúpenia Provident Financial strávilo prvý marcový víkend v Banskej Štiavnici, kde pre deti so zrakovým postihnutím načítali krásnu knižku o huncútovi Emilovi z Lönnebergu od spisovateľky Astrid Lindgrenovej. Spoločnosť Provident Financial sa tak pridala k firmám Orange Slovensko, a. s., a Philip Morris Slovakia, s. r. o., ktoré tiež realizovali projekt načítavania kníh pre deti so zrakovým postihnutím.

### Fitnes centrum na pracovisku

Spoločnosť Dell s. r. o., otvorila od marca novú centrálu Európskeho obchodného centra, v ktorej bude pracovať v najbližších rokoch viac ako 2 100 ľudí. Spoločnosť Dell patrí k firmám s veľmi silnou zamestnaneckou politikou, a to sa odrazilo aj pri výstavbe budovy. Na ploche s rozlohou 20 000 m<sup>2</sup> je okrem kancelárskych priestorov aj fitnes centrum s kapacitou 100 ľudí, otvorené denne medzi 7. a 22. hodinou, doplnené o aerobikové štúdio a športový obchod. Na každom poschodí nájdú zamestnanci oddychové zóny. Súčasťou budovy je aj miestnosť pre deti, ktorú ocenia predovšetkým zamestnaní rodičia.

### Finančná pomoc počas konferencie

Pracovníci z Provident Financial s. r. o., sa snažili nájsť spôsob, ako prispieť na liečebný pobyt rodine Adrienn Vangel z malej dedinky Okoč v okrese Galanta. Malá Adrienn je od narodenia ťažko postihnutá, nedokáže sedieť, chodiť, rozprávať. Spoločnosť bola oslovená rodinou Vangel v čase, keď sa u nich konala výročná konferencia, ktorej súčasťou bola aj tombola. Pracovníci sa rozhodli venovať celý výťažok malej Adrienn. Okrem toho, vedenie Provident Financial s. r. o., prispelo dievčatku rovnakou čiastkou, aká sa vyzbierala v tombole od zamestnancov.

### Príbeh priekopníka bezdrôtovej telegrafie

Spoločnosť Slovak Telekom, a. s. podporila knižnú reedíciu biografie Jozefa Murgaša, ktorá pútavým a populárnym spôsobom podáva osudy známeho slovenského priekopníka bezdrôtovej telegrafie. Autor knihy neopisuje Jozefa Murgaša len z hľadiska všetkých jeho životných úloh ako národovca, vedca, elektrotechnika, svetoznámeho vynálezcu, kňaza a maliara v jednej osobe, ale približuje aj jeho obdivuhodnú schopnosť zdolávať prekážky, a nevzdávať sa napriek veľkej nepriazni osudu.

### Dobrovoľníci v krízovom centre

Spoločnosti Slovak Telekom, a. s. a Orange Slovensko, a. s. pravidelne organizujú dobrovoľnícke dni pre svojich zamestnancov v krízovom centre Slniečko, ktoré pomáha týraným, zneužívaným a zanedbávaným deťom a obetiam domáceho násillia – matkám s deťmi a ženám. Posledného dobrovoľníckeho dňa spoločnosti Slovak Telekom sa v decembri zúčastnilo 15 zamestnancov spoločnosti a ich rodinných príslušníkov. Cieľom ich návštevy bolo pripraviť pre deti mikulášsky program, pomôcť pri výrobe vianočných pozdravov a napiecť vianočné pemiky. V rámci dobrovoľníckeho dňa spoločnosti Orange v poslednú februárovú sobotu 13 dobrovoľníkov pomáhalo upraviť toto centrum tak, aby sa týrané deti alebo ich mamy v ňom cítili lepšie.



**Dobrovoľníci zo spoločnosti Orange Slovensko**  
strávili dve soboty pomocou krízovému centru Slniečko

# Slovak Telekom a pôvodné slovenské romány

Na začiatku bola skvelá myšlienka známeho slovenského vydavateľa Kolomana Kertésza Bagalu. Po desiatich plodných rokoch populárnej literárnej súťaže Poviedka si zaumienil preveriť schopnosti autorov v rozsiahlejšej epickej forme. Pred vyše tromi rokmi, keď Slovak Telekom prijal ponuku stať sa generálnym partnerom prvého a vo svojej kategórii jedinečného súbehu Román 2006, ešte nikto netušil, s akým veľkým ohlasom ho prijmu samotní literáti i verejnosť.

Do času uzávierky prišlo neuveriteľne veľké množstvo románov – deväťdesiat sedem. „Myslím, že to prekvapilo všetkých znalcov pôvodnej tvorby, pretože sa už roky kuviká, že sa na Slovensku nepíšu romány.“ – radostne okomentoval spoločný úspech K. K. Bagala.

Samozrejme najťažšiu úlohu v tomto zmysle na seba vzala dvadsaťpäťčlenná odborná porota, ktorá posudzovala príspevky prísne anonymne a v priebehu 8 mesiacov každý jej člen prečítal a hodnotil viac než 20 000 stránok súťažných textov.

O víťazoch rozhodla výhradne kvalita ich diel, mená ocenených románopiscov boli vyhlásené 1. decembra 2006. Je nesmierne potešujúce, že dve prémie súbehu ROMÁN 2006 získali veľmi mladí autori – 22-ročná Michaela Rosová a 27-ročný Daniel Štefanec – navyše, tieto práce sú ich knižným debutom. Svoje renomé s románom **Námestie kozmonautov** obhájil známy spisovateľ Viliam Klimáček, ktorý získal hlavnú cenu súbehu.

„Začínal som ako básnik, vydal som štyri zbierky poézie, ktoré boli veľmi hravé a pochabé. Nejako ma to vekom prešlo a zvíťazila próza a dialógy, teda romány a hry. Som závislý na divadle, ale veľmi sa teším, keď raz za dva roky začnem písať prózu, malý román. Potom ma tie tisíce písmen zase tak vyčerpajú, že sa neviem dočkať stručnosti dialógu.“ – hovorí víťaz, ktorý je tiež spoluzakladateľom a dramatikom divadla GUnaGU.

Hlavným hrdinom jeho najnovšieho románu je nezamestnaný Maroš, ktorý sa živí veľmi svojrázne. Čaká v kríkoch pri ceste a so svojim starým bicyklom finguje nárazy do okoloidúcich áut drahých značiek. Ak nechcú mať vodiči opletačky s políciou, zaplatia mu bolestné.

Slávnostný krst knihy sa uskutočnil 29. marca 2007 v bratislavskom Divadelnom klube Trezor, na pultoch predajní sa objaví začiatkom apríla. Ďalšie ocenené diela vydá agentúra L. C. A. v priebehu roku 2007.

Dvojstranu pripravila Jana Ružická



**Viliam Klimáček**  
autor románu *Námestie kozmonautov*



# podpora dobrovoľníctva zamestnancov

# Engage



Engage je cestou, ako podporovať komunitu nielen jednorazovými finančnými grantmi, ale strategickejšou priamou pomocou prostredníctvom vynaloženého úsilia a s využitím zručností zamestnancov. Firmy združené v Engage sú presvedčené, že práca zamestnancov v prospech komunit prináša benefity tak pre ich okolie, ako aj pre firmy samotné. Zamestnanci cítia, že firma podporuje dobrú myšlienku, vnímajú vykonané prospešné veci a oceňujú prístup k ich aktivitám vo voľnom čase. Firma dobrovoľníckymi aktivitami potvrdzuje svoje miesto v spoločnosti, prejavuje svoju spoločenskú zodpovednosť a ukazuje, že pre svoje okolie je dobrým susedom, čo má priaznivý dopad aj na jej podnikanie a vzťahy s klientmi.



**Zakladajúce stretnutie Engage**  
22. februára sa na ňom zúčastnili zástupcovia deviatich firiem

Na prvom oficiálnom stretnutí 22. februára sa deväť firiem, ktoré chcú podporovať dobrovoľníctvo v podnikovom sektore, spojilo do skupiny nazvanej Engage. Táto skupina sa stala súčasťou rovnomennej medzinárodnej iniciatívy podporujúcej dobrovoľné zapájanie zamestnancov firiem do pomoci v ich okolí, či už ide o skrášľovanie prostredia ich bydliska, škôl, pomoc ľuďom v núdzi, pomoc ľuďom s postihnutím, alebo riešenie environmentálnych problémov.

## Čo je Engage?

Engage je medzinárodný program, ktorý vznikol v r. 2002 s cieľom zvýšiť rozsah a kvalitu dobrovoľného zapájania sa zamestnancov do komunit. Iniciatívu koordinuje združenie Business in the Community s podporou The International Business Leaders Forum. Program Engage prebieha vo viacerých mestách, v Európe je to napríklad Londýn, Amsterdam, Madrid a Frankfurt. Bratislava je prvým mestom s programom Engage v strednej a východnej Európe. Dôležitú úlohu v každej sieti Engage zohráva komunitný partner, ktorý zabezpečuje znalosť prostredia, jeho problémov a sprostredkovávanie relevantných projektov pre zapojených zamestnancov z firemného sektora. Komunitným partnerom pre Engage na Slovensku je Nadácia Pontis.

## Zakladajúci členovia Engage na Slovensku

Allen & Overy Bratislava, Citigroup, DLA Piper Bratislava, Hewlett-Packard Slovakia, IBM Slovakia, KPMG Slovensko, Linklaters Bratislava, Philip Morris Slovakia, VÚB banka

Prvé konkrétne aktivity plánuje skupina Engage už na jar tohto roku. „Chceme a musíme k svojmu prostrediu pristupovať zodpovedne, sme si vedomí, že ide o nás všetkých. Budeme hľadať a rozvíjať také aktivity, ktoré budú podporovať naši zamestnávateľia, kolegovia a v neposlednom rade aj široká verejnosť,“ povedal Branislav Cehlárik, manažér pre vonkajšie záležitosti v Citibank (Slovakia) a. s.

Engage nadväzuje na viaceré úspešné aktivity. Napríklad v minulom roku 13 spoločností združených v BLF realizovalo 36 aktivít firemného dobrovoľníctva, pri ktorých podporili zapojenie približne 440 svojich zamestnancov. Pozitívne skúsenosti a odozva zamestnancov boli silným podnetom k vytvoreniu skupiny Engage.

Pavel Hrica



**Pracovníčka Citigroup Abimbola Adeyanju**  
pomáha počas Global Community Day v africkej Nigérii

# nový projekt na Slovensku

Na Slovensku sa rozbieha ďalší veľký projekt. Rozvojový program OSN (UNDP) spolu s Európskou komisiou poskytnú prostriedky na prvý regionálny program zameraný na čo najrýchlejšie zavedenie a následné uplatňovanie skúseností z oblasti spoločenskej zodpovednosti firiem v niektorých nových členských štátoch EÚ a v kandidátskych krajinách. Do projektu sa zapoja aj podniky zo Španielska, Veľkej Británie a Nemecka, a to formou výmeny skúseností a úspešných príkladov spoločenskej zodpovednosti. Partnerom UNDP v tomto projekte na Slovensku je Nadácia Pontis.

Prvým krokom v projekte je vypracovanie rozsiahlej štúdie o momentálnej situácii v oblasti spoločenskej zodpovednosti firiem na Slovensku. Štúdia bude vypracovaná do konca apríla a prebehne formou výskumu, hĺbkových rozhovorov so stakeholdermi a ich následným spracovaním. Po dokončení sa štúdia stane súčasťou celoeurópskej správy o spoločenskej zodpovednosti firiem, ktorá bude odprezentovaná na medzinárodnej konferencii v Bruseli v júni tohto roku. Následne bude správa predstavená na medzinárodnej konferencii o SZF, ktorá sa uskutoční na jeseň v Košiciach.

**Na otázky k projektu nám odpovedala Danica Víznerová z Regionálneho centra UNDP v Bratislave.**

## Čo je cieľom výskumu?

Prvá časť projektu, rozsiahly prieskum SZF na Slovensku, by mal prvýkrát dôsledne zmapovať iniciatívy a aktérov z mimovládnej, vládnej, podnikovej a mediálnej oblasti. Naším cieľom je získať objektívny obraz o úrovni poznania a implementácie spoločenskej zodpovednosti a identifikovať oblasti, v ktorých Slovensko v porovnaní s ostatnými krajinami zahrnutými do prieskumu zaostáva.

Od výsledkov prieskumu, ktoré by mali byť známe v prvej polovici tohto roku, sa budú odvíjať ďalšie aktivity projektu, zamerané na zvýšenie povedomia a informovanosti o problematike, ale aj tréningy a školenia pre kľúčových stakeholderov.

## Aké sú predpokladané prínosy projektu?

Hlavným zámerom projektu je urýchliť implementáciu skúseností z oblasti zodpovedného podnikania. Očakávame, že tento cieľ sa podarí dosiahnuť pomocou dôkladného zmapovania aktivít a účastníkov spoločenskej zodpovednosti, identifikáciou oblastí, v ktorých podniková sféra a vláda vyžadujú pomoc, výmenou skúseností a zvýšením povedomia u zainteresovaných partnerov.

# zodpovednosť a úspech zamestnanci a klienti

Dňa 17. mája sa uskutoční už štvrtý ročník konferencie o spoločenskej zodpovednosti firiem. Podujatie sa bude konať v Hoteli Danube a bude nadväzovať na predchádzajúce konferencie. Dominujúcim prvkom bude vzájomná prepojenosť zodpovednosti a úspechu. Pri príležitosti konferencie BLF a Nadácia Pontis spolu s Global Reporting Initiative usporiadajú aj pracovné raňajky G3, ktoré budú v piatok 18. mája. Konferencia bude tento rok rozdelená do štyroch tematických blokov. Predpoludním budú hlavnými témami spoločenská zodpovednosť firiem v regióne strednej Európy a manažovanie v oblasti SZF. Popoludnie bude zamerané na dve skupiny stakeholderov – zamestnancov a klientov.

## 1. blok – Skúsenosti, príležitosti a výzvy SZF v krajinách strednej Európy

V krajinách západnej Európy a v USA má koncept SZF už dlhú tradíciu a nové členské štáty EÚ s touto oblasťou nemajú mnoho skúseností. V prvej časti konferencie sa teda dozvieme, ako sa okolitým štátom darí uchopiť túto tému. Budeme môcť porovnať situáciu v susednom Rakúsku, v ktorom je koncept SZF už dobre rozvinutý, so situáciou na Slovensku, v Maďarsku a Českej republike. V tejto sekcii vystúpia aj Lorenz Fritz z Rakúska a Gyorgy Ligeti z Maďarska.

## 2. blok – Manažovanie spoločenskej zodpovednosti vo firme

Téme zefektívnenia pôsobenia spoločnosti v oblasti spoločenskej zodpovednosti je venovaná druhá časť konferencie. Po prvýkrát na Slovensku vystúpi Alyson Slater, riaditeľka komunikácie organizácie Global Reporting Initiative. Táto organizácia vydala Smernice G3, ktoré sú najpoužívanejšie pri manažovaní a reportovaní o spoločenskej zodpovednosti firmy. V tomto bloku vystúpi aj Karolina Mzyk z UNDP, ktorá predstaví najnovšiu iniciatívu Rozvojového programu OSN pod názvom Global Compact a ukáže možnosti použitia už spomínaných Smerníc G3 pri písaní výročných správ kompatibilných s touto iniciatívou.

## 3. blok – Spoločenská zodpovednosť a klienti

Príležitosť, ako sa zodpovedne správať voči klientom a ako si prípadne zlepšiť svoju reputáciu v očiach súčasných či budúcich klientov, budú nosnými motívmi tejto časti konferencie. Sue Adkins z Business in the Community vo svojej dynamickej prezentácii predstaví u nás zatiaľ málo zaužívaný koncept cause related marketingu a Margaret Hall z Mode 2 Associates bude hovoriť o možnostiach vyhodnocovania vzťahu firmy a jej klientov.

## 4. blok – Spoločenská zodpovednosť a zamestnanci

Podľa najnovších prieskumov zamestnanci, resp. uchádzači o prácu v západnej Európe a severnej Amerike, preferujú spoločnosti s rozvinutou spoločenskou zodpovednosťou. Je situácia na Slovensku podobná? Záverečná časť konferencie je venovaná vzťahu firmy k jej zamestnancom. Keďže aj na Slovensku sa kvalifikovaná pracovná sila stáva nedostatkovým artiklom, cieľom tejto časti je aj hľadanie spôsobu ako motivovať zamestnancov, aby vo firme zostali a boli voči nej lojálni. Jednou z možností je aj firemné dobrovoľníctvo.

## Pracovné raňajky G3

Sprievodným podujatím konferencie budú dňa 18. mája pracovné raňajky G3. Ich hlavnou hostkou bude Alyson Slater z organizácie Global Reporting Initiative, ktorá predstaví nové smernice G3. Alyson sa zameria na implementáciu a používanie nových Smerníc G3 vo firme a ich využitie pri písaní výročných správ o spoločenskej zodpovednosti firmy. Podujatie prebehne v anglickom jazyku.

Registrácia prebieha do 14. mája na stránke [www.blf.sk/konferencia](http://www.blf.sk/konferencia), kde môžete nájsť ďalšie informácie o konferencii, profily všetkých speakrov a iné podrobnosti.

**20 % sumy získanej z registračných poplatkov venujeme charitnému domu Útočište v Kremnici.**



## Sue Adkins

Sue Adkins je CRM riaditeľkou organizácie Business in the Community. Do tejto organizácie nastúpila v roku 1995. Od tejto doby sa venuje otázkam spojeným s témou cause related marketingu a je považovaná za jednu z najväčších odborníčok v tejto oblasti. Sue Adkins je častou hostkou na rôznych podujatiach a konferenciách ako napríklad stretnutia G8 a pod. Je autorkou vôbec prvých Smerníc

cause related marketingu. Vydala veľmi úspešnú knihu Cause Related Marketing – Who Cares Wins. Taktiež spolupracuje s firmami pri implementácii cause related marketingu na trhu.



## Margaret Hall

Margaret Hall je uznávanou odborníčkou v oblasti fundraisingu a komunikácie. Za svoje úspechy obdržala ocenenie od J. William Fulbright Commission – Fulbright-Masaryk Award. Margaret Hall získala titul PhD. na univerzite v Marylande. Takmer 10 rokov bola viceprezidentkou pre rozvoj na univerzite vo Washingtone, predtým pôsobila ako riaditeľka rozvoja na Marylandskej obchodnej škole, kde dokázala získať viac než

10 miliónov dolárov a bola zodpovedná za budovanie a podporu vonkajších vzťahov. Od roku 1999 sa Margaret Hall venuje hlavne lektorskej a konzultačnej činnosti v USA a zahraničí a prednáša na odborných sympóziách po celom svete.



## Branislav Hunčík

Branislav Hunčík je manažérom poradenstva pre ľudské zdroje spoločnosti PricewaterhouseCoopers Bratislava. Špecializuje sa na analýzu HR procesov a nastavovanie efektívnosti riadenia ľudských zdrojov. Od roku 2005 je regionálnym koordinátorom pre strednú a východnú Európu projektov zameraných na meranie návratnosti investícií do ľudského kapitálu. Je akreditovaný spoločnosťou PwC

Saratoga na poskytovanie služieb v oblasti nastavovania efektivity HR oddelení. Má skúsenosti s riadením HR projektov pre lokálne i medzinárodné firmy v Slovenskej a Českej republike. Vyštudoval sociológiu organizácií a riadenia ľudských zdrojov. V súčasnosti prednáša na Karlovej univerzite v Prahe, kde získal vedeckú kvalifikáciu (PhD., PhD.).



## Alyson Slater

Alyson Slater pracuje od roku 2003 ako riaditeľka strategického plánovania a komunikácie v Global Reporting Initiative. Predtým bola zamestnaná vo World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) vo švajčiarskej Ženeve. Narodila sa v Ontáriu (Kanada), ale v súčasnosti pracuje a žije v Holandsku. V roku 2000 získala titul Master v Manažmente zdrojov a Enviromentálnych štúdiách

na Univerzite v Britskej Kolumbii (Vancouver, Kanada). Taktiež má titul z McGillovej Univerzity v Montreale v odbore Geografie a Enviromentálnych štúdií. Jej blog nájdete na [www.globalreporting.blogspot.com](http://www.globalreporting.blogspot.com).

<b>8.00 - 9.00</b>	<b>Registrácia</b>
9.00 - 9.05	<b>Slávnostné otvorenie</b> (Lenka Surotchak, Nadácia Pontis)
9.05 - 9.10	<b>Príhovor generálneho partnera</b> (Pavol Lančarič, Orange Slovensko)
<b>1.</b>	<b>Spoločenská zodpovednosť firiem v strednej Európe</b>
9.10 - 9.25	<b>Skúsenosti, príležitosti a výzvy na Slovensku</b> (Ivan Ježík, Nadácia Pontis)
9.25 - 9.40	<b>Skúsenosti, príležitosti a výzvy v Českej republike</b> (Pavína Kalousová, Fórum darců)
9.40 - 9.55	<b>Skúsenosti, príležitosti a výzvy v Rakúsku</b> (Lorenz Fritz, RespAct)
9.55 - 10.10	<b>Skúsenosti, príležitosti a výzvy v Maďarsku</b> (Gyorgy Ligety, Kurt Lewin Foundation)
10.10 - 10.30	<b>Prestávka</b>
<b>2.</b>	<b>Manažovanie spoločenskej zodpovednosti vo firme</b>
10.30 - 11.00	<b>Global Reporting Initiative</b> (Alyson Slater, GRI, Holandsko)
11.00 - 11.20	<b>Spoločenská zodpovednosť v spoločnosti DaimlerChrysler</b> (Michael Worbs, DaimlerChrysler)
11.20 - 11.40	<b>Global Compact – Iniciatíva Rozvojového programu OSN</b> (Karolina Mzyk, UNDP)
11.40 - 11.55	<b>Diskusia</b>
11.55 - 13.00	<b>Obed</b>
<b>3.</b>	<b>SZF a klienti</b>
13.00 - 13.25	<b>Cause Related Marketing – kto nie je ľahostajný, vyhráva</b> (Sue Adkins, Business in the Community, Veľká Británia)
13.25 - 13.40	<b>SZF a jej uplatňovanie vo vzťahu k zákazníkom prostredníctvom produktov a služieb</b> (Andrea Cocherová, Orange Slovensko)
13.40 - 14.00	<b>Spoločenská zodpovednosť firiem – očakávania a dopady</b> (Margaret Hall, Mode 2 Associates, USA)
14.00 - 14.20	<b>Prestávka</b>
<b>4.</b>	<b>SZF a zamestnanci</b>
14.20 - 14.40	<b>Súčasné trendy a nástroje riadenia ľudských zdrojov</b> (Branislav Hunčík, PricewaterhouseCoopers)
14.40 - 15.00	<b>Work Life Balance – nová filozofia pracovného a osobného života</b> (Ingrid Devin, Dell)
15.00 - 15.15	<b>SZF – Uplatňovanie v podmienkach Enelu Slovenských elektrární</b> (Ladislav Chudý, Enel Slovenské elektrárne)
15.15 - 15.30	<b>Ženy vo firme – súčasné postavenie a možnosti jeho zlepšenia</b> (Jarmila Filadelfiová, Inštitút pre verejné otázky)
15.30 - 15.45	<b>Zapájanie zamestnancov do komunity</b> (Pavel Hřica, Nadácia Pontis)
15.45 - 16.00	<b>Diskusia a ukončenie konferencie</b>

### G3 Business Breakfast – May 18, 2007 \*

08.30 - 09.00	<b>Breakfast</b>
09.00 - 09.10	<b>Opening</b> (Pontis Foundation)
09.10 - 10.00	<b>Presentation on G3</b> (Alyson Slater, GRI, Netherlands)
10.00 - 10.30	<b>Business Case - Practical Experience</b> (Radek Stavěl, Czech Coal Group)
10.30 - 10.40	<b>Coffee break</b>
10.40 - 11.10	<b>Discussion and questions from audience</b>
11.10 - 11.30	<b>Concluding remarks</b> (Alyson Slater, GRI, Netherlands)
11.30 - 11.40	<b>Closure</b>

\*this event is in English

generálny partner

partneri



# cause related marketing

Súčasťou spoločensky zodpovedného správania firmy je aj sociálny marketing založený na princípe spojenia podnikateľského a neziskového subjektu so ziskovým a zároveň dobročinným cieľom. Firma, finančne podporujúca neziskovú organizáciu, získava nefinančnú výhodu, ktorou najčastejšie býva uznanie spoločnosti a zlepšenie imidžu vďaka dobrej reputácii neziskovej organizácie. Zároveň však firma môže profitovať z vyššieho objemu predaja svojich produktov. Takýto marketing poznáme ako zdieľaný, dobročinný alebo sociálny marketing, najčastejšie ho nazývame cause related marketing (CRM). Prečo sa o ňom stále viac hovorí? Prečo je jednou z najrýchlejšie sa rozvíjajúcich marketingových stratégií?

Vo svete neustále rastie záujem marketérov o CRM. Podľa odborníkov pri úspešnej implementácii môže zvýšený predaj priniesť firmám väčšiu viditeľnosť a s ňou nárast spontánnej a podporenej znalosti značky, lepší imidž, väčšiu dôveru a lojalitu klientov. Je príležitosťou neprehliadnuteľne sa odlíšiť od konkurencie, získať pre svoju značku perspektívnu asociáciu či novú emóciu. Je šancou výrazne sa prepojiť s konkrétnym problémom, neziskovou organizáciou, oblasťou podpory či dokonca s konkrétnou osobnosťou. Marketérov povzbudzujú viaceré čísla. Podľa Institute of Economic Growth rastie objem peňazí, ktoré ľudia míňajú na produkty CRM, a výskum Business in Community zase ukázal, že až 80 % zákazníkov zo západoeurópskych krajín a USA by bolo ochotných zmeniť značku kupovaného výrobku, ak by firma, ktorá ich predáva, mala snahu urobiť svet lepším.

Čím to je, že na Slovensku je pomerne málo pokusov o CRM? Výborný súhrnný článok o cause related marketingu napísal Ľudovít Hajduch v Efekte 4/2006. S jeho súhlasom uvádzame niektoré myšlienky. Podľa Hajducha je využívanie mena neziskovej organizácie pre firmy zložitejšie, lebo na Slovensku nemáme veľa neziskoviek so zvučným menom. Doslova píše: „Mnoho obyvateľov nepozná žiadnu neziskovú organizáciu a tí, čo nejakú poznajú, vyslovujú pochybnosť o jej čistých úmysloch bez existencie korupcie.“ Našťastie

si neziskové organizácie na Slovensku stále viac uvedomujú, že musia byť transparentné a otvorene komunikovať o svojej práci, čo sa im podarilo, a o tom, odkiaľ majú peniaze na svoje aktivity. Toto môže vyvolať väčší záujem firiem o CRM. Na ocenenie Vía Bona Slovakia bolo na začiatku roka 2007 zaslaných viac ako 100 nominačných hárkov. Väčšinu z nich zaslali mimovládne neziskové organizácie (MVO), čo potvrdzuje fakt, že sú na efektívnu spoluprácu a vyvážené partnerstvá s podnikateľskými subjektmi pripravené lepšie ako kedykoľvek predtým.

CRM má aj určité riziká, dajú sa však predvídať a manažovať. Podnikateľ s určitou nevie, či mu spojenie s MVO prinesie dostatočný nárast objemu predaja. Klienti nemusia prijať filozofiu kupovania mierne drahšieho produktu s cieľom podpory poslania MVO. Informácia o tom, kto by bol vhodným podporeným subjektom, sa však dá získať priamo od samotných zákazníkov jednoduchým marketingovým prieskumom. MVO dávajú do spolupráce svoje meno a tiež znášajú reputačné riziko. Ich trpezlivou prácou vybudovaná povest môže byť v prípade škandálu či pokryteckého správania sa firmy ohrozená. Ako pri každej spolupráci aj pri CRM je dôležité, aby sa partneri – firmy a MVO – navzájom dobre poznali a vzájomne rešpektovali. CRM im obom ponúka zaujímavú príležitosť zapojiť a angažovať občanov do podpory sociálnej oblasti.

Jednou z pripravovaných aktivít, ktoré môžu prispieť k rozvoju CRM na Slovensku, bude aj prezentácia Sue Adkins z Business in the Community na májovej konferencii o spoločenskej zodpovednosti. Všetci účastníci podujatia budú mať šancu si 17. mája vypočuť v rámci programu jej prednášku Kto nie ľahostajný, vyhráva.

# proti rakovine prsníka

Hoci je cause related marketingových kampaní na Slovensku zatiaľ pomerne málo, niektorým sa úspešne podarilo zaujať širokú verejnosť. Jedným z najznámejších a najdlhšie prebiehajúcich projektov je Avon proti rakovine prsníka. Spýtali sme sa naň Michala Borca z Avon Cosmetics.

## 1. Prečo sa vaša spoločnosť rozhodla pre boj proti rakovine prsníka a na základe čoho ste si vybrali partnera v neziskovom sektore?

Spoločnosť Avon Cosmetics sa na Slovensku zapojila do celosvetového projektu Avon proti rakovine prsníka v roku 1998 spolu s krajinami Vyšehradskej štvorky. Projekt vznikol v roku 1992 vo Veľkej Británii a odvtedy sa rozšíril už do viac ako 50 krajín sveta, čo tvorí približne polovicu zo všetkých krajín, kde Avon pôsobí. Od vzniku charitatívneho projektu na Slovensku spoločnosť Avon spolupracovala so štyrmi neziskovými subjektmi, pričom dnes spolupracuje s nadáciou onkologickej chirurgie Medical, občianskym združením pacientok Europa Donna Slovensko a najnovšie aj s Ligou proti rakovine. S každým z partnerov každoročne pripravujeme projekty, ktoré sú prioritne zamerané na prevenciu, máme však za sebou aj projekty venujúce sa vzdelávaniu zdravotného personálu, ozdravným pobytom pacientok či kúpe rozličných prístrojov. V budúcnosti plánujeme poskytnúť grant na projekt, na ktorý sa môže kvalifikovať ktokoľvek, bude však samozrejme, musieť spĺňať určité kritériá, na ktorých momentálne pracujeme.

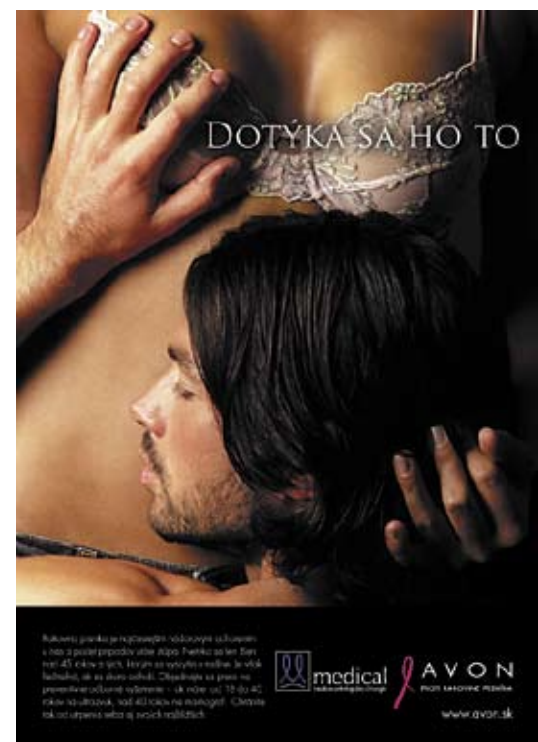
## 2. Váš program nepochybne pomáha rastu povedomia verejnosti o rizikách nádorového ochorenia prsníka, zvyšuje včasnosť jeho zachytenia a vo veľkej miere pomáha nadácii onkologickej chirurgie Medical realizovať svoje programy. Ako hodnotíte rozhodnutie pre cause related marketing Vy? Čo prináša kampaň firme?

Projekt spoločnosti Avon Cosmetics v boji proti rakovine prsníka nie je úzko zameraný len na spoluprácu s nadáciou Medical. Snahou firmy je mať rozličných partnerov a ich pomocou podporovať rôznorodé projekty. Rozhodnutie o začatí projektu na Slovensku nebolo rozhodnutím lokálneho marketingu, ale rozhodnutím globálnych lídrov spoločnosti.

Po deviatich rokoch fungovania projektu sú výsledky naozaj optimistické. Z niekoľkých prieskumov, ktoré pre našu spoločnosť realizovala TNS SK s. r. o., jasne vidieť účinky hlavne mediálnych kampaní zameraných na prevenciu. Povedomie o chorobe rastie. Percento žien, ktoré na základe našich kampaní podstúpi preventívnu prehliadku, prípadne začne vykonávať samovyšetrenie prsníkov, sa tiež zvyšuje. Tieto výsledky dávajú zmysel našim aktivitám. Aktivity

v rámci projektu Avon proti rakovine prsníka jednoznačne potvrdzujú, že naša spoločnosť je, či už na domácom trhu, alebo z globálneho pohľadu, subjektom s vysokou úrovňou spoločenskej zodpovednosti.

Dvojstranu pripravil Ivan Ježík



Plagát kampane boja proti rakovine prsníka



Michal Borec je PR & Advertising Senior Team Leader v Avon Cosmetics. V spoločnosti pracuje sedem rokov. Okrem iných aktivít je od začiatku zodpovedný spolu so svojím tímom za projekt Avon proti rakovine prsníka. Na pozíciách súvisiacich s public relations, reklamou, event manažmentom a podporou predaja pracoval aj v Českej republike, Chorvátsku a Slovinsku.

# stretnutie

## Michaela Hastingsa s médiami a firmami

Pojem spoločenská zodpovednosť sa dostal do našich slovníkov približne v polovici 90. rokov. Fирmy začali venovať časť svojho zisku na rôzne projekty zamerané na ochranu životného prostredia, vzťahy so zamestnancami či na podporu komunity. Postupne sa o to začala zaujímať verejnosť a médiá, ich hlasy boli často kritické. Nie primárne kvôli téme ako optimálne komunikovať o SZF, skôr ako dôsledok nedôvery a nezhody medzi firemným a mediálnym sektorom.

Podľa niektorých názorov ide firmám pri filantropii skôr o vlastnú prezentáciu než o dobro spoločnosti. Michael Hastings má odlišný názor – ako sa vyjadril na II. ročníku medzinárodnej konferencie o SZF v roku 2005 – pri informovaní o spoločenskej zodpovednosti je dôležitý obsah. Média musia informovať verejnosť o dôležitých veciach nestranne, objektívne, nie diktovať vlastný názor.

O koncepcii spoločenskej zodpovednosti sa bude diskutovať aj 3. mája 2007 v priestoroch Svetovej banky. Svoje skúsenosti s medzisektorovou spoluprácou a ovplyvňovaním verejnej mienky cez médiá sprostredkuje organizácia Proti prúdu, ktorá vydáva pouličný časopis Nota Bene. Média a firmy budú spolu hovoriť o tom, či sa zodpovedné podnikanie vypláca, že SZF nie je iba charita, ale komplexná stratégia firmy od zamestnancov po životné prostredie a ako o nej optimálne komunikovať. Podujatím bude sprevádzať bývalý novinár, dnes riaditeľ pre SZF v KPMG, lord Michael Hastings.

Partnermi série stretnutí o zodpovednom podnikaní a o jeho obraze v médiách sú Orange Slovensko, a. s., Philip Morris Slovakia, s. r. o., Provident Financial, s. r. o., a U. S. Steel Košice, s. r. o.

Monika Smolová

Na pozvanie Nadácie Pontis príde 3. mája do Bratislavy lord Michael Hastings, riaditeľ pre SZF v KPMG International. M. Hastings sa zúčastní v poradí už druhého zo série stretnutí s novinármi na tému SZF a jej obraz v médiách. Lord Hastings študoval na London School of Theology. Od roku 1990 pracoval pre médiá. Vystriedal rôzne posty a po príchode do BBC vymenil reportérske pozície za manažérske. Bol prvým riaditeľom pre SZF v BBC. Je prezidentom organizácie Crime Concern a za svoju činnosť v oblasti znižovania kriminality získal v roku 2003 cenu Commander of the British Empire. Za prínos k riešeniu problematiky životných podmienok detí v Afrike získal v roku 2005 cenu UNICEF. Pôsobí v správnych radách Comic Relief, BBC Children in Need a BBC World Service Trust. Je patrónom programu Volunteering England a ToyBox, ktorý pracuje s deťmi na ulici v Latinskej Amerike.



**Michael sa zúčastnil aj na konferencii o SZF v roku 2005**  
V diskusii, ktorú moderoval, zazneli otvorené a inšpirujúce názory

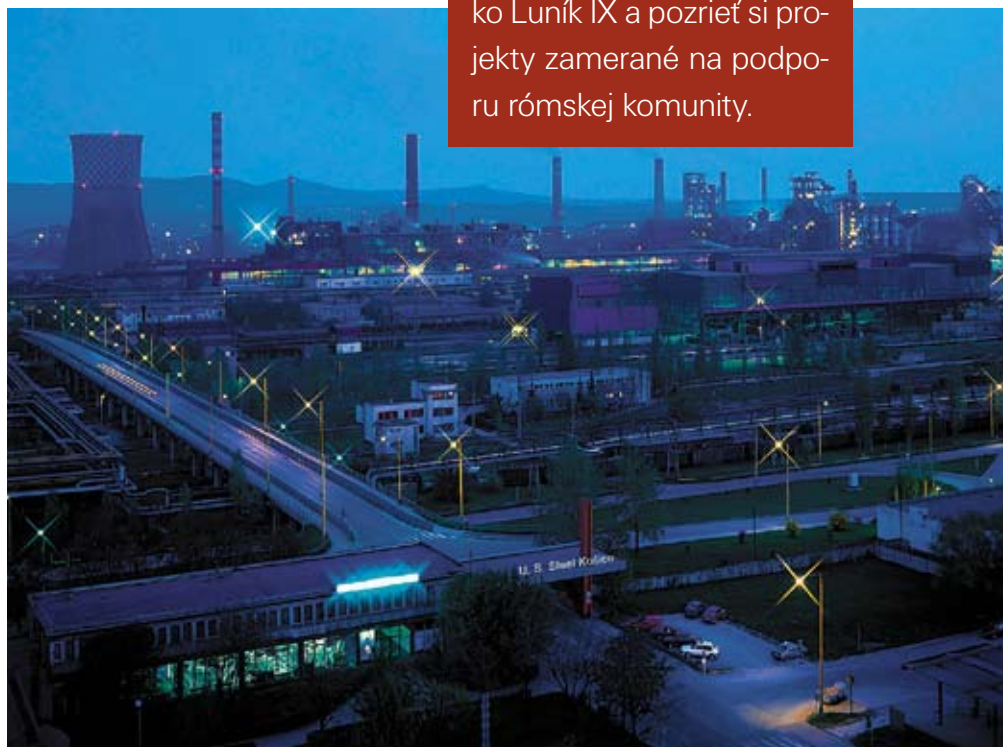
# júnové stretnutie v Košiciach



Dňa 26. júna sa členovia BLF stretnú v Košiciach na jednom z pravidelných štvrtročných stretnutí členov. Okrem pravidelného hodnotenia spoločných aktivít a vzájomného informovania sa o individuálnych aktivitách členov bude súčasťou programu aj exkurzia výrobných prevádzok spoločnosti U. S. Steel Košice, s. r. o. Členovia združenia majú tiež v pláne navštíviť sídlisko Luník IX a pozrieť si projekty zamerané na podporu rómskej komunity.

Členovia združenia sa rozhodli, že júnové štvrtročné stretnutie členov BLF sa uskutoční v Košiciach. Okrem pravidelnej agendy chcú využiť túto príležitosť a plánujú si pozrieť komunitné projekty jedného z členov – spoločnosti U. S. Steel Košice, s. r. o. Na programe bude návšteva sídliska Luník IX, kde sa spoločnosť zameriava na niekoľko projektov na podporu rómskej komunity. Projekt Schola je určený deťom predškolského veku a venuje sa ich príprave na povinnú školskú dochádzku. Medzi ďalšie aktivity patrí rekonštrukcia a vybavenie dielne pracovného vyučovania v ZŠ na Luníku IX, ktorou sa dosiahlo zlepšenie podmienok na získavanie pracovných návykov a zručností rómskych dievčat i chlapcov. Členovia budú mať tiež príležitosť pozrieť si niektoré z divízných závodov spoločnosti ako napríklad DZ Oceliareň, kde sa v štyroch kyslíkových konvertoch a dvoch oceliarniach zabezpečuje výroba širokého sortimentu ocelí pre rôzne aplikačné oblasti.

Jana Ružická



*Areál U. S. Steel Košice, s. r. o. v noci*

## Podpora

### Podpora pre vidiecké regióny

Humanitárna a rozvojová organizácia CARE dostane od siete kaviarní Starbucks 500 tisíc dolárov na financovanie trojročného rozvojového programu vo vidieckych častiach Etiópie. Program zasiahne viac než šesť tisíc ľudí, najmä v oblastiach, kde sa pestuje káva, a bude zameraný na vzdelávacie programy, mikropôžičky a poľnohospodárske aktivity. Starbucks podporuje organizáciu CARE už 15 rokov a celková výška grantov prekročila 3 milióny dolárov.

**viac:** [www.csrwire.com](http://www.csrwire.com)

## Ekológia

### Dohoda firiem

Klimatickými zmenami sa zaoberajú aj firmy. Veľké množstvo z nich sa pripojilo k výzve vládám, aby sa stanovili emisné ciele a aby sa používali finančné nástroje ako napríklad stanovenie cien emisií uhlíka. Medzi signatármi sú napríklad Allianz, Bayer, Citigroup, DuPont, General Electrics a Volvo. Jeffrey Immelt z General Electrics hovorí: „Firmy sú katalyzátorom zmien oblasti ekológie, ale to nestačí. Myslíme si, že vytváranie novej, ekologicky šetrnejšej technológie prinesie nové obchodné príležitosti, ktoré napomôžu k pozitívnej zmene klímy. Ale takou istou silou sa musia zapojiť aj mimovládne organizácie, vlády a vzdelávacie inštitúcie.“

**viac:** [www.mallenbaker.net](http://www.mallenbaker.net)

## Budúcnosť

### IBM proti kontrole genetického kódu

Spoločnosť IBM, jeden z najväčších zamestnávateľov v Spojených štátoch amerických, podporila zákon, podľa ktorého zamestnávateľia a poisťovne nebudú môcť diskriminovať zamestnancov a občanov na základe ich genetického kódu. Poisťovne a firmy nebudú môcť na základe týchto informácií rozhodovať v ekonomických otázkach alebo otázkach poistného krytia.

**viac:** [www.ethicalcorp.com](http://www.ethicalcorp.com)

## Kniha

### Who Cares Wins

Kniha od svetoznámej odborníčky na cause related marketing Sue Adkins – Who Cares Wins prináša komplexný pohľad na problematiku tohto druhu marketingu. Kniha dáva odpovede na viaceré otázky. Je cause related marketing pre firmu prínosný? Môže mojej firme pomôcť? Má CRM veľké náklady? Ďalej odкрýva pozíciu CRM v kontexte marketingu, spoločenskej zodpovednosti firiem a komunitného investovania. V knihe predstavuje výskumné analýzy a postoje klientov vo Veľkej Británii a vo svete. Sue vystúpi s témou CRM aj na konferencii o SZF, ktorá sa uskutoční 17. mája v Bratislave.

**viac:** [www.amazon.com](http://www.amazon.com)

## Kalendár podujatí

### Konferencia o SZF v arabskom svete

#### 22. – 24. apríl, Dubaj

V apríli sa v Dubaji uskutoční prelomová konferencia o SZF. Bude sa zameriavať na spojenie spoločenskej zodpovednosti firmy s potenciálom jej rastu. Jej hlavným cieľom bude pôsobenie na firmy v Perzskom zálive, od ktorých sa očakáva, že budú implementovať vysoké štandardy spoločenskej zodpovednosti, a tým zvyšovať svoju konkurenčnú výhodu.

**organizátori:** Dubai Ethics Resource Centre, Dubaiská obchodná komora, International BLF a Dubai Quality Group

**viac:** [www.dubai-ethics.ae](http://www.dubai-ethics.ae)

### Green Marketing 2007

#### 25. – 27. apríl, Londýn

Úspešná komunikácia environmentálnych záležitostí relevantným stakeholderom môže priniesť výraznú konkurenčnú výhodu. Prvá medzisektorová konferencia o tzv. zelenom marketingu sa konštruktívnym spôsobom zameria na základné otázky z tejto novej oblasti. Na podujatí predstavitelia významných spoločností odprezentujú konkrétne príklady zeleného marketingu. Na konferencii vystúpia aj zástupcovia konzultačných firiem, mimovládnych organizácií a agentúr.

**organizátor:** Centaur Conferences

**viac:**

[www.centaurconferences.co.uk](http://www.centaurconferences.co.uk)

### Zlepšovanie zamestnaneckého dobrovoľníckeho programu

#### 25. – 27. apríl, Boston

Ako zlepšiť participáciu vašich zamestnancov do dobrovoľníckeho programu? Ako môžete efektívne vybrať a komunikovať hodnotu vášho programu? Aký softvér používať pre ukladanie všetkých potrebných informácií? Podujatie nasleduje po úspešnom seminári Budovanie efektívneho zamestnaneckého dobrovoľníckeho programu. Bude sa venovať najmä zlepšovaniu vytvorených dobrovoľníckych schém. Súčasťou konferencie bude aj vzdelávací program a možnosť zapojiť sa do on-line fóra pre vymieňanie si poznatkov.

**organizátor:** Boston College Center for Corporate Citizenship

**viac:** [www.bccccc.net](http://www.bccccc.net)

Stranu pripravil Michal Kišša

## International Finance Corporation

International Finance Corporation je súčasťou Svetovej banky. Svoje sídlo má vo Washingtone a jej hlavné ciele sú v súlade s cieľmi Svetovej banky – presadzovanie trvalo udržateľného súkromného investovania v rozvojových krajinách, ktoré napomáha znižovať chudobu a zlepšovať životy ľudí. IFC funguje od roku 1956 a postupom času sa stala najväčším poskytovateľom úverov súkromným spoločnostiam, ktoré rozširujú svoje aktivity v rozvojových krajinách. Jedným z cieľov je aj podporovanie správneho riadenia firiem. Čo to podľa IFC znamená? Správne definované akcionárske práva, silná vnútorná kontrola, vysoká miera transparentnosti a správna rada s dostatočnými právomocami. V tejto oblasti je veľký potenciál a odborníci z IFC sú pripravení pomôcť finančným inštitúciám využiť možnosti tohto trhu.

Aké sú príležitosti v tomto trhovom segmente?

- **Prístup k trhu s veľkým potenciálom rastu:** Finančné inštitúcie môžu rozšíriť poradenstvo v tejto oblasti na všetky druhy firiem – malé či stredné podniky, veľké korporácie či rodinné podniky.
- **Nízke úverové riziko:** Správne riadenie zlepšuje úverové hodnotenie spoločnosti, zvyšuje jej výkonnosť, čo vedie k zníženiu úverového rizika.
- **Zlepšenie portfólia:** Zlepšením riadenia firiem, ktoré sú klientmi finančných inštitúcií, si môžu tieto inštitúcie zlepšiť aj výkonnosť svojho portfólia. Ratingové agentúry potom hodnotia takéto inštitúcie lepšie, čo môže viesť k lacnejšiemu získavaniu kapitálu.
- **Trhové odlišenie:** Inštitúcie, ktoré majú s poskytovaním poradenstva v tejto oblasti skúsenosti, sú pre firmy, ktoré by chceli zlepšiť svoje riadenie, oveľa atraktívnejšie.
- **Zvýšenie hodnoty značky:** Finančné inštitúcie získajú podporou dobrého riadenia firiem reputáciu, ktorá zvýši hodnotu ich značky u akcionárov, zákazníkov a iných zainteresovaných osôb.