

O tom, ako generálni riaditelia členských firiem zhodnotili vývoj a aktivity v oblasti spoločenskej zodpovednosti firiem na Slovensku v roku 2006 a trojročnú prácu BLF, píšeme vo vnútri časopisu. Zrekapitulujeme krátko, čo dôležité sa udialo v tejto oblasti vo svete.

Počet firiem aktívne sa venujúcich tejto oblasti neustále rastie a úmerne tomu aj počet realizovaných projektov, konferencií a iných vzdelávacích podujatí. V priebehu roka vyšlo spolu asi 2 100 správ o spoločenskej zodpovednosti. Ich zameranie je stále konkrétnejšie, stúpa ich dostupnosť. Klienti firiem správy až tak nečítajú, ale oceňujú, že ich majú k dispozícii. Stále viac firiem si začína uvedomovať, že dôveryhodnosť správ sa zvyšuje používaním štandardizovaných metód vyhodnocovania a nezávislým auditovaním. Zaujímavým trendom je, že popri finančných auditoch nadnárodných spoločností veľkej štvorky sa v nich začínajú úspešne etablovať aj rešpektované lokálne mimovládne organizácie. Májové stretnutie potvrdilo, že práce na vývoji štandardov ISO 26 000 pokračujú úspešne. Začnú sa však používať najskôr asi o tri roky, preto azda najvýznamnejšou udalosťou bol októbrový príchod G3 – tretej generácie indikátorov spoločenskej zodpovednosti Global Reporting Initiative. Za zmienku istotne stojí film An Inconvenient Truth. Vďaka Al Gorovi sa o klimatických zmenách diskutuje viac a treba veriť, že tieto debaty povedú k reálnym výsledkom.

Rok 2007 bude zaujímavý a pestrý. Vzrastie prepojenie tejto témy s motiváciou a podporovaním lojality zamestnancov. Na Slovensku očakávame tiež viaceré projekty firemného dobrovoľníctva skupiny Engage, väčšiu odbornú diskusiu o GRI a výsledky rozšírenej skupiny používajúcej metodiku Štandard komunitné investovanie. Pravdepodobne uvidíme aj inovatívne projekty sociálneho marketingu. Koncom apríla spoznáme víťazov už siedmeho ročníka ocenenia Via Bona Slovakia a na medzinárodnej konferencii 17. mája u nás opäť privítame viacerých renomovaných odborníkov zo zahraničia. Budeme sa usilovať, aby vám newsletter aj naďalej poskytoval prehľadne spracovaný súhrn aktuálneho diania.

Ivan Ježík



Pozitívna energia pre šport

Západoslovenská energetika, a. s., pokračuje v realizácii úspešného grantového programu, v januári podporila 14 projektov v súhrnnej sume 3 299 085 Sk, v minulom kole získalo podporu aj vybudovanie ihriska pre skejtbordistov (na snímke) v obci Bošany

Global Reporting Initiative a Global Compact prirodzené a silné partnerstvo

Do iniciatívy Organizácie spojených národov Global Compact sa zapojilo už viac než 2700 spoločností z 94 krajín a 500 občianskych združení. Všetky sa snažia do svojich politík zapracovať desať základných princípov, ktoré sa týkajú oblasti ľudských práv, pracovných štandardov, životného prostredia a boja proti korupcii. Každá organizácia, ak chce zostať členom Global Compact (GC), používať jej logo a zúčastňovať sa jej podujatí, musí každoročne napísať správu, ktorá informuje verejnosť o tom, aký pokrok v tejto oblasti dosiahla. Ale ako takú správu napísať? Tretia generácia smerníc Global Reporting Initiative (GRI) je na to vhodným nástrojom. Stovky organizácií deklarovalo používanie GRI a nová verzia G3 vyvolala koncom roku 2006 medzi firmami obrovský záujem. Podľa Georga Kella, výkonného riaditeľa Global Compact, totiž poskytnie jeden z najlepších spôsobov, ako môžu firmy prezentovať splnenie svojho záväzku voči Global Compact.

Čo majú GRI a GC spoločné? Transparentnosť, medzivládne uznanie, podporu OSN, zameranie na všetkých stakeholderov. Obe tiež presadzujú koncept dobrovoľnej aktivity nad rámec zákonných pravidiel, podporujú spoločenskú zodpovednosť a trvalú udržateľnosť. GC definuje hodnoty a operačné princípy, GRI vytvára rámec pre tvorbu správ a poskytuje praktický základ pre ich publikovanie. Publikovaním správ s využitím najnovších G3 smerníc GRI môžu spoločnosti splniť svoj záväzok voči Global Compact. Smernice G3 určujú princípy reportovania a definujú indikátory riadenia a výkonnosti. Tieto sú zorganizované tak, aby jasne korešpondovali s požiadavkami GC. Každá požiadavka GC má paralelný element v smerniciach G3. Podrobnejšie sa im venujeme v téme čísla na vnútornej dvojstrane. Spojením iniciatív sa zvyšuje sila a šanca na úspech každej z nich. A to je určite dobrá správa pre všetkých podporovateľov myšlienky zodpovedného podnikania.

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

Integrácia postihnutých

Západoslovenská energetika, a. s., podporila sumou 1,4 milióna Sk päť projektov, ktoré zlepšujú možnosť integrácie zdravotne postihnutých osôb do pracovného procesu. Vďaka týmto projektom si od marca našlo a udržalo prácu viac ako 25 znevýhodnených osôb v regióne západného Slovenska. V rámci programu bol spustený aj internetový portál www.supz.sk, ktorý pomáha zdravotne postihnutým, dlhodobo nezamestnaným, zamestnávateľom, agentúram podporovaného zamestnávania a širokej verejnosti.

Zbierka šiat

Spoločnosti Citigroup, Hewlett-Packard Slovakia, s. r. o., a Cisco Systems Slovakia, spol. s r. o., realizovali v decembri internú zbierku šiat pre Rómov z dedinky Letanovce. Zbierka teplého oblečenia a zimnej obuvi prebehla súbežne v každej z firiem a mohli sa do nej zapojiť všetci zamestnanci. Podarilo sa vyzbierať 26 vriec rôzneho šatstva, obuvi a hračiek, ktoré sa rozdelili v miestnom komunitnom centre za pomoci sociálnej pracovníčky a rómskych asistentov.

Nahrávka pre nevidiacich

Spoločnosti Orange Slovensko, a. s., a Philip Morris Slovakia, s. r. o., realizovali ku koncu roka projekt načítavania kníh pre deti so zrakovým postihnutím. Cieľom bolo načítať dve rozprávkové knihy – Dvaja na ceste a Traja pátrači: Záhada smrtiaceho talizmanu. Načítavanie prebiehalo v amatérskych nahrávacích štúdiách a v októbri sa ho zúčastnilo desať zamestnancov spoločnosti Philip Morris a v decembri deväť dobrovoľníkov zo spoločnosti Orange.

Stromčeky práni

Manželka prezidenta U. S. Steel Košice, Susan Lohrová, v detských domovoch z východného Slovenska už druhýkrát zozbierala tajné želania ich malých obyvateľov. Deti svoje prania napísali na kartičky, ktoré neskôr zdobili vianočné stromčeky v podniku. Zamestnanci nesklamali a jednotlivé želania detí premenili na skutočnosť. Osemnásť obrovských škatúl s viac než tisíc darčekmi odovzdali deťom žijúcim v domovoch v Remetských Hámroch, Hostoviciach, Šarišských Michaľanoch a Podolínci.

Rozvoj športovísk

Západoslovenská energetika, a. s., pomáha zveľaďovať športoviská v regióne západného Slovenska. Hodnotiacia komisia pre grantový program Pozitívna energia pre šport 2007 dňa 22. januára 2007 vybrala 14 najkvalitnejších projektov zo 111 žiadostí, ktoré podporila sumou 3 300 000 Sk. Rozhodujúcimi kritériami boli: celoročné využitie športoviska, otvorenosť pre verejnosť, estetické, architektonické a environmentálne hľadisko a zapojenie miestnej komunity do budovania a údržby areálu.

Nádej a Vzdelanie

Nadácia VÚB prideliла v programoch Vzdelanie a Nádej pätnástim projektom granty v celkovej výške 4 773 717 Sk. Cieľom programu Vzdelanie je podpora mladých ľudí, ktorí majú ambíciu naplno využiť svoj potenciál a aktívne hľadajú spôsoby vzdelávania nad rámec bežného štúdia. Program Nádej pomáha zlepšovať kvalitu života mentálne a telesne postihnutých a ich plnohodnotné začlenenie sa do života a pracovného procesu.



Letanovce

Rómovia tprezvlivo počúvali, ako sa bude šatstvo rozdeľovať

rozumieť nepočujúcim



Spoločnosť T-Mobile Slovensko spolupracuje so Slovenským zväzom sluchovo postihnutých už päť rokov. Sluchovo postihnutí spoluobčania využívajú na uľahčenie vzájomnej komunikácie najmä SMS, MMS a dátové služby, preto T-Mobile v snahe zjednodušiť a zlepšiť poskytovanie svojich služieb tejto cieľovej skupine vyškoloval 23 predajcov z celého Slovenska v komunikácii v posunkovej reči. Ako jediná spoločnosť na Slovensku ponúka možnosť komunikovať bez prítomnosti tlmočníka či použitia pera a papiera.

V septembri 2006 sa uskutočnil už druhý ročník školenia posunkovej reči. Predajcovia z predajní v bratislavskom, banskobystrickom, žilinskom a košickom kraji sa pod vedením profesionálnych lektorov učili jednoručnú prstovú abecedu a základy posunkovej reči, dozvedeli sa informácie o špecifikách cieľovej skupiny, preferovaných typoch mobilných telefónov a využívaných služieb. Spoločnosť T-Mobile Slovensko rozšírila v roku 2006 realizáciu tohto unikátneho projektu o dve nové aktivity. V súčasnosti prebieha posledná etapa

testovania prevádzky piatich mobilných tlmočnických centier, ktoré sluchovo postihnutí občania budú využívať na ich vzájomnú komunikáciu prostredníctvom služby Rýchly internet a webových kamier. T-Mobile tiež pripravuje elektronický manuál pre predajcov, ktorý bude slúžiť ako pomôcka na opakovanie už nadobudnutých poznatkov počas školenia a bude obsahovať simulácie bežných situácií z predajnej praxe.

Skúsenosti z praxe ukazujú, že o tieto služby je medzi sluchovo postihnutými

Som naozaj veľmi šťastný, keď vidím na ľuďoch úsmev a očarenie z toho, že niekto sa im snaží zlepšiť podmienky. Rozhodne to vrhá lepšie svetlo aj na T-Mobile a bolo by super v tom pokračovať a zdokonaľovať zručnosti predajcov aj týmto smerom. Pri komunikácii rukami bez použitia slov si človek viac uvedomuje význam povedaného a učí sa hľadať to najdôležitejšie, teda, že dôležité je menej hovoriť, ale veľa povedať.

Marek Dodrv
z predajne na Nám. SNP v Bratislave

spoluobčanmi veľký záujem. Veľmi vítajú možnosť zakúpiť si mobilný telefón, aktívovať služby či zvoliť si najvhodnejší volací program podľa individuálnych potrieb klienta prostredníctvom posunkov.

Jana Ružická

Zamestnancov školenie bavilo

naučili sa niečo nové a tešili sa na to, ako budú môcť pomáhať



výsledky práce a výzvy

naděje prijali Veit Dengler (Dell, s.r.o.), Peter Dixon (Provident Financial, s.r.o.), Juraj Droba (T-Mobile Slovensko, a.s.), Daniela Farkašová (Pfizer Luxembourg SARL, a.s.), Igor Thám (Citigroup), Ján Kondáš (Slovak Telekom, a.s.), Pavol Lančarič (Orange Slovensko, a.s.), Peter Weber (Hewlett-Packard Slovakia, s.r.o.) a Igor

Na výročnom stretnutí 8. decembra generálni riaditelia členských firiem BLF bilancovali tri roky práce a diskutovali o stave spoločenskej zodpovednosti firiem na Slovensku. Prácu v združení považujú za zmysluplnú a prospešnú. Diskusia a výmena skúseností obohacuje ich vnímanie vlastnej zodpovednosti a spoločne realizované aktivity im pomáhajú motivovať a inšpirovať ďalších.



Zorád (Skanska). Po príhovore prezidenta BLF Pavla Lančariča, generálneho riaditeľa Orange Slovensko, a.s., bilancovala dosiahnuté výsledky trojročnej práce združenia Lenka Surotchak, riaditeľka Nadácie Pontis (tri roky práce združenia sú zhrnuté v publikácii, ktorú sme distribuovali s minulým vydaním newslettera – v elektronickej podobe je k dispozícii na www.blf.sk). Zaujímavými témami neformálnej diskusie boli názory na skúsenosti z podnikania v stále ešte mladej demokracii, rozvoj filantropie a používanie medzinárodne uznávaných štandardných nástrojov meraan, vyhodnocovania a reportovania spoločenskej zodpovednosti. Účastníci zhodne konštatovali, že význam ich používania na Slovensku ďalej porastie. Otvorene sa rozprávali o tom, čím môžu firmy a oni osobne prispieť v presadzovaní zodpovedného podnikania na Slovensku.

Judith Macgregor, veľvyslankyňa Spojeného kráľovstva Veľkej Británie a Severného Írska, privítala vo svojej rezidencii účastníkov stretnutia. Pozvanie hostiteľov Judith Macgregor, Wendy

Roebuck a Richarda Beamsa a organizátorov z Nadácie Pontis Lenky Surotchak, Ivana Ježíka a Janky Ružickej a čestných hostí Venduly Svobodovej, Janisa Sidovského a Olgy Reicheltovej z Kapky

anketa o časopise

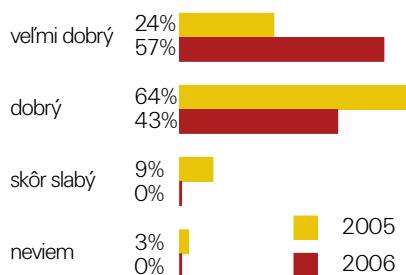
Koncom roka 2006 uskutočnila Nadácia Pontis elektronickú anketu o spokojnosti s kvalitou BLF newslettera. Možnosť zúčastniť sa jej využilo 35 respondentov. Hoci nešlo o reprezentatívny prieskum, výsledky sú zaujímavé. Na otázky totiž odpovedali najmä ľudia, ktorí sa o tému zodpovedného podnikania zaujímajú (1 – 2 roky uviedlo 45 %, 3 – 4 roky ďalších 34 % respondentov). Percento tých, pre ktorých je rozhodujúcou súčasťou práce, sa zvýšilo z 36 % na 48 %.

Spokojnosť s obsahom vzrástla

Respondenti časopis čítajú pravidelne. 60 % číta každé číslo a 31 % skoro každé číslo. Len traja uviedli, že časopis čítajú len zriedka. Väčšina preferuje tlačенú podobu časopisu (85 %) a prečítajú si v ňom všetky (31 %) alebo takmer všetky články (57 %). Všetci vyjadrili názor, že časopis dostatočne informu-

je o téme spoločensky zodpovedného podnikania – rozhodne áno odpovedalo 48 % a skôr áno 52 %. Nikto nehodnotil obsahovú stránku časopisu negatívne, všetci respondenti sú s obsahom viac-menej spokojní. 57 % hodnotilo časopis ako veľmi dobrý (minulý rok to bolo 24,2 %). Najobľúbenejšou rubrikou je **Téma čísla** (100 % sa vyjadrilo, že je veľmi alebo celkom zaujímavá). Druhá v poradí bola rubrika **Aktivity členov združenia** (94 %) tesne nasledovaná rubrikou

Obsah časopisu



Informácie a kalendár podujatí (91 %). 76 % respondentov hodnotilo grafickú úroveň časopisu ako veľmi dobrú alebo skôr dobrú, čo je približne rovnaké ako pred rokom.

Čo by ste radi čítali v roku 2007?

V jedenástej otázke sme sa čitateľov pýtali, o čom by si v budúcnosti najradšej prečítali v našom časopise. Najviac by privítali, aby sa časopis venoval **Reportingu o CSR** (97 %). Ďalej nasledovali témy: Firemná filantropia, Dobrovoľníctvo, Spolupráca s mimovládny- mi organizáciami, Zamestnanecká politika, Životné prostredie a nakoniec Dodávateľský reťazec. Výsledky ankety nájdete na www.blf.sk v časti Newsletter. Členovia redakčnej rady ich vzali do úvahy už pri príprave tohto čísla. Do najpopulárnejšej rubriky **Téma čísla** sme zaradili rozsiahlejší materiál o Global Reporting Initiative.

Štandard komunitné investovanie

Vo štvrtok 18. januára sa na prvom pracovnom mítingu v druhom roku spoločnej práce stretli zástupcovia firiem, ktoré budú na vyhodnotenie svojej firemnej filantropie a komunitného investovania za rok 2006 používať medzinárodne uznávaný London Benchmarking Model. O prácu v skupine v roku 2007 prejavilo predbežný záujem už viac ako desať firiem. V minulom roku členom pracovnej skupiny podľa vlastného vyjadrenia metodika pomohla najmä pri získaní komplexných údajov pre nastavenie a skvalitnenie darcovskej stratégie. Podarilo sa im zlepšiť interný manažment a získať transparentné údaje. Svoje rozhodnutia robia teraz na základe kvalifikovanejších podkladov, nimi reportované údaje sú vierohodnejšie. Pre všetkých členov v roku 2007 je pripravená nová elektronická aplikácia, ktorá zefektívni zber dát a ešte viac sprehľadní výsledky evaluácie. Druhé stretnutie členov skupiny pracujúcej pod vedením Janky Ružickej, programovej koordinátorky Nadácie Pontis, je naplánované na 22. februára.

Engage na Slovensku

V druhej polovici februára sa opäť stretnú na pracovnej schôdzke členovia formujúcej sa skupiny Engage, ktorá sa špecificky zameriava na rozvíjanie aktivít firemného dobrovoľníctva na Slovensku. Firmy chcú vytvárať podmienky pre mimovládne organizácie tak, aby mohli s nimi čo najlepšie spolupracovať. Skupina sa sústreďuje aj na motivovanie ďalších podnikateľských subjektov k firemnému dobrovoľníctvu. Na stretnutí sa predpokladá účasť firiem Citigroup, Philip Morris Slovakia, Hewlett-Packard Slovakia, IBM, Allen & Overy, DLA Piper, Linklaters, Cisco Systems. Je možné, že prídu aj ďalší. Od 11. do 14. februára sa Pavel Hrica z Nadácie Pontis zodpovedný za koordináciu programu Engage na Slovensku zúčastnil stretnutia európskych brokerov v Londýne. Tí si tu vymieňali praktické skúsenosti z realizovaných aktivít a tipy na úspešné projekty. Stretnutie organizoval britský partner nadácie, organizácia Business in the Community. Určite bude zaujímavou inšpiráciou aj pre formujúcu sa sieť na Slovensku.

Seminár na FSEV UK

V letnom semestri akademického roka 2006/2007 bude na Fakulte sociálnych a ekonomických vied Univerzity Komenského opäť prebiehať pre študentov 4. ročníka seminár Spoločenská zodpovednosť firiem. Kurz vedie znova Michal Bunčák, programový koordinátor Nadácie Pontis a spoluautor prvej slovenskej publikácie o zodpovednom podnikaní, ktorý ho prvýkrát prednášal v minulom školskom roku. Cieľom kurzu je pomôcť študentom pochopiť šírku prostredia, v ktorom firma podniká, a naučiť sa vyhodnocovať rozličné etické, environmentálne a spoločenské aspekty podnikania. Témami stretnutí bude vznik a história spoločenskej zodpovednosti firiem, životné prostredie, medzisektorová spolupráca, starostlivosť o zamestnancov, etika v podnikaní, ale aj spoločenská zodpovednosť malých a stredných firiem, či komunikácia spoločenskej zodpovednosti. Hovoriť sa nebude len v teoretickej rovine, študenti budú mať príležitosť diskutovať o rôznych praktických príkladoch spoločensky zodpovedného podnikania priamo so zástupcami firiem.

Global Reporting Initiative

Ako rástli a špecifikovali sa očakávania spoločensky zodpovedného podnikania firiem, súbežne vznikali rozličné nástroje súvisiace s meraním, kontrolou, auditovaním či písaním výročných správ. Líšia sa rozsahom, cieľom, spôsobom implementácie či aplikovateľnosťou na podnikateľské sektory. Výstupy niektorých z nich je možné spätne kontrolovať, z iných nie. Patria sem všeobecné smernice, kódexy správania sa, rôzne charty či schémy na kontrolu investícií. Nástroje, podľa ktorých je možné aj merať, umožňujú firmám túto oblasť lepšie manažovať, medziročne porovnávať výkonnosť firmy v oblasti zodpovedného podnikania a transparentne pripravovať informácie pre rôznych stakeholderov.

3. Ratingové ukazovatele

Súbor kritérií, podľa ktorých je možné vytvoriť ratingové hodnotenie. Na základe týchto ratingov sa sociálne zamerané investičné fondy rozhodujú, ktoré firmy sú vhodné na tzv. sociálne zodpovedné investovanie. Individuálne fondy majú vlastné kritériá hodnotenia, avšak v poslednej dobe vznikli ratingy ako FTSE4Good alebo Dow Jones Sustainability Group Index.

4. Rámce pre audit a reporting

Procesné smernice, ktoré sa týkajú reportinových a zúčtovateľných rámcov (napríklad Global Reporting Initiative alebo AA1000S). Tieto nástroje nešpecifikujú ciele, ktoré treba dosiahnuť, ale sústreďujú sa na poskytnutie rámca pre publikovanie správ o sociálnych, ekonomických a environmentálnych aktivitách firmy.

Európska komisia v roku 2003 vo svojom materiáli ponúkla pomerne kvalitné zmapovanie nástrojov. Hlavné nástroje tu rozdelila do štyroch základných skupín:

Audit Scheme (EMAS), SA8000 alebo London Benchmarking Group (u nás známe ako Štandard komunitné investovanie).

1. Princípy a kódexy správania sa

Smernice obsahujúce široko uznávané metódy konania spoločnosti, avšak neobsahujúce mechanizmy externej kontroly. Niektoré môžu obsahovať element samostatného podávania správ (napr. UN Global Compact, Ethical Trading Initiative alebo Global Sullivan Principles). Iné môžu podliehať vonkajšej kontrole buď neformálne (napríklad verejná kontrola kódexu WHO/UNICEF) alebo formálne (Smernice OECD).

2. Smernice pre manažérske a certifikačné schémy

Kontrolovateľné smernice pre implementáciu, spätnú kontrolu a externú certifikáciu dodržiavania štandardov. Tieto nástroje pomáhajú spoločnostiam zlepšiť vnútorné procesy. Medzi tieto nástroje patria napríklad Eco-Management and

Nástroje sa v rozličnej miere venujú jednotlivým rovinám – základný prehľad poskytuje tabuľka:

	Ekonomická	Sociálna	Environmentálna
UN Global Compact	●	●	●
Smernice OECD	●	●	
ISO9000/ISO 14001			● ●
FTSE4Good	●	● ●	● ●
Dow Jones GSI	●	● ●	● ●
GRI	● ● ●	● ● ●	● ● ●
AA1000S	●	● ● ●	●

symbol rozsah

- obsahuje s rozsiahlym pokrytím
- obsahuje s čiastočným pokrytím
- obsahuje s minimálnym pokrytím
- prázdne vôbec neobsahuje

Z tabuľky vidno, že najkomplexnejším nástrojom je Global Reporting Initiative. Po posledných úpravách v minulom roku sa stal navyše ešte atraktívnejším. Je výrazne flexibilnejší

a použiteľný nielen pre nadnárodné firmy, ale aj pre ich dcérske spoločnosti či malé a stredné podniky. Rozhodli sme sa venovať dnešnú tému čísla práve GRI.

Čo je GRI?

Global Reporting Initiative (GRI) je nezávislá medzinárodná inštitúcia, ktorá vznikla v Amsterdame v roku 1997 ako spoločná iniciatíva americkej mimovládnej organizácie Coalition for Environmentally Responsible Economies (CERES) a United Nations Environment Programme. Hlavným cieľom práce inštitúcie je zvýšenie kvality, spoľahlivosti a využiteľnosti výročných správ o spoločensky zodpovednom podnikaní, pričom výročnú správu definuje ako verejne publikovaný dokument prístupný všetkým partnerom firmy, poskytujúci detailný prehľad o pozícii firmy a jej aktivitách v širších ekonomických, environmentálnych a sociálnych súvislostiach.

G3 – najprepracovanejšie štandardy

GRI uskutočnila počas roku 2005 sériu pracovných stretnutí, ktorých cieľom bolo optimalizovať smernice z roku 2002. Vznikla tak už tretia generácia smerníc reportovania s prívlastkom G3. Smernice G3 sú v súčasnosti najprepracovanejšími štandardmi reportovania o spoločenskej zodpovednosti firiem a používa ich viac ako 860 spoločností na celom svete. Začiatkom roku 2006 GRI sprístupnila návrhy nových smerníc G3 spolu so zoznamom indikátorov výkonnosti verejnosti na diskusiu. Potom prebiehalo zapracovanie zozbieraných komentárov. Nové smernice vytvárajú predpoklad na to, aby sa do reportovania o spoločenskej zodpovednosti zapojilo viac subjektov. Sú totiž jednoduchšie, lepšie prepojené s internými manažérskymi procesmi, prehľadnejšie a budú kompatibilné s inými existujúcimi štandardmi a procesmi. S finálnou podobou smerníc G3 sa záujemcovia oboznámili na úspešnej medzinárodnej konferencii v Amsterdame 4. – 6. októbra 2006.

Princípy prípravy výročnej správy

G3 definujú desať základných princípov, ktoré pomáhajú firme robiť rozhodnutia pri definovaní obsahu, rozsahu a kvality správy. **Štyri** sú o tom, ku ktorým otázkam a problémom sa v správe vyjadrovať, zvyšných **šesť** pomáha dosahovať a zvyšovať kvalitu správy.

1 princíp relevantnosti informácií

Princíp relevantnosti informácií sa vzťahuje na dôležitosť, ktorá je priradená určitému aspektu, indikátoru alebo informácii a je líniou, pri prekročení ktorej je informácia dostatočne dôležitá na to, aby bola zaradená do správy.

2 princíp spolupráce so zainteresovanými subjektmi.

Reportujúca organizácia by sa mala systematicky snažiť, aby boli všetci stakeholderi aktívne zapojení do zvyšovania kvality a zamerania správy.

3 princíp kontextu trvalo udržateľného rozvoja

Organizácia podávajúca správu by mala reportovať o svojich aktivitách v kontexte sociálnych, ekologických a iných skutočností a v kontexte vplyvu svojich aktivít na okolie.

4 princíp úplnosti informácií

V správe by sa mali objaviť všetky informácie, ktoré sú potrebné na zhodnotenie ekonomickej, environmentálnej a spoločenskej výkonnosti firmy v danom časovom období, vo vymedzených hraniciach a rozsahu.

5 princíp vyváženosti

Správa by sa mala vyhnúť nevyváženosti výberu a prezentácie informácií a mala by sa snažiť poskytnúť vyvážený prehľad o výkonnosti firmy, ktorá správu podáva.

6 princíp porovnateľnosti

Údaje zverejnené v správe by mali byť porovnateľné s údajmi za predchádzajúce obdobie, ako aj s údajmi, ktoré zverejňujú iné organizácie.

7 princíp presnosti

Firma by sa mala snažiť podávať presné informácie s malou mierou chýb tak, aby boli spoľahlivé a mohli byť použité pri rozhodovaní.

8 princíp pravidelnosti

Správa by mala byť vydávaná pravidelne za určité časové obdobie, zväčša za jeden rok. Odporúča sa správu zverejniť spolu s finančnou správou.

9 princíp zrozumiteľnosti

Správa by mala byť napísaná jasne a zrozumiteľne tak, aby jej porozumeli cieľové skupiny, ktorým je určená. Odporúča sa prispôbiť jazyk čo najširšiemu počtu čitateľov, avšak údaje by nemali byť za týmto účelom skreslené.

10 princíp spoľahlivosti

V správe by mali byť čo najspoľahlivejšie údaje. Indikátory môžu mať kvalitatívnu a kvantitatívnu podobu. Malo by platiť pravidlo, že najdôležitejšie indikátory by mali mať aj najvyššiu spoľahlivosť.

Rozsah

Firmy reportujúce podľa GRI sa zvyčajne riadia pravidlom, že do správy treba zhrnúť výkonnosť všetkých subjektov, ktoré firma kontroluje alebo má na ich pôsobenie rozhodujúci vplyv.

Indikátory výkonnosti

Spolu 79 indikátorov je rozdelených v troch rovinách do šiestich kategórií. Každý je označený ako základný alebo doplňujúci indikátor. Každý indikátor má zároveň svoj protokol, ktorý obsahuje jeho podrobnú definíciu, metodológiu postupu pri vyplňaní, referencie i zdôvodnenie relevantnosti jeho zahrnutia do úplnej správy.

Ekonomická rovina – výkonnosť

Ekonomické vplyvy	7 základných (9 všetkých)
-------------------	---------------------------

Environmentálna rovina – výkonnosť

Životné prostredie	15 základných (30 všetkých)
--------------------	-----------------------------

Sociálna rovina – výkonnosť

Pracovné predpisy a právo na dôstojnú prácu	9 základných (14 všetkých)
Ľudské práva	6 základných (9 všetkých)
Spoločnosť	6 základných (8 všetkých)
Zodpovednosť produktov	4 základných (9 všetkých)

Každá firma si pri používaní GRI môže zvoliť, ktoré indikátory chce použiť pri svojich meraniach a písaní správy. Touto voľbou sa rozhoduje pre niektorú z aplikačných úrovní. Napríklad, na úrovni C si stačí vybrať 10 indikátorov tak, aby z každej roviny bol prítomný jeden, na úrovni B 20 indikátorov tak, aby z každej zo šiestich kategórií bol prítomný jeden a na úrovni A treba merať a do správy zahrnúť všetky základné indikátory. Aplikačných úrovní je viac, existujú aj ďalšie podmienky a aj medzistupne (C+, B+ a A+). Je dôležité zdôrazniť, že aplikačná úroveň vyjadruje rozsah reportovania a nie kvalitu výsledku.

Ďalšie zaujímavé informácie o G3 si záujemcovia nájdu na www.globalreporting.org. Štandardy budú jednou z tém prezentácií a workshopu na májovom štvrtom ročníku konferencie o spoločenskej zodpovednosti.



zamestnanci významný kapitál firmy

Vo všeobecnosti považujeme za stakeholderov všetky osoby a inštitúcie, ktoré vplyvajú na podnikanie firmy alebo sú ním ovplyvňované. Zoznam takýchto zainteresovaných skupín je zvyčajne pre rôzne firmy rozdielny, v žiadnom však nechýbajú zamestnanci. Prírodným záujmom spoločensky zodpovednej firmy je pomáhať svojim zamestnancom v osobnostnom a profesionálnom raste a zainteresovať ich na riadení firmy tak, aby si k nej vytvorili väzbu a lojalný vzťah. Firmám k tomu pomáhajú transparentné a motivujúce systémy hodnotenia, otvorená interná komunikácia a priestor na spätnú väzbu, atraktívne benefity, efektívne tréningové programy a príležitosti na kariérny rast. Na Slovensku pomerne novými, ale o to perspektívnejšími, sú opatrenia na podporu rodiny, pozornosť venovaná rovnosti príležitostí a programy zapojenia zamestnancov do podpory komunity formou firemného dobrovoľníctva alebo zamestnaneckých grantov pre mimovládne organizácie, v ktorých zamestnanci firmy pracujú alebo ich finančne podporujú.

Na prvý rozhovor v tomto roku sme pozvali **Annu Hudákovú, výkonnú viceprezidentku pre ľudské zdroje Slovak Telekom, a. s., a prezidentku Združenia pre riadenie a rozvoj ľudských zdrojov**. Združenie je v súčasnosti jediným zástupcom Slovenska v Európskej asociácii personálneho manažmentu a Svetovej federácii asociácií personálneho manažmentu, ku koncu roka 2006 malo 118 členov.

V ekonomike, orientujúcej sa čoraz viac na služby ako na výrobu, sa zamestnanci stali azda najdôležitejším kapitálom firiem. Vzástol význam kvalitného personálneho manažmentu aj vo firmách podnikajúcich na Slovensku?

Podľa môjho názoru vzrástol a ďalej vzrástá, je to však ešte dlhá cesta. Dobrá správa je, že už nielen zahraničné, ale aj slovenské firmy venujú stále viac pozornosti získavaniu, motivovaniu, odmeňovaniu, rozvoju svojich zamestnancov, firemnej kultúre, kariérnemu plánovaniu a ďalším nástrojom. Firmy si uve-

domujú vzrastajúcu konkurenciu na trhu práce, ako aj to, že úspešnosť firmy závisí hlavne od ľudí, ktorí tvoria výsledky firmy. Svedčia o tom témy, ktorými sa každoročne zaoberajú organizované konferencie personalistov na Slovensku, ako aj témy venujúce sa riadeniu a rozvoju ľudských zdrojov v iných profesionálnych odborných konferenciách, články venujúce sa tejto problematike v odbornej tlači pre manažérov. Čoraz častejšie sa otázky riadenia ľudských zdrojov objavujú v novinách a časopisoch, a čo je veľmi dôležité, stále viac firiem na Slovensku má v top manažmente aj odborníka na riadenie ľudských zdrojov.

Nie každá odmena poskytnutá zamestnancovi je rovnako efektívna a nie každý teambuildingový program naozaj podporí lojalnosť zamestnanca. Jeden si praje vyššiu mzdu, iný chce priateľskejší kolektív. Jedna túži po možnostiach kariérneho rastu a ďalšia po možnosti pracovať polovicu pracovného času z domu.

Prezentácia aktivity U. S. Steel Košice účastníkov minuloročnej konferencie zaujalo podporovanie zamestnanosti Rómov





Zbierka šatstva pre rómske rodiny

zamestnanci Citigroup, Hewlett-Packard Slovakia a Cisco Systems zozbierali v decembri 26 vriec zachovalého oblečenia, obuvi a hračiek pre obyvateľov Letanoviec; v 50 chatrčiach z dreva tam žije bez vody, plynu a elektriny približne 800 ľudí

Ktoré faktory na základe Vašich skúseností najviac ovplyvňujú motivovanosť a lojalnosť zamestnancov? O akých trendoch v práci so zamestnancami sa vo svete a u nás hovorí najviac?

Teória aj prax potvrdzujú, že motivátory zamestnancov sú naozaj veľmi individuálne a rôzne. Najnovšie prieskumy zaradili medzi prvých päť najdôležitejších motivátorov: zaujímavú prácu, dobrý zárobok, uznanie za vykonanú prácu, bezpečnosť práce a dobré pracovné podmienky. Samozrejme, najviac záleží na priamom nadriadenom a na firemnej kultúre (formálnej aj neformálnej). Tieto motivátory veľmi úzko súvisia – napr. manažér môže pre zamestnanca zvýšiť zaujímavosť práce novými aktivitami, zodpovednosťami, čo vedie aj k zvýšeniu zárobku a možno aj k povýšeniu. Iného zamestnanca však možno viac motivuje, ak sa bude môcť viac špecializovať a venovať sa dôkladne jednej téme. Obchodníkov najviac motivujú konkrétne ciele, súťaživosť, okamžité ocenenie výsledku a odmena. Kreativných marketinárov zase voľnosť a možnosť tvoriť. Dôležité je zistiť, koho čo motivuje a na základe toho nadefinovať motivačný program podľa individuálnych potrieb, ale vhodne previazaný na výkonnosť a dosahovanie cieľov. Firmy si vytvárajú rôzne systémy, pravidlá a postupy na motiváciu zamestnancov, podstatné však je, ako sú tieto nástroje manažermi využívané a odkomunikované. Veľký význam má

pravidelná a otvorená spätná väzba a vzájomná komunikácia. Často sa preceňuje motivačný význam peňazí. Áno, sú motivátorom, ale nie veľmi dlhodobým. Taktiež sa používa strach ako negatívny motivátor. Pod vplyvom strachu sa dajú dosiahnuť určité krátkodobé výsledky, ale strach prirodzene vyvoláva obranu a hľadanie únikov. Preto dlhodobo nepôsobí motivačne.

Treba si tiež uvedomiť, že spokojnosť zamestnancov nie vždy vedie k dosahovaniu výsledkov a k vysokej výkonnosti firmy alebo jednotlivcov. Je veľmi potrebné, aby ciele jednotlivcov a firmy boli zosúladené a jasne komunikované a vyhodnocované. Veľmi dobre pôsobí pochvala a ocenenie. Ja sa osobne snažím, a odporúčam to aj iným manažérom „pristihnúť“ podriadených pri úspechu. Pozitívna spätná väzba a pochvala posilní správanie a je predpoklad, že sa zamestnanec opäť bude snažiť o dobrý výsledok. Priznajme si, sme radi, keď sa nám darí.

Ešte by som rada spomenula, že motivácia nie je jednorazová úloha, ale je to dlhodobý proces, ktorý by mal byť jednou z hlavných úloh manažéra. Netreba tiež zabúdať, ako veľa záleží od našej vlastnej motivácie, ak chceme motivovať iných. Ako sa hovorí: „Len ten, kto sám horí, vie zapáliť iných.“ Treba sa však vyvarovať predstave, že viem, čo motivuje mňa, teda to bude motivovať aj iných. Nie je to tak, motivácia je veľmi individuálna a záleží vždy od potrieb jednotlivca.

Podľa rozsiahleho medzinárodného prieskumu, ktorý realizovala spoločnosť KPMG v roku 2005, je motívacia zamestnancov jedným z troch kľúčových dôvodov, ktoré vedú firmy k implementácii programov spoločenskej zodpovednosti. Tento fakt potvrdila približne polovica z viac ako 1 600 firiem v 16 krajinách. Začínajú sa podľa Vás aj firmy podnikajúce na Slovensku pozerat' na riadenie a rozvoj ľudských zdrojov týmito očami?

Ako sledujem narastajúci počet aktivít spoločenskej zodpovednosti firiem, som presvedčená, že áno. Je viditeľný trend, že firmy, hlavne veľké korporácie, venujú tejto oblasti stále väčšiu pozornosť. Nevnímajú to len zamestnanci, ale je to už dokonca sledované aj akcionármi a investormi. Určite to pomáha spoločnosti a zlepšuje profil firmy, ako spoločensky zodpovedného „občana“. Aj naša firma je v tejto oblasti veľmi aktívna, hlavne v oblasti kultúry, športu, zdravotníctva. Čo ma však veľmi potešilo, a možno aj príjemne prekvapilo, je záujem našich zamestnancov o dobrovoľnícke aktivity – pomoc Tatrám, akcie pre detské domovy, aktivity v regiónoch. Naši zamestnanci pri tom nielen urobia záslužné činy, ale sa aj bližšie spoznávajú navzájom a zmysluplne využijú svoj voľný čas. Som presvedčená, že takéto aktivity budeme naďalej podporovať, pretože dodávajú našej firme a aj nám zamestnancom väčší „ľudský“ rozmer.

Via Bona Slovakia

Nadácia Pontis vyhlásila siedmy ročník Via Bona Slovakia – ocenenia za filantropiu pre spoločensky zodpovedné firmy a podnikateľov. Cieľom projektu je vyjadriť verejné uznanie firmám a podnikateľom, ktorí rozvíjajú na Slovensku firemnú filantropiu. Ocenené projekty sú pozitívnymi príkladmi efektívneho využitia darovaných finančných prostriedkov, času a know-how. Hodnotiacia komisia pri udeľovaní hlavných cien dbá aj na to, aby boli ocenené firmy, ktoré presadzujú princípy spoločenskej zodpovednosti podnikania, a tak môžu byť inšpiráciou pre ďalšie spoločnosti. Podmienky súťaže upravuje štatút, ktorý je zverejnený na stránke www.viabona.sk. Tam sú k dispozícii aj nominačné hárky a podrobné informácie o nominačnom a hodnotiacom procese.

Základné údaje o súťaži

Návrhy na získanie hlavných cien sivzaduujú poskytnutie interných údajov, a preto ich zasielajú **samotné firmy**. Predkladateľom nominácie na ostatné ceny a čestné uznanie môže byť **každý**, kto chce upriamiť pozornosť na verejnoprospešnú aktivitu či projekt firmy alebo podnikateľa. Spravidla sú to podporené neziskové organizácie, reklamné a komunikačné agentúry, niekedy však aj iné inštitúcie či jednotlivci. Pre každú kategóriu je vytvorený samostatný nominačný hárak, v ktorom sú uvedené základné požiadavky, nevyhnutné na jeho zaradenie do hodnotiaceho procesu. **Uzavierka nominácií je 9. marca 2007.**

Komisia hodnotí prijaté nominačné hárky v dvoch kolách. Na prvom stretnutí komisie si členovia žrebujú spomedzi kategórií tie, ktoré budú individuálne hodnotiť. Nominácie, pri ktorých sa môžu jednotliví členovia dostať do konfliktu záujmov, nehodnotia. Súčtom bodov získaných v prvom kole sa určia nominácie, ktoré postupujú do druhého – skupinového hodnotenia. V ňom členovia komisie vyberú víťaza každej kategórie. Ak nie je možné dosiahnuť konsenzus, komisia o víťazstve rozhodne hlasovaním. Hodnotiaci proces prebieha pod dohľadom KPMG Slovensko.

Mená víťazov a členov komisie budú zverejnené **na slávnostnom galavečere 26. apríla 2007** v bratislavskej Design Factory.

Prečo nominovať?

Účasťou v súťaži získavajú firmy a podnikatelia možnosť predstaviť svoju cestu pri presadzovaní spoločensky zodpovedného podnikania a firemnej filantropie. Via Bona Slovakia, ako prestížne

ocenenie, im umožňuje odkomunikovať verejnosti, médiám a iným relevantným partnerom konkrétne úspechy v tejto oblasti. Neziskové organizácie a iné nominujúce subjekty nominovaním ďakujú firmám a podnikateľom, vďaka podpore ktorých mohli verejnoprospešné projekty realizovať. Súťažiaci sú zároveň cenným zdrojom inšpirácií. Nemenej dôležité sú benefity, ktoré medializácia účasti v súťaži a víťazstva v danej kategórii prináša.

Kategórie

Hlavná cena pre veľké podniky

za realizované filantropické aktivity a strategický prístup k firemnej filantropii a zodpovednému podnikaniu

Hlavná cena pre malé a stredné podniky

za realizované filantropické aktivity a strategický prístup k firemnej filantropii a zodpovednému podnikaniu

Cena za dlhodobé partnerstvo

prispievajúce k riešeniu spoločenského problému a posilneniu partnerskej mimovládnej organizácie

Cena za podporu verejnoprospešnej činnosti v regióne

pre firmu alebo podnikateľa, ktorý podporuje projekty prispievajúce k riešeniu problémov v regióne

Cena za odvahu podporiť inovatívny projekt

realizovaný v neprebádanej oblasti alebo netradičnou formou

Čestné uznanie za mediálny prínos

k rozvoju firemnej filantropie a spoločenskej zodpovednosti firiem na Slovensku

Hodnotiacia komisia a víťazi v poslednom ročníku

Komisia

Simona Bubánová (CD Ogilvy)
Branislav Cehlárik (Citigroup)
Michaela Eliášová (T-Mobile Slovensko)
Boris Farkaš (Divadlo Astorka Korzo 90)
Anna Jankivová (ZPMP Vranov nad Topľou)
Pavol Kárász (Prognostický ústav SAV)
Juraj Kušnierik (týždeň)
Martin Mazag (Stratégie)
Juraj Renčko (Ecofin Consulting)
Katarína Šulíková (U. S. Steel Košice)

Víťazi

Hlavná cena pre veľké podniky

Orange Slovensko

Hlavná cena pre malé a stredné podniky

Anasoft APR

Cena za dlhodobé partnerstvo

Soria & Grey

Cena za podporu verejnoprospešnej činnosti v regióne

Heineken Slovensko

Cena za odvahu podporiť inovatívny projekt

Západoslovenská energetika

Čestné uznanie za mediálny prínos

Katarína Meščanová

(Slovenská televízia)

generálny partner



partneri



mediálni partneri



ideaxchange

webová stránka

V septembri minulého roka na podujatí Ideaxchange dvadsať mimovládnych neziskových organizácií prezentovalo predstaviteľom podnikateľského sektora a individuálnym návštevníkom svoje projekty. Idea bola jednoduchá – ukázať rôznorodosť neziskových organizácií, invenčnosť ľudí, ktorí v nich pracujú, a v ideálnom prípade im pomôcť nájsť finančné zdroje na realizáciu projektov. Prezentácia sa stretla s neočakávané veľkým ohlasom. Pozitívne ju hodnotili náhodní okoloidúci, pozvaní hostia aj účinkujúci. Keďže Ideaxchange bolo úspešné, vznikla na pôde Nadácie Pontis myšlienka presunúť trhovisko aj do virtuálneho priestoru – na internet. Takto chcú koordinátori nadácie pokračovať v tom, čo sa podarilo dosiahnuť vďaka partnerským spoločnostiam: Accenture, spol. s r. o., CD Ogilvy & Mather, CEE Trust, Tesco Stores SR, a. s., a Západoslovenská energetika, a. s.

Cieľom novej internetovej stránky je pútavým a prehľadným spôsobom ukázať, čo všetko dokážu neziskové organizácie zorganizovať, vyrobiť a hlavne, ako pomáhajú svojim cieľovým skupinám. Stránka bude fungovať ako voľne prístupná on-line databáza pre korporátnych aj individuálnych návštevníkov, ktorí majú záujem podporiť originálne projekty a neziskové organizácie.

Komplexnejší obraz

Na Slovensku dnes už existujú dve on-line databázy neziskových organizácií. Jednu prevádzkuje občianske združenie WellGiving a možno ju nájsť na adrese www.dvepercenta.sk. Druhou je server o financovaní neziskových organizácií (www.sefin.sk), ktorý spravuje Prvé slovenské neziskové a servisné centrum. Obe sa zameriavajú na poskytovanie základných kontaktných údajov neziskových organizácií. Ich obsah čerpá z databáz organizácií, ktoré sa v uplynulých rokoch registrovali ako prijímatelia 2 % dane z príjmu. Služby mimovládny organizáciám v podobe webhostingu, zverejňovania aktuálnych informácií z rôznych oblastí či jednoduchého adresára kontaktov poskytuje aj portál www.changenet.sk. Ambíciou novej web stránky www.ideaxchange.sk je zamerať sa na užšiu skupinu organizácií a poskytnúť o nich komplexnejší obraz prostredníctvom ich profilov a projektov, na ktoré hľadajú podporu. Návštevníci stránky by tu mali nájsť odpovede na tieto otázky: Ako neziskové organizácie pracujú a akí ľudia v nich pôsobia? Aké projekty organizácie realizujú a na čo hľadajú podporu? Aké produkty a služby organizácie ponúkajú na predaj? Na

web stránke budú okrem informácií o celom projekte Ideaxchange a aktualitách fungovať štyri základné sekcie:

Vyhľadanie partnera

Návštevník stránky si bude môcť nájsť informácie o zaregistrovaných organizáciách. Okrem kontaktných údajov získa informácie aj o pôsobení a cieľoch organizácie. Možnosti budú pomerne široké. Bude môcť vyhľadávať podľa názvu, cieľovej skupiny, na ktorú sa zameriava (napr. deti a mládež, dospelí, menšiny, sociálne znevýhodnení, postihnutí a pod.), alebo podľa oblasti záujmu organizácie (napr. duchovné hodnoty, ľudské práva, rozvojová pomoc, životné prostredie a pod.).

Vyhľadanie projektu

Druhý spôsob vyhľadávania bude určený pre tých, ktorí sa zaujímajú o konkrétne oblasti podpory či projekty, pre ktoré organizácie hľadajú zdroje. V tomto prípade návštevník získa stručný popis projektov a cieľov, ktoré sa jeho realizáciou sledujú. Návštevník stránky bude môcť vyhľadávať podľa názvu projektu, miesta jeho realizácie a cieľovej skupiny, na ktorú sa projekt zameriava.

Produkty a služby

Dôležitou funkcionalitou stránky bude ponuka produktov a služieb, ktoré neziskové organizácie počas svojej činnosti vytvorili a ponúkajú ich záujemcom, ktorí ich chcú aj takouto formou podporiť. Budú sa medzi nimi dať nájsť jedinečné výrobky chránených dielní, ale aj ponuka odborných služieb a tréningov pre záujemcov z rôznych sektorov.

Grantové schémy

Táto sekcia, špeciálne určená pre neziskové organizácie, bude poskytovať chronologicky zoradené oznamy o grantových schémach, zverejnených domácimi aj zahraničnými donormi, s odkazom na stránku donora. Najnovšie grantové kolá budú zverejnené aj v sekcii Aktuality. Neziskové organizácie budú mať možnosť využiť službu zaslania oznamu o aktuálnej grantovej schéme priamo na zadanú e-mailovú adresu.

Kedy to všetko začne?

V súčasnosti finišuje príprava dizajnu a obsahu stránky. Autorom grafického dizajnu je Michal Melich a programovanie má na starosti agentúra CORE4. Predpokladáme, že v čase spustenia do prevádzky sa v databáze bude nachádzať asi stovka profilov neziskových organizácií a ich projektov. Údaje na stránke budeme pravidelne aktualizovať, prispôbovať potrebám neziskových organizácií, ale aj potrebám tých, ktorí na nej budú vyhľadávať údaje. Stránka začne fungovať koncom marca 2007. Budeme radi, ak ju budú navštevovať všetci záujemcovia o projekty neziskových organizácií nielen v marci a apríli, kedy prebieha asignácia 2 % dane z príjmu, ale po celý rok. Jej cieľom je podporovať filantropiu a darovstvo.

Celý projekt podporil CEE Trust for Civil Society a prípravu stránky manažuje Monika Smolová, programová koordinátorka Nadácie Pontis.



Iniciatíva

Dva dni voľna

Česká sporiteľňa pripravila pre svojich zamestnancov, ktorí majú záujem pomáhať, preväpnie. Od 1. januára 2007 si každý zamestnanec finančnej skupiny môže vybrať dva pracovné dni, ktoré strávi prácou na niektorom charitatívnom projekte organizovanom Českou sporiteľňou alebo Nadáciou Českej sporiteľne. Spoločnosť a jej nadácia podporili v minulom roku verejnoprospešné projekty v celkovej sume 51 miliónov českých korún. Firma, ktorá v Čechách používa medzinárodne uznávanú metodiku London Benchmarking Model (na Slovensku známu pod názvom Štandard komunitné investovanie), si tak udržala štvrté miesto v rebríčku Top firemný filantrop.

viac: www.donorsforum.cz

Publikácia

The High-Purpose Company

Nová publikácia od Christine Arena ukazuje čitateľom, prečo je firemná zodpovednosť nevyhnutnou súčasťou úspešnej spoločnosti a vysvetľuje, ako rozlíšiť medzi spoločnosťou, ktorá naozaj nasleduje hodnotné idey a spoločnosťou, ktorá sa len tvári ako zodpovedná.

Vo svojej knihe si zobrala na mušku 75 známych firiem a spolu s 10 študentmi z McGill University preskúmala výročné správy, články, tlačové vyhlásenia týchto firiem a porovnala ich s výsledkami prieskumu medzi stakeholdermi týchto spoločností. Výsledky boli prekvapujúce. Ukázali, že prispievanie k všeobecnému blahu je viac než marketingový nástroj – je to trhová príležitosť.

viac: www.high-purpose.com

Prieskum

Ľudia sú v práci spokojní

Štvrtý prieskum verejnej mienky o pracovných podmienkach v 25 krajinách EÚ, Rumunsku a Bulharsku (vtedy kandidátov, teraz už nových členov), Chorvátsku, Turecku, Švajčiarsku a Nórsku priniesol zaujímavé výsledky. Až 80 percent opýtaných je spokojných alebo veľmi spokojných s ich pracovnými podmienkami. Len 5 percent opýtaných zažilo na pracovisku násilie, šikanu alebo obťažovanie. 78 percent pracuje na zmluvu na dobu neurčitú. Zaujímavosťou je, že pracovníci vo verejnom sektore majú väčšiu príležitosť rozšíriť si vzdelanie na školení (41 percent) ako pracovníci v súkromnej sfére (21 percent). Na prieskume sa zúčastnilo skoro 30 000 pracovníkov.

viac: <http://eurofound.europa.eu>

Podpora

Vzdelávanie v Afrike

Koncept spoločensky zodpovednej firmy sa udomácňuje už aj v Afrike. Spoločnosť Vodacom, v ktorej vlastní 50 % akcií spoločnosť Vodafone, investuje hlavne do športu, avšak rozhodla sa podporiť aj školstvo. V rámci svojho programu spoločenskej zodpovednosti vybudovala tri nové učebne pre mentálne postihnutých ľudí v regióne Morogoro v Tanzánii. Vedúca oddelenia spoločensky zodpovedného podnikania v tejto firme, pani Rachel Phares, odovzdala učebne strednej odbornej školy Amani, ktorá je pobočkou farského úradu v meste Morogoro. Vyjadrila sa, že sa rozhodli podporiť tento projekt preto, lebo firma verí, že vzdelanie je kľúčom k vymeneniu sa z chudoby.

viac: www.ippmedia.com

Kalendár podujatí

Ako komunikovať odkaz klientom?

7. a 8. marec, Londýn

Firmy si začínajú uvedomovať, že ich zákazníci sa čoraz viac zaujímajú o činnosti súvisiace s klimatickými zmenami. Ethical Corporation organizuje prvé informačné podujatie na túto tému, zúčastní sa na ňom aj zástupcovia spoločností Virgin, BP, Allianz, Sky, Ben & Jerry's, DHL, nPower, British Airways, EDF, Ford, Procter & Gamble a Marks & Spencer. Mimovládny sektor budú zastupovať The National Consumer Council, London Climate Change Agency, Stop Climate Chaos a WWF. Hlavnými témami budú zlepšovanie predaja výrobkov a služieb pomocou dobrej komunikácie s klientmi, pohľad zákazníkov na komunikáciu o klíme a spolupráca na komunikácii s inými organizáciami.

organizátor: Ethical Corporation
viac: www.ethicalcorp.com

Partnerstvá firiem a MVO

21. a 22. marec 2007, Londýn

Environmentálne riziká, globálna konkurencia alebo nedostatočná infraštruktúra znamenajú, že firmy už nemôžu z väčšej časti riešiť problémy samostatne. Preto sa partnerstvá firiem a MVO stávajú nevyhnutnou súčasťou dlhodobej stratégie spoločenskej zodpovednosti. Napriek tomu, že tieto partnerstvá majú neodškriepiteľnú hodnotu, je zložité si partnera dobre vybrať a udržať si ho. Každoročná konferencia Ethical Corporation Business – MVO partnerstvá si počas svojej existencie vybudovala povest' fóra, na ktorom si firmy môžu vymeniť svoje poznatky a skúsenosti o fungovaní takéhoto partnerstva.

organizátor: Ethical Corporation
viac: www.ethicalcorp.com

Zodpovedné podnikanie

26. a 27. marec 2007, Londýn

Aké kroky má firma podniknúť, ak je jej konanie kontroverzné? Aké sú najdôležitejšie otázky spoločenskej zodpovednosti firiem na rozvíjajúcich sa trhoch? Na tieto otázky, ako aj na mnohé iné, sa budú snažiť odpovedať speakri zo spoločností ako Nestlé, AWG, Escam a predstavitelia mimovládneho sektora z UNEP, WWF a iných na konferencii Rozum a trvalá udržateľnosť – Limity a dosah SZP. Vystúpi aj Travis Engen, predseda dozornej rady International Business Leaders Forum.

organizátori: Chatham House v spolupráci s FTSE Group

viac: www.chathamhouse.org.uk

Trvalo udržateľný rozvoj

13. – 14. apríl 2007, Nairobi

Vzhľadom na to, že súkromný sektor má nezapíratelnú úlohu pri budovaní mestských obydľí a základnej infraštruktúry, je nevyhnutné s ním spolupracovať na tom, aby tento rozvoj smeroval udržateľným smerom. Aby sa dal dosiahnuť tento cieľ, je potrebné založiť Partnerstvá Business pre trvalo udržateľnú urbanizáciu (BPSU), ktorej úvodná konferencia sa uskutoční v kenskom Nairobi. BPSU by sa mohlo stať strategickou alianciou firiem, nadácií a ostatných partnerov, ktorý sa tejto téme venujú. Hlavnou témou konferencie bude definovanie kľúčových oblastí spolupráce, úloha jednotlivých partnerov projektu a zdrojov.

organizátor: UN-HABITAT
viac: www.unhabitat.org

Najzodpovednejšia študentská spoločnosť roka 2007

Viete, aký percentuálny podiel svetovej populácie obyvateľstva nemá prístup k čistej pitnej vode, ako sa zredukuje spotreba elektrickej energie vašej chladničky pri pravidelnom odmravovaní a koľko lesov s veľkosťou futbalového ihriska zmizne zo Zeme každý rok?

Tieto otázky spolu s odpoveďami a viacerými ďalšími informáciami nájdete v kvíze na internetovej stránke www.responsible-business.org, ktorá bola zriadená pre naštartovanie súťaže o spoločensky najzodpovednejšiu študentskú spoločnosť roka 2007. Súťaž vyhlásila spoločnosť Hewlett-Packard a organizácia Junior Achievement-Young Enterprise. Cieľom ich iniciatívy je povzbudiť mladých ľudí v regióne EMEA (Európa, Blízky Východ a Afrika) pri rozvíjaní zručností v oblasti zodpovedného riadenia firiem, zapájania sa do programov spoločenskej zodpovednosti a zodpovednosti voči životnému prostrediu. Súčasťou súťaže, ktorá sa uskutoční v 9 krajinách (Bulharsko, Česko, Nemecko, Írsko, Taliansko, Poľsko, Rumunsko, Rusko a Slovensko), sú nasledovné ocenenia:

Cena za zodpovedné podnikanie (Responsible Business Award), ktorú udelia študentským spoločnostiam, ktoré dosiahnu najlepšie výsledky pri integrovaní kritérií, ako výborné hospodárske výsledky, sociálna zodpovednosť a výnimočná ochrana životného prostredia, do svojich podnikateľských plánov a chodu riadených spoločností.

On-line súťaž o podnikateľský nápad (Online Business Ideas Contest), ktorá poskytuje študentom vo veku 15 až 18 rokov možnosť predložiť a „on-line“ súťažiť so svojimi nápadmi v oblasti sociálne a environmentálne zodpovedných produktov a služieb.

Certifikát zodpovedného podnikania (Responsible Business Certificate), ktorý je dostupný každému, kto navštívi vyššie uvedenú internetovú stránku, úspešne zvládne kvíz o rozličných aspektoch zodpovedného podnikania či o globálnych sociálnych a ekologických problémoch.