

číslo 53 / nov-dec 2013
10. ročník

Editoriál

Čoraz častejšie spomínaný koncept CSV (*Creating Shared Value*), niekedy označovaný aj ako CSRv2, posunul zaužívané vnímanie CSR na americkom kontinente do novej, pragmatickejšej roviny. Keďže CSR bývalo často mylne redukované len na filantropiu, CSV už svojím názvom deklaruje, že konkurencieschopnosť firmy je prirodzene spojená s blahom komunity a aj jej partnerov. Je dobré, že aj marketingoví mágovia (jeden z tvorcov konceptu je svetovo známy Michael Porter) pochopili, o čo skutočne v zodpovednom podnikaní ide a priblížili tak americké chápanie zodpovedného podnikania tomu európskemu.

Firmy nepôsobia izolovane od prostredia, v ktorom podnikajú. Aby prosperovali, potrebujú spoľahlivých lokálnych dodávateľov, fungujúcu infraštruktúru, prístup k talentom a efektívny a predvídateľný právny systém. Príkladom tvorby zdieľanej hodnoty sú aj aktivity spoločnosti Hewlett-Packard v rozvojových krajinách. V aktuálnom čísle BLF Newslettera vám preto prinášame nielen predstavenie konceptu CSV, ale aj rozhovor so Slovenkou Danicou Balážovou, ktorá tieto aktivity koordinuje pre HP na globálnej úrovni.

Svetová verejnosť je čoraz viac presvedčená, že firmy by sa mali zapájať do riešenia celospoločenských problémov. Som rada, že aj u nás sú firmy, ktoré naplňujú sociálne potreby spoločnosti poskytovaním špecifických produktov a služieb – skvelým príkladom je Slovak Telekom a jeho paušály pre Nepočujúcich, o ktorých sa dočítate v aktualitách zo CSR „kuchýň“ našich členov.

Nesmierne ma tiež teší, že čoraz väčší počet firiem má záujem začleniť zod-



Pred septembrovým zasadnutím BLF sa členské firmy stretli v kaviarni Berlinka v bratislavskej Slovenskej národnej galérii. Debatovali o podpore kultúrnych projektov a prezreli si tiež výstavu Talianska maľba, ktorú podporili Slovenské elektrárne.

povedné praktiky do svojho podnikania a spraviť ho tak úspešnejším. Jesenné semináre, ktoré sa nedávno konali pod hlavičkou Business Leaders Forum, asi nikoho nenechali na pochybách, že efektívnym systémom car-poolingu a car-sharingu môže firma výrazne znížiť náklady a umožnením väčšej flexibility zase získať motivovanejších a produktívnejších zamestnancov. V čase uzávierky tohto BLF Newsletteru sme ešte mali pred sebou seminár o role obstarávania/nákupu v zodpovednej firme, ktorý tohtoročné vzdelávacie podujatia na CSR témy uzatvoril.

Pomaly sa uzatvára aj rok 2013. Do nového roka mi preto vám i vašim firmám dovoľte popriať odvahu a silu naďalej vyznávať také hodnoty podnikania, ktoré prinesú vzájomný prospech nám všetkým.

Beata Hlavčáková

Obsah čísla

2 Aktivity členov

Téma: **6**
Creating Shared Value

10 Fotoreportáže z podujatí

Zo sveta, **12**
Kalendár podujatí

Editorka

Ivana Kullová
ivana.kullova@nadaciapontis.sk

Redakčná rada

Lenka Surotchak
Beata Hlavčáková
Michal Kišša

Grafika, DTP a tlač

Ing. Peter Juriga – Grafické štúdio
Hraničná 18, 821 05 Bratislava
www.g-studio.sk

Vydáva

Nadácia Pontis
Zelinárska 2, 821 08 Bratislava 2
www.nadaciapontis.sk
pontis@nadaciapontis.sk

Členovia BLF

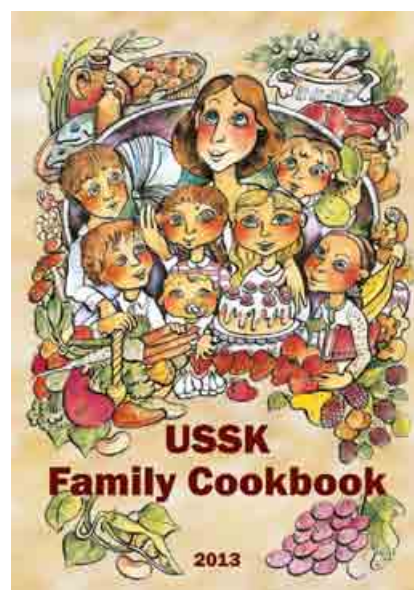


aktivity členov združenia

Synergie firemnej filantropie U. S. Steel Košice

S blížiacimi sa Vianocami sa v U. S. Steel Košice roztáča kolotoč tradičných dobročinných projektov. V areáli hutníckej firmy pribudnú Stromčeky prianí detí z detského domova i z rodín hutníkov, ktorí sa ocitli v zložitej životnej situácii kvôli ťažkej chorobe či úmrtiu. Charitatívny vianočný stánok USSK na Hlavnej ulici v Košiciach bude takmer celý december slúžiť na prezentáciu miestnych neziskových organizácií. Vianočná zbierka, do ktorej sa každoročne zapájajú tisíce hutníkov, pomôže zakúpiť infúzne pumpy pre detských onkologických pacientov. A výťažok z predaja dvojjazyčnej kuchárskej knihy plnej overených receptov od slovenských zamestnancov aj expatov, doplnenej krásnymi ilustráciami talentovanej hutníčky – grafičky, posluží Detskému domovu sv. Klementa Hoffbauera.

Ani jeden z projektov by nefungoval bez podpory firmy, ale najmä bez empatie a dobročinnosti zamestnancov, ktorí kupujú stovky darčiekov podľa kartičiek zo Stromčekov prianí, osemnásť dní ako dobrovoľníci zabezpečujú



Na pomoc detskému domovu sa spojili desiatky hutníkov, vrátane Jany Šlosárovovej, ktorá knihu ilustrovala.

celodenný chod charitatívneho stánku, prispievajú financiami do zbierky pre zdravotnícke zariadenia či na kúpu knižiek. Do projektov sa zapájajú aj štípenisti USSK i rodinní príslušníci, ktorí tak dopĺňajú jednu veľkú rodinu, držiaci spolu v dobrom i zlom. «

SSE: Energia, ktorá pomáha



SSE v septembri zorganizovala dve dobrovoľnícke aktivity pre svojich zamestnancov v organizáciách, ktoré už dlhodobo finančne podporuje – na Kalvárii v Banskej Štiavnici a v Záchrannej stanici a Ekocentre v Zázrivej.

Tesco organizovalo potravinovú zbierku pre ľudí v núdzi



Trvanlivé potraviny ako múka, cestoviny či strukoviny môžu ľuďom v núdzi pomôcť prežiť zimu.

Od 14. do 20. novembra 2013 mohli Slováci prispieť na dobrú vec prostredníctvom darovania potravín či drogérie. Zbierku, ktorá bola súčasťou európskej kampane na pomoc ľuďom v núdzi, zorganizovala spoločnosť Tesco Stores SR a zastrešili ju organizácie Slovenská katolícka charita a Depaul Slovensko.

Zbierka prebehla v tridsiatich obchodoch Tesco v rámci celého Slovenska. Pri vchode do predajní bol pri dobrovoľníkoch pristavený nákupný košík určený na darované potraviny a drogériu. „Po naplnení charitatívneho košíka sa všetok darovaný tovar zráta a následne Tesco zbierku podporí 20-percentným navýšením jej celkovej finančnej hodnoty,“ povedal Michal Dyttert, člen predstavenstva Tesco Stores SR.

Spoločnosť Tesco Stores SR už vo februári a v marci tohto roku organizovala pilotnú potravinovú zbierku, ktorá sa stretla s obrovským úspechom. V dvoch hypermarketoch Tesco v Bratislave sa vtedy vyzbieralo viac ako dve tisíc kilogramov tovarov. «

Nepočujúci majú v Telekomo dva nové produkty

Telekom uviedol dva nové produkty pre Nepočujúcich, ktoré im uľahčia získavanie informácií a komunikáciu. Nový Paušál pre Nepočujúcich obsahuje neobmedzené SMS a internet v mobile spolu s 20 voľnými minútami do všetkých sietí. Nepočujúci si k nemu môžu vybrať aj mobilný telefón za zvýhodnenú cenu. Voľné minúty môže využiť ich asistent napríklad pri vybavovaní na úradoch alebo v prípade zavolania pomoci.



Telekom sa dlhodobo venuje téme Nepočujúcich.

Ľudia so sluchovým postihnutím si môžu tiež aktivovať nový Neobmedzený mobilný internet 3 v špeciálnej ponuke pre Nepočujúcich. Tento program obsahuje 10 GB dát. Prečerpané dáta nad limit nie sú spolpláňované, no zníži sa ich prenos-

vá rýchlosť. Oba produkty si môže aktivovať každá fyzická osoba, ktorá je podľa posudku príslušného Úradu práce, sociálnych vecí a rodiny uznaná za sluchovo postihnutú. «

Embraco: Septembrové čistenie Slovenského raja



70 dobrovoľníkov z Embraca okrem zbierania odpadkov vysadilo mladé stromčeky, vybudovalo nový chodník a celkovo zveladilo okolie symbolického cintorína na Kláštorisku v Slovenskom raji.

VÚB banka pomáha ženám začať s podnikaním

VÚB banka sa spolu s časopisom Emma rozhodli pomôcť 16 ženám, ktoré túžia začať podnikáť, v Emma Biznis Akadémii. Tri dni prednášok pomohli účastníčkam odкрыť ich potenciál na podnikanie, uvedomiť si svoje silné stránky prostredníctvom osobnej diagnostiky aj získať cenné rady ako komunikovať smerom k zákazníkovi. Lektormi boli externí odborníci, mana-

žeri VÚB, podnikateľky, ktoré samy niekoľko rokov podnikajú a tiež úspešné absolventky predchádzajúcich ročníkov akadémie.

V záverečnom workshope si dámy v tímoch vytvorili biznis plány a spoločne s porotou ich upravili tak, aby boli životaschopné. Najviac zaujal koncept „e-shopu bezpečkovej stravy spojený so zabezpečením bezpečkovej stravy pre školy a škôlky“ a projekt „Korzo“ venovaný seniorom. «



VÚB banka spoluorganizovala Emma Biznis Akadémiu (Zdroj: archív časopisu Emma)

Zákazníci Orangeu zbierajú staré mobily pre seniorov

Spoločnosť Orange Slovensko sa rozhodla prispieť na podporu zbierky Lienka pomoci, a to formou zberu starých mobilov. Od októbra 2013 majú zákazníci Orangeu opäť možnosť odovzdať na ktoromkoľvek predajnom mieste staré mobilné telefóny, pričom za každý odovzdaný telefón daruje Orange 1 euro na zbierku Lienka pomoci, ktorú na pomoc seniorom organizuje Nadácia SOCIA. Odovzdané mobily Orange ekologicky zlikviduje.

V predchádzajúcom období Orange týmto spôsobom podporil aj iné mimovládne organizácie, ktoré zároveň dlhodobo podporuje Nadácia Orange. V máji 2013 venoval Občianskemu združeniu Návrat 8 801 EUR a v septembri 2013 vďaka vyzbieraným mobilom od zákazníkov Orangeu putovalo ďalších 10 895 EUR pre Autistické centrum Andreas. «

Živá energia pomáha už 5 rokov

ZSE v spolupráci s Nadáciou Ekopolis už piaty rok pomáha realizovať projekty investičného alebo neinvestičného charakteru prostredníctvom Nadačného fondu Živá energia. V tomto ročníku bolo vybraných 14 projektov, ktoré získali finančnú podporu celkovo vo výške 90 225 eur.

Väčšina z projektov rieši ohrev TUV na strechách školských zariadení, vďaka čomu samosprávy šetria náklady na energiu. Plánované investičné aktivity zahŕňajú výstavbu a inštaláciu nových zdrojov využívajúcich obnoviteľné zdroje energie, ich rekonštrukciu v snahe zvýšiť energetickú efektívnosť, inštaláciu solárnych kolektorov, modelové využitie fotovoltaických článkov a opatrenia pre energetické úspory, napríklad výmenu okien.



Fond Živá energia je financovaný z predaja produktu Živá energia spoločnosti ZSE Energia. Od svojho vzniku v roku 2009 pomohol fond už takmer 60 projektom v celkovej hodnote 300 000 eur. «

Šiesty Medzinárodný týždeň BOZP v Dalkii

Počas každoročného *Týždňa BOZP* je stredobodom záujmu vo všetkých spoločnostiach Dalkia vo svete a samozrejme aj na Slovensku predovšetkým prevencia. Je to zároveň aj čas na zamyslenie a zhodnotenie celého roka z pohľadu témy bezpečnosti. Počas piatich dní sú organizované rôzne sprievodné podujatia formou videokonferencií, ale aj osobných stretnutí.



Od 18. do 22. novembra sa konal Medzinárodný týždeň BOZP v Dalkii.

V rámci tohto týždňa je v slovenskej Dalkii odovzdávaná cena a putovný diplom pre najbezpečnejšiu prevádzku za daný rok. Víťaza určujú okrem iného aj výsledky tzv. krížových auditov – vybraní interní audítori sa premiestňujú medzi jednotlivými prevádzkami a navzájom hodnotia pracoviská, na ktorých si všímajú poriadok a čistotu, bezpečný stav priestorov a technologických zariadení a celkové rešpektovanie bezpečnostných pravidiel zamestnancami. Tieto audity sú zároveň výbornou príležitosťou na výmenu skúseností. «

Stretli sa donori Fondu pre transparentné Slovensko



V septembri sa stretli firmy, ktorým sú blízke témy transparentnosti a čestnosti v podnikaní.

Presne rok od vyhlásenia prvého grantového kola Fondu pre transparentné Slovensko, 17. septembra, sa stretli donori fondu a predstavitelia ďalších firiem, ktorým sú blízke témy transparentnosti a čestnosti v podnikaní a vo verejnom živote. Stretnutie sa uskutočnilo pod záštitou britského veľvyslanectva na Slovensku, za účasti veľvyslanca USA na Slovensku J. E. Theodora Sedgwicka a zástupcov veľ-

vyslanectiev nórskeho a holandského kráľovstva.

Siedmi členovia Business Leaders Forum, ktorí sa minulý rok spojili vo Fonde pre transparentné Slovensko, prizývajú k podpore aj ďalších významných hráčov biznis sektora. Watchdogové, ale i analytické organizácie si aj vďaka nim budú môcť zachovať nezávislosť, zvyšovať svoju kapacitu a plniť si lepšie svoju úlohu v spoločnosti. «

HEINEKEN a Orange reportujú o zodpovednom podnikaní

Dlhodobým cieľom najväčšieho výrobcu piva na Slovensku je zlepšovať celý produkčný cyklus – od jačmeňa po bar. Vo svojej Správe o trvalej udržateľnosti 2012 **HEINEKEN Slovensko** uvádza aj to, že firma v uplynulom roku znížila produkciu emisií CO₂ vo výrobnom procese o 5,8%. Vďaka tomu, že v roku 2012 optimalizovala svoju distribúciu a vyslala menej kamiónov na cesty, ušetrila viac ako 18 000 eur. Zaujíma aj to, že všetky nové chladničky nakupované spoločnosťou HEINEKEN podliehajú tzv. zeleným štandardom.

V Správe o spoločenskej zodpovednosti **Orange Slovensko** za rok 2012 sa dočítate aj to, že firma v uplynulom roku investovala do vzdelávania zamestnancov až 810-tisíc eur. V prípade, že zamestnanec Orange Slovensko chce upozorniť na porušenie etiky, môže sa okrem štandardných kontaktov, ktorými sú nadriadený alebo etický poradca, obrátiť anonymne priamo na materskú spoločnosť Orange v rámci tzv. whistle blowing mechanizmu. «

Zodpovedné podnikanie — hodnota zdieľaná všetkými

Najprv šeky pre detské domovy, neskôr prepracované filantropické programy. Akokoľvek, zodpovednosť v podnikaní je v našich končinách stále chápaná prevažne ako nezištnosť nad rámec biznisu. Aj u nás sa už osvietené firmy delia so svojím úspechom s komunitou, v ktorej pôsobia a podporujú konkrétne verejnoprospešné projekty neziskových organizácií. Stále sa však málo hovorí o prepojení zodpovednosti so samotným biznisom a vytváraním zisku – zodpovedné podnikanie totiž nemá byť len o dobrom pocity.

V roku 2011 zverejnili harvardskí profesori Michael Porter a Mark Kramer článok, kde predstavili a definovali koncept CSV (*Creating Shared Value* – vytváranie zdieľanej hodnoty). Ten posúva dovedy zaužívaný koncept CSR (*Corporate Social Responsibility* – spoločenská zodpovednosť firiem) do novej, pragmatickejšej roviny. Zatiaľ čo CSR je spojované (a často aj zamieňané) najmä s filantropiou, a teda s podporou spoločensky užitočných projektov zo strany firmy, CSV vychádza z myšlienky, že konkurencieschopnosť firmy je prirodzene spojená s blahom komunity. Firma by teda mala pochopiť a využiť väzby medzi spoločenskými potrebami, resp. problémami a jej podnikaním – a na tom postaviť svoj úspech.

Ako to vyzerá v praxi

Vytváranie zdieľanej hodnoty zahŕňa také aktivity, kedy firma využíva svoj potenciál na riešenie konkrétnej spoločenskej potreby s očakávaním návratnosti vložených investícií (aj keď v dlhodobom horizonte).

Firmy môžu vytvárať zdieľanú hodnotu tromi spôsobmi:

- v rámci **hodnotového reťazca** – potravinárska spoločnosť Nestlé ročne odoberá 7 miliónov ton čerstvého mlieka z viac než 30 krajín. Spolupracuje pritom so 600 000

farmármi, ktorých školí v oblasti dodržiavania zásad zdravia a kvality. Komplexná podpora producentom mlieka sa odráža v zlepšovaní výživy a životných podmienok v krajinách ako India, Čína či Kolumbia a spoločnosť si zároveň zaisťuje spoľahlivé a kvalitné dodávky mlieka.

- v rámci ponuky **produktov a služieb** – automobilka Škoda Auto sa snaží svoj trvalo udržateľný rozvoj podporiť najmä výrobou efektívnych vozidiel a šetrným nakladaním so zdrojmi v celom podniku. Firma ponúka zákazníkom automobily rady GreenLine, ktoré boli špeciálne navrhnuté pre maximálne úspornú a ekologickú prevádzku. Aj keď podiel týchto vozidiel na celkovej počte predaných áut je zatiaľ malý, spoločnosť zaznamenáva dramatický medziročný nárast predaja (o 70 až 80%), ktorý očakáva aj v budúcnosti.
- v rámci zlepšovania **miestnych podmienok** – technologická spoločnosť Cisco zriadila v 165 krajinách sveta viac než 10 000 vzdelávacích programov (Networking Academies) pre sieťových administrátorov a vývojárov. Akadémie každoročne pomáhajú stovkám tisíc študentov získať IT zručnosti a uplatniť sa tak na trhu práce. Na druhej strane, firma rozširuje svoju náborovú základňu a zároveň podnecuje vznik novej zákazníckej skupiny na rýchlo rastúcich trhoch.



„Je načase uvedomiť si, že čo je dobré pre komunitu, je dobré aj pre náš biznis.“

Michael Porter
tvorca konceptu CSV
(Zdroj foto: www.sharedvalue.org)



„Koncept CSV neprináša nič, čo by tu už nebolo predtým.“

Toby Webb
Ethical Corporation
(Zdroj foto: CEE CSR Summit 2013)

CSV – prevratná novinka?

Na prelome 19. a 20. storočia nikto nemohol tušiť, že raz sa to bude odborne volať CSV. Budovateľ piešťanských kúpeľov Ľudovít Winter a tvorca ich svetového mena však už vtedy vedel, že úspešné podnikanie je o zdieľanej hodnote: „Od otca som zdedil túžbu vytvoriť niečo dobré, čo osoží štátu, verejnosti, prípadne aj celému ľudstvu,

a napokon aj mne samému.“ (z knihy pamätí Spomienky na Piešťany, 2001).

O hodnote pre firmu aj spoločnosť, ktorú podnikanie vytvára, hovoril (a podľa toho aj konal) aj najznámejší československý podnikateľ Tomáš Baťa. Vo svojej knihe Zámožnosť všetkým, po prvýkrát vydané už v roku 1926, uvádza: „...myslím, že nakoniec som najviac zarobil, keď som sa rozhodol pre ten smer, ktorý sa spočiatku zdal prospešný

len ľuďom – verejnosti. Smer, ktorý spočiatku sľuboval prosperu len mne a verejnosti škodu, nakoniec priniesol škodu nám obom.“ Baťa napríklad poskytol financie na vybudovanie laboratória chemikovi Ottovi Wichterle s tým, aby tam vedec „niečo vymyslel“. Tak vznikli silonové pančuchy, z ktorých výroby neskôr firma profitovala.



To, že podnikanie má byť o zdieľanej hodnote, vedel už Tomáš Baťa.
(Zdroj foto: Nadace Tomáša Bati)

HBR.ORG
Harvard Business Review
JANUARY-FEBRUARY 2011

150 **The Globe**
Placing Corporate Bets In a Post-Recession World

124 **Leadership**
Are You a Good Boss— Or a Great One?
Linda A. Hill and Kent Lineback

79 **Spotlight**
How to Reinvent Your Business Model

PLUS The HBR Agenda 2011

SPECIAL DOUBLE ISSUE

THE BIG IDEA

How to Fix Capitalism
and unleash a new wave of growth

By **MICHAEL PORTER & MARK KRAMER**

A napokon, týmto konceptom, bez toho, aby poznali jeho teoretický rozmer, sa intuitívne a na základe sediackeho rozumu aj dnes riadia mnohí malí a strední podnikatelia.

Prečo teda taký záujem o niečo, v čom aj v minulosti tkvela podstata úspešného podnikania?

Viaceri odborníci sa zhodujú v tom, že CSV je len nové pomenovanie pre „starú“ vec. „Porter a Kramer tvrdia, že programy CSR sa doteraz zameriavali najmä na reputáciu a nemali priamu väzbu na biznis. Ale to je nesprávne chápanie tohto pojmu. Skutočné zodpovedné či udržateľné podnikanie predsa už po desaťročia spája ekonomické a spoločenské potreby. Koncept CSV teda neprináša nič, čo by tu už nebolo predtým,“ hovorí Toby Webb z britskej organizácie Ethical Corporation.

Samotní tvorcovia konceptu sa nebránia názoru, že viaceré aspekty CSV nie sú novinkou. Zdôrazňujú však, že práve vďaka jeho výstižnosti napomáha CSV k lepšiemu chápaniu korporátnej zodpovednosti. „Aj keby [CSV] nespôsobilo nič iné ako to, že korporátni lídri sa začnú viac zaujímať o už zavedené princípy zodpovedného podnikania, má to veľký zmysel,“ tvrdí Mark Kramer z harvardskej dvojice. «

Ako to všetko začalo... alebo to začalo už omnoho skôr?

Danica Balažová, HP: Stratégia zdieľaných hodnôt nám otvára dvere k novým obchodným príležitostiam

Prinášať prospech spoločnosti a uľahčovať ľuďom spôsob, akým žijú a pracujú. Bill Hewlett a Dave Packard položili už v 50-tych rokoch základy toho, čo dnes nazývame globálne občianstvo. S Danicou Balážovou, programovou manažérkou *Human Progress Initiatives* sme sa rozprávali o tom, ako sa spoločnosť Hewlett-Packard v roku 2011 rozhodla posunúť od tradičnej filantropie k modelu zdieľaných hodnôt a prinášať inovácie, ktoré reagujú na sociálne výzvy.

cuje na nižších úrovniach riadenia. Stratégia CSV musí plne korešpondovať s obchodnými cieľmi firmy a implementácia musí byť jasne cielená, aby sa čo najviac využil potenciál firmy. Je potrebné si tiež dopredu stanoviť, ako bude meraný sociálny dopad a vplyv na reputáciu a rast firmy.

Kto celý program zastrešuje a koordinuje?

Globálny program *Living Progress* je súčasťou oddelenia korporátnych vzťahov. Na jeho čele je *Chief Progress Officer*. Pracujeme v troch skupinách,

Ako prebieha proces vytvárania zdieľanej hodnoty (CSV) v globálnej firme s desiatkami tisíc zamestnancov?

Sme jedna z najväčších svetových IT spoločností, pôsobíme v 170 krajinách sveta a máme jeden z najväčších dodávateľsko-odberateľských reťazcov v odbore. Máme teda jedinečnú pozíciu podnecovať inovácie, ktoré priamo ovplyvňujú život ľudí a udržateľný ekonomický rast. Nazvali sme to *Living Progress*. Je to cesta riadených inovácií, zapájania všetkých obchodných skupín firmy, využívania odbornosti zamestnancov a vytvárania partnerstiev.

Spôsob, ako sa to v takej veľkej firme dá, je možný, iba ak najvyššie vedenie firmy, vrátane CEO, rozumie tejto stratégii, plne ju podporuje a podne-



Danica Balážová počas HP dobrovoľníckej akcie na základnej škole v Bangalore v Indii. Spolu s partnerskou nadáciou Agastya sa snažila deťom priblížiť výučbu matematiky a vedných odborov.

ktorých názvy úmyselne neprekladáme do iných jazykov, aby tým nestratili šírku svojho významu: *Human Progress*, *Economic Progress* a *Environmental Progress*. Skupiny zodpovedajú tomu, že naším cieľom je prispieť k vyriešeniu vybraných výziev v oblasti vzdelávania, zdravia a životného prostredia. Je dôležité povedať, že rozhodnutie vydať sa touto cestou prišlo z najvyššieho vedenia firmy a táto cesta nie je v žiadnom prípade jednoduchá. Zahŕňa zmenu procesov a integráciu nových princípov naozaj do všetkých oblastí fungovania firmy.

Čo sa vám už v oblasti CSV podarilo?

Snažíme sa napríklad využiť potenciál cloudových a mobilných riešení v oblasti zdravotnej starostlivosti. V spolupráci s partnermi sme v Indii vyvinuli koncept *eHealth centier*, ktoré sú umiestnené v ľahko manipulovateľných prepravných kontajneroch, sú napojené na cloud a vybavené dôležitými diagnostickými zariadeniami a *tele-health* riešením. Centrá tak prinášajú základné zdravotné služby ľuďom vo vzdialených vidieckych oblastiach, ktorí doteraz nemali prístup k zdravotnej starostlivosti.

Môžem spomenúť aj stratégiu dodávateľského reťazca v Číne *Go West*. Presunom našich tovární do miest ako Chongqing vo vnútrozemí Číny sme zlepšili pracovné podmienky a kvalitu života desiatok tisíc továrenských robotníkov, ktorí sa už nemusia sťahovať za prácou.

Som presvedčená, že príležitosti na uplatňovanie tohto konceptu sú v každej krajine, v tých rozvojových sú možno len trochu viditeľnejšie.

Aké projekty riešite v oblasti vzdelávania?

Vďaka on-line technológiám sa vzdelávanie transformuje a demokratizuje. Je to nielen o prístupe ku vzdelávaniu pre milióny študentov, ale tiež o znižovaní nákladov na vzdelávanie pri súčasnom zlepšovaní kvality obsahu. Podľa tradičného modelu firmy darujú počítače alebo finančné zdroje na zlepšenie prístupu k vzdelaniu. My však v duchu myšlienky CSV investujeme aj do vzde-



Na návšteve centra v indickom distrikte Kaithal, ktoré sa zameriava na posilnenie postavenia žien, robí kurzy šitia a pomáha ženám ekonomicky sa osamostatniť.

lávacích platformami a vytvárame tak nové obchodné príležitosti, nové partnerstvá a oslovujeme nových zákazníkov pre naše služby a riešenia v oblasti vzdelávania.

Príkladom je vzdelávacia platforma *HP LIFE* (www.life-global.org). Ide o e-learning program pre malých začínajúcich podnikateľov, ktorý je k dispozícii zadarmo ako tréningový on-line program na cloud platforme. Podnikateľom pomáha získať zručnosti a znalosti na založenie a úspešné fungovanie vlastného biznisu. K dispozícii majú aj mentoringový program a získajú tiež možnosť stať sa súčasťou globálnej komunity malých podnikateľov a nadviazať tak nové partnerstvá. Ako jedna z našich popredných iniciatív zasiahla *HP LIFE* už viac ako 2 milióny ľudí na celom svete a viedla k vytvoreniu viac ako 57 000 pracovných miest.

Priniesla už nová stratégia konkrétne pozitívne výsledky pre firmu samotnú?

Stále sme len na začiatku tejto cesty, no máme už prvé výsledky. Na základe spätnej väzby z krajín, kde projekty

realizujeme, vidíme, že majú významný vplyv na reputáciu firmy a otvárajú nám dvere k novým obchodným príležitostiam. Niektoré z inovácií, ktoré sme pilotovali, sa už dostali do štandardného produktového portfólia firmy. Na základe úspechu *eHealth centier* bol tento koncept zaradený do iniciatívy indickej vlády *TechVillages* a toto riešenie by malo byť dodávané indickej vláde na komerčnej báze.

Veľmi veľký dopad majú tieto aktivity na motiváciu a angažovanosť zamestnancov. Naším zamestnancom umožňujeme venovať 4 hodiny mesačne dobrovoľníckym aktivitám prepojeným na naše projekty. Interný zamestnanecký prieskum jasne ukázal priamy vzťah medzi účasťou na dobrovoľníckych aktivitách a spokojnosťou zamestnancov.

Aj keď naša firma momentálne prechádza dlhodobou a rozsiahlou transformáciou, je pozitívne, že napriek ťažkým časom je stratégia *Living progress* podporovaná a rozvíjaná. «

Tému CSV pripravila: Ivana Kullová

Jesenné semináre BLF o zodpovednom podnikaní, 25. september a 8. október 2013



Prečo by firma mala zefektívniť manažment svojho vozového parku a ako môže motivovať zamestnancov k využívaniu alternatívnych foriem dopravy? Na seminári **Podpora nemotorovej a nízko-emisnej dopravy** sa 25. septembra v Bratislave hovorilo o tom, ako si môžu firmy znížiť svoje náklady a zároveň zabezpečiť zdravých a spokojných zamestnancov.



„Flexibilita prináša výsledky a firmu takmer nič nestojí. To však neznamená, že zamestnanci pracujú menej – pracujú inak.“ O stratégiách, ktoré si firmy môžu zvoliť pri podpore udržiavania rovnováhy medzi pracovným a osobným životom zamestnancov hovorila 8. októbra na seminári **Podpora work-life balance zamestnancov** Danielle Hartmann z Boston College Center for Work & Family.



„Kúpili by ste si celú kravu, ak chcete iba pohár mlieka? Prečo potom kupujete auto, keď sa chcete iba zviezť?“ Michael Glotz-Richter, odborník na udržateľnú dopravu pre mesto Brémy, uviedol, že najideálnejším riešením pre firmy je nahradiť firemné vozidlá systémom zdieľania áut, ktorý by dopĺňala podpora využívania MHD a bicyklov. „Zamestnancov, ktorí využívajú alternatívnu dopravu, odmeňujte za hodnoty, ktoré vašej firme prinášajú. Vyhýbajte sa však trestaniu ‚neželaných‘ dopravných návykov,“ povedala zástupcom firiem Bonnie Fenton, konzultantka pre trvalo udržateľnú dopravu.



O svoje skúsenosti sa podelili aj zástupcovia slovenských firiem, ktorí predstavili vlastné work-life balance programy. Marek Bobák, riaditeľ sekcie ľudských zdrojov Stredoslovenskej energetiky, hovoril o úspešnej pro-rodinnej politike firmy. „Zamestnancom na materskej a rodičovskej dovolenke ponúkame možnosť teleworkingu a vzdelávacích kurzov. Dvakrát ročne im poskytujeme príspevok vo forme dovolenkovej a vianočnej mzdy,“ uviedol.

Čítajte viac o seminároch na www.zodpovednepodnikanie.sk

Connect@ Fórum o firemnej filantropii, 14. november 2013



„Nemôžete riadiť, čo nemeriate.“ O číslach, ktoré vďaka filantropii dostávajú novú hodnotu, hovoril pred vyše 100 účastníkmi v priestoroch bývalej bratislavskej Cvernovky aj expert na sociálne podnikanie Peter Scholten.



O kreativite účastníkov Fóra sa nedalo pochybovať. Interaktívny transparent Mira Šarišského zo Slovenských elektrární prekvapil aj facilitátora diskusie **Nadchni svojho šéfa** Lukáša Bakoša. Nielen prečo, ale aj ako zaznelo v odpovediach hostí Michala Meška, CEO z Martinus.sk a Jána Baču, riaditeľa vonkajších vzťahov z U.S. Steel Košice.



Spoločne sme vytvorili filantropickú mapu Slovenska. Komentár sociológa Martina Bútoru nastolil nové pohľady a možnosti smerovania. Ak máte záujem pozrieť si výsledok, radi vám ho zašleme. Kontaktujte nás na anna.podlesna@nadaciapontis.sk



Záverečný Bar Camp sme venovali 10 témam. Účastníci od odborníkov získali rýchly prehľad o situácii v danej oblasti. Následne diskutovali o možných riešeniach a praktických prepojeniach neziskového sektora s firmami. Spojiť sa na 6. Fóre o firemnej filantropii by nebolo možné bez podpory partnerov, ktorými boli Slovak Telekom a Nadácia Allianz.

Zo sveta

Udržateľný životný štýl bude dobrým biznisom

Začiatkom roka 2013 oslovili konzultačné spoločnosti BSR a Futerra zaoberajúce sa témou udržateľnosti 54 top globálnych firiem z rozličných sektorov. Jesenné výsledky prieskumu *Value_Gap: The business value of changing consumer behaviors* odhalili vysoké očakávania firiem, že zmena spotrebiteľského správania smerom k udržateľnosti sa už v blízkej budúcnosti stane dominantnou silou na trhu.

Z oslovených spoločností sa takmer 40% už dnes snaží motivovať svojich zákazníkov k udržateľnému životnému štýlu. Súčasná snaha firiem o zmenu spotrebiteľského správania je ťahaná najmä faktormi manažmentu rizika (príprava na možnú reguláciu zo strany štátu/nadnárodných inštitúcií) a snahou posilniť svoju reputáciu. Viac než 50-ka veľkých svetových firiem však očakáva, že tieto faktory budú čoskoro, už do piatich rokov, nahradené nevyhnutnosťou inovácie a zvýšenia trhového podielu. Z prieskumu tiež vyplynulo, že najviac si s podporou udržateľného životného štýlu oslovené firmy spájajú spoločnosti Patagonia, Marks & Spencer či Nike.

Od záväzkov k realizácii CSR

Firmy sa posunuli od vyslovenia záväzkov k realizácii konkrétnych činov. Viaceré však majú rezervy v začleňovaní zodpovedných princípov do celej štruktúry podniku a do vzťahov v rámci dodávateľského reťazca. To sú niektoré zo zistení správy o zodpovednosti firiem *2013 Global Corporate Sustainability Report*, ktorú iniciatíva UN Global Compact uverejnila v septembri 2013.

Správa vychádza z výsledkov výročného prieskumu UN Global Compact, ktorého sa zúčastnilo 1 712 firiem zo 112 krajín sveta. 44% respondentov tvorili malé a stredné podniky, 56% veľké firmy. Firmy sa postupne posúvajú od prijímania záväzkov k ich reálnemu uskutočňovaniu. 65% firiem rozvíja a hodnotí svoje politiky udržateľnosti a 35% opýtaných firiem školí manažérov, aby boli schopní pretaviť princípy udržateľnosti do konkrétnych procesov. Najväčšie problémy majú firmy pri zavádzaní udržateľnosti do dodávateľského reťazca. Hoci väčšina firiem (57%) požaduje od svojich dodávateľov dodržiavanie princípov udržateľnosti, len približne 18% ich následne monitoruje, alebo im pomáha dosahovať stanovené ciele.

Znížte spotrebu plastových tašiek

Európska komisia začiatkom novembra 2013 prijala návrh, ktorým od členských štátov požaduje, aby znížili spotrebu ľahkých plastových tašiek (s hrúbkou menšou ako 50 mikrónov). Ľahké plastové tašky sa často využívajú iba jednorazovo, po odhodení sa však zachovávajú až stovky rokov. Hromadia sa najmä v moriach, kde ohrozujú morské ekosystémy.

„Do odpadu Európania každý rok vyhodia viac ako 8 miliárd plastových tašiek, čo veľmi škodí životnému prostrediu. Niektoré členské štáty už v znižovaní spotreby plastových tašiek dosiahli skvelé výsledky. Ak by sa k nim pridali ďalšie, mohli by sme ich dnešnú celkovú spotrebu v Európskej únii znížiť až o 80%,“ uviedol eurokomisár pre životné prostredie Janez Potočnik.

Členské štáty si môžu vybrať opatrenia, ktoré považujú za najvhodnejšie, vrátane poplatkov, vnútroštátnych cieľov zníženia spotreby alebo aj zákazu predaja plastových tašiek.

Viac sa dočítate na www.zodpovednepodnikanie.sk

Kalendár podujatí

27. – 28. november 2013 Londýn

CR Reporting and Communications Summit

Ďalší ročník konferencie o reportingu a komunikácii zodpovedného podnikania sa zameria na príklady najlepšej praxe pri reportovaní zodpovedného podnikania, nastavenie reportingových procesov vo firme a na nástroje na zlepšenie komunikácie o zodpovednom podnikaní vo vnútri firmy ako aj externe. Účastníci budú mať možnosť stretnúť sa so zástupcami Global Reporting Initiative, ktorí predstavujú štvrtú verziu Smerníc reportovania trvalo udržateľného rozvoja GRI G4. Medzi hosťami nebudú chýbať firmy ako Ikea, Unilever, Virgin Media, Pirelli, GRI, Alliance Boots, Marks & Spencer, Akzo Nobel, Nestlé, Heineken, ING Group alebo Tetra Pack.

Konferenciu organizuje **Ethical Corporation**.

Viac: events.ethicalcorp.com/reporting

28. november 2013 Londýn

Ľudské práva a biznis

Seminár Ľudské práva a biznis je určený zástupcom firiem, ktoré majú svoje prevádzky v krajinách s potenciálnou hrozbou nedodržiavania ľudských práv. Účastníci budú mať možnosť porozumieť prekážkam, ktoré môžu nastať pri snahe o integráciu otázky ľudských práv do každodenných rozhodnutí firmy, vymeniť si skúsenosti z tejto oblasti, ako aj dozvedieť sa o tom, aké sú očakávania na firmy na národnej a globálnej úrovni. Seminár je určený pre zástupcov oddelení ľudských zdrojov, risk manažmentu a právnych oddelení.

Seminár organizuje **CSR Europe a Business in the Community**.

Viac: <http://www.csreurope.org>