

Editoriál

Pred pár rokmi ohlásil najbohatší muž planéty Bill Gates, že venuje polovicu svojho majetku na dobročinnosť. O pár mesiacov svet prekvapil ďalší miliardár Warren Buffett, že dá na dobročinnosť až 99% svojho majetku – prostredníctvom nadácie Billa Gatesa. Tento rok obaja páni rozbehli iniciatívu, ktorej cieľom je povzbudiť čo najviac miliardárov, aby darovali aspoň polovicu svojho majetku. Zatiaľ získali prísľuby od niekoľkých desiatok ultraboháčov.

Prečo sa najbohatší ľudia sveta zrazu rozhodujú, že už nechcú byť najbohatšími? Takmer všetky príbehy sa zhodujú v jednom. Keď sa človek dostane na vrchol, objaví sa základná znepokojujúca otázka: na čo to všetko vlastne je? Potrebujem ešte ďalší dom, ďalšiu jachtu, najnovší model auta? Nepokazím svoje deti a vnukov obrovským majetkom, ktorý im zanechám? Veď si ani nedokážu uvedomiť hodnotu peňazí. Aký bude kvôli tomu ich charakter, životné voľby či osobné vzťahy? Ako dať mojim peniazom lepší zmysel?

Nemusíme sa v honbe za ziskom dostať až na prvé miesto ako Bill Gates, aby sme pochopili to isté. Odpoveď je: filantropia. Skutočná hodnota človeka sa nemeria jeho kontom. Nedefinuje nás náš majetok, ale naše hodnoty. Dar je spôsobom vyjadrenia našich hodnôt. Darovanie prináša väčšie životné uspokojenie ako minútie peňazí na čokoľvek iné. Keď na konci života dostaneme otázku, čo sme dokázali, môžeme odpovedať rôzne. Biznis odpoveď je: postavil som 1000 budov, predal milión telefónov či bol som jednotkou na trhu bankového retailu. Zaujímavá, ale troška chladná odpo-

newsletter



Darovať nemusíte len peniaze. Vzácne sú aj váš čas či vecné dary.

ved... Neznejú nasledujúce výpovede silnejšie? Pomohol som vyriešiť problém detskej obrny; zachránil som pre ďalšie generácie kultúrnu pamiatku, ktorá by inak schátrala; pomohol som nájsť zamestnanie a životné uplatnenie 50 nepočujúcim...

Nejedná sa len o jednotlivcov, ale aj firmy. Firmy majú dosahovať zisk (bottom line), je to JEDEN z ich cieľov. No mnohí ľudia, ktorí sa u nás hlásia o zamestnanie, hovoria, že strácajú motiváciu pracovať len v mašinách na peniaze do vrečka niekoho iného. Našťastie, stále rastie počet veľkých aj malých zamestnávateľov, ktorí sa na ciele svojho podnikania pozerajú širšími očami (tripple bottom line). Páčia sa mi firmy, ktoré sa rozhodli byť predovšetkým great (skvelé), nie big (veľké). A o skvelej firme okolitá spoločnosť vždy vie – nie vďaka PR správam, ale vďaka podpore, ktorú dostáva.

Toto číslo venujeme firemnej filantropii.

Pavel Hrica

Obsah čísla

2 Aktivity členov združenia

Od darov k investíciám **4**

8 Dobrovoľníci pomáhajú

Angažovaná filantropia **9**

10 Aj menšie firmy chcú pomáhať

Minulé desaťročie bolo najteplejšie **11**

prípravu a vydávanie podporuje:

 **VÚB BANKA**

Editor

Michal Kišša
michal.kissa@nadaciapontis.sk

Redakčná rada

Janka Ružická
Lenka Surotchak
Beata Hlavčáková

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

Talenty Novej Európy

Slovnaft a Stredoeurópska nadácia vyhlásili 4. ročník spoločného grantového programu Talenty novej Európy, na ktorý v tomto roku vyhradili celkovo 66 tisíc eur. Talentované deti a mládež môžu do 30. októbra 2010 poslať prihlášky a uchádzať sa o grant a titul „Talent novej Európy“. Stredoeurópsku nadáciu a spoločnosť Slovnaft viedla k spusteniu programu snaha podporiť výnimočné mladé talenty, ktorých rozvoj by v dôsledku nedostatku finančných prostriedkov mohol byť potlačený alebo oslabený. Rozhodujúce slovo pri výbere finalistov má odborná porota zložená zo známych umelcov (Marián Čekovský, Peter Marcin, Ilona Németh), renomovaného vedca (Anatolij Dvurečenskij), zástupcu vede-

nia Fakulty telesnej výchovy a športu UK, zástupcov médií, CEF a Slovnaftu. Počas prvých troch ročníkov program Talenty novej Európy prispel k rozvoju 85 výnimočných talentov celkovou sumou takmer 200 tisíc eur.



Európsky týždeň mobility členov BLF

Mnohí členovia združenia počas ETM mali intenzívnu internú kampaň o vplyvoch automobilovej dopravy

na zdravie človeka. Prostredníctvom rôznych nosičov vyzývali zamestnancov, aby viac používali MHD, bicykel a chôdzu pešo. Slovak Telekom, Orange či IBM majú intranetovú aplikáciu, ktorá pomáha zamestnancom pri plánovaní spoločnej cesty do práce či na služobnú cestu. Prostredníctvom nej sa môžu kolegovia skontaktovať a naplánovať si cestu v jednom aute namiesto dvoch či troch ďalších.



Ukážky internej kampane spoločnosti Orange Slovensko a Slovak Telekom

Slovensko-nórske fórum o zodpovednom podnikaní

Za účasti nórskeho kráľa Haralda V. a slovenského prezidenta Ivana Gašparoviča sa v stredu 27. októbra uskutoční slovensko-nórska konferencia o zodpovednom podnikaní a dôstojných pracovných podmienkach. Na podujatí vystúpia poprední predstavitelia vlád Slovenskej republiky a Nórskeho kráľovstva a generál-

ni riaditelia slovenských a nórskejších firiem, ktoré sa téme zodpovedného podnikania venujú. Súčasťou konferencie bude aj panel o dôstojných pracovných podmienkach, na ktorom sa zúčastnia zástupcovia zamestnávateľov a odborov z oboch krajín. Za Business Leaders Forum vystúpi prezident BLF, pán Paolo Ruzzini a riaditeľka

BLF, pani Beata Hlavčáková. Členské firmy budú zastúpené generálnym riaditeľom VÚB banky, pánom Ignaciom Jaquototom a prezidentom spoločnosti U.S. Steel Košice, pánom Georgom F. Babcokeom. Reportáž z podujatia Vám prinesieme v budúcom čísle BLF Newslettera.

Zelená inšpirácia z Bielych Karpát

Dňa 19. októbra 2010 pripravujeme pre členov BLF skupiny Klimatická zmena a starostov slovenských obcí seminár a prehliadku obce Hostětín. Obec s 240 obyvateľmi leží v Chránenej krajinskej oblasti Biele Karpaty a je vzdialená približne 150km od Bratislavy. Od 90. rokov sa tu sústreďujú projekty, ktoré využívajú miestne obnoviteľné zdroje energie (biomasu, slnečné žiarenie, atd.). Hostětínske projekty overujú eko-

SKANSKA

SLOVENSKÉ ELEKTRÁRNE

Enel

VÚB BANKA

logické technológie v praxi a umožňujú ukázať, ako fungujú. Vďaka nim ušetrí dedina 1600 ton emisií oxidu uhličitého - plynu, ktorý zosilňuje skleníkový efekt a prispieva ku klimatickej zmene. Za svoj prínos k ochrane životného prostredia získal Hostětín národnú cenu Energy Globe a v marci 2010 ju navštívil aj Princ Charles. Partnermi stretnutia sú Skanska, Slovenské elektrárne, člen skupiny Enel a VÚB banka.

Máte aj vy 7. zmysel?



Som rád, že sa môžem zapojiť do projektu 7. zmysel

Podľa Svetovej zdravotníckej organizácie trpí poruchou sluchu na svete 2 až 4 % obyvateľstva. Na Slovensku je 200 tisíc nepočujúcich. Ľudia sa však často boja s nepočujúcimi komunikovať a to vyvoláva situácie, pri ktorých sa naši spoluobčania stávajú obeťami nevnímanosti svojho okolia. Práve komunikačná a informačná bariéra patrí medzi najčastejšie problémy pri začleňovaní nepočujúcich do spoločnosti.

Na otázku, aké je byť nepočujúcim, hľadalo počas siedmich dní odpoveď vlastnou skúsenosťou sedem známych osobností v rôznych životných situáciách v rámci podujatia 7. zmysel. Projekt zorganizovala spoločnosť Slovak Telekom, pričom hlavným cieľom bolo spojiť svet nepočujúcich so svetom počujúcich, a to prostredníctvom životných situácií, ktoré museli známe osobnosti vyriešiť posunkovým jazykom. Zlatica Puškárová, Tomáš Mašťalír,

Alexander Bárta a ďalší sa s posunkovou komunikáciou popasovali napríklad v ordinácii u lekára, pri nákupe v potravinách, ohlasovaní krádeže na polícii alebo pri pracovnom pohovore. V období od 19. septembra až po Medzinárodný deň nepočujúcich sa týmto originálnym spôsobom snažili priblížiť život a kultúru nepočujúcich, zvýšiť povedomie a mieru tolerancie verejnosti voči tejto komunite.

Ako strategicky investovať do komunity

Je zaujímavé pozorovať, ako premyslene a efektívne dokážu firmy využívať prostriedky v biznise a ako prvooplánovo a jednorazovo občas konajú v darcovstve.

Neefektívna hra na city

Budovať si PR na filantropii vyznieva nedôveryhodne. Ak sa o charite či filantropii, ktoré sa prirodzene spájajú s nezištnosťou, príliš veľa hovorí, verejnosť darcovi neverí: „Aj tak sa chcú len zviditeľniť.“ Zámer firmy podporiť dôveru k značke tak končí kontraproduktívne, dôveru to skôr oslabuje. Kritizujeme, keď médiá nekomunikujú o firemnom darcovstve. No tie sa niekedy len prirodzene bránia voči zmiešavaniu darcovstva a reklamy. A musíme priznať, že niekedy je PR motivácia naozaj silnejšia ako tá filantropická. Mechanické počítanie, koľkokrát bolo zverejnené logo alebo spomenutá obchodná značka pri darovaných prostriedkoch, tak firmy paradoxne zbavuje samotného želaného PR, ale aj oveľa väčších iných mož-

ných biznis benefitov. O reálnej zmene pre komunitu ani nehovoriac. Firma, presvedčená, že daná téma v médiách „nefunguje“, skáče po niečom inom, a tak sa začína stále od nuly.

Hm, strategické témy

Venujeme sa deťom. Zlepšujeme životné prostredie. Dávame na kultúru. Podporujeme tento región. To sú časté firemné filantropické „stratégie“. V skutočnosti však ide len o výber aktuálnej témy, na ktorú firma poskytne dar alebo odvedie 2%. S príchodom nového CEO alebo marketingového riaditeľa sa „stratégia“ (oblasti podpory) mení a firma zase chvíľu odvádza na niečo iné. Skutočnú zmenu však možno dosiahnuť len skutočnou stratégiou. Užšou, konkrétnejšou, dlhodobejšou.

Prepojenou s hodnotami firmy, s majiteľmi či vedením, so zamestnancami. Takáto filantropia sa na začiatku pýta: čo chceme dosiahnuť? Na Slovensku, našťastie, nájdeme aj pozitívne príklady: „Chceme vyriešiť problém izolácie nepočujúcich a nevyužívania posunkovej reči. Chceme, aby malo každé dieťa na Slovensku rodinu a nemuselo žiť v detskom domove. Chceme, aby každá neziskovka mala legálny softvér. Chceme zachrániť štiavnickú Kalváriu, aby dokázala samofinancovať svoj chod. Chceme, aby prežila pôvodná slovenská literatúra.“

Nedávajte dary, maximalizujte sociálny dopad

Až toto sú skutočné filantropické stratégie prinášajúce sociálnu zmenu. Sú konkrétne a zamerané na cieľ a je jasné, že ich dosiahnutie nie je možné jednorazovým darom. Vyžadujú systematické viacročné úsilie, prekonávanie prekážok, hľadanie najlepších partnerov a nástrojov, aby mohli byť dosiahnuté. Vyžadujú synergie a maximalizovanie zdrojov: zapájanie vedenia, zamestnancov, firemných partnerov a dodávateľov, zákazníkov, verejných predstaviteľov a miestnej komunity. Čím viac sa firma s darcovskou stratégiou prepojí, tým väčšia šanca na úspech a dosiahnutie plánovanej spoločenskej zmeny. Venované vstupy aj dosiahnuté výstupy treba neustále merať a hľadať najefektívnejšie cesty k výsledku. Je to ťažšia a trnistejšia cesta. No paradoxne aj firma z nej má omnoho viac prínosov.

Biznis benefity

Aj keď poctivé úsilie neprináša okamžité ovocie hneď v prvom alebo druhom roku, vypláca sa. Ak sa darca svojej téme venuje dlhodobo a poctivo, cíti to aj okolie a firme dôveruje, chváli ju spontánne, nie vynútené. Hoci šanca

objaviť sa v médiách nebola primárnou motiváciou, zrazu sama rastie. Aj zákazníci majú firmu radšej. Posilňuje sa dobrý pocit zamestnancov a hrdosť na svojho zamestnávateľa, ktorý nejedná len úzko biznisovo a egoisticky. Ak sú zamestnanci zapojení, získavajú pri svojej práci pocit zmysluplnosti, absencia

ktorého býva častou príčinou fluktuácie. Darcovstvo prospieva firemnej kultúre, atmosfére a konštruktívnej atmosfére na pracovisku. Prináša nové kontakty a vzťahy a upevňuje partnerstvá.

Pavel Hrica

Hlavy pomáhajú

V septembri Nadácia Pontis v spolupráci so skupinou firiem Engage rozbehla nový program firemného dobrovoľníctva Hlavy pomáhajú. V rámci programu zamestnanci firiem budú odovzdávať svoje znalosti, skúsenosti a zručnosti vybraným neziskovým organizáciám, aby oni dokázali lepšie naplňať svoje poslanie.



HLAVY
POMÁHAJÚ

Ponuka dobrovoľníckych príležitostí je prístupná na www.hlavypomahaju.sk. Zamestnanci firiem si môžu vybrať a zaregistrovať sa na aktivitu podľa záujmu o tému, svojich skúseností a časových možností. Neziskové organizácie získajú možnosť čerpať z know-how ľudí z firemného sektora a prostredníctvom nich vyriešiť svoje problémy. Dobrovoľníci využijú svoje profesionálne skúsenosti mimo bežného pracovného prostredia, čím nadobudnú nové schopnosti. Firmy sa zapojením do programu stávajú významným hráčom pri rozvoji komunity, ktorej pomáhajú odovzdaním svojich vedomostí a schopností. Zároveň podporujú osobný rozvoj vlastných zamestnancov v netradičnom prostredí a rozvíjajú firemnú kultúru.

Do programu sa zatiaľ zapojilo 8 firiem a zapojenie ďalších veľkých i malých firiem je vítané. Pre prvý ročník programu nie je stanovený účastnícky poplatok,

firmy môžu však program podporiť ako partner.

Miroslava Gučíková



Pomáhať nemusíme len manuálne – potrebné sú aj naše vedomosti



DARCA.SK
SPÁJA FIRMY S KOMUNITOU

Mať pod jednou strechou všetky informácie ohľadom filantropických aktivít a poskytnúť nástroj pre komunikáciu veľkému počtu užívateľov. To sú hlavné zámery portálu Darca.sk.

Portál je unikátnym riešením, ako skĺbiť viaceré funkcie – informovať o aktuálnych grantových programoch, on-line prijímať projekty a záverečné správy

alebo reportovať darované financie, čas a vecné dary. Cieľom portálu je, aby sa čo najviac užívateľov pracujúcich s grantmi dostalo ku grantovým výzvam, výsledkom grantových programov a iným filantropickým aktivitám jednotlivých firiem.

Za takmer pol roka oficiálneho fungovania stránky ju navštívilo takmer 51 tisíc unikátnych užívateľov.

Firmám poskytuje portál skvelú možnosť komunikácie o ich darcovských aktivitách a výrazné zvýšenie vnímania značky pre predstaviteľov škôl, mimovládnych organizácií, obcí a iných neziskových subjektov.

Norbert Maur

Návratnosť firemnej filantropie

Aj týmto témam sa bude venovať 3. ročník Fóra o firemnej filantropii, ktoré sa uskutoční 11. novembra 2010 v reštaurácii Kogo v Bratislave. Hlavným rečníkom podujatia bude **Buzz Schmidt**, zakladateľ a prezident britskej organizácie Guide Star International. Legislatívne zmeny týkajúce sa asig-nácie 2% dane a vplyv týchto zmien na neziskový sektor vysvetlí **Peter Handiak** z 1. Slovenského neziskového servisného centra. O vlastnej skúsenosti s poskytovaním know-how

neziskovým organizáciám budú hovoriť firemní dobrovoľníci v diskusnom paneli venovanom angažovanej filantropii. V bloku Pecha Kucha sa predstavia ďalšie inšpiratívne príklady firemnej filantropie. Hlavným partnerom je spoločnosť Slovak Telekom, a.s.

Oľga Shaw



***oxymoron**: spojenie dvoch slov, ktorých význam sa navzájom vylučuje.

Spájať filantropiu s návratnosťou investície môže na prvý pohľad pôsobiť ako oxymoron*. No ak má darcovstvo firiem zvýšiť pozitívny vplyv na komunitu a širšiu spoločnosť, neobíde sa bez strategického rozhodovania, dôsledného mapovania potrieb a dôrazu na merateľnosť výsledkov.

Meranie je základ úspechu

Firma, ktorá nemá prehľad o tom, prečo, ako, čo a kam daruje, je ako vedec, ktorý celé dni len sedí za stolom, trávi ich pozeraním do okna a produkuje hotové štúdié. Vyprodukuje síce množstvo štúdií, ale sú iba zmesou postmoderných textov a domnienok. Naproti tomu vedec, ktorý produkuje svoje štúdié na podklade výskumu, precízne formuluje závery svojich meraní. Podobne aj výsledky z darovstva by mali byť postavené na precíznej metodike, ktorá má za cieľ porovnať vstupy a výstupy darovania.



Efektívny nástroj na meranie darovstva poskytuje metodika London Benchmarking Model. Firma na jednej strane sleduje, aké dary a v akej hodnote dáva. V metodike sa sleduje motivácia, s akou firma daruje – či je to jednorazový dar, strategická podpora dôležitej témy alebo komerčný zámer.

Pre nastavenie stratégie darovania je dôležité sledovať aj oblasti, ktoré najviac podporuje – či ide o vzdelávanie, zdravie, umenie, kultúru a podob-

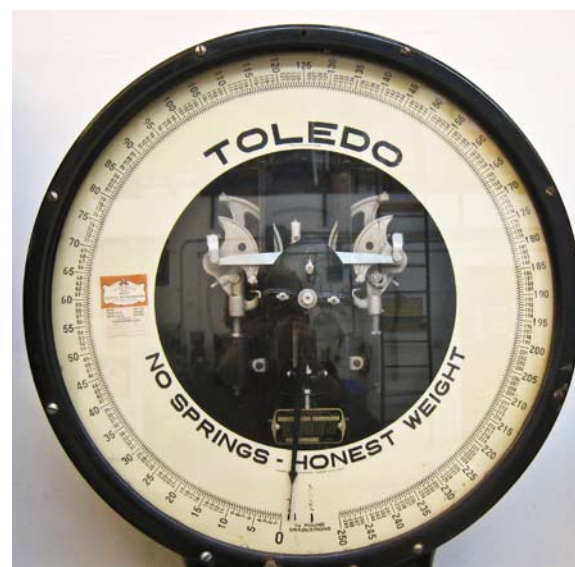
ne. Posledný faktor, ktorý metodika skúma, je región, kam firma daruje svoje prostriedky.

Čo sa týka výstupov, pri nich metodika sleduje hlavne prínosy pre komunitu, ktorá bola podporená, a prínosy pre samotnú firmu, ktorá darovala. Zaujímavé je sledovať aj dodatočné navýšené zdroje (leverage) získané vďaka podpore firmy.

Efektívne je manažované to darovstvo, pri ktorom bude napríklad IT firma vedieť, že darovala sumu 50 tisíc eur a 150 dobrovoľníckych hodín svojich zamestnancov a súčasne darovala počítače v hodnote 20 tisíc eur na projekt, ktorý zvyšuje počítačovú gramotnosť detí na školách. Ak firma vie, že za tieto prostriedky boli vyškolení 50 učitelia, ktorí naučili 1500 žiakov používať počítač, dokáže do budúcnosti nastaviť darovanie ešte viac cielene. Dokáže napríklad nastaviť cieľovú skupinu, navýšiť prostriedky, zvýšiť počet zapojených zamestnancov alebo zacieliť aktivity na konkrétny región. Reportom sú

jasne podložené výsledky, ktoré môže firma ďalej využiť pre ďalšie plánovanie. Netreba míňať čas písaním postmoderných reportov, ale treba mať presný nástroj na presné výsledky.

Norbert Maur



Výstupy by mali na pomyslenej váhe prevyšovať vstupy
Foto: GenBug, www.flickr.com

650 dobrovoľníkov pre Žilinu

Naša Žilina prepojila firmy, ktorým záleží na svojom okolí, s neziskovými organizáciami, ktoré potrebujú pomoc. Počas troch dní, od 22. do 25. septembra, 650 dobrovoľníkov skrášovalo a zveľaďovalo svoje mesto.



Tím zo SSE pomáhal na Lietave

Povedali o Našej Žiline

Ivan Harman, primátor mesta Žilina: „Chcel by som sa poďakovať všetkým občanom, ktorí obetovali svoj voľný čas a venovali ho životnému prostrediu a nášmu lesoparku.“

Soňa Holúbková, nadácia Krajina harmónia: „Aktivity takéhoto druhu sú veľmi dôležité – ľudia sa môžu stretnúť s našimi klientmi a zároveň nám pomôžu skrášliť priestory záhrady, na čo nám pri každodenných povinnostiach nezostáva veľa času.“

Alexandra Chovancová, Kia Motors Slovakia: „Myslím, že je dôležité, že ideme ako jeden tím, môžeme sa porozprávať a spoznať v menej tradičných situáciách.“

Jaroslav Hanzel, Stredoslovenská energetika: „Keď mi kolegyně rozprávali zážitky z minulého ročníka Našej Žiliny, povedal som si, že tento rok pôjdeme na Lietavu celé oddelenie. A podarilo sa, dnes nás tu pomáha 32.“

Rôznorodé dobrovoľnícke aktivity

Tento rok sa do Našej Žiliny zapojilo 10 firiem. 14 neziskových organizácií navrhlo 21 rôznych aktivít. 653 dobrovoľníkov odpracovalo 2 589 hodín, čo je viac ako 1,5 roka práce. Dobrovoľníci vyčistili 6 parkov, záhrad a dvorov, vysadili 40 okrasných rastlín, namaľovali 10 lavičiek a 6 detských prelieza-

čiek, vymenili staré žiarivky za úsporné osvetlenie v 4 triedach, zveľadili 1 hradné nádvorie, namaľovali 300-metrový plot okolo školy a vstupný podchod do centra voľného času.



Naša Žilina

Podujatie organizovala Nadácia Pontis v spolupráci so skupinou firiem Engage a mestom Žilina. Hlavným finančným partnerom bola Kia Motors Slovakia. Finančným partnerom bola Stredoslovenská energetika.

Monika Smolová



Pracovníci Walmarku maľovali lavičky na Stanici

Pre firmy či podnikateľov s túžbou angažovať sa v riešení sociálnych problémov nielen podpísaním šeku je ideálnou príležitosťou pomerne nový model filantropie, ktorý vznikol v prostredí rizikového kapitálu v USA.

Venture philanthropy (angažovaná filantropia) prepája svet firiem s neziskovým sektorom. Pomáha v priebehu napríklad 5 rokov postaviť na nohy organizáciu so sociálnym programom. Poskytuje jej nielen finančnú podporu, ale aj profesionálne služby, zručnosti a know-how firemných zamestnancov či partnerov z biznisu. Meria jej výkon a skvalitňovanie nie v zisku, ale v miere sociálneho vplyvu. K jej hlavným črtám patrí vysoká a dlhodobá angažovanosť podporovateľov, rôznorodé financovanie (granty, pôžičky atď.), posilňovanie vedomostných kapacít organizácie, nefinančné služby vo forme poradenstva a kon-

Angažovaná filantropia

zultácií v oblasti marketingu, ľudských zdrojov či účtovníctva, ako aj dôraz na merateľné výsledky podľa stanovených indikátorov (sociálna návratnosť investície). Úspešnými príkladmi angažovanej filantropie vo svete sa nechala inšpirovať aj Nadácia Pontis. V novembri minulého roka založila vlastný fond angažovanej filantropie. Prvou organizáciou v portfóliu je OZ Návrat. Návrat je nezisková organizácia, ktorá **od roku 1993** presadzuje a podporuje návrat opustených detí z detských domovov do rodín. Poskytuje komplexné odborné služby v dvoch základných oblastiach: náhradná rodinná starostlivosť

a sanácia rodín v ohrození. „Základným produktom Návratu je vzťah dieťaťa s milujúcim rodičom. Sme presvedčení, že naša práca má zmysel vtedy, keď aj naše vzťahy so všetkými zainteresovanými stranami ponosú atribút vzťahovosti a dlhodobosti. Naša doterajšia skúsenosť s konkrétnymi dobrovoľníkmi napríklad z nadácie Pro-vida a spoločností Prorate a Accenture v rámci VP prináša rozvoj a stabilizáciu v konkrétnych oblastiach pôsobenia Návratu. Je zážitkom byť súčasťou spájania silných stránok rôznych svetov,“ hovorí Marek Roháček, riaditeľ OZ Návrat.

Oľga Shaw

Aj menšie firmy chcú pomáhať

Spravidla je firemná filantropia malých a stredných podnikov orientovaná na komunitu a jej problémy. Pre malé a stredné podniky má pomoc komunitě obrovský význam, keďže sú s ňou často prepojené. Ich majitelia a zamestnanci v nej žijú, trávajú tam voľný čas a využívajú lokálne služby, ich deti chodia do miestnych škôl. Navyše je reputácia podniku často naviazaná na povesť jej majiteľa a rozprávanie zamestnancov.

Malé a stredné podniky podporujú napríklad vzdelávanie (britská spoločnosť Happy Computers poskytuje školám vzdelávacie materiály zadarmo), zlepšovanie kvality života (strojárna spoločnosť Telvill financuje obnovu parku pri Miškovci) alebo riešenie sociálnych problémov (stavebná spoločnosť Gundlach pomáha imigrantom v Nemecku začleniť sa do spoločnosti).

Skvelým príkladom je slovenská firma Anasoft APR. Uvedomuje si, že angažovanosť veľmi upevňuje vzťahy s komunitou. Preto dlhodobo podporuje via-



ceré iniciatívy. Vytvorila fond s názvom NF Myšlienka, ktorý podporuje 2 neziskové organizácie vo vzdelávaní detí

a mladých o vede hravou formou. Organizuje aj konferenciu prezidentov študentských organizácií, kde im spolu s Junior Achievement Slovensko ponúka interaktívne prednášky a diskusie.

Mediálne najznámejšou filantropickou aktivitou Anasoftu je sponzorovanie literárnej ceny Anasoft litera a literárneho festivalu Anasoft Litera fest. Ocenenie sa stalo jednou z najprestížnejších literárnych cien na Slovensku, podporuje autorov, vydavateľov, kníhkupcov a poskytuje orientáciu čitateľom.

Všetky tieto aktivity firme priniesli veľmi pozitívnu publicitu a záujem verejnosti. Anasoft získal aj ocenenie za zodpovedné podnikanie Via Bona 2006 a 2009. Navyše si vytvoril reputáciu zodpovednej a inovatívnej firmy, ktorá priťahuje kvalitných zamestnancov.

Filantropia je často o tom, že čím viac dáme, tým viac dostaneme – vďačnosti, ocenenia, lojality a zadostučinenia. Ľudia v podnikoch si to čoraz viac uvedomujú. Už nechcú pracovať vo firme, kde jediným kritériom je krátkodobý zisk.

Miroslava Rusnoková



Správa Stav klímy 2009 zverejnená toto leto približuje dáta pre 10 hlavných klimatických ukazovateľov, ktoré všetky poukazujú na to isté – vedecké dôkazy, že náš svet sa otepľuje, sa nemýlia. Viac ako 300 vedcov sa podieľalo na správe, ktorá potvrdzuje, že uplynulá dekáda bola zatiaľ najteplejšia zaznamenaná a že Zem sa otepľuje už 50 rokov.

Správa definuje 10 ukazovateľov, ktoré sa použili na meranie teplotných zmien na planéte. Pohyb každého z nich je v súlade s otepľovaním Zeme. Sedem ukazovateľov rastie: teplota vzduchu nad súšou, teplota na povrchu morí, teplota vzduchu nad oceánmi, úroveň morskej hladiny, teplota oceánov, vlhkosť a teplota troposféry – vrstvy atmosféry, ktorá je najbližšie zemskému povrchu a v ktorej sa tvorí počasie. Tri indikátory klesajú: ľad v Arktickom mori, ľadovce a jarná snehová pokrývka na severnej pologuli.

Záznamy pochádzajú z mnohých inštitúcií po celom svete. Používajú údaje zozbierané z rozličných zdrojov vrátane satelitov, meteorologických balónov a staníc, lodí, bójí a terénnych prieskumov. Tieto nezávisle na sebe priniesli dôkazy, ktoré všetky vedú k rovnakému záveru: naša planéta sa otepľuje.

Správa zdôrazňuje, že ľudská spoločnosť sa tisícky rokov vyvíjala v jednom stave klímy a teraz sa formuje nový

Najteplejšie desaťročie

súbor klimatických podmienok. Tieto podmienky sú teplejšie a v niektorých oblastiach sa častejšie prejavujú extrémne udalosti ako suchá, prívalové dažde a silné búrky.

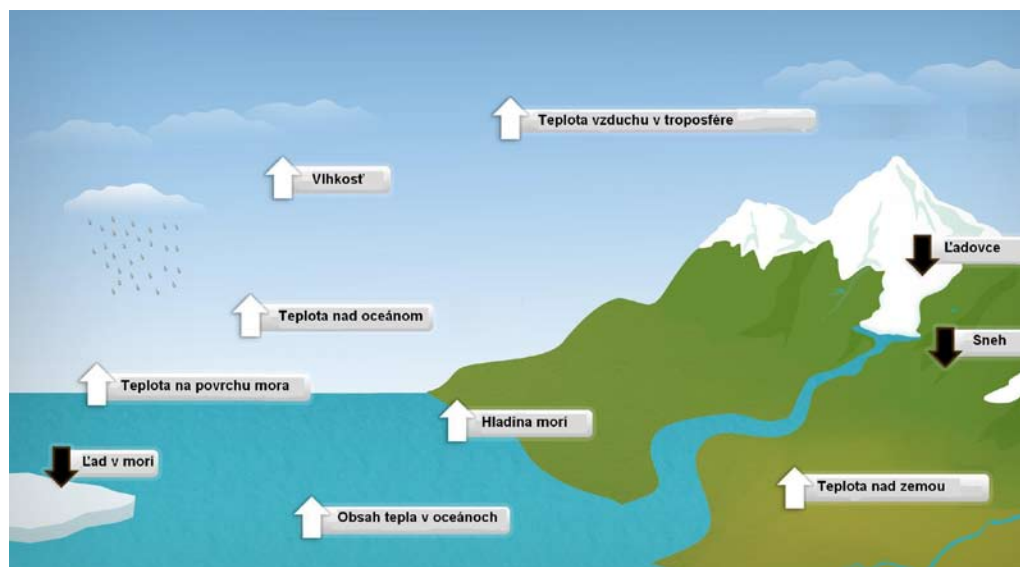
Zatiaľ čo medziročné zmeny v teplote často odrážajú prirodzené klimatické variácie, zmeny v priemernej teplote z desaťročia na desaťročie odhaľujú dlhodobé trendy. Každá z posledných troch dekád bola oveľa teplejšia ako tá pred ňou.

Miroslava Rusnoková

Zdroj: NOAA

Zvýšenie teploty o 1 stupeň za posledných 50 rokov sa môže zdať malé, no už začalo meniť našu planétu. Ľadovce a morský ľad sa topia, prudké dažde sa zosilňujú a návaly horúčav sú čoraz ťažšie. Nová správa nám ukazuje, že viac ako 90 percent otepľovania za posledných 50 rokov išlo do oceánu.

Deke Arndt, spoluautor správy a vedúci Oddelenia pre sledovanie klímy NOAA



Zo sveta

Tlak na výrobcov mobilov kvôli krvavým minerálom

Nový americký zákon prinúti výrobcov presne určiť, odkiaľ majú minerály používané pri výrobe mobilných telefónov. Príčinou sú „konfliktné minerály“ z Demokratickej republiky Kongo, ktoré je ťažké vystopovať. Minerály sa používajú vo väčšine súčiastok do mobilov. Väčšina súčiastok do mobilných telefónov je vyrobená v Ázii americkými alebo európskymi spoločnosťami, no minerály, ktoré idú do elektroniky, vrátane cínu, tantalu a tungsténu, sa získavajú po celom svete. Jedným z týchto regiónov je východ Demokratickej republiky Kongo, ktorej odľahlé územia sú známe násilím a porušovaním ľudských práv. Organizácia Global Witness vyhlásila, že rebeli, milícia a armáda obsadili obchod s minerálnymi rudami vo východnom Kongu a civilná populácia bola vystavená masakrom, núteným prácam a regrutovaniu detských vojakov. Spoločnosti budú musieť presne dokumentovať pôvod minerálov a zverejňovať podrobné vysvetlenie, ak obchodujú s podozrivými oblasťami vo východnom Kongu.

Svet platí vysokú cenu za nadmerný rybolov

Desiatky rokov nadmerného rybolovu pripravilo potravinársky priemysel o miliardy dolárov príjmov, ktoré mohli pomôcť nakrmiť hladných v rozvojových krajinách. Rybolov dnes ročne prispieva 225 – 240 mld amerických dolárov do svetovej ekonomiky, ale ak by boli rybárske praktiky udržateľné, to množstvo by bolo o 36 mld dolárov vyššie, uvádza Journal of Bioeconomics. Výskumníci konštatujú, že vlády štátov podceňujú finančné vplyvy nadmerného rybolovu a nemajú žiadnu motiváciu chrániť populáciu rýb. Ide hlavne o málo rozvinuté krajiny, ktoré nie sú schopné nahradiť túto stratu inou dovezenou výživou. Ryby, ktoré by boli k dispozícii, by nakrmili 20 miliónov podvyživených ľudí.

Zmení generácia Y svet?

Podľa rastúceho počtu výskumov sa budú schémy postojov, správania sa a vodcovstva takzvanej generácie Y výrazne odlišovať od predošlých generácií. Bod, v ktorom sa najviac rozchádzajú, je podľa nedávnej štúdie IBM vnímanie globalizácie a udržateľnosti. V roku 2010 IBM po prvýkrát doplnila svoje poznatky z Globálnej CEO štúdie o analýzu zameranú na študentov. Participovalo na nej viac ako 3600 študentov z viac ako 40 krajín, pričom detailný dotazník tvorili globálne témy a ich dopad na organizácie. Zaujímavé je, že na otázku aké sú top faktory, ktoré budú mať najvýraznejší dopad na organizácie v budúcnosti, boli študenti dvakrát viac náchylní vybrať ako odpoveď globalizáciu a environmentálne témy, ako opýtaní CEOs. Komentáre študentov taktiež jasne poukazujú na fakt, že globalizácia a udržateľnosť sú vzájomne prepojené.

Hodnota BP poklesla

Celkový pokles trhovej hodnoty spoločnosti dosiahol 9,5 mld. dolárov, oznámila v stanovisku druhá najväčšia ropná spoločnosť v Európe. Zároveň spoločnosť vyhlásila, že kompenzácie ľuďom, zasiahnutým ropnou škvrnou z Mexického zálivu sa zvýšili, odkedy firma odovzdala právomoci na rozdeľovanie peňazí nezávislému správcovi. Gulf Coast Claims Facility (GCCF), fond v hodnote 20 mld. USD, založený na odškodnenie rybárov, hotelierov a obchodníkov, ktorým ropná škvrna zničila podnikanie, už vyplatil 19 tis. žiadostí v hodnote 240 mil. USD.

viac: www.zodpovednepodnikanie.sk

Kalendár podujatí

Biznis, ako ho nepoznáte — príbehy úspešného a zodpovedného podnikania

20. október, Banská Bystrica

Ste podnikateľ a potrebujete znížiť náklady? Hľadáte spôsoby, ako sa odlíšiť od konkurencie? Vypočujte si, ako Vám v tom môže pomôcť energetický audit a podpora spravodlivého obchodu. Na seminári vystúpia: Beata Hlavčáková, riaditeľka, Business Leaders Forum/Nadácia Pontis; Allan Bussard, riaditeľ Integra Venture; Tadesse Meskala, riaditeľ Oromia Coffee Farmers Union, Etiópia; Miroslav Dian, energetický audítor, ESG, s.r.o.; Pavol Valent, riaditeľ, Šport C2 s.r.o.; Vladimíra Bukerová, programová koordinátorka, Americká obchodná komora a Jana Ružická, programový koordinátor, Nadácia Pontis. Dozviete sa, čo si o zodpovednom podnikaní myslia slovenské firmy a slovenská verejnosť, ako môže energetická efektívnosť prispieť k zníženiu nákladov, prečo by vás mala zaujímať okolitá komunita. Vypočujete si príbeh banskobystrického podnikateľa, ktorý nemyslí len na zisk svojej firmy, a na záver sa dozviete, čo si o podmienkach pre podnikanie myslia malé a stredné firmy na Slovensku. Účasť je bezplatná.

registrácia: Miroslava.prekopova@nadaciapontis.sk

viac: www.blf.sk

Enterprise 2020

28. október, Brusel

V Bruseli sa opäť uskutoční jedno z najvýznamnejších podujatí týkajúcich sa zodpovedného podnikania. Slovenské Business Leaders Forum bude mať na podujatí tiež svoj stánok s prezentáciami a materiálmi členov. Jedným z vybraných riešení na toto podujatie je aj projekt spoločnosti U.S. Steel Košice podporujúci rovnosť príležitostí pre rómsku komunitu v okolí aj v samotnej firme.

viac: www.csreurope.org