

Ako byť úspešný?



Podnikajte zodpovedne

návod, ako dosiahnuť úspech v podnikaní moderným, zodpovedným a inovatívnym spôsobom

obsah

- 1 Ako byť úspešný a čo vám prinesie zodpovedné podnikanie?
- 2 – 3 Ako sa presadiť u zákazníkov?
- 4 – 5 Ako získať šikovných a verných zamestnancov?
- 6 – 7 Ako ušetriť a chrániť životné prostredie?
- 8 – 9 Ako byť obľúbený v susedstve?
- 10 – 11 Ako budovať partnerstvo s dodávateľmi a úradmi?
- 12 Ako začať?
- 13 Kto vám môže pomôcť? Kde hľadať inšpiráciu?



ako byť úspešný?

Všetci sa snažíme byť úspešní v tom, čo robíme. Chceme sa presadiť na trhu, zavádzaním moderných výrobkov a služieb získať nové trhy a odberateľov, mať lojálnych zákazníkov, zodpovedných partnerov, vytvárať zisk. Navyše sa mnohí z nás snažia po sebe zanechať nejakú hodnotu. K úspešnému podnikaniu potrebujeme aj šikovných zamestnancov, ktorých nie je ľahké získať a udržať. Prostredie, v ktorom podnikáme, sa mení. Je čoraz viac globálne s rastúcimi nákladmi na energie a suroviny a s rastúcimi nárokmi spotrebiteľov. Zákazníci sa častejšie zaujímajú o bezpečnosť, ale aj pôvod ponúkaných výrobkov a služieb, verejnosť a médiá sledujú ich vplyv na zdravie a životné prostredie. Tieto skutočnosti sú dôležité aj pre veľké firmy, ktoré si hľadajú kvalitných a spoľahlivých dodávateľov.

Riešením je podnikanie, ktoré pomáha dosiahnuť úspech vďaka tomu, že berie ohľad na potreby všetkých partnerov firmy. Nazýva sa zodpovedné podnikanie a v angličtine je známe pod skratkami CR, CSR (Corporate Responsibility, Corporate Social Responsibility).

Je to spôsob podnikania pre tých, ktorí chcú byť úspešní dlhodobo. Z začať sa dá malými krokmi, ktoré nestoja veľa, ale môžu veľa zmeniť. Táto publikácia vám v tom chce pomôcť. Poradí vám, ako byť zodpovedný voči partnerom firmy, poskytne vám praktické rady a konkrétne informácie, čo môžete urobiť, aby ste boli v podnikaní úspešní.

Čo znamená podnikateľ zodpovedne?

Podnikateľ zodpovedne znamená dosahovať úspech spôsobmi, ktoré ctia etické hodnoty, vážia si ľudí a komunitu a chránia životné prostredie. Takéto podnikanie znižuje negatívne pôsobenie firmy na jej okolie, životné prostredie, ľudí a zvyšuje pozitívne, dobré pôsobenie firmy.

Prečo podnikateľ zodpovedne?

Niektoré firmy sa rozhodnú pre zodpovedné podnikanie, pretože veria, že je to tak správne. Iné chcú poznať, čo im to prinesie a podľa toho sa rozhodujú. Ďalšie hľadajú kombináciu „správnych vecí“ a finančného prínosu pre biznis.

Komu je príručka určená?

Táto príručka je určená predstaviteľom malých a stredných podnikov zo všetkých sektorov a regiónov, ktorí chcú byť dlhodobo úspešní v podnikaní a pritom byť zodpovední a hrdí na spôsob, akým podnikajú.

čo vám prinesie zodpovedné podnikanie?

Prínosy pre vaše podnikanie

Zodpovedné podnikanie prináša každému niečo iné v závislosti od druhu podnikania, navrhnutých aktivít a od účinnosti ich nasadenia. Aké výhody zodpovedného podnikania vidia slovenskí malí a strední podnikatelia?

- zlepšuje povesť a dobré meno firmy; o firme sa hovorí v dobrom, zlepšujú sa jej hospodárske výsledky a dosahuje zisk udržaním si zákazníkov
- priťahuje, udržiava si a zvyšuje vernosť a spokojnosť zamestnancov
- zlepšuje vzťahy s okolím; firma sa stane obľúbenejšia
- ľahšia spolupráca s obchodnými partnermi; veľké firmy uprednostňujú zodpovedných dodávateľov
- zníženie nákladov a zvýšenie výkonnosti vďaka lepšiemu využitiu a šetreniu zdrojov, surovín a energií

Čo môže byť dôvodom, aby ste začali?

Motívy, ktoré uviedli slovenskí malí a strední podnikatelia:

- udržanie kroku s konkurenciou a požiadavky zákazníkov
- snaha prilákať a udržať si šikovných zamestnancov a úsilie získať lepšiu reputáciu
- zlepšenie vzťahov s obchodnými partnermi
- etické dôvody, snaha pomôcť
- tlak médií

Otestujte sa: Niekedy nie je ľahké podnikat zodpovedne v prostredí, v ktorom to iní nerobia. Ak si nie ste istí, či konáte správne, položte si tieto otázky: „Chcel/a by som, aby sa to, čo teraz robím, dozvedela moja rodina a priatelia? Aby to bolo detailne popísané v médiách? Snažím sa presvedčiť samého/samu seba, že konám správne?“ Ak váhate, zvážte svoje rozhodnutie.

Kam by ste zaradili vašu firmu?

firma s pozitívnym pôsobením

koná eticky a férovo; je to vlúdna a učiac sa organizácia; ponúka zamestnancom lepšie pracovné podmienky v dobre navrhnutých priestoroch, nemá pracovné úrazy, má zodpovedné kritériá výberu zamestnancov a dodávateľov, podporuje vzdelávanie a inovatívnosť zamestnancov; pomáha dodávateľom a ostatným partnerom; platí načas; je ohľaduplná k životnému prostrediu, šetrí energiu, triedi odpad, recykluje a znovu využíva materiály a suroviny; zapája sa do diania v susedstve, v komunite.

firma s negatívnym pôsobením

upláca; zavádza zákazníkov; zatajuje a je príliš hierarchická; je tam šikana a diskriminácia, zlé pracovné podmienky, nebdá na zdravie a bezpečnosť zamestnancov, zamestnáva a prepúšťa podľa ľubovôle, neposkytuje žiadne alebo slabé možnosti školení a vzdelávania; je oneskoreným platcom; je ľahostajná k bezpečnosti svojich výrobkov alebo služieb; vykonáva rizikové procesy v blízkosti obytných areálov; nerozlišuje, odkiaľ suroviny a výrobky pochádzajú; má nadbytočnú spotrebu energie, vody, obalov a odpadu; znečisťuje; služby a priestory sú nedostupné pre znevýhodnených zákazníkov; má slabé alebo žiadne vzťahy so susediacou komunitou.

Spomeňte si, tento spôsob podnikania poznáte: Tomáš Baťa začal podnikat sám, pokračoval ako malá firma a postupne, vďaka inovatívnemu a zodpovednému podnikaniu, dosiahol svetový úspech.

Tomáš Baťa ml.:

„V podnikaní vždy musí byť poctivosť, etický rozmer a malo by slúžiť verejnosti.“





ako sa presadiť u zákazníkov?

viete že?

Pre **63 %** Slovákov je pri nákupe tovarov dôležité, či firma, ktorej výrobok kupujú, podniká zodpovedne.

11 % Slovákov bojkotuje výrobky a služby firmy, s ktorej aktivitami nesúhlasí.

77 % ľudí vo vyspelých krajinách si odmieta kúpiť produkt alebo službu od nedôveryhodnej firmy.



Bez zákazníkov sa podnikať nedá. Ak sa chcete úspešne presadiť na trhu, potrebujete niečo viac – spokojných a verných zákazníkov. Zákazníkom dnes nestačí kvalitný výrobok za dobrú cenu: zaujíma ich bezpečnosť a pôvod výrobku, či firma, ktorá ho vyrába, nepoškodzuje životné prostredie a tým ich zdravie, či sa správa slušne k svojim zamestnancom. Očakávajú viac informácií a podľa nich si budujú k firmám vzťah a rozhodujú, ktorému výrobku a službe dajú prednosť.

prínosy

- ▶ Komunikácia so zákazníkmi vám môže priniesť nové výrobky a trhy.
- ▶ Úsmev a vládny prístup vašich zamestnancov k zákazníkovi spôsobí, že sa k vám budú ľudia radi vracieť.
- ▶ Váš nový pozitívny prístup, opatrenia na ochranu životného prostredia a podpora miestnej komunity vám pomôžu otvoriť si dvere k novým zákazníkom.

kroky, ako začať

- ▶ Je dôležité poznať svojho zákazníka. Pýtajte sa ho, čo je pre neho dôležité, zákazník vás môže inšpirovať, navrhnúť nový výrobok alebo jeho zlepšenie.
- ▶ Porozmýšľajte, čo viete dať zákazníkovi navyše (napr. informácie o výrobkoch a službách nad rámec zákona, dlhšiu záruku na výrobky, odvoz tovaru a pod.).
- ▶ Svoje výrobky a služby propagujte spôsobom, ktorý neuráža, nezavádza ani nediskriminuje ľudí (napr. malé, takmer nečitateľné písmenká, nevhodne použitá nahota). Nikdy neviete, či tým nestratíte budúceho zákazníka.
- ▶ Myslite na to, že vaši zákazníci môžu patriť aj medzi znevýhodnených ľudí. Porozmýšľajte, ako by ste svojimi produktmi a službami mohli osloviť aj túto cieľovú skupinu (napr. mať bezbariérový prístup alebo webovú stránku prispôbenú pre slabozrakých a pod.).

kvalitné
a inovatívne
produkty a služby



pravdivá
a nezávädzajúca
reklama



prístupnosť aj pre
znevýhodnené
skupiny obyvateľstva



primeraná cena



vľúdny prístup
k zákazníkom



príjemné
prostredie



príklad z praxe

Alfa Bio

Výroba sójových produktov, predajňa zdravej výživy, vegetariánska reštaurácia, začiatok podnikania v r. 1991, 60 zamestnancov.

Spoločnosť Alfa Bio, počas svojej existencie na trhu rozširuje oblasť svojho podnikania orientáciou na zákazníka, zväčšuje portfólio výrobkov, venuje sa predaju zdravej výživy a prevádzkovaniu vegetariánskej jedálne. Vysokú kvalitu produktov s prístupnými cenami odráža rastúca spokojnosť zákazníkov a obchodných zástupcov v strednej Európe. Spoločnosť začala pôsobiť aj v stravovacích službách v Banskej Bystrici s rozvozom jedál v rámci mesta. Jedálny lístok, okrem ponúkaných vegetariánskych jedál, upozorňuje aj na prítomnosť možných alergénov v potravinách. Spoločnosť si cení záujem a angažovanosť svojich zákazníkov pri vyvíjaní nových výrobkov. Príkladom zapájania zákazníkov do tohto procesu je Tofu receptár obsahujúci recepty kuchárov a kuchároek experimentujúcich s výrobkami Alfa Bio. Automobily spoločnosti jazdia na stlačený zemný plyn. Zamestnanci majú možnosť využiť saunu v budove spoločnosti. Spoločnosť má aj vybudovanú vlastnú studňu na vodu, ktorú používa pri výrobe produktov.



Ján Lunter
majiteľ spoločnosti

„Cieľom spoločnosti ALFA BIO je ponúknuť na trh produkty ohľaduplné k životu, s pamätaním na Štúrov odkaz: „Málo troviť, veľa tvoriť.““

príklad z praxe

Oil Partner

Servis, údržba vozidiel, začiatok podnikania v r. 2000, 21 zamestnancov.

Spoločnosť Oil Partner sa vyznačuje férovým, promptným a vľúdny prístupom k svojim zákazníkom. Spoločnosť poskytuje servis inovatívnou metódou bez objednávania a má pevné ceny za všetky úkony. Zákazník vie, koľko zaplatí, a sám rozhodne, aký rozsah služieb si objedná, pričom môže sledovať realizáciu poskytovanej služby – to zvyšuje celkovú dôveryhodnosť. Na spríjemnenie čakania je zákazníkom ponúknutá šálka dobrej kávy, čo potvrdzuje jednu z hlavných hodnôt spoločnosti – priateľskosť. Pre Oil Partner je prioritou, aby sa zákazníci cítili príjemne a bezpečne, o čo sa stará ústretový personál. Profesionalitu zamestnancov spoločnosť neustále zvyšuje prostredníctvom investícií do ich vzdelania a odbornosti. Kvalita a rýchlosť poskytovaných služieb je pre Oil Partner samozrejmosťou. Spoločnosť sa zameriava aj na vytváranie príležitostí pre znevýhodnených mladých ľudí, recykláciu starého oleja a druhotné zhodnotenie nebezpečných odpadov pre priemyselné použitie.



Štefan Machajdík
riaditeľ

„Zodpovedné podnikanie pre nás znamená, že nemusíme nič skrývať pred našimi zákazníkmi, zamestnancami a kýmkoľvek, kto prichádza s firmou Oil Partner do kontaktu. A zároveň poskytujeme službu ktorá sa nielen tvári, ale aj v skutočnosti, napĺňa potreby našich zákazníkov.“



viete že?

77% Slovákov zohľadňuje pri výbere svojho budúceho zamestnávateľa, či daná firma podniká zodpovedne.

80% riaditeľov na svete si myslí, že získanie a udržanie si kvalitných ľudí je hlavným faktorom úspechu v podnikaní.

25% slovenských podnikateľov považuje bezpečné pracovné podmienky a vzdelávanie svojich zamestnancov za dôležité.

ako získať šikovných a verných zamestnancov?



Úspech vášho podnikania priamo závisí od vašich zamestnancov. Otázkou je, ako z nich mať vašich spojencov – ľudí, ktorí prinášajú nové nápady, sú zaniietení a oddaní svojej práci. Odpoveďou je: vyberte si tých pravých, pýtajte sa a počúvajte ich, vzdelávajte ich a starajte sa o nich, ako najlepšie viete. Oni vám to vrátia.

prínosy

- ▶ Spokojnosť zamestnancov sa odrazí v nižšej fluktuácii. Nižšia fluktuácia znamená menej času a výdavkov na hľadanie a začúvanie nových ľudí.
- ▶ Spokojní zamestnanci sú tvoriví, ochotní prinášať nápady, ako môže byť firma efektívnejšia a lepšia, viac otvorení zmenám, ktoré chcete zaviesť.
- ▶ Zamestnanci, ktorým dôverujete, nebudú mať pokušenie zneužiť vašu dôveru.

kroky, ako začať

- ▶ Vyberajte si ľudí podľa ich schopností a zanietenia pre prácu, nie podľa toho, ako vyzerajú, koho sú známi alebo rodina. Snažte sa o rôznorodosť: rôzni zamestnanci vám prinesú rôzne nápady.
- ▶ Diskutujte so svojimi zamestnancami, informujte ich o výsledkoch a plánoch firmy. Využite na to osobné stretnutia, porady a dotazníky. Zaveďte anonymnú schránku na nápady a podnety.
- ▶ Urobte všetko pre bezpečnosť a ochranu zdravia svojich zamestnancov, zásadne trvajte na používaní ochranných pomôcok, zaveďte nulovú toleranciu k úrazom.
- ▶ Hodnoťte svojich zamestnancov podľa ich výsledkov.
- ▶ Dbajte, aby ľudia neboli dlhodobo preťažení a mali po práci čas na oddych a nabitie vlastných bateriek.
- ▶ Podporujte ich v rozvoji; v prípade, že si nemôžete dovoliť zaplatiť školenie odborníkom, navrhňte, že si spravíte vo firme vzájomné školenia. Každý predsa vyniká v niečom, o čo sa môže podeliť aj s ostatnými.

bezpečné
a zdravé pracovné
prostredie



transparentný
výber a hodnotenie
zamestnancov



vzdelávanie
a rozvoj
zamestnancov



vyváženosť
pracovného
a osobného času



flexibilný
pracovný
čas



dialóg vedenia
so zamestnancami



príklad z praxe

ESET

Vývoj softvéru, začiatok podnikania v r. 1992, 240 zamestnancov.

Spoločnosť ESET si uvedomuje, že jej úspech je založený na talentovaných zamestnancoch. Cieľom je, aby sa každý zamestnanec cítil vo firme dobre a aby si bol vedomý toho, že v prípade potreby firma pomôže v zložitej životnej situácii jemu alebo jeho blízkym. Samozrejmosťou sú pracovné priestory vybavené ergonomickými stoličkami, špeciálnym antialergickým kobercom, podhladmi znižujúcimi úroveň hluku, kvetmi a rastlinami, farebnými stenami odlišujúcimi kreatívne oddelenia od technologických. Súbor firemných výhod pre zamestnancov zahŕňa napr. príspevok na cestovanie do práce 25 €, masáže (v rámci pracovnej doby) pre odbúranie stresu alebo bolesti z práce za počítačom, finančný príspevok 700 € pri príležitosti svadby, narodenia alebo osvojenia si dieťaťa, plne hrazené fitness, squash, spinning, aerobik, špeciálne pôžičky pre prípad zložitej životnej situácie alebo ústretovosť pri zabezpečení právnych, zdravotných alebo iných konzultácií v súvislosti so zložitou životnou situáciou. Spoločnosť získala čestné uznanie za rozvoj vzdelávania a prístup k zamestnancom Via Bona Slovakia 2009.



Miroslav Trnka
spoluzakladateľ

„Snažíme sa, aby ľudia chodili do práce radi. Usilujeme sa preto pomáhať im na rozličných úrovniach – nielen po stránke klasických benefitov, ale aj po stránke ľudskej.“

príklad z praxe

Martinus.sk

Predaj kníh cez internet, začiatok podnikania v r. 2001, 53 zamestnancov.

Spoločnosť vytvára zamestnancom také podmienky, aby svoju prácu považovali za viac ako len zamestnanie. Samozrejmosťou je kvalitné IT vybavenie a pohodlné stoličky. Procesy sú nastavované tak, aby práca bola efektívna a vykonávaná bez zbytočnej námahy. Zamestnanci sú informovaní o novinách počas pravidelných porád alebo cez vnútrofiremnú sieť a navzájom si tykajú. V roku 2010 spoločnosť zaviedla nový odmeňovací systém, ktorý vychádza zo štyroch hlavných kritérií – pracovný výkon, prístup k práci, profesionalita a tímová spolupráca. Tieto tvoria variabilnú zložku mzdy. Na mesačných pohovoroch dostane zamestnanec spätnú väzbu k svojej úspešnosti, čo sa premietne aj do jeho celkovej odmeny. Systém bol nastavený nad úroveň priemerných platov v regióne. Spoločnosti získala čestné uznanie za prístup k zamestnancom Via Bona Slovakia 2010.



Michal Meško
spolumajiteľ

„Podnikať zodpovedne pre mňa znamená podnikať tak, aby sa pri tom vždy tvorila a odovzdávala hodnota. Nemalo by ísť len o prvoplánové vytváranie zisku, ale najmä o zlepšovanie života všetkých ľudí, s ktorými sa firma stretáva. Od toho sa odvíja všetko ostatné.“



viete že?

Emisie CO₂ z počítača, ktorý nechávate zapnutý cez noc počas celého roka, by zaplnili **2 autobusy**.

Z energie spotrebovanej kopírkou, ktorú ste nechali zapnutú celú noc, by ste mohli uvariť **30 šálok čaju**.

Ak nechávate v kanceláriách pre 200 ľudí mesiac zapnutú klimatizáciu o hodinu dlhšie, tak jej energia by stačila na **pozeranie televízora počas celého roka**.

ako ušetriť a chrániť životné prostredie?



Je veľa ľudských činností, ktoré životné prostredie poškadzujú. Aj mnoho firiem má väčší či menší vplyv na svoje okolie. Šetrením energií, materiálov, surovín a iných zdrojov môže firma ušetriť a popri tom znížiť svoj negatívny vplyv na vodu, vzduch a okolitú prírodu.

prínosy

- ▶ Znížením spotreby energie, vody a surovín si priamo znížite náklady.
- ▶ Znížením spotreby papiera a iných materiálov znížite aj tvorbu odpadov a náklady, ktoré máte na ich odvoz.
- ▶ Predchádzaním problémom so zákonom a dodržiavaním nariadení o ochrane životného prostredia ušetríte na pokutách.
- ▶ Nové prístupy šetriace životné prostredie sú príležitosťou na zavedenie nových produktov a služieb či na spoluprácu s novými obchodnými partnermi.
- ▶ Ľudia budú pozitívne vnímať vašu firmu, pokiaľ bude chrániť životné prostredie.

kroky, ako začať

- ▶ Znížte spotrebu elektrickej energie, zhasínajte a vypínajte zo siete na noc všetky elektrospotrebiče. Investujte do úsporných žiaroviek.
- ▶ Kupujte recyklované tonery a papier, multifunkčné zariadenia – fax, kopírka, skener aj tlačiareň v jednom dokážu znížiť spotrebu energie až o 50%.
- ▶ Zvážte, ktoré dokumenty potrebujete v papierovej podobe a ktoré stačí mať v elektronickej verzii.
- ▶ Vedzte k šetreniu svojich zamestnancov, ale aj partnerov (napr. pridajte si do e-mailu vetu: Netlačte tento e-mail, pokiaľ to skutočne nepotrebujete).
- ▶ Separujte odpad a ak môžete niečo recyklovať, urobte tak.
- ▶ Zistite si svoj vplyv na životné prostredie. Stanovte si konkrétne a merateľné ciele tak, aby ste svoj negatívny vplyv znižovali.
- ▶ Zavedte vo firme procesy a technológie šetrné k životnému prostrediu a podporte environmentálne prospešné aktivity alebo programy.

šetrenie energie,
surovín a iných
zdrojov



znižovanie
množstva odpadu
a znečisťovania



predchádzanie
ekologickým
haváriám, nehodám



ochrana prírody



ochrana zdravia
zamestnancov a ľudí
z okolia



príklad z praxe

Bayer

Farmaceutický priemysel, začiatok podnikania v r. 1999 (slovenská pobočka), 87 zamestnancov.

Ochrana životného prostredia je jednou z priorít spoločnosti. Z interného hľadiska bolo dôležité rozvíjanie interného projektu Green Office, ktorý okrem recyklačného programu, obsahuje aj ďalšie oblasti environmentálneho správania zamestnancov. Oblasti zahŕňajú napríklad i motivačné odmeňovanie zamestnancov, ktorí minimálne jedenkrát za mesiac využijú namiesto automobilu verejnú dopravu. Veľmi významnou súčasťou projektu Green Office sú pravidlá obojstrannej tlače materiálov, pravidlá cestovania na interné stretnutia, preferovanie on-line konferencií, či podporu nákupu ekologických automobilov. Podarilo sa znížiť priemerné emisie CO₂ pod 135g/km. Súčasťou projektu Green Office bol aj projekt Green IT, v rámci ktorého sa centrálné inštaloval softvér, ktorý automaticky vypne po 8 minútach nečinnosti počítač. Rovnako sa zracionalizovala prevádzka našich serverov, čo prinieslo úsporu 20% energie.



Dr. Harald Nusser
riaditeľ

„V Bayeri sa usilujeme aplikovať princípy trvalo udržateľného rozvoja v každej našej činnosti. Transparentnosť plne podporuje túto snahu, keďže všetci stakeholderi môžu kontrolovať a zlepšovať spôsob akým podnikáme.“

príklad z praxe

Eco-friendly Hotel Dália****

Hotelové a reštauračné služby, začiatok podnikania v r. 2001, 20 zamestnancov.

Hotel bol jedným z prvých ekologických hotelov na Slovensku. V hoteli sa používajú energeticky úsporné žiarovky, väčšina spotrebičov je v energetickej triede A alebo AA. V lete zabezpečujú ohrev vody solárne panely. Spoločnosť taktiež používa 100% recyklovaný papier, tlačí sa obojstranne. Na toaletách je umiestnený 100% recyklovaný papier, prietok vody v sprchách je nastavený na ekologický modus. Hotel preferuje mechanické čistenie a čistenie ekologickými čistiacimi prostriedkami. Jednorazové balenia boli nahradené ekologickými a mydlo, sprchový gél/šampón v hostovských izbách sú certifikované európskou ekoznačkou. Pri zásobovaní reštaurácie sú uprednostňovaní miestni dodávatelia zeleniny a ovocia. Spoločnosť znížila množstvo odpadu a zaviedla jeho triedenie. Svoje aktivity propaguje, v značke hotela pribudol nápis Eco-friendly Hotel.



Dagmar Amrichová
riaditeľka

„Zdieľanie zodpovedného prístupu k životnému prostrediu vo vzťahu k zákazníkom, zamestnancom a obchodným partnerom považujeme za základný predpoklad budovania našej firemnej identity a tým aj dlhodobu udržateľného rozvoja našich podnikateľských aktivít.“



viete že?

53% Slovákov chce vedieť, čo robí firma pre komunitu.

21% z nich získava takéto informácie od jej zamestnancov.

34947 je počet mimovládnych organizácií na Slovensku.

ako byť obľúbený v susedstve?



Všetky firmy, nezávisle od veľkosti, pôsobia v určitom okolí a s najbližšími susedmi si vytvárajú dlhodobé vzťahy. Pozitívne vnímanie firmy v okolí a dobré susedské vzťahy sú predpokladom obchodného úspechu najmä pri malých a stredných podnikoch. Pre malé a stredné podniky má pomoc v mieste ich pôsobenia obrovský význam, keďže sú s ním úzko prepojené.

prínosy

- ▶ Ak vašu firmu ľudia z okolia dobre vnímajú, zvyšuje sa šanca, že uprednostnia vaše výrobky a služby.
- ▶ Realizáciou stáží a podporou škôl máte možnosť získať nových kvalitných zamestnancov z radov študentov partnerskej školy.
- ▶ Realizáciou aktivít pre komunitu môžete získať ďalšie kontakty a biznis.
- ▶ Spokojnosť a dobrý pocit na konci dňa 😊

kroky, ako začať

- ▶ Nadviažte partnerstvo a podporte aktivity obce alebo školy prostredníctvom financií, svojich výrobkov a produktov, ktoré už nepotrebuje (napr. darujte staršie počítače, tlačiarne a kancelársky nábytok).
- ▶ Dovoľte zamestnancom, aby jeden deň v roku mohli počas pracovnej doby pomôcť organizácii alebo projektu, ktorý je verejnoprospešný.
- ▶ Komunikujte so susedmi o podnikateľských aktivitách, ktoré ovplyvnia ich život (napr. zastavenie plochy).
- ▶ Umožnite vstup znevýhodneným na vaše pracovisko.
- ▶ Zorganizujte deň otvorených dverí do prevádzky firmy.
- ▶ Zamestnávajte ľudí z okolia.
- ▶ Umožnite žiakom a študentom prísť na krátku stáž do vašej firmy.
- ▶ Poupratujte a vyčistite okolie prevádzky firmy.
- ▶ Propagujte svoje aktivity a prizvite k spolupráci ostatných partnerov, podnikateľov, dodávateľov.

**darovanie financií,
výrobkov a tovaru**



**spolupráca pri
verejnoprospešných
projektoch**



**komunikácia
s komunitou**



**dobrovoľníctvo
zamestnancov**



príklad z praxe

Anasoft APR

IT, vývoj softvéru, začiatok podnikania v r. 1993, 100 zamestnancov.

Anasoft APR si uvedomuje, že angažovanosť upevňuje vzťahy s komunitou. Dlhodobu podporuje viaceré filantropické iniciatívy. Spoločnosť vytvorila nadačný fond s názvom Myšlienka. Organizuje aj konferenciu prezidentov študentských organizácií, kde im spolu s Junior Achievement Slovensko ponúka interaktívne prednášky a diskusie. Jej najznámejšou aktivitou je sponzorovanie literárnej ceny Anasoft litera a literárneho festivalu Anasoft litera fest. 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.



Michal Hrabovec
spoluzakladateľ a prezident

„Podnikanie je pre mňa stále predovšetkým o slobode a zodpovednosti. Motiváciou je vybudovať dobrú spoločnosť, ktorá bude patriť medzi lídrov vo svojej oblasti. Som hrdý na ľudí, ktorí v ANASOFTe pracujú, všetky ocenenia beriem ako tímový úspech.“

príklad z praxe

Nera Networks

Výroba, montáž, inštalácia a servis vysokofrekvenčných vysielačov a rádii, začiatok podnikania v r. 2007 (slovenská pobočka), 176 zamestnancov.

V oblasti zodpovedného podnikania Nera Networks svojimi hodnotami a cieľným podnikateľským správaním prispieva k lepšiemu miestu na prácu, lepšej spoločnosti/komunitě, k čistejšiemu životnému prostrediu a k zabezpečeniu zisku pre interných a externých akcionárov. Nera Networks je partnerom Strednej odbornej školy elektrotechnickej v Liptovskom Hrádku. Vďaka tejto spolupráci podporuje študentov a absolventov školy a ich aktivity, ponúka odborné školenia a praktické programy pre študentov v spoločnosti. Úzko spolupracuje s vysokými školami v rámci celého Slovenska – Akadémiou ozbrojených síl v Liptovskom Mikuláši, Technickou univerzitou v Košiciach a pod. Spolupracuje s regionálnymi úradmi práce (čerpanie prostriedkov a grantov Európskej únie pre vzdelávanie, podpora zamestnanosti) a rôznymi formami podporuje sociálne, kultúrne a športové aktivity nielen v rámci regiónu Liptova.



Peter Stenberg
generálny riaditeľ

„V Nere zodpovedné podnikanie znamená, že naši ľudia sú pre nás tým najcennejším – vedieme ich, neriadime. Máme spoločné kľúčové hodnoty, snažíme sa vždy prekonať očakávania a dbáme na výnimočnosť, dôveru v ľudí a zodpovednosť.“



ako budovať partnerstvo s dodávateľmi a úradmi?

viete že?

64% malých a stredných firiem na Slovensku je zároveň dodávateľom pre väčšie spoločnosti.

60% malých a stredných firiem na Slovensku si myslí, že korupcia ovplyvňuje ich podnikanie.

90% slovenských malých a stredných firiem by uvítalo, keby slovenská vláda prijala kroky na odstránenie priestoru na korupčné praktiky.



Firmy sú ovplyvňované mnohými svojimi partnermi. Patria medzi nich dodávateľia, ktorí zabezpečia kvalitu a bezpečnosť dodávok. Vláda a samospráva vytvárajú legislatívu a nariadenia, ktorými sa treba riadiť. Dobre partnerské vzťahy zvýšia úspešnosť vášho podnikania.

prínosy

- ▶ Ak ste výrobná firma, dodávateľ vám môže navrhnúť a ponúknuť inovácie, čím získate konkurenčnú výhodu.
- ▶ Budete príťažlivejší pre investorov a banky.
- ▶ Dodržiavaním etických zásad získate povesť čestnej firmy.
- ▶ Znalosť legislatívy a nariadení vám môže pomôcť vopred sa pripraviť, mať náskok pred konkurenciou a ušetriť na pokutách.
- ▶ Angažovanosť v profesijných združeniach vám prinesie nové kontakty a informácie.

kroky, ako začať

- ▶ Vždy si zachovávajte k dodávateľom zdvorilý a čestný prístup; berte ich ako partnerov; nedovoľte, aby sa vás dodávateľ snažil presvedčiť neetickej cestou.
- ▶ Výber dodávateľa a jasná komunikácia o obchodných podmienkach sú dôležité. Chybné alebo nebezpečné výrobky od vašich dodávateľov vám môžu spôsobiť významné právne, finančné a reputačné škody.
- ▶ Pohľadnice, darčeky pre vašich obchodných partnerov kúpte z chránenej dielne alebo školy vo vašom okolí.
- ▶ Motivujte svojich dodávateľov, aby sa pridali k vašim aktivitám na ochranu životného prostredia a podporu komunity.
- ▶ Informujte sa o nariadeniach a zákonoch, ktoré ovplyvňujú vaše podnikanie.
- ▶ Buďte aktívny vo vzťahu k vláde a samosprávam, pripomienkujte tvorbu legislatívy a nariadení individuálne alebo prostredníctvom združení.

transparentný výber
a uprednostňovanie
miestnych dodávateľov



nákup fair-trade
a ekologickejších
výrobkov a technológií



platenie načas



znalosť legislatívy
a nariadení



spolupráca
a korektné vzťahy
s úradmi



príklad z praxe

Ten Senses

Predaj produktov fair-trade a bioproduktov, začiatok podnikania v r. 2005, 48 zamestnancov (3 Slovensko, 45 Keňa a Etiópia).

Spoločnosť Ten Senses sa zaoberá predajom výrobkov s certifikátom Fair Trade. Znamená to, že dodávatelia majú zaručenú primeranú cenu za svoje produkty. Systém navyše podporuje rozvoj miestnej komunity, vzdelávanie detí či financovanie zdravotnej starostlivosti. Zamestnanci dostanú za svoju prácu spravodlivú mzdu, majú istotu do budúcnosti a ich kvalita života sa zlepšuje. Ten Senses je ako jediná firma na Slovensku priamo spojená s výrobou v Afrike. K prvému produktu – makadamovým orechom z Kene – pribudla neskôr káva značky Samay z Etiópie. Spoločnosť je jedným z prvých priamych producentov v strednej Európe a jej produkty sa vyznačujú vynikajúcou kvalitou. Certifikácia Fair Trade jej dáva možnosť preniknúť s produktmi na zahraničné trhy. Viac na www.samaycoffee.com a www.tensenses.sk.



Allan Bussard

riaditeľ

„Zodpovedne podnikat' znamená pochopiť podnik ako občana. Každý občan žijúci v komunite má príležitosti aj zodpovednosť. Nikto nemôže byť sám osebe úspešný. To, čo máme a získame v živote, je vďaka tým, ktorí tu boli pred nami a tým, ktorí sú okolo nás. Zodpovedne podnikat' znamená pokorne priznať tento fakt.“

príklad z praxe

ENVI-PAK

Systém zabezpečovania zberu a zhodnocovania odpadov z obalov, začiatok podnikania v r. 2003, 15 zamestnancov.

Oprávnená organizácia ENVI-PAK na Slovensku zabezpečuje koordinovaný systém zberu, zhodnotenia a recyklácie odpadu z obalov. V roku 2008 ENVI-PAK vytvoril a financoval informačnú kampaň „Každý môže... triediť odpad“ podporujúcu separovanie odpadu. Zároveň už od roku 2007 zabezpečuje triedenie odpadu na najväčšom slovenskom hudobnom festivale Bažant Pohoda. Organizácia v roku 2009 spustila projekt priamej podpory separovaného zberu. V roku 2010 ocenila najlepšie mestá a obce zapojené do tohto projektu. Prispieva k vzdelávaniu priemyslu o legislatívnych povinnostiach a vzdelávaniu obyvateľov Slovenska a tým zvyšuje motiváciu ľudí i firiem zapojiť sa do separovania. Spoločnosť získala cenu za ochranu životného prostredia Via Bona Slovakia 2010.



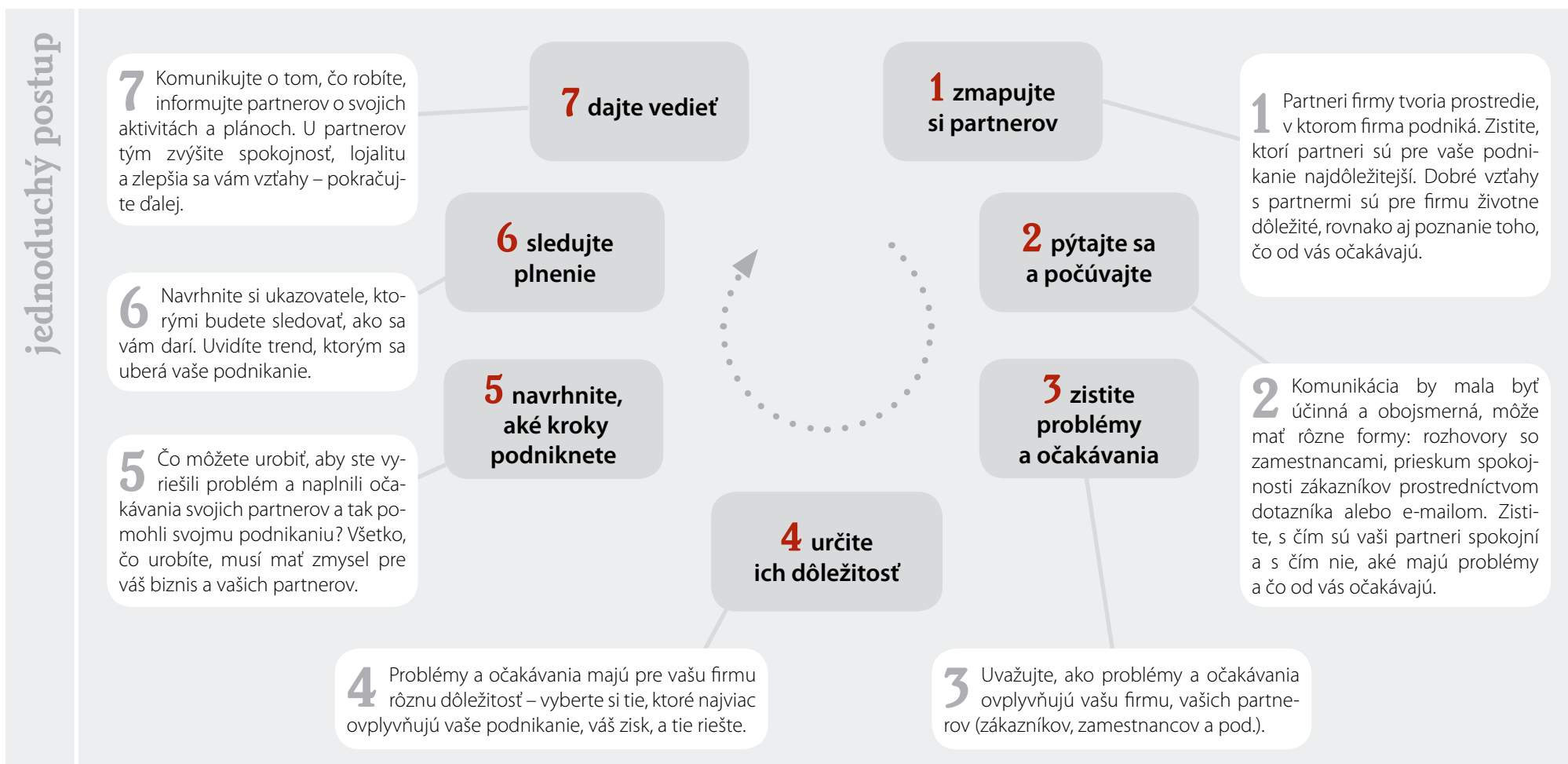
Hana Nováková

riaditeľka

„Už od svojho vzniku vzdelávame a motivujeme občanov k tomu, aby triedili odpad. Ak sa má na Slovensku znížiť množstvo odpadu, ktorý končí na skládkach, musí byť triedený už tam, kde vzniká – v domácnostiach. Aj preto sme sa v roku 2009 rozhodli nasmerovať priamu finančnú aj nefinančnú podporu práve do samospráv.“

ako začať?

- ▶ Hľadajte prospešné vzťahy s kľúčovými partnermi (tí, ktorí najviac ovplyvňujú vaše podnikanie, alebo tí, ktorí sú ním najviac ovplyvnení: zákazníci, zamestnanci, dodávatelia a pod.).
- ▶ Zapojte svojich zamestnancov a zistite, v čom ste dobrí a čo už robíte zodpovedne.
- ▶ Komunikujte o svojich aktivitách so zamestnancami, zákazníkmi, s obchodnými partnermi a médiami.
- ▶ Spočiatku sa zamerajte na aktivity, ktoré majú vplyv na váš biznis a ktoré veľa nestoja.



kto vám pomôže? kde hľadať inšpiráciu?

www.zodpovednepodnikanie.sk
www.nadaciapontis.sk
www.viabona.sk
www.nadsme.sk
www.msponline.sk
www.eurocrafts21.eu/sk
www.fairtrade.sk
www.ekologika.sk
www.csr-in-sme.eu
www.smallbusinessjourney.com

Ako spoznáte zodpovednú firmu na prvý pohľad?

- ▶ firma dosahuje zisk a je prínosom pre ľudí a okolité prostredie, praktiky zodpovedného podnikania má zakomponované do podnikateľského zámeru a rozhodovania firmy
- ▶ zamestnanci sú radi, že v nej pracujú, a hodnotia ju ako výborné miesto na prácu
- ▶ zákazníci a dodávatelia ju oceňujú pre dobrý biznis, výrobky a služby a pre radosť s ňou obchodovať
- ▶ okolitá komunita považuje firmu za dobrého suseda
- ▶ banky a finančníci ju hodnotia ako zaujímavú investíciu
- ▶ firma funguje bez pracovných úrazov zamestnancov
- ▶ jej zariadenia sú šetrné voči životnému prostrediu

Spustili sme sekciu pre malé a stredné podniky na stránke:

zodpovednepodnikanie.sk

- ▶ prípadové štúdie
- ▶ pozvánky na semináre
- ▶ informácie o projekte *Zodpovedné malé a stredné podniky na Slovensku*
- ▶ prieskumy
- ▶ aktuality



projekt Zodpovedné malé a stredné podniky na Slovensku realizuje



partneri



s podporou



Táto príručka je súčasťou projektu Zodpovedné malé a stredné podniky na Slovensku. Projekt realizuje Nadácia Pontis spolu s partnermi Národnou agentúrou pre rozvoj malého a stredného podnikania a CSR Europe. Na projekte spolupracujú Business Leaders Forum, Ekonomická univerzita, Ministerstvo hospodárstva SR a Slovenská obchodná a priemyselná komora. Projekt bol podporený zo zdrojov Európskej komisie. Európska komisia nezodpovedá za obsah prezentovaných informácií.

Autori publikácie: Beata Hlavčáková, Janka Ružická, Michal Kišša.

Za inšpiráciu a pomoc ďakujeme partnerom, spolupracovníkom, organizácii Business in the Community a zodpovedným malým a stredným podnikateľom na Slovensku.

**Radi by ste sa podelili so svojimi skúsenosťami a príkladmi z praxe, máte pre nás návrhy, ako pracovať s malými a strednými podnikateľmi?
Kontaktujte nás na mzp@zodpovednepodnikanie.sk.**

Zdroje údajov

Vnímanie konceptu a praktík spoločensky zodpovedného podnikania medzi malými a strednými podnikateľmi na Slovensku, Národná agentúra pre rozvoj malého a stredného podnikania, 2010

Making Slovakia a Better Business Place, AmCham, 2010

Fair Trade na Slovensku, Nadácia Integra, 2009

Edelman Trust Barometer, 2009

Vnímanie zodpovedného podnikania obyvateľmi Slovenska, Nadácia Pontis, 2008

Act on CO₂, Carbon Trust, 2008

Funky Business: Talent Makes Capital Dance, Jonas Ridderstrale, FT Prentice Hall, 2000

Grafické spracovanie a zabezpečenie tlače: Ing. Peter Juriga – Grafické štúdio, 2011

Vytlačené na recyklovanom papieri