

Ako učiť o spoločensky podnikaní

zodpovednom



Príručka pre odvážnych učiteľov



RWEGROUP

Pred dvomi rokmi, keď som trénovala učiteľov globálneho etického programu, zistila som na vlastnej koži, že učitelia vedia o problematike zodpovedného podnikania veľmi málo. Niektorí dokonca nevedia nič. Reakciou na toto poznanie neboli múdre reči o tom, že „toto“ by predsa mali vedieť.

V ten deň som sa rozhodla pomôcť im. A tak sa k nim teraz dostáva príručka Ako učiť o zodpovednom podnikaní?

A ja verím, že bude pre nich kompasom v neznámej téme.

Podakovanie

Bez podpory a pomoci spoločnosti Východoslovenská energetika a.s. by táto príručka nemohla byť teraz vo Vašich rukách.

Za ich spoluprácu a partnerstvo im patrí veľké poďakovanie.

Slovo autorky na úvod

Kedy začať učiť o zodpovednom podnikaní?

Obdobie, keď sa o spoločenskej zodpovednosti a o spoločensky zodpovednom podnikaní len začínalo hovoriť a mnohí sme nevedeli o čo presne ide, je už za nami. Všetci, ktorí sa tejto problematike venujú a snažia sa ju rozvíjať, prešli kus cesty, ktorá nebola vôbec jednoduchá, ale priniesla očakávané ovocie. Dnes je téma spoločensky zodpovedného podnikania (v anglickom jazyku: Corporate Social Responsibility, skratka CSR) populárna, zaujímavá a venuje sa jej oveľa väčšia pozornosť na mnohých miestach. Firmy tvoria svoje koncepcie a stratégie CSR, snažia sa komunikovať túto tému na verejnosť, mnohé sa naozaj snažia princípy a filozofiu CSR dostať „do krvi“ svojich manažmentov, zamestnancov a aj zákazníkov. Tak je to správne, pretože bez tejto filozofie by bol svet naozaj horší.

Tu musím výpočet pozitívnych výsledkov zastaviť a otvorene sa pýtať, či stačí, ak sa problematikou CSR začnú zaoberať ľudia až vtedy, keď sa z nich stanú zamestnanci, manažéri, akcionári? A bude to rečnícka otázka. Nie, myslím si, že vtedy je už neskoro. Minimálne preto, že firma musí vynaložiť úsilie a aj prostriedky na to, aby svojich ľudí najprv naučila, že CSR vôbec existuje a čo všetko znamená. Nie vždy tento proces prebehne bez problémov a rýchlo. Dôvodov môže byť veľa: nezáujem ľudí, obavy z niečoho nového, nedostatok času, iné priority a veľa ďalších dôvodov.

Pri tejto úvahe nasleduje ďalšia otázka: Kedy začať s výchovou k spoločenskej zodpovednosti?

Skúsenosti z našej dlhoročnej práce v oblasti vzdelávania mladých ľudí a posledné roky, keď sa téme CSR venujeme aj my, nám dali jasnú odpoveď. Zaučať je potrebné už v školách, počas

štúdií. Téma CSR nie je žiadna teória navyše, ktorá by zťažila vyučovací proces. Je to téma, prostredníctvom ktorej získajú študenti množstvo potrebných vedomostí a zručností pre ich profesionálny rast a rozvoj. Je to téma, ktorá sa týka každého študenta, každého učiteľa aj riaditeľa školy, pretože spoločenská zodpovednosť ovplyvňuje aj ich život, ich prácu, prostredie a aj kvalitu života.

My v Junior Achievement sme krok k naplneniu tejto myšlienky urobili a priniesol pozitívnu odozvu a výsledky. Začali sme do našich vzdelávacích programov zaraďovať tému CSR a vzdelávať v tejto problematike učiteľov aj študentov.

Učíme mladých ľudí poznať a pochopiť svet biznisu a podnikania. Učíme ich nachádzať v podnikaní alternatívu profesionálneho rozvoja a vlastného zamestnania. Učíme ich poznať zákonitosti, ktoré sú pre biznis nevyhnutné a bez ktorých by žiadna firma nebola úspešná.

Áno, ešte sú len študentmi a množstvo z toho, čo ich učíme, ešte nemôžu reálne zažiť a dokonale pochopiť. Ale my im dávame niečo navyše. Niečo, čo nestojí na teórii z učebníc ani na surfovaní v internetovej sieti. Dávame im možnosť vlastnej skúsenosti a skutočného zážitku pri zakladaní študentskej spoločnosti – reálnej firmy, kde zažijú na vlastnej koži, aký je biznis a čo všetko k nemu patrí.

A práve moment zážitku a konfrontácie so skutočnosťou je pre nás obrovským záväzkom, že keď ich učíme podnikať, musíme ich učiť podnikať spoločensky zodpovedne. Pretože podnikanie bez tejto dimenzie už dnes nemá vo svete biznisu miesto.

Prajem si, aby študenti a učители, ktorí sa stretli s problematikou spoločensky zodpovedného podnikania prostredníctvom našich programov a projektov, sa stali podnecovateľmi tejto filozofie a aby pre ňu dokázali zapáliť všetkých svojich kolegov. Aby bol svet biznisu a podnikania lepší.

Marcela Havrilová
Generálna riaditeľka
Junior Achievement Slovensko



A Member of JA Worldwide

Junior Achievement®

Slovensko



VÍZIA A POSLANIE ORGANIZÁCIE

Vízia

Mladí ľudia po absolvovaní našich vzdelávacích programov budú vedieť, čo v živote chcú a ako to dosiahnu.

Poslanie

Poskytovať mladým ľuďom na Slovensku nadštandardné podnikateľské, ekonomické a finančné vzdelávanie prostredníctvom praktických vzdelávacích programov.

Prepojenie s podnikateľským sektorom a profesionálny prístup dáva študentom príležitosť eticky sa rozhodovať a orientovať v ekonomike voľného trhu ešte pred zapojením do pracovného procesu.

Programy podporujú ekonomické a podnikateľské myslenie, podporujú rozvoj finančnej gramotnosti a kľúčových kompetencií.

*Nech je úspech mladých
vašou inšpiráciou!*

Začíname

Milí odvážni učelia,

vitajte v príručke Ako učiť o spoločensky zodpovednom podnikaní. Mala by byť pre Vás kompasom, ktorý Vám pomôže učiť Vašich študentov o tom, čo je spoločenská zodpovednosť a zodpovedné podnikanie, ako sa dotýka mladých ľudí a ich každodenného života.

Ako s príručkou pracovať?

Celá príručka je pripravená tak, aby ste sa v prvom rade Vy sami oboznámili s témou spoločensky zodpovedného podnikania, porozumeli jej a mohli ju tak zrozumiteľne sprostredkovať svojim študentom. Pýtate sa, kde môžete príručku využiť? Odporúčame využívať ju na hodinách náuky o spoločnosti, etickej výchovy, aplikovanej ekonómie, podnikania, ale aj pri práci so študentmi v krúžkoch, alebo pri iných aktivitách v škole.

V príručke nájdete tri základné časti:

Ako pracovať so študentmi?

Tu nájdete spracovanú metodiku práce, ktorá Vám pomôže zaujímavo a pútavo učiť študentov o danej časti. Hodiny sú spracované tak, aby boli hravé, praktické, zaujímavé a podnecovali rozvoj aktivity študentov, rozvoj ich vedomostí a zručností. Dajte priestor svojim študentom, podporujte ich v aktivite, vo vyjadrovaní názorov, v diskusiách.

Nebojte sa teórie

V tejto časti sú učebné texty, ktoré sú pre Vás dôležité. Pomôžu Vám zorientovať sa v pojmoch, základných teóriách a konceptoch. Budú Vám slúžiť na to, aby ste počas praktickej hodiny so študentmi poznali to, o čom ich chcete učiť. Texty sú spracované

primerane a jednoducho a obsahujú len základné veci, pretože cieľom nie je urobiť z Vás odborníkov na problematiku spoločensky zodpovedného podnikania, ale pomôcť Vám zorientovať sa v nej a pochopiť ju.

Prípadové štúdie

V tejto časti nájdete reálne prípadové štúdie, ktoré sú spracované tak, aby ste s nimi na hodinách mohli pracovať a pomocou nich uviesť študentov do sveta reálnej firmy a jej zodpovedného podnikania. Všetky prípadové štúdie sú pripravené spoločnosťou Východoslovenská energetika a.s. Prípadové štúdie sú spracované tak, že popisujú reálny stav, alebo nejakú konkrétnu situáciu vo firme a ponúkajú zároveň aj námety na diskusiu, otázky a podnety ako problematiku so študentmi rozpracovať.

V tejto príručke sme sa nesnažili hodnotiť prístupy k spoločensky zodpovednému podnikaniu, ani porovnávať názory táborov pre a proti tomuto prístupu v podnikaní.

Ambíciou bolo priblížiť túto tému učiteľom a ich študentom.

Aby raz, keď sa mladí ľudia stanú zamestnancami, alebo podnikateľmi, vedeli, čo je zodpovedné podnikanie. Čím viac budú mladí ľudia o tejto téme vedieť, tým je väčší predpoklad, že v budúcnosti, keď budú pracovať, budú sa o túto oblasť zaujímať a zapájať sa do aktivít firmy, alebo vo svojej vlastnej firme zodpovedne podnikáť.

Prajeme Vám veľa pekných chvíľ pri napĺňaní túžby Vašich študentov po vzdelaní.

Ako pracovať so študentmi?

METODIKA HODÍN

Hodina 1

Objavujeme niečo nové.

Úvod k hodine

Keby ste sa opýtali svojich študentov, čo je cieľom podnikania, pravdepodobne by Vám mnohí povedali, že zarábať peniaze. Áno, cieľom každej firmy, malej alebo veľkej, je vytvárať zisk. Podnikatelia a firmy vytvárajú pracovné príležitosti, obchodujú, nakupujú a predávajú, zavádzajú inovatívne prístupy. Veľkým podielom prispievajú k tomu, aká je spoločnosť, v ktorej pôsobia. Pri svojom podnikaní by ale nemali zabúdať na to, aby ich podnikanie bolo etické a zodpovedné voči spoločnosti. Téma spoločenskej zodpovednosti prichádza na rad aj v momente, keď sa rozhoduje o tom, čo so ziskom z podnikania.

Podnikatelia a firmy majú obrovský potenciál zlepšovať svet, pomáhať pri ochrane životného prostredia, podieľať sa na rozvoji komunity a pomáhať tam, kde je pomoc potrebná.

Spoločenská zodpovednosť by mala byť dôležitou súčasťou podnikania a života firmy.

Cieľ

Získať prehľad, koľko študenti vedia o zodpovednom podnikaní a spoločenskej zodpovednosti a „vtiahnuť“ ich do problematiky.

Pomôcky

Tabuľa, fisky, flipchartový papier

Metódy

Brainstorming
Diskusia

Časový harmonogram

Aktivita 1 – 10 minút
Výklad – 5 – 10 minút
Aktivita 2 – 20 minút
Aktivita 3 – 5 minút

Metodický postup

Aktivita 1

Na tabuľu napíšte: ZODPOVEDNÉ PODNIKANIE
Vysvetlite študentom pravidlá brainstormingu

1. Cieľom tejto metódy je zozbierať čo najviac rôznych nápadov, postrehov k zadanej téme.
2. Každý môže k zadanej téme povedať svoj názor.
3. Jednotlivé nápady sa v prvej fáze nehodnotia a neposudzujú, len sa zapisujú.
4. Čím viac zapísaných nápadov, tým je väčšia pravdepodobnosť priblíženia sa k podstate témy.
5. Dôležitá je kvantita, teda množstvo nápadov.
6. Všetky nápady sa zapisujú na tabuľku k zadanej téme – odporúča sa mať jedného zapisovateľa z radov študentov.

Po vysvetlení pravidiel brainstormingu začnite pracovať a vyzvite študentov, aby hovorili všetko, čo ich napadne pri spojení ZODPOVEDNÉ PODNIKANIE. Jeden zo študentov bude zapisovať všetko na tabuľu.

Na túto časť si nechajte asi 3 minúty a po ich uplynutí vyzvite študentov, aby z napísaných nápadov vybrali 10, ktoré podľa nich naozaj charakterizujú zodpovedné podnikanie, alebo s ním úzko súvisia. Pri výbere s nimi diskutujte o tom, prečo práve tieto

veci považujú za správne. Vybrané pojmy vyznačte na tabuli farebne.

Po ukončení tejto časti, ktorá by mohla trvať asi 5 minút Vám na tabuli ostane farebne vyznačených 10 pojmov. Týmito pojmi a súvislosťami medzi nimi sa budete zaoberať ďalej v tomto projekte.

Výklad pojmov

Vysvetlite študentom základné pojmy súvisiace so spoločensky zodpovedným podnikaním.

Teóriu si môžete pred hodinou naštudovať v časti Texty na štúdium.

Aktivita 2 Naša firma je zodpovedná

Táto aktivita Vám ukáže, či študenti pochopili základné pojmy z tejto hodiny.

Pred samotnou aktivitou sa študentov opýtajte:

- V akých oblastiach firmy najčastejšie robia aktivity v rámci spoločenskej zodpovednosti?
- Zúčastnili ste sa nejakého podujatia, ktorí organizovala firma v rámci darcovstva?
- Čo všetko by mohla firma urobiť v rámci spoločensky zodpovedného podnikania?

Pokračujte:

Rozdeľte triedu do 3 skupín – každá z týchto skupín predstavuje jednu firmu: banka, automobilový závod, stavebná firma.

Úloha pre skupiny:

Každá skupina sa zúčastní konferencie o spoločensky zodpovednom podnikaní a musí tam prezentovať svoje aktivity, ktorými prispieva k zodpovednému podnikaniu a podpore spoločnosti.

Nech si skupina zvolí jedného člena, ktorý bude prezentovať.

Dajte skupinám veľký flipchartový papier a farebné fixy.

Každá skupina pripraví svoju prezentáciu. Cieľom je, aby bola čo najzaujímavejšia pre všetkých účastníkov konferencie.

Skupiny majú čas 5 minút na prípravu.

Každá skupina má 3 minúty na svoju prezentáciu.

Na konci aktivity sa pýtajte žiakov:

Ktoré aktivity sa Vám páčili najviac a prečo?

Čo by ste nezaradili do zodpovedného podnikania?

Čo Vám v prezentáciách chýbalo?

Mali ste pri príprave prezentácie v skupine nejaké problémy?

Aktivita 3 - Diskusia na záver hodiny

Opýtajte sa študentov:

Obohatila Vás táto téma? Čo Vás najviac oslovilo?

Povzbudte ich, aby aj doma viedli s rodičmi rozhovor o tom, či firmy, v ktorých rodičia pracujú, majú stratégiu zodpovedného podnikania, alebo či ich firma realizuje nejaké aktivity v rámci firemnej filantropie.

Hodina 2

Wau! To je super projekt.

Úvod k hodine

V Európe sa už 3 roky realizuje zaujímavý projekt, ktorý podporuje uvažovanie mladých ľudí o význame a dôležitosti zodpovedného podnikania. Projekt pripravila spoločnosť Hewlett – Packard a európska organizácia Junior Achievement – Young Enterprise Europe a realizuje sa v národných krajinách JA. Projekt je úspešný aj na Slovensku a ročne sa do neho zapája asi 2000 študentov stredných škôl.

Cieľom projektu je motivovať študentov, aby uvažovali o spoločenskej a environmentálnej zodpovednosti pri budovaní svojich vlastných študentských firiem.

Jednou z najzaujímavejších častí je on-line kvíz, ktorý môžu študenti, ich rodičia, ale aj Vy učiteľia urobiť na stránke www.responsible-business.org. Kvíz je veľmi zaujímavý a už jeho vyplňanie núti každého účastníka premýšľať o dôležitých veciach spojených so zodpovednosťou v podnikaní, ale aj v každodennom živote. Po absolvovaní kvízu získa úspešný riešiteľ certifikát.

Cieľ

Oboznámiť sa s projektom k zodpovednému podnikaniu, absolvovať kvíz a získať certifikát.

Pomôcky

Túto hodinu musíte zrealizovať v učebni, kde máte pripojenie na internet.

Metódy

Práca s internetom

Tlačiareň

Diskusia

Časový harmonogram

(odporúčame venovať sa tejto aktivite dve vyučovacie hodiny spolu, inak sa nedá zrealizovať)

Predstavenie projektu a inštrukcie ku kvízu – 5 minút

Práca s kvízom - 20 – 30 minút

Tlač certifikátov – toto závisí od toho, aké máte možnosti na tlač

Záverečná diskusia – 10 minút

Metodický postup

Napište na tabuľu webovú stránku projektu www.responsible-business.org, aby ju videli všetci študenti a zadali ju do vyhľadávачa správne.

Dajte študentom nasledujúce inštrukcie:

1. Vojdite do časti EUROPE
2. Nechajte študentom chvíľku, aby si stránku pozreli. Je v anglickom jazyku, ale kvíz bude v slovenčine, takže s ním nebudú mať problém.

3. Chodte do časti QUIZ
4. Zvoľte si jazyk – SLOVAK a kliknite na START QUIZ
5. Otvorí sa Vám samotný kvíz v slovenčine.
6. Pri každej otázke sú možnosti, ktoré si respondenti môžu vybrať. Zaujímavosťou kvízu je to, že má okamžitý vzdelávací efekt, pretože ak kliknete na možnosť, ktorá nie je správna, automaticky Vám to vygeneruje odpoveď aj s vysvetlením. Otázky sú veľmi zaujímavé a dotýkajú sa nášho každodenného života, takže študenti budú veľmi prekvapení z odpovedí a to ich aj donúti premýšľať nad zodpovedným správaním sa. Prvá časť kvízu sa venuje otázkam ochrany životného prostredia a druhá časť problematike zodpovedného podnikania.
7. Po každej odpovedi kliknite na NEXT a otvorí sa Vám ďalšia otázka.
8. Na konci sú otvorené otázky. Sú veľmi zaujímavé a pomôžu študentom zamyslieť sa nad tým, čo o danej téme vedia.
9. Na získanie certifikátu je potrebná 75% úspešnosť. Ak niekto nebol úspešný, môže kvíz opakovať až dovtedy kým neodpovie na 75% otázok správne. Je to výhoda, lebo sa pri opakovaní učia správne odpovede.
10. Ak študenti odpovedali správne, na stránke sa objavia pokyny, ako si vytlačia certifikát. Musia tam doplniť svoje meno a po zadaní TLAČ získajú certifikát, ktorá je oficiálne podpísaný.

Záverečná diskusia

Nakoľko ste mohli vidieť, otázky v kvíze sú naozaj veľmi zaujímavé a majú vzdelávací charakter. Vráťte sa k nim v záverečnej diskusii a opýtajte sa študentov:

Čo Vás najviac zaujalo?

Čo Vás najviac prekvapilo?

O čom ste vôbec nevedeli?

Urobíte doma nejaké opatrenia na základe tohto kvízu?

Čo nové ste sa dnes naučili?

Hodina 3

Ako je to s etickým kódexom?

Úvod k hodine

O etickom kódexe už určite študenti niekedy počuli. Doma, v médiách, alebo v rôznych rozhovoroch. Etický kódex je najčastejšie definovaný ako súbor písaných etických princípov, pravidiel, noriem a požiadaviek záväzných pre všetkých zamestnancov firmy. Prostredníctvom etického kódexu môže firma vyjadriť svoje hodnoty, víziu, poslanie, postoje. Kódex študenti poznajú aj zo školy. Musia sa riadiť školským poriadkom a v prípade, že ho poručia, nasleduje sankcia. Bez pravidiel by bol život v škole aj pre nich dosť zložitý.

Tak ako škola má svoj školský poriadok, ktorý je kódexom pre všetkých v nej, má aj firma etický kódex. Predstavuje záväzok dodržiavať podnikateľskú etiku.

Ciel'

Vysvetliť pojem etický kódex, určiť jeho obsah a poukázať na jeho prínos pre organizáciu.

Pomôcky

Čistý papier A4 alebo stránka v zošite, tabuľa, krieda/fiksy

Metódy

Diskusia Všetko je na webe

Skupinová práca

Mindmapping (mapovanie mysle)

Kreatívne myslenie

Diskusia

Časový harmonogram

Mindmapping (mapovanie mysle) pojmu ETICKÝ KÓDEX - 10'

Vetko je na webe - 10'

Skupinová práca - 20'

Metodický postup

Mindmapping (mapovanie mysle) pojmu ETICKÝ KÓDEX

Opýtajte sa študentov, aké slová im prichádzajú na um, keď rozmýšľajú o pojme „etický kódex“. Dajte priestor vyjadriť sa niekoľkým žiakom.

Spoločne si zdefinujte a vyjasnite pojem ETICKÝ KÓDEX a jeho obsah.

Etický kódex predstavuje súhrn písaných etických princípov, noriem a požiadaviek, ktoré sú záväzné pre každého zamestnanca.

Etický kódex podniku vyjadruje etické hodnoty a postoj podniku, jeho víziu a poslanie.

Všetko je na webe

Požiadajte študentov, aby si na internete pozreli web stránky rôznych firiem a pokúsili sa nájsť tam ich etické kódexy. Môžete to s nimi urobiť priamo na hodine. V odbornej učebni, kde máte k dispozícii internet, alebo im to zadajte ako úlohu. Jednou z možností je, že sa študenti opýtajú svojich rodičov, či firma, v ktorej pracujú, má etický kódex.

Opýtajte sa ich:

Aké firmy ste našli?

Ako vyzerajú ich etické kódexy?

Čo si myslíte o tom, že tieto firmy majú zverejnené etické kódexy?

Sú to zahraničné firmy alebo slovenské?

Skupinová práca

Rozdeľte študentov do 3 skupín. Úlohou skupín je vytvorenie návrhu etického kódexu použiteľného pre ich triedu. Etický kódex správania sa ich triedy by mal byť dostatočne stručný, aby ste si ho mohli zapamätať a odrážal základné hodnoty triedy.

Dajte im na prácu 10 minút. Po uplynutí času na prípravu nechajte skupiny prezentovať svoj kódex.

Na záver môžete urobiť krátku diskusiu o tom, čo študentov na hodine najviac oslovilo.

Hodina 4

Návšteva vo firme.

Vezmite svoju triedu na návštevu firmy alebo podnikateľa, o ktorých viete, že majú vlastnosti spoločensky zodpovedného podniku a stretnite sa s nimi priamo u nich, v sídle ich firmy.

Napadla vám otázka ako firmu, či podnikateľa osloviť?

Tu je niekoľko námetov:

- Oslovte priamo svojich študentov, aby poprosili rodičov o možnosť navštíviť ich firmu.
- Oslovte rodičov svojich študentov.
- Oslovte svojich známych.
- Oslovte významné firmy, alebo známeho podnikateľa vo vašom meste, v obci, na dedine.

Verte, v každej firme sa nájdu ochotní ľudia, ktorí sa podelia o svoje skúsenosti so zodpovedným podnikaním.

Nemajte obavy z odmietnutia.

Keď im vysvetlíte, v akom projekte ste zapojení a prečo svojich študentov učíte o zodpovednom podnikaní, určite Vám pomôžu.

Niekoľko rád...

Pripravte si túto aktivitu dostatočne včas, aby aj firma mala čas sa na návštevu študentov pripraviť. Predsa len je to zásah do bežného života vo firme.

Stretnite sa so zodpovedným človekom vo firme a spoločne sa dohodnite na priebehu návštevy.

Pripravte pred návštevou svojich študentov – pozrite si web stránku firmy, hovorte s nimi o tom, či firmu poznajú, oboznámte ich s hlavnou oblasťou pôsobenia a podnikania firmy.

Pripravte študentov aj na diskusiu vo firme – pomôžte im pripraviť vopred otázky. Nechcete predsa, aby sa študenti len ticho prešli po firme a nič sa nepýtali.

Nezabudnite, že pocity z návštevy budú v študentoch dozrievať trochu dlhšie a mnohí potrebujú čas na spracovanie toho, čo videli a zažili. Doprajte im čas a vráťte sa k návšteve pri ďalšej novej príležitosti.

Nebojte sa teórie...

Teória býva postrachom pre všetkých, čo chcú učiť prakticky, zaujímavo a hravo. Lenže ak chcete svojich študentov niečo nové naučiť, najprv to musíte poznať Vy. Bez toho by ste im to nedokázali vysvetliť a priblížiť. Takže trocha teórie máme v našej príručke aj my. Pomôže Vám zorientovať sa v pojmoch, základných teóriách a konceptoch.

Základné pojmy, teórie a koncepty v spoločensky zodpovednom podnikaní

Zaujímavosť na úvod...

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

Tomáš Baťa ml.

Kým sa budete venovať teórii, prečítajte si niečo o uplatňovaní princípov zodpovedného podnikania v rodine Baťovcov. Produkty ich podnikania poznáme asi všetci, pretože ich topánky mnohí nosíme. Baťovci naozaj svojim podnikaním zmenili svet. Dokázali zarábať peniaze, vytvárať pracovné miesta a príležitosti, rozvíjali biznis, ale popri tom dokázali pomáhať pri riešení problémov sveta. Vždy im záležalo na tom, aby sa miesto, kde podnikali, rozvíjalo a zveľaďovalo.

Rodina popri podnikaní stavala domy pre robotníkov, nájomné byty a zriadila bezplatnú škôlku pre deti zamestnancov, aby mohli rodičia bez problémov chodiť do práce. Baťovci učili zamestnancov šetriť si na dôchodok na osobných kontách, ktoré mali vo firemnej banke.

Známa bola aj Baťova škola práce. Veľkú pozornosť venovali vzdelávaniu a rozvoju zamestnancov.

Prečo práve príklad podnikania rodiny Baťovcov? Pretože práve ich rodina ukázala, že podnikanie môže byť poctivé, ľudské, etické a zodpovedné.

A práve toto by sme sa od nich ešte aj dnes mali učiť.

Čo je zodpovedné podnikanie?

Prečo podnikateľ zodpovedne? Prečo podporovať filozofiu spoločensky zodpovedného podnikania? To sú otázky, ktoré si položí veľa ľudí. Veď firma má podnikateľ preto, aby tvorila zisk.

Aj napriek tomu, že prvoradou úlohou firmy v podnikaní je prosperita a zisk, dôležitou súčasťou jej podnikania by mala byť aj spoločenská zodpovednosť. Firma je predsa živý organizmus a procesy, ktoré v nej prebiehajú sa dotýkajú v prvom rade ľudí. A práve o ľuďoch je zodpovedné podnikanie.

To, že sa firma snaží byť prosperujúcou, úspešnou a mať zisky, je úplne v poriadku. Je to jej prvoradá úloha a cieľ jej podnikania. Vznikla práve pre tento cieľ. Nikto nezakladá firmu preto, aby bol v strate. Zisk a zodpovedné podnikanie nie sú v rozpore. Práve naopak, prosperita a zisk umožňujú firme, pomáhať tam, kde je to potrebné a investovať časť zisku na projekty, ktoré skvalitnia život.

Koncept spoločensky zodpovedného podnikania by mal byť súčasťou strategického plánovania každej firmy, ktorá je alebo sa usiluje byť úspešná.

Definíciou pojmu spoločensky zodpovedné podnikanie je veľa, pre Vás poslúži tá, ktorú vytvorili odborníci na danú problematiku v komisiách EÚ a je zapísaná v Zelenej knihe Európskej únie z roku 2001:

„Spoločensky zodpovedné podnikanie je dobrovoľné integrovanie sociálnych a ekonomických záujmov do každodenných firemných činností a interakcií s firemnými

stakeholdermi.“ (anglické slovo stakeholder = zainteresovaný subjekt)

Často sa môžeme stretnúť s pojmom spoločenská zodpovednosť firmy (v angličtine: Corporate Social Responsibility – skratka CSR)

Kde sa prejavuje zodpovedné podnikanie?

1. **Ekonomická oblasť** – malo by to byť sledovanie a vylepšovanie procesov, ktorými firma prispieva k ekonomickému rozvoju a snaha minimalizovať prípadné negatívne dôsledky vyplývajúce z tejto činnosti. Môže tu byť napr. etický kódex podnikania (budete sa o ňom učiť v inej časti), vzťahy s akcionármi, spotrebiteľmi, dodávateľmi, oblasť reklamy a iné.
2. **Sociálna oblasť** – malo by to byť sledovanie a minimalizovanie negatívnych následkov na celý sociálny systém a život spoločnosti. Môže tu patriť napr. bezpečnosť a ochrana zdravia pri práci, rovnosť príležitostí, zvyšovanie kvality života, boj proti korupcii, pomoc sociálne znevýhodneným skupinám a iné.
3. **Enviromentálna oblasť** – malo by to byť monitorovanie a znižovanie negatívnych vplyvov podnikania firmy na životné prostredie. Napr. výroba ekologických produktov, recyklácia odpadov, ochrana prírodných zdrojov, využívanie alternatívnych zdrojov energie a iné.

Prečo podnikat' zodpovedne? Aké sú výhody zodpovedného podnikania?

1. Umožňuje manažovať riziká.

Ak sa firma správa zodpovedne, dokáže minimalizovať riziká súdnych sporov, žalôb a nepriemerných situácií, ktoré môžu ohroziť postavenie firmy, značku a jej meno.

2. Pomáha zvyšovať zisky.

Kúpili by ste produkt od firmy, o ktorej viete, že vedome znečisťuje životné prostredie? Alebo od inej, ktorá využíva nelegálnu detskú prácu? Určite nie. Ľudia čoraz viac začínajú podporovať firmy, o ktorých si myslia, že sa správajú zodpovedne.

3. Pomáha znižovať náklady.

Firma dohliada na spotrebu materiálu, papiera. Záleží jej na úspore energie a zdrojov. Ak dokáže ušetriť tieto vstupy, zníži svoje náklady. Je tu ale dokázateľný ekologický efekt, pretože úsporov zdrojov a materiálu šetrí aj životné prostredie.

4. Podporuje inováciu.

Snaha o efektívnosť a šetrenie motivuje ľudí vo firme k vymýšľaniu nových a zaujímavých projektov, ktorí by oslovili zamestnancov, zákazníkov, partnerov. Na takýchto úlohách ľudia pracujú veľmi ochotne a pristupujú k nim veľmi inovatívne a tvorivo.

5. Pomáha firmám udržať si legitimitu.

Ak firma komunikuje so všetkými stakeholdermi a verejne deklaruje svoju filozofiu zodpovedného podnikania, zvyšuje tým svoju reputáciu a aj dôveru v jej podnikanie.

6. Pomáha pri budovaní dôvery a značky.

Už v predchádzajúcom bode sa hovorí o dôvere. Bez nej sa podniká veľmi ťažko a firma bez nej dlho na trhu nevydrží. Čím väčšia je dôvera vo firmu a jej podnikanie, tým je väčšia hodnota jej značky, záujem o jej produkty, služby. A dôvera sa buduje aj tým, že sa firma v podnikateľskom prostredí, ale aj v komunite správa zodpovedne.

7. Umožňuje lepší manažment ľudských zdrojov.

Filozofia zodpovedného podnikania by mala byť najviac citelná vo vnútri firmy. Ak je dobre nastavená a aj reálne zavedená do života, prispieva k zníženiu fluktuácie, ovplyvňuje lojalitu, zvyšuje výkonnosť a produktivitu. V práci s ľudskými zdrojmi patrí rovnosť príležitostí bez diskriminácie, zosúladenie pracovného a súkromného života, možnosť vzdelávať sa, odmeňovanie atď.. Ak ľudia vo firme žijú filozofiou zodpovedného podnikania, stávajú sa jej výbornou reklamou.

Aké sú oblasti zodpovedného podnikania?

V akých oblastiach môže firma zodpovedne podnikat'? Má sa orientovať len na životné prostredie? Alebo len na svojich zamestnancov? Alebo len na správanie sa na trhu?

Zodpovedné podnikanie môžeme rozdeliť do štyroch oblastí a spoločensky zodpovedná firma by mala byť aktívna v každej z nich. Podľa toho, ako je nastavená stratégia zodpovedného podnikania, si ale každá firma definuje a vyberá konkrétne aktivity, ktoré urobí v týchto oblastiach. Je prirodzené, že v niektorej oblasti bude mať viac aktivít a v niektorej možno menej. Záleží to od toho, aké sú priority v rámci stratégie zodpovedného podnikania.

Pozrime sa teraz na to, ako sú jednotlivé oblasti definované a čo do nich môže patriť.

TRH

Podnikáme transparentne?
Aké máme vzťahy s investormi, dodávateľmi, zákazníkmi?
Aká je kvalita produktov?
Ako sa správame na trhu?
Máme etický kódex?
Poskytujeme jasné a pravdivé informácie?
Sme etickí v reklame?
Ako riešime sťažnosti?
Aké výrobky vyrábame?
Aké sú naše služby?

PRACOVNÉ PROSTREDIE

Ako sa staráme o zamestnancov?
V akom prostredí pracujú?
Staráme sa o ich rozvoj a vzdelávanie?
Pomáhame matkám a rodičom?
Poskytujeme rovnaké príležitosti mužom a ženám?
Staráme sa o zdravie a bezpečnosť zamestnancov?
Nesprávame sa diskriminačne?
Poskytujeme benefity?
Podporujeme dobrovoľníctvo svojich zamestnancov?

ŽIVOTNÉ PROSTREDIE

Sú naše výrobky ekologické?
Aké obaly používame?
Podporujeme recykláciu odpadu?
Šetríme energiu? Vodu?
Šetríme materiál? Papier?
Minimalizujeme odpad?
Ako chránime prírodné zdroje?

KOMUNITA

Ako sa správame ku komunite, v ktorej podnikáme?
Poznáme jej problémy?
Pomáhame tieto problémy riešiť?
Podporujeme firemné darcovstvo?
Podporujeme dobrovoľníctvo?
Aké máme vzťahy s komunitou?

Čo firma získa zodpovedným podnikaním?

- Lojalitu zákazníkov •
- Konkurenčnú výhodu •
- Stane sa z nej žiadaný partner •
- Spokojných a lojálnych zamestnancov •
- Nízkú fluktuáciu zamestnancov •
- Motivovaných zamestnancov •
- Firma je žiadaný zamestnávateľ •
- Dobré meno •
- Kreatívne prostredie •
- Nové príležitosti v biznise •
- Redukcia odpadu •
- Ochrana zdrojov •
- Úspora nákladov •

Koho sa zodpovedné podnikanie týka? Kto sú zainteresované subjekty, alebo stakeholders?

Už na začiatku sme hovorili o tom, že firma je živý organizmus. Na jej fungovanie pôsobí veľa rôznych osôb, skupín, organizácií a iných subjektov. Pôsobenie je ale vzájomné, pretože na všetky osoby, skupiny, organizácie a subjekty vplyva firma svojou činnosťou. A práve osoby, skupiny, organizácie a iné subjekty, ktoré sú nejakým spôsobom zainteresované na podnikaní a živote firmy, označujeme spoločným názvom ZAINTERESOVANÉ SKUPINY, alebo anglickým slovom STAKEHOLDERS. Stakeholder môže byť napr. akcionár, vlastník, zákazník, zamestnanec, komunita v ktorej firma pôsobí, ale aj konkurencia, médiá a vláda.

Prečo im hovoríme, že sú zainteresované skupiny? Pretože každý z nich určitým spôsobom vplyva na život a pôsobenie firmy. A okrem toho má aj každý z nich nejaké očakávania smerom k firme. Úroveň vplyvu a úroveň očakávaní je rozdielna a jej miera určuje to, ktorá skupina je kľúčová. Práve s kľúčovou skupinou stakeholderov by mala firma viesť dialóg a zapojiť ich do rozhodovania o zodpovednom podnikaní.

Pozrime sa na to prakticky.

Ktorá z nasledujúcich skupín stakeholderov má podľa Vás najväčší vplyv na firmu a zároveň aj najväčšie očakávania?

- Vlastníci a akcionári firmy
- Zamestnanci
- Spotrebiteľia
- Dodávatelia a obchodní partneri
- Konkurencia
- Vláda
- Komunita
- Neziskové organizácie
- Média

Ak ste odpovedali, že sú to vlastníci a akcionári, odpovedali ste správne. Práve táto skupina, ktorej prioritou je rast a prosperita firmy, má na ňu najväčší vplyv a má aj najväčšie očakávania. Je to prirodzené, veď firma im patrí a tak očakávajú zisky a úspech. A práve s touto skupinou je nevyhnutné viesť dialóg.

O čom by mal byť dialóg so stakeholdermi? Dôležité je poznať, aké témy ich zaujímajú a čo je pre nich v rámci zodpovedného podnikania dôležité. Je pre nich prioritou ochrana životného prostredia a environmentálny dopad? Alebo sociálne dopady? Alebo sa viac zamerajú na pracovné podmienky vo firme?

Práve v zameraní a prioritách sa firmy odlišujú a tým sa odlišujú aj ich stratégie zodpovedného podnikania. Je ale veľmi dôležité venovať pozornosť tomu, že priority sa môžu meniť a tým sa môže meniť aj stratégia zodpovedného podnikania. Spoločnosť, v ktorej firma pôsobí sa mení, menia sa problémy v nej,

Prečo je dôležité poznať zainteresované skupiny?

Ak firma presne identifikuje zainteresované skupiny, pozná ich očakávania a potreby, dokáže nastaviť dobrú stratégiu zodpovedného podnikania.

Zodpovedné podnikanie by nemalo byť rozhodnutím len jednej skupiny vo firme, napr. len jej manažmentu a vedenia. Ak by to tak bolo a s ostatnými skupinami by nevedli dialóg, stratégia a filozofia zodpovedného podnikania by vo firme ostala

len na papieri, ale nikdy by sa nedostala do jej každodenného života. A to predsa nie je cieľom spoločenskej zodpovednosti.

Zodpovedné podnikanie nie je „módna vlna“ a nemá slúžiť na budovanie imidžu firmy. Zodpovedné podnikanie by malo byť filozofiou, ktorú je možné vidieť v konkrétnych krokoch firmy a ktorou žijú všetky jej zainteresované skupiny.

Čo vieme o etických kódexoch firmy?

Na Slovensku sa pri riadení a fungovaní podnikov najčastejšie uplatňuje písaná forma etických a morálnych princípov v podobe etického kódexu. Etický kódex predstavuje súhrn etických princípov, noriem a požiadaviek, ktoré sú záväzné pre každého zamestnanca. Etický kódex podniku vyjadruje etické hodnoty podniku, jeho víziu a poslanie. Etickým kódexom podnik zaväzuje každého zamestnanca nielen odbornosťou, ale aj dodržiavaním princípov podnikateľskej etiky a prijatím morálnej zodpovednosti za svoje konanie.

Moderný štýl riadenia podniku ponúka manažerom etický kódex ako efektívny nástroj riadenia ľudí v podniku. Etický kódex podniku je jedinečný, tak ako je jedinečný každý podnik.

Štruktúra etického kódexu by mala obsahovať:

- **Preambula** – úvodná časť kódexu, ktorá obsahuje:
 - stručnú charakteristiku a vznik podniku,
 - hlavný cieľ podniku,
 - postavenie podniku v spoločnosti a v národnom hospodárstve,
 - spoločenská a morálna zodpovednosť za podnikateľské aktivity,
 - najdôležitejšie hodnoty, ktoré podnik uznáva,
 - úvodné prehlásenie.
- **Zmysel a cieľ etického kódexu** – jeho zaradenie do podnikovej kultúry a riadenia.
- **Zodpovednosť voči spoločnosti, orgánom štátnej správy a samosprávy.**
- **Zodpovednosť voči zákazníkovi, dodávateľom, obchodným partnerom a konkurencii.**
- **Zodpovednosť za životné prostredie.**
- **Záväzky voči akcionárom.**
- **Záväzky voči medzinárodným organizáciám a spoločenstvám.**
- **Záväzky vo vnútri podniku:**
 - zodpovednosť podniku za svojich zamestnancov,
 - medziľudské vzťahy v podniku a úcta k človeku,
 - etika komunikácie a poskytovania informácií,
 - ochrana dobrého mena a majetku podniku,
 - konflikt záujmov,
 - ochrana obchodného tajomstva.
- **Etická zodpovednosť manažmentu.**
- **Uplatňovanie etického kódexu v podniku:**
 - pôsobnosť kódexu,
 - oznamovací mechanizmus,
 - sankcie,
 - poradenstvo pri vysvetľovaní etického kódexu.

Odborníci sa zhodujú v tom, že v prijatí významu a osvojenia si etiky v podnikateľskej oblasti na Slovensku existujú ešte stále isté nedostatky. Napríklad samotné vnímanie etického podnikania sa často chápe iba ako podnikanie v medziach zákona.

Aké sú prínosy uplatňovania etického kódexu? Spomenieme niektoré významné:

- zvýšenie pracovnej disciplíny,
- zlepšenia medziľudských vzťahov na pracovisku,
- zvýšenie kvality produktov alebo služieb,
- zlepšenie komunikácie medzi manažmentom a ostatnými pracovníkmi.

Ak organizácia zavádza etický kódex a nekontroluje jeho dodržiavanie, či nesankcionuje jeho porušovanie, etický kódex sa stáva neúčinný.

Zdieľaný marketing? Čo je to?

(Cause- related marketing)

Firma v spolupráci s neziskovou organizáciou vyhlási nejaký program, ktorého cieľom je pomoc pri riešení konkrétneho problému. V praxi to znamená, že počas takejto kampane alebo programu firma z každého predaného tovaru alebo služby odvedie časť práve na konkrétny problém.

Keď si potom ľudia kúpia takýto produkt alebo službu, sú priamo zapojení do riešenia daného problému.

Keď sa zákazník rozhoduje medzi dvoma rovnakými alebo porovnateľnými produktmi alebo službami, často sa rozhodne pre ten, ktorý je spojený s nejakou kampaňou. Cíti sa tak užitočný, pretože svojou kúpou podporuje dobrú vec.

Príklady zdieľaného marketingu:

Avon proti rakovine prsníka

Kampaň firmy Rajo na podporu náhradného rodičovstva

Projekt Jednota pre školákov - firma COOP Jednota podporila rozvoja športových aktivít v základných školách

Čo je firemná filantropia?

Súčasťou konceptu spoločensky zodpovedného podnikania môže byť aj firemná filantropia.

Pod pojmom **firemná filantropia** rozumieme dobrovoľnú angažovanosť firmy na verejne prospešných projektoch s cieľom podporovať rozvoj spoločnosti, v ktorej pôsobí alebo na ktorú majú jeho podnikateľské aktivity vplyv. Ide o aktivity nad rámec komerčnej činnosti firmy, teda aktivity, ktoré firmy najčastejšie realizujú spoločne s neziskovými organizáciami.

Je to moderná forma darovstva a podpory, prostredníctvom ktorej firmy pomáhajú tam, kde je to potrebné.

Z praxe poznáme veľa rôznych spôsobov, ako sa môžu firmy angažovať vo verejne prospešných projektoch. Najznámejšie sú tieto formy:

Finančná podpora - prostredníctvom finančného alebo vecného daru. Táto podpora spočíva v tom, že firma jednorázovo alebo opakovane daruje prostriedky na podporu verejne prospešného projektu. Opakovaná podpora je z hľadiska obdarovaného omnoho prínosnejšia, pretože mu umožňuje použiť daru plánovať a používať efektívnejšie. Dlhodobejšia podpora, z pohľadu firmy, taktiež umožňuje lepšie sledovať prínos prostriedkov poskytovaných formou daru.

Zamestnanecká zbierka - tento spôsob darovstva je dôležitý z pohľadu internej komunikácie, pretože umožňuje firme aktívne zapojiť zamestnancov do darovských aktivít.

Firemná nadácia a firemný nadačný fond - firemnú nadáciu si firmy zakladajú pre svoje dlhodobé darovské programy. Ide o samostatné právne subjekty, ktoré fungujú na rovnakom princípe ako akákoľvek iná nadácia.

Charitatívne aukcie a výstavy - firma organizuje rôzne charitatívne aukcie a výstavy pre zamestnancov, obchodných partnerov alebo zákazníkov. Získaný finančný výťažok potom daruje na dobročinné účely.²

Nefinančná, nepeňažná podpora (je možné stretnúť sa s pojmom in-kind podpora) – dnes sa bežným spôsobom podpory stávajú dary nepeňažnej povahy. Môže tu patriť: firemné dobrovoľníctvo, poskytovanie vzdelávania neziskovým organizáciám, poskytovanie odbornej pomoci, bezplatné poskytovanie služieb, účasť v správnej rade, materiálna pomoc a iné.

Firemné dobrovoľníctvo - je založené na tom, že firma môže zapoíčať svojich zamestnancov a odborníkov na jednorázové akcie alebo na dlhodobé projekty. Firemné dobrovoľníctvo je taktiež prostriedkom k zlepšeniu spolupráce v miestnej komunite a profesionalizácii neziskovej organizácie a ich zamestnancov.

Darovstvo alebo sponzoring? Viete, v čom je rozdiel?

Veľmi často sa zamieňajú pojmy sponzoring a darovstvo. Veľa ľudí nevie, že sponzoring je marketingová aktivita firmy a jej cieľom je podpora nejakej oblasti, produktu, služby. Darovanie je o niečom inom – tam naozaj ide o pomoc a podporu bez toho, aby firma za to niečo očakávala.

Pozrime sa teraz na to, aký je medzi nimi rozdiel.

DARCOVSTVO

Darovanie je súhrn hmotných i nehmotných statkov, ktoré darca dáva a obdarovaný prijíma. Nemusí ísť nevyhnutne o finančný dar, ale napríklad i o poskytnutie know-how či poradenstvo.

Poskytnutie daru upravuje Darovacia zmluva, ktorá je uzatvorená v zmysle ustanovení § 628 a nasl. Občianskeho zákonníka v platnom znení.

Hlavným princípom je fakt, že darca nevyžaduje od obdarovaného za poskytnutie daru žiadne protiplnenie.

Dar nemusí byť určený na presne vymedzený účel, ale v určitých situáciách je vhodné účel definovať. Darca má taktiež možnosť skontrolovať správnosť a efektívnosť použitia daru.

(Zdroj: Sprievodca firemnou filantropiou, Fórum donorov)

Zdroje:

Kol.: Spoločensky zodpovedné podnikanie. Prehľad základných princípov a príkladov. PANET, Bratislava 2005

Bartošová, Z. : Sprievodca firemnou filantropiou. Fórum donorov, Bratislava 2007

Kol.: Koncept CSR v praxi – průvodce odpovědným podnikáním. ASPRA a.s. a 94 minutes, s.r.o., 2008

www.zodpovednepodnikanie.sk

www.blf.sk

www.donorsforum.sk

www.viabona.sk

www.partnerstva.sk

www.cpf.sk

www.integra.sk

www.jasr.sk

SPONZORING

Sponzoring je nástroj komunikácie na podporu určitej udalosti, akcie, produktu alebo služby.

Často sa vzťahy medzi sponzorom a príjemcom príspevku uzatvárajú na základe zmluvy o reklame, kedy príjemca vykáže činnosti smerujúce k naplneniu marketingových cieľov sponzora. Poskytnutý príspevok je predmetom dane z príjmu u príjemcu.

Sponzor poskytuje financie alebo iné prostriedky a za to dostáva protislužbu. Sponzorský príspevok je teda „príspevok s protiplnením“.

Náklady na sponzoring sú súčasťou firemných rozpočtov a sú daňovo uznanou položkou.

Prípadové štúdie

V tejto časti nájdete reálne prípadové štúdie, ktoré sú spracované tak, aby ste s nimi na hodinách mohli pracovať a pomocou nich uviesť študentov do sveta reálnej firmy a jej zodpovedného podnikania. Všetky prípadové štúdie sú pripravené spoločnosťou Východoslovenská energetika a. s.. Prípadové štúdie sú spracované tak, že popisujú reálny stav, alebo nejakú konkrétnu situáciu vo firme a ponúkajú zároveň aj námety na diskusiu, otázky a podnety ako problematiku so študentmi rozpracovať.

Metodický postup na prácu s prípadovými štúdiami je rovnaký pre každú prípadovú štúdiu a má Vám pomôcť pracovať s touto metódou, takže ho môžete použiť pri každej prípadovej štúdii.

V každej prípadovej štúdii je popísaný východiskový stav a sú v nej vždy dve úlohy. Prvá je zameraná na tvorivosť a jej cieľom je, aby študenti navrhovali vlastné riešenia, aby premýšľali a druhá je zameraná na porovnanie ich návrhov s tým, čo Východoslovenská energetika reálne robí. Pri každej prípadovej štúdii na jej konci nájdete popis toho, ako veci rieši firma.

Odporúčame Vám nehovoriť so študentmi o tom, čo je v druhej úlohe, teda o tom, aké reálne kroky robí firma. Je to z toho dôvodu, aby ste im nechali priestor na ich vlastné uvažovanie a ich návrhy a neovplyvnili ich reálnymi vecami.

Postup:

1. Oboznámte žiakov s tým, že na dnešnej hodine bude hlavnou aktivitou riešenie prípadovej štúdie z reálnej praxe. Oboznámte žiakov s tým, že budú pracovať v skupinách. Je to z toho dôvodu, aby mali možnosť vidieť rôzne riešenia a pohľady na problém a porovnať si ich.

2. Každý dajte k dispozícii jeden veľký flipchartový papier a farebné fixy a pre skupinu jednu kópiu prípadovej štúdie.
3. Najprv prečítajte znenie prípadovej štúdie Vy a opýtajte sa žiakov, či rozumejú všetkému v nej. Ak to urobíte, vyhnete sa prípadným nedorozumeniam.
4. Zadaťte úlohu pre skupiny podľa toho, ako je zadefinovaná v konkrétnej prípadovej štúdii.
5. Po uplynutí času na prácu vyzvite skupiny, aby prezentovali svoje výstupy a riešenia. Dozrite na to, aby počas prezentácií ostatných už skupiny na svoje prezentácie nedopisovali a ani ich nemenili pod vplyvom ostatných.
6. V záverečnej diskusii sa pýtajte žiakov:
Čo bolo pre Vás v tejto úlohe náročné?
Čo Vám robilo najväčšie problémy?
Ako sa Vám v skupine pracovalo?
Aké procesy ste v skupine pozorovali?
Prevzal niekto iniciatívu vedenia?
Ktoré poznatky z predchádzajúcich hodín ste využili pri tejto úlohe?

Prípadová štúdia 1

Spoločenská zodpovednosť - Stratégia

Východiskový stav

Spoločnosť Východoslovenská energetika a.s. (VSE) je jedným z najväčších podnikov v regióne. Zamestnáva viac ako 1500 obyvateľov a jej zisk už niekoľko rokov po sebe prekročil sumu 1 mld. Sk. Je preto prirodzené, že sa na ňu obracia veľké množstvo žiadateľov o pomoc v ich ťažkej životnej situácii, alebo žiadajú o podporu podujatí najrôznejšieho druhu - od vrcholového športu, cez kultúrne, mládežnícke a sociálne projekty, až po rôzne zbierky. O podporu žiadajú jednotlivci, neziskové organizácie, cirkvi, ale aj štátne príspevkové organizácie.

Úloha 1

Diskutujte o potrebách vášho regiónu a možnostiach veľkých firiem prispieť na jeho rozvoj. Stanovte základné princípy podpory východoslovenského regiónu prostredníctvom sponzorinového rozpočtu VSE. Vysvetlite, ktoré oblasti a cieľové skupiny by ste podporili.

Úloha 2

Porovnajzte svoje návrhy s realizovaným riešením spoločnosti VSE.

Realizácia vo Východoslovenskej energetike a.s.

VSE aj v súvislosti s pôsobením nemeckého akcionára - koncernu RWE – orientuje svoju podporu už niekoľko rokov na tri základné piliere:

- šport, resp. podpora mládeže a mládežníckeho športu prostredníctvom darovacích zmlúv, zmlúv o spolupráci, grantových programov a rôznych akcií,
- školstvo a vzdelávanie, resp. podpora základných a stredných škôl a univerzít prostredníctvom súťaží a darov,
- v sociálnej oblasti sa profiluje predovšetkým ako firma dlhodobo spolupracujúca s Úniou nevidiacich a slabozrakých Slovákov, a to formou zbierok, dobrovoľníckych programov, darov či zákazníckych balíkov.

Medzi zásady VSE pri podpore spoločensky prospešných projektov patrí, že VSE nepodporuje individuálne žiadosti, projekty zastrešené politickými zoskupeniami alebo cirkvami.

Prípadová štúdia 2

Zákazníci – Komplexnosť poskytovaných služieb a príklady externej komunikácie

Východiskový stav

Zákazníci VSE deklarujú v zákazníckych prieskumoch zvýšený záujem o informácie ohľadom možnosti úspor pri využívaní elektriny. Zároveň sa téma energetickej efektívnosti dostáva čoraz viac do popredia aj na celospoločenskej úrovni. Preto sa VSE plánuje intenzívne venovať tejto téme a naplňaním potrieb a požiadaviek zákazníkov zvyšovať ich spokojnosť. Zároveň sa tak VSE chce profilovať ako spoľahlivý dodávateľ, ktorý sa stará o pohodlie zákazníkov tým, že im poskytuje komplexné služby vrátane energetickej poradenstva.

Úloha 1

Úspora energie je pre zákazníkov VSE – domácnosti i podnikateľov – dôležitou témou a zároveň chýbajúcou zložkou v portfóliu poskytovaných služieb zo strany VSE.

- a Prediskutujte a navrhňte jednotlivé služby, ktoré by mala VSE začať poskytovať pre svojich zákazníkov - domácnosti a podnikateľov.
- b Navrhňte nástroje komunikácie nových služieb pre zákazníkov – akým spôsobom by ste cieľové skupiny informovali o týchto opatreniach?

Úloha 2

Porovnajzte svoje návrhy s realizovaným riešením spoločnosti VSE.

Východiskom pre výber služieb boli informácie získané zo zákazníckych prieskumov a analýza interných možností VSE.

Zákazníci VSE v prieskumoch uvádzajú zvýšený záujem o informácie ohľadom možnosti úspor pri využívaní elektriny. Uprednostňujú najmä tipy ako znížiť náklady na energiu v krátkom časovom horizonte bez potreby dodatočných investícií.

Preto sa VSE začala orientovať primárne na poradenstvo v oblasti úspor energie. V snahe sprístupniť túto službu pre čo najväčší okruh zákazníkov, rozhodla sa pre rôzne formy poskytovania poradenstva: cez novú internetovú stránku, ktorá dlhodobo dosahuje vysokú návštevnosť, ale aj osobne prostredníctvom špeciálne školených energetických poradcov a formou letákov pre tých zákazníkov, ktorí nevyužívajú internet.

Pre náročnejších zákazníkov, ktorí sú ochotní investovať do moderných technológií, ktoré prinášajú úsporu energie v strednodobom a dlhodobom horizonte, VSE ponúkla zvýhodnenia pri inštalácii tepelného čerpadla. Počet záujemcov o tento moderný a efektívny spôsob vykurovania sa tak v regióne východného Slovenska zvýšil aj vďaka aktivitám VSE.

Všetky aktivity boli cieľové ako na domácnosti tak aj na podnikateľov.

VSE začala poskytovať svojim zákazníkom tieto doplnkové služby zamerané na zvyšovanie energetickej efektívnosti a možnosti úsporného využívania energie:

- 1 Internetová stránka www.SetrimeEnergiu.sk s množstvom informácií o tom, ako efektívne využívať elektrinu v domácnosti či podnikaní. Poskytuje tiež rady o tom, ako si pri nákupe zvoliť najvhodnejší a energeticky efektívny spotrebič.
- 2 Bezplatné energetické poradenstvo v obchodných kanceláriách cez vyškolených energetických poradcov
- 3 Poradenské letáky:
 - Rady pre váš domov
 - Rady pre vaše podnikanie
 - Rady pri výbere spotrebičov
- 4 Podpora využívania tepelného čerpadla* prostredníctvom:
 - zľavy 10 % pri nákupe tepelného čerpadla u zmluvných partnerov;
 - príspevku 670 EUR (20 184 SKK) pre prvých 50 zákazníkov ktorí sa rozhodnú kúpiť a nainštalovať si tepelné čerpadlo u našich zmluvných partnerov;
 - zvýhodnených sadziieb a produktov na odber elektriny – EKO DOM pre domácnosti a EKO pre firmy a organizácie. Zákazníkom prinášajú predĺžené doby platnosti (22 hodín denne) cenovo zvýhodnenej nízkej tarify a nižšie ceny za elektrinu spomedzi všetkých ponúkaných produktov a sadziieb;
 - bezplatnej analýzy výhodnosti tepelného čerpadla, ktorú pre zákazníkov vypracujú energetickí poradcovia v obchodných kanceláriách.

*Tepelné čerpadlo patrí medzi najekologickejšie a najúspornejšie systémy na vykurovanie a prípravu teplej vody. Je to zariadenie, ktoré odčerpáva tepelnú energiu z okolitého prostredia a odovzdáva ju vykurovaciemu systému. Pracuje podobne ako chladnička, ktorej hnacím prvkom je kompresor poháňaný elektromotorom. Tepelné čerpadlo umožňuje využiť teplo zeme, vody a vzduchu a odovzdať ho napríklad interiéru vášho domu.

5. Bezplatné požičanie digitálnych meračov odberu elektriny, ktoré pomáhajú zistiť výšku spotreby konkrétneho spotrebiča a odhaliť „žrútov“ elektriny

VSE využila niekoľko komunikačných nástrojov, pomocou ktorých chcela dosiahnuť zvýšenie povedomia o tom, že VSE poskytuje energetické poradenstvo a zároveň zvýšiť znalosť a návštevnosť stránky www.SetrimeEnergju.sk.

Využitie komunikačné nástroje:

1. kampaň v médiách – billboardy, plagáty v MHD, inzercia na internete, v tlači a rádiu.

Kampaň trvala 1 mesiac a sústredila sa na informovanie o novej internetovej stránke zameranej na poradenstvo. Cieľovou skupinou boli domácnosti a podnikatelia na území východného Slovenska, keďže na tomto území má VSE najviac zákazníkov.

2. list zaslaný všetkým domácnostiam a podnikateľom - informujúci o nových službách a novej internetovej stránke www.SetrimeEnergju.sk, ako aj o možnosti získať 1 000 úsporných žiaroviek pre prvých tisíc zaregistrovaných návštevníkov stránky. Cieľom súťaže bolo zvýšiť návštevnosť stránky www.SetrimeEnergju.sk. Podmienkou registrácie v súťaži bolo zaslanie informačného e-mailu samotným súťažiacim na adresu svojho známeho. Reťazovým efektom tak túto informáciu získalo v krátkom čase veľké množstvo zákazníkov. Súťaž sa stretla s veľkým záujmom a návštevnosť stránky v čase kampane dosiahla **24 000** za mesiac, čím niekoľkonásobne prevýšila očakávanú návštevnosť zo strany VSE.
3. e-mail zaslaný zákazníkovi v databáze VSE – informujúci o novej stránke www.SetrimeEnergju.sk
4. banner na stránke www.vse.sk
5. články v zákazníckych časopisoch VSEnergia pre váš domov a VSEnergia pre vašu firmu zasielaných pravidelne zákazníkovi VSE
6. informácie o novej stránke spolu s vybranými tipmi na úsporu na zadnej strane faktúry pre domácnosti aj pre firmy – v priebehu celého roka
7. potlač obálok pre korešpondenciu so zákazníkmi – na zvyšovanie povedomia o novej stránke www.SetrimeEnergju.sk

Zásah kampane sa pohyboval na úrovni 75%, čo znamená, že 75% cieľovej skupiny zaznamenalo niektorý z komunikačných nástrojov, ktoré VSE využila. Táto hodnota prevýšila ciele, ktoré si VSE stanovila pred kampaňou.

Prípadová štúdia 3

Zamestnanci - Vyváženosť osobného a pracovného života a príklady internej komunikácie

Východiskový stav

Už dlhodobo Východoslovenská energetika a.s. zamestnáva z celkového počtu zamestnancov 25% žien, pričom ženy tvoria 1/5 manažmentu spoločnosti. Priemerný vek zamestnancov je 42 rokov a väčšina z nich je na vrchole svojich kariérnych ambícií. Mnohí z nich majú zároveň už založené rodiny, ktoré vyžadujú ich prítomnosť a starostlivosť. Okrem toho stojí za pozornosť fakt, že zamestnanci VSE majú spolu viac ako 1000 detí vo veku od 0 do 15 rokov a ročne „pribudne“ skoro 50 novorodencov. Pričom na materskej a rodičovskej dovolenke je v priemere 20 žien ročne.

Úloha 1

Rodina a práca - dve dôležité oblasti života. Často je veľmi ťažké zladať ich k spokojnosti oboch strán.

- a Prediskutujte a navrhňte riešenie vyváženosti osobného a pracovného života zamestnancov VSE s dôrazom na úpravu pracovného času zamestnancov po návrate z materskej alebo rodičovskej dovolenky.
- b Navrhňte zabezpečenie informovanosti zamestnancov o novom riešení. Ako by ste zaujímavým a efektívnym spôsobom informovali zamestnancov o nových riešeniach?
- c Aké iné formy podpory / nástroje / benefity môže podnik využiť na zladenie osobného a pracovného života zamestnancov?

Úloha 2

Porovnajte svoje návrhy s realizovaným riešením spoločnosti VSE.

Realizácia vo Východoslovenskej energetike a.s.

- a VSE začiatkom roka 2007 zaviedla tzv. Program „Pre rodiny“, ktorý je súborom sociálne orientovaných opatrení a aktivít týkajúcich sa podpory zamestnancov – rodičov. Program smeruje k zosúladieniu ich pracovného a rodinného života. Dopĺňa už existujúci program sociálnych výhod a výhod vyplývajúcich z Podnikovej kolektívnej zmluvy (plus 5 dní dovolenky nad rámec zákona, deň voľna pre osamelé matky/otcov starajúcich sa o deti do 15 rokov apod.)

Nosnou časťou je tzv. flexibilizácia pracovného času – program Flexi, ktorý umožňuje zamestnancom vracajúcim sa z materskej alebo rodičovskej dovolenky rozvrhnúť si pracovný čas podľa ich potrieb (samozrejme po zohľadnení požiadaviek ich pracovného zaradenia). V praxi to znamená možnosť pracovného pomeru na kratší pracovný čas, resp. v prípadoch, kde je to možné, aj prácu priamo z domu (z miesta bydliska).

Forma pracovného pomeru po návrate z MD/RD:

Zamestnanci majú po návrate z MD/RD možnosť požiadať o zmenu dĺžky pracovného času a miesta výkonu práce a to:

- kratší pracovný čas najdlhšie však do 3. roku veku dieťaťa,
 - rozloženie kratšieho pracovného času v rámci týždňa (napríklad pri 30 hod. pracovnom čase mať každý piatok ako nepracovný deň bez nároku na náhradu mzdy a ostatné dni pracovať po 7,5 hod.),
 - možnosť rozdeliť dohodnutý pracovný úväzok na prácu na pracovisku a prácu doma v mieste bydliska (napr. pri 37,5 hod. pracovnom čase, pracovať 1 deň = 7,5 hod. z domu). V prípade dohodnutia možnosti práce z domu (z miesta bydliska) poskytne VSE zamestnancovi potrebné technické vybavenie (mobil, notebook, pripojenie na internet a pod.) na náklady spoločnosti na základe dohody s priamym nadriadeným zamestnanca.
- b Interná komunikácia je zameraná špeciálne na zamestnancov – rodičov a témy s tým súvisiace. Jej súčasťou je informačná stránka na intranete spoločnosti. Popri pravidlách už spomínanej flexibilizácie pracovného času stránka obsahuje:
- Súbor užitočných rád, čo je potrebné zariadiť a zabezpečiť pri odchode resp. návrate z MD/RD či už z pohľadu zamestnanca / rodiča ale aj zamestnávateľa.
 - Tipy na trávenie voľného času s rodinou, informácie o prírodných a kultúrnych zaujímavostiach Slovenska, ale hlavne východoslovenského regiónu. Súčasťou je aj informačná tabuľka obsahujúca zoznam inštitúcií poskytujúcich zľavu zamestnancom VSE na vstup.
 - Záložku Právne minimum, pokrývajúcu tému rodiny a žien – matiek, ktorá pomáha zamestnancom zorientovať sa v základných právach a povinnostiach vymedzených právnymi predpismi SR v tejto oblasti.

Pre zabezpečenie informovanosti zamestnancov o diani v spoločnosti vychádza mesačne interný časopis team: VSE, ktorý je poštou doručovaný aj kolegyniam / kolegom na MD/RD. Pravidelnou súčasťou tohto časopisu je rubrika venovaná rodinám, ktorá informuje zamestnancov o novinkách v programe „Pre rodiny“.

Prípadová štúdia 4

Životné prostredie – Ochrana dravcov

Východiskový stav

Úhyny dospelých dravých vtákov a mláďat nie sú vždy spôsobené len prirodzenými faktormi. Takým sa populácie dravcov dokázali vždy prispôsobiť a v súčasnosti nie sú príčinou ubúdania ani jedného z u nás žijúcich druhov. Žiaľ, alarmujúce sú negatívne antropické vplyvy - teda také ľudské činnosti, ktoré nemajú za cieľ zabitie dravcov, no vo svojich dôsledkoch však spôsobujú ich vysoký úhyn. Postavené stĺpy vedenia elektrického prúdu patria medzi tieto antropické vplyvy. Zvlášť nebezpečné sú stĺpy s napätím 22 kV tvaru „T“, na ktorých sa každoročne len v Slovenskej

republike zabije niekoľko stoviek vtákov. Dravce môžu zahynúť aj po náraze do drôtov vedenia elektrického prúdu.

Úloha 1

Diskutujte o ďalších antropických vplyvoch a možnostiach ochrany dravcov pred nimi, resp. o možnostiach zníženia negatívnych vplyvov ľudskej činnosti. Navrhňte, ako môže VSE predchádzať úhynu dravcov v dôsledku zranenia elektrickým prúdom.

Úloha 2

Porovnajte svoje závery z diskusie s realizovaným riešením v spoločnosti VSE.

Realizácia vo Východoslovenskej energetike a.s.

- a Spoločnosť VSE finančne podporila mimovládnu organizáciu Ochrana dravcov na Slovensku, ktorej poslaním je aj aktívna ochrana dravcov a sov na Slovensku.
- b Spoločnosť VSE v roku 2000 začala s montážou ochranných krytov na stĺpy vysokého napätia kvôli dravcom, ktoré si ich vyberajú ako posed.



Zdroj: archív VSE

Organizácie, ktoré sa profesionálne venujú podpore filozofie spoločensky zodpovedného podnikania

Business Leaders Forum

Business Leaders Forum (BLF) je neformálnym združením firiem, ktoré sa zaväzujú byť lídrami v presadzovaní princípov zodpovedného podnikania (angl. Corporate Responsibility – CR) na Slovensku

Poslaním BLF je kultivovať spoločnosť vytváraním a implementovaním štandardov zodpovedného podnikania

Víziou BLF je zodpovedným podnikaním dosiahnuť trvalo udržateľný rozvoj a prosperitu Slovenska.

BLF vzniklo oficiálne v apríli 2004 ako výsledok snahy o vytvorenie doposiaľ neexistujúcej platformy podnikateľských subjektov pôsobiacich na území Slovenskej republiky, ktorá by bola vzorom a garantom spoločensky zodpovedného podnikania na Slovensku. Zakladajúci členovia združenia dňa 18. novembra 2004 podpísali **Memorandum o spoločenskej zodpovednosti firiem**, čím deklarovali záujem dobrovoľne integrovať do svojej firemnej stratégie súbor zásad zohľadňujúcich sociálne, etické a environmentálne aspekty podnikania, a zároveň inšpirovať ďalšie firmy pôsobiace na Slovensku k spoločensky zodpovednému podnikaniu.

BLF ponúka svojim **členom** aktivity zamerané na jednotlivé aspekty zodpovedného podnikania, do ktorých je možné sa zapojiť rôznou formou.

Vďaka podpore svojich členov a medzinárodných partnerov BLF realizovalo aktivity a podujatia zamerané na jednotlivé aspekty SZF s cieľom zvýšiť povedomie o danej problematike na Slovensku a prispieť tak k počtu firiem, ktoré popri finančných ukazovateľoch zaujíma aj dopad ich podnikania na spoločnosť a životné prostredie. Jednotlivé podujatia a aktivity sú prispôbené potrebám odbornej verejnosti, charakteru problematiky a aktuálnej situácii na Slovensku, pričom ponúkajú priestor pre prípadové štúdie iných firiem, názory domácich i zahraničných odborníkov a výmenu skúseností.

Ochranná známka "Business Leaders Forum", "BLF" a BLF logo boli zaregistrované na Úrade priemyselného vlastníctva SR v auguste 2004.

www.blf.sk



Fórum donorov a Klub firemných darcov

Fórum donorov (FD) je asociácia popredných organizácií, ktoré poskytujú granty tretím osobám. Snaží sa o zvýšenie transparentnosti a efektívnosti využitia finančných prostriedkov prúdiacich do neziskového sektora a rozvoj filantropie na Slovensku. Členovia FD dodržiavajú Etické princípy, ktoré zakotvujú základné etické hodnoty, a výrazným spôsobom prispievajú k posilneniu kultúry darčovstva na Slovensku.

Informácie, príklady a vedomosti, ktoré sa v združení zhromažďujú, sú neoceniteľným zdrojom pre rozvoj medzisektorovej spolupráce a angažovanosti sa firiem v spoločnosti. Potreba prepojenia aktivít neziskových organizácií s firemnými stratégiami v oblasti firemnej filantropie podnietili v roku 2006 vytvorenie Klubu firemných darcov. Klub firemných darcov vznikol pri Fóre donorov a je prestížnym zoskupením firiem, ktoré podnikajú v Slovenskej republike a majú skúsenosti v oblasti transparentného a systematického darčovstva

Prínos aktivít Fóra donorov a Klubu firemných darcov k rozvoju firemnej angažovanosti sa v komunitách je najmä v zameraní, type a spôsobe realizácie projektov. Základom je poznanie a akceptovanie špecifických požiadaviek jednotlivých firiem a neziskových organizácií, ktoré vytvára podmienky pre vznik kreatívnych projektov a zaujímavých produktov.

Fórum donorov v spolupráci s členmi Klubu firemných darcov napríklad iniciovalo spoluprácu s Junior Achievement Slovensko, ktorá bola zameraná na vzdelávanie stredoškolských študentov s cieľom priblížiť im, najmä cez príklady dobrej praxe, koncept zodpovedného podnikania a možnosti angažovanosti firiem sa v spoločnosti. Medzi partnerov, s ktorými FD a Klub spolupracujú, patria renomované slovenské a zahraničné inštitúcie a organizácie. Za všetkých je možné spomenúť napríklad týždenník Trend, s ktorým každoročne robíme prieskum a analýzu o stave firemnej filantropie na Slovensku a zostavujeme rebríček TOP firemný filantrop; Spolok lokálnych televíznych staníc Slovenska, s ktorým sme pripravili sériu stretnutí s novinármi z regionálnych médií; agentúru FOCUS, ktorá pre nás pripravuje prieskumy verejnej mienky; Združenie miest a obcí Slovenska, ktoré sa stalo dôležitým partnerom pri rozvoji firemnej angažovanosti sa v regiónoch Slovenska; organizáciu NESsT, TOP Centrum podnikateľiek, Európske nadačné centrum a mnohé ďalšie organizácie.

www.donorsforum.sk



Keď som začala pracovať na tejto príručke, mnohí sa ma pýtali, prečo to robím.

Možno aj takto sa v Junior Achievement Slovensko snažíme firmám vrátiť kúsok z toho, čo pre nás robia. Snažíme sa mladých ľudí pripraviť tak, že keď prídu do firiem ako ich zamestnanci, budú vedieť, že spoločensky zodpovedné podnikanie existuje a že je nesmierne dôležité pre firmu, komunitu a spoločnosť. Toto je náš vklad k spoločenskej zodpovednosti.

Ďakujem

hlavnému partnerovi projektu - firme Východoslovenská energetika a. s. za podporu celého projektu,
Katke Šulíkovej z VSE, ktorá mi veľmi pomáhala a jej kolegom za všetky podklady k prípadovým štúdiám,
Petrovi Smékalovi – Mercury Solutions, za pomoc pri grafike a tlači.



NAŠA ENERGIA POMÁHA REGIÓNU ROZKVITNÚŤ

Sme jedným z najväčších zamestnávateľov na východnom Slovensku a zákazníkom poskytujeme komplexné energetické služby. Podieľame sa na rozvoji vzdelávania, mládežníckeho športu, životného prostredia i sociálnej oblasti. Pomáhame rásť všetkým našim partnerom - zákazníkom, investorom, zamestnancom i komunite.

