

Spoločenská zodpovednosť firiem

FM UK, 26. apríl 2010

Peter Goliaš

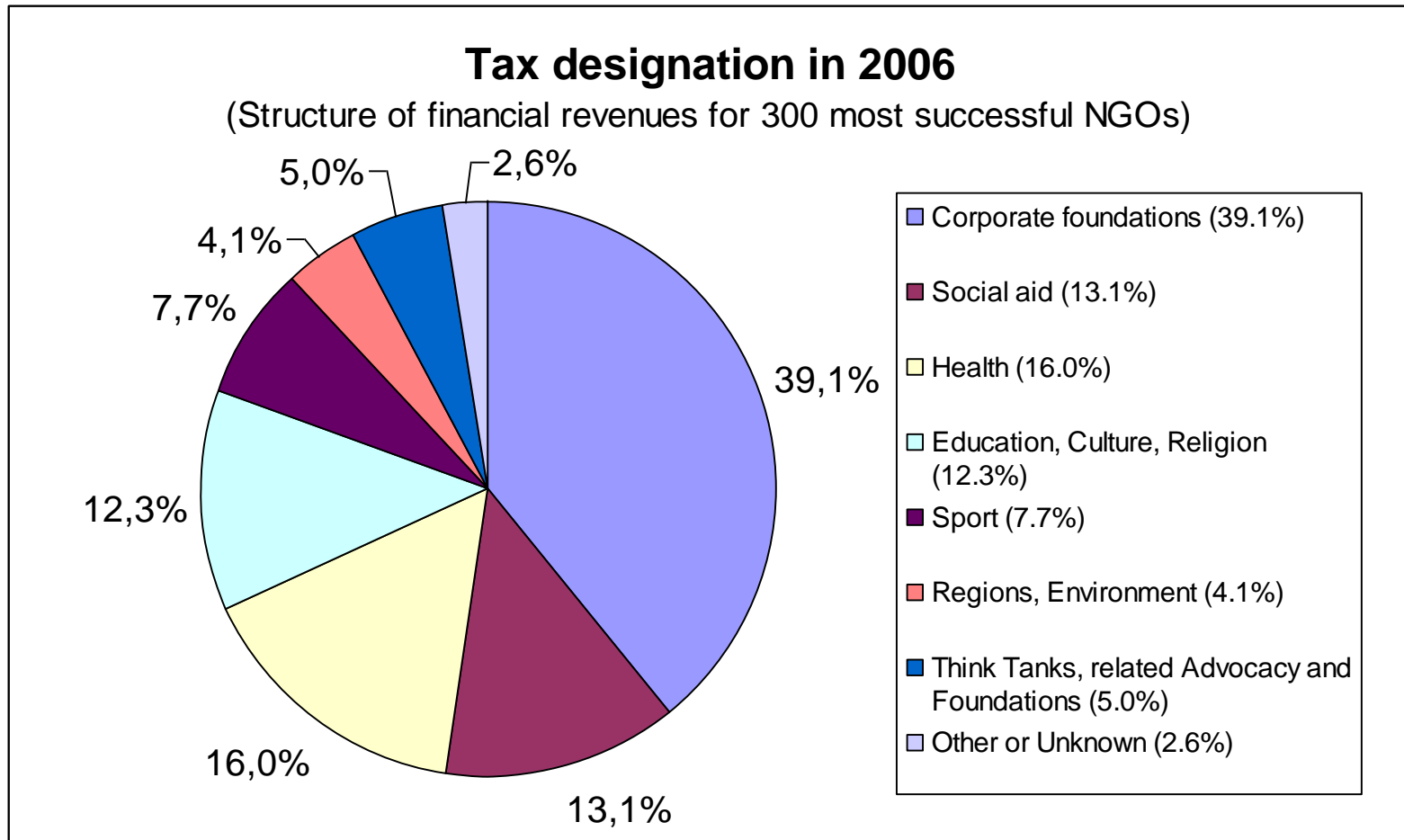
INEKO

Anketa na úvod

Predstav si, že si jediným akcionárom firmy, ktorá má dlhodobý ročný zisk 10 mil. eur. Ide o Tvoj jediný príjem. Ako by si ho použil?

- a) Nechám si pre seba: ... %
- b) Podpora chorých, slabých a chudobných: ... %
- c) Podpora demokracie (napr. transparentnosť, médiá, boj proti populizmu): ... %
- d) Zlepšovanie podnikateľského prostredia (napr. podpora reforiem): ... %
- e) Zlepšovanie životného prostredia: ... %
- f) Vzdelávanie a šport detí a mládeže: ... %
- g) Podpora kultúry a umenia: ... %
- h) Iné (uveď konkrétne ciele): ... %

Použitie 2% z daní v roku 2006



Zdroj: INEKO

Čo podporili cez 2%?

	2006	Future
Culture	17%	19%
Fostering democracy	2%	2%
Sport	15%	16%
Education (trainings, curses, schools)	27%	20%
Environment	2%	2%
Health	6%	10%
Social and economic reforms (change of rules)	2%	2%
Social aid	25%	25%
Human rights, Religion, Transparency, fight against corruption	0%	0%
Others: Regional development	5%	5%
Total	100%	100%

Zdroj: Prieskum INEKO medzi 5 donormi z roku 2007: Nadácia SPP, Konto Orange, ZSE – E.ON, ING, Siemens

Prečo dali peniaze?

Reasons	Average relevance (%)
They are our friends	5%
Based on their results we believe that their work has positive contributions for the society	58%
Their fundraising campaign impressed us (advertisements, letters, etc.)	0%
They can make us visible	1%
They are able to offer projects that are attractive/useful for us (not visibility)	9%
We identify ourselves with the values that they promote	28%
Total	100%

Zdroj: Prieskum INEKO medzi 5 donormi z roku 2007 (otázka sa týka podpory think-tankov): Nadácia SPP, Konto Orange, ZSE – E.ON, ING, Siemens

Prečo dostali peniaze?

Reasons	Average relevance (%)
They are our friends	10%
Based on our results they believe that our work has positive contributions for the society	38%
Our fundraising campaign impressed them (advertisements, letters, etc.)	5%
We can make them visible	9%
We are able to offer projects that are attractive/useful for them (not visibility)	15%
They identify themselves with the values that we promote	23%
Total	100%

Zdroj: Prieskum INEKO medzi 12 slovenskými think-tankmi, 2006

Ako by mohli dostať viac?

Think-tanks should:	
Focus on long-term improvement of their credibility	17%
Increase transparency of how they use received money (publishing annual reports on internet, etc.)	18%
Organize more intensive fundraising campaigns to attract more donors (advertisement in TV, newspapers, etc.)	17%
Build their own net of “enlightened” donors (based on good relations, knowing each-other)	22%
Better explain and inform about results of their work	8%
Have stronger impact (better results, more intensive media presentation), ability to change the status-quo	9%
Make donors more visible (publishing name and logo on publications, media releases, conferences, etc.)	4%
Adjust goals of their projects to better reflect commercial interests of potential donors	0%
Pressure on government to introduce more strict control of use of received money	5%
Total	100%

Zdroj: Prieskum INEKO medzi 5 donormi z roku 2007 (otázka sa týka podpory think-tankov): Nadácia SPP, Konto Orange, ZSE – E.ON, ING, Siemens

Je zlé byť bohatým?

- J&T Banka:
 - „*Viete, čo je najhoršie na tom byť bohatým?*“
 - „*Absolútne nič.*“
- Ježiš v Biblii:
 - „*Ľahšie je ťave prejsť uchom ihly, ako bohatému vojsť do kráľovstva nebeského.*“
 - Ježiš „*prijal s radosťou*“ a „*spasil*“ boháča, ktorý ho pohostil a svoje bohatstvo ospravedlnil slovami: „*Ajhl'a, Pane, polovicu majetku dávam chudobným, a ak som niekoho oklamal v niečom, vraciam to štvornásobne.*“
 - V „*Podobenstve o hrivnách*“ Ježiš dáva za vzor príbeh o šľachticovi, ktorý odmeňuje tých obchodníkov, čo dokázali zhodnotiť zverený majetok a trestá toho, ktorý ho nezhodnotil
 - Záver: Byť bohatým podľa Biblie nemusí byť zlé, ak človek neklame (nekradne) a pomáha chudobným

Bohatí majú zodpovednosť

- Nekradnúť a pomáhať chudobným je povinné minimum, ale zodpovednosť bohatých je širšia
- Existuje mnoho verejných statkov, o ktoré sa dobre nedokáže postarať vláda ani trh:
 - Viditeľné: Napr. vzdelávanie a šport detí a mládeže, podpora umenia, alebo ochrana životného prostredia
 - Menej viditeľné: Napr. sociálny kapitál, morálka a dôvera, verejná diskusia, ochrana demokracie napríklad pred populizmom, transparentnosť verejného života, podpora reforiem
- Chudobní, chorí a slabí majú menej zdrojov

Tri sektory

- Vláda, trh, tretí sektor (občianska spoločnosť)
- M. Friedman: Zodpovednosť firiem je zisk (dnes je to menšinový názor)
- Tretí sektor kompenzuje zlyhania trhu aj vlády
- Firmy majú peniaze, t.j. aj zodpovednosť
- Pozor na zámenu s financovaním reklamy a tzv. „útočných“ NGO
- Problém: Meranie efektívnosti investície – neviditeľné výsledky, nejasný súvis s investíciou

Čo je nezisková organizácia?

- Mýty: Práca zadarmo, demokracia pri rozhodovaní
- Neziskový princíp:
 - Sponzori (zákazníci) vidia do rozpočtu, schvaľujú a kontrolujú použitie peňazí (peniaze sú rozdelené na konkrétne položky, zisk neexistuje)
 - Znižuje informačnú asymetriu a tým aj riziko zneužitia peňazí (zdravotníctvo!)
 - Umožňuje presnejšie ohodnotiť produkt
 - Funguje aj v ziskovom sektore pri zložitých projektoch
- Tri typy: Charita, advocacy, think tank
- Podmienky existencie: Osvietení sponzori a motivovaní jednotlivci

Pomoc sociálne slabým

- Pravek: Udržiavanie ohňa v jaskyni
- Práce je dosť pre všetkých, otázka je za akú cenu v porovnaní so sociálnou podporou, resp. minimálnou mzdou
- Viac za aktivitu, menej za pasivitu; treba ich učiť, aby v budúcnosti neboli odkázaní na pomoc druhých
- Marshallov plán, pomoc Afrike (chýbajú inštitúcie a rozvinutý súkromný sektor), eurofondy
- Riziká: Korupcia, vytlačanie súkromných investícií, vyhľadávanie renty, neefektívna alokácia zdrojov
- Trend 30.4.2009: Dambisa Moyo: Dead Aid – zahraničná pomoc je tichý zabijak afrického ekonomického rastu

Význam verejnej diskusie

- Kvalita verejnej diskusie je kľúčovou podmienkou rastu životnej úrovne
- Príklad: Peter Gero, hlavný architekt Hamburgu, TV JOJ, Lampa, 30.4.2009
- Postkomunistické štáty:
 - Obmedzená kvalita
 - Zlyhanie vlády (krátkodobé ciele) aj trhu (chýbajú osvietení sponzori, CSR – fiasko iniciatívy E.ON-u)
- Vplyv západu (najmä USA): Podpora občianskej spoločnosti, médií, vzdelávania
- Slovensko: Antimečiarizmus, vznik pro-reformnej skupiny (tretí sektor, Mikloš, novinári, bankovní analytici), reformy, rekordný rast HDP

Populizmus vs pravda

- Dilema väzňa: Ak sú iní populisti, musím byť aj ja
- Projekt INEKO: Cieľ - aby každé budúce voľby boli menej o populizme a viac o riešení problémov
- Definícia populizmu: Populárne sľuby, ktoré sú nereálne, alebo (dlhodobu) škodlivé
- Príklady: Ničenie strojov v 19. storočí; poplatky v zdravotníctve, alebo na VŠ; predlžovanie dôchodkového veku
- Problém: Náročné a nepopulárne vysvetľovanie
- Riešenia:
 - Volebné právo podľa vzdelania?, majetku?, zaplatených daní?, počtu detí?
 - Vzdelávanie verejnosti (verejná diskusia)
- Projekt: Známkovanie popularity a kvality sľubov, odpočet plnenia

Meranie výsledkov

- Problém pri zložitých produktoch s „neviditeľnými“ výstupmi:
 - Zmeny v morálke, demokracii, životnej úrovni
- Kvantitatívne ukazovatele (počet ľudí, prednášok, mediálnych výstupov, atď.)
- Kvalitatívne ukazovatele (názor odborníkov)
- Audit (rozhovory, kontrola výkazov, atď.)
- Dôležitá je dôvera – výber lídrov (podľa výsledkov), transparentnosť

Ďakujem za pozornosť!