

Filantropia dáva to, čo sa nedá kúpiť

Hovorí sa, že až vtedy, keď niekomu niečo dáte, uvedomíte si, čo všetko máte. A to je pravý, často prehliadaný, účel filantropie. Ide o dávanie, ktoré obohacuje ďaleko za hranice pozitívneho imidžu. Filantropia totiž pomáha firmám a ich zamestnancom uvedomiť si vlastné úspechy, kolko úsilia za nimi je, hodnotovo sa zadefinovať a byť na to hrdý.

Z pohľadu jednotlivca rozširuje obzory, motivuje k spolupráci a dáva pocit spolupatričnosti. Pomáha ľuďom meniť spôsob myslenia, prichádzať s riešeniami problémov v komunitách, byť súčasťou niečoho väčšieho.

Pomáha človeku rásť vďaka dobrým skutkom. Na nasledujúcich stranách môžete nazrieť do “zákulisia” filantropie a zároveň sa dozvedieť, ako konkrétne ČSOB nadácia prispieva tam, kde je naša pomoc najviac potrebná.





Branislav Straka, predseda Správnej rady ČSOB nadácie:

Dobročinnosť nie je len kolónka v tabuľke

Filantropia by mala byť prirodzenou činnosťou každej úspešnej firmy, no nemalo by ísť iba o príležitostné rozdávanie šekov. Branislav Straka, predseda Správnej rady ČSOB nadácie hovorí, aký význam má dobročinnosť pre spoločnosť, ako ju robiť s naozajstným prínosom a čo mu táto činnosť dáva ako človeku.

Cieľom všetkých podnikateľských subjektov je tvoriť zisk. Firmy sa však v súčasnosti čoraz viac snažia prispievať k lepšiemu fungovaniu spoločnosti. Aký zmysel v tom vidí ČSOB, resp. aký zmysel v tom vidíte vy osobne?

Zámer byť dobrou firmou z pohľadu spoločnosti začína vlastne v samotnej podstate podnikania - chce zarábať na niečom, čo

prináša klientom úžitok. A ak je firma dlhodobo úspešná, čiže generuje zisk, jej ambície môžu rásť a manažment či vlastník má záujem zlepšovať spoločnosť. Na druhej strane, aj najlepšie spravovaná spoločnosť alebo štát, bude mať obmedzené zdroje (ľudské alebo aj finančné) na riešenie niektorých problémov.

Ja osobne vidím vo filantropii možnosť pomôcť budovať spoločnosť, ako aj celkovo prispievať k lepšej životnej úrovni. V našich podmienkach to mnohokrát znamená aj zabezpečovať niektoré základné funkcie, ktoré štát nestíha alebo nechce financovať. Navyše, ak to firma robí transparentne, dlhodobo a cielene, pozitívne to vplýva aj na jej zamestnancov.

Čo o firmách vypovedá ich snaha zlepšovať veci v spoločnosti?

Celkovo sa dá povedať, že každá úspešná firma si vyberá svoju oblasť záujmu filantropie a tá je často definovaná, či už charakterom podnikania danej spoločnosti, ako aj nastavením osôb vlastníkov alebo manažmentu. Každý človek má určité preferencie, niečo mu je sympatické, niektoré veci ho trápia viac ako ostatné. Niekedy zažije niečo, čo ho ovplyvní na zvyšok života a podriadi tomu veľa ďalších vecí.

Verím, že filantropiou robíme svet lepším a nielen tým, že prispievame financiami na dobré projekty, ale najmä tým, že ukazujeme cestu ostatným. Vraví sa, že netreba deti vychovávať, že stačí pekne žiť a oni sa už naučia. Ja verím v takýto spôsob výuky aj pri filantropii. Ak pomôže organizácia niečo zlepšiť, som presvedčený, že to dobro sa znásobí, rozšíri a že niektorí ľudia si to všimnú a povedia si: „super, to by som možno aj ja mohol niečo podobné urobiť...“.

Kedy je podľa vás filantropia zo strany firiem naozaj užitočná a uveriteľná?

Filantropia je užitočná a uveriteľná len vtedy, keď nejde len o PR. Keď naozaj vychádza z hodnôt spoločnosti, a keď si ju osvoja aj zamestnanci. My sa o to snažíme programovo. Naš najväčší projekt je grantový program pre zamestnancov, prostredníctvom ktorého môže každý z nich požiadať o príspevok s cieľom skvalitnenia života vo svojom okolí. Každý rok sa ich zapája čoraz viac a projekty, ktoré spolufinancujeme, šíria dobro, prinášajú zlepšenie prostredia okolo nás, pomáhajú organizovať akcie pre rôzne sociálne skupiny a podobne.

Čo by ste povedali kritikom, ktorí za filantropiou vidia iba PR?

Je ťažké presvedčiť niekoho, kto neverí v systém obdarovania a podpory, o čistom úmysle. Ale pre tých pár kritikov filantropia nezahynie, vždy sa nájdu ľudia, firmy, organizácie, ktoré vidia zmysel v pomáhaní a konaní dobra. Otázka je, či treba filantropiu komunikovať navonok, či je to dobré a ak áno, tak koľko financií na túto činnosť venovať.

Verím, že je potrebné to komunikovať, no nie aby sme sa pochválili, že „aha, toto sme urobili“, ale s cieľom šírenia dobra. Mám možnosť zúčastňovať sa na vyhodnocovaní filantropických aktivít slovenských spoločností a môžem smelo povedať, že odchádzam z takýchto akcií veľmi nabudený. Vidím, čo všetko sa urobilo, v čom všetkom firmy a aj jednotlivci pomohli. Keď sa pozeráte na takéto vyhodnotenie, pocítite ľudskosť.

Je lepšie, ak firmy svoje dobročinné aktivity robia systematicky, alebo podľa aktuálnej potreby v spoločnosti?

Firmy väčšinou začínajú svoje dobročinné aktivity vo viacerých smeroch a až po čase sa ustália, či už v smerovaní, alebo aj vo forme svojich aktivít. V ČSOB nadácii sme taktiež prešli podobným vývojom, radili sme sa aj s odborníkmi v daných oblastiach, kde a ako môžeme najviac pomôcť. Mali sme však svoje smerovanie, ako napríklad zlepšovanie finančnej gramotnosti. Nakoľko v tejto oblasti pôsobia viaceré spoločnosti, museli sme si nájsť to svoje správne miesto, tú svoju správnu aktivitu. Samozrejme, že systematický prístup prináša svoje ovocie, nakoľko sa spolupráca nastaví a prináša väčšiu efektívnosť.

Čo by ste poradili firmám, ktoré chcú niečím prispieť vo svojom okolí?

Výber poslania dobročinnosti firmy je záležitosť interná, berúc do úvahy oblasť pôsobenia firmy, ▶

“*Verím, že filantropiou robíme svet lepším a nielen tým, že prispievame financiami na dobré projekty, ale najmä tým, že ukazujeme cestu ostatným.*”



Na filantropii je najkrajšie to, že vidíte, že ste pomohli dobrej veci, že niektoré oblasti fungujú a vašou pomocou lepšie, ľudia sú šťastnejší.

BRANISLAV STRAKA
je predsedom Správnej rady ČSOB nadácie.

Súčasne zastáva pozíciu člena predstavenstva ČSOB Banky, v ktorej je zodpovedný za Bankové produkty, procesy a inovácie. Od začiatku svojho pôsobenia v ČSOB nadácii aktívne podporuje jej projekty a aktivity, vďaka čomu sa stala jednou z rešpektovaných značiek venujúcich sa filantropii na Slovensku.

osobné nastavenie vlastníkov, manažmentu a aj potreby v spoločnosti. Nedá sa poradiť, ktorej oblasti sa vyhnúť, no treba zdôrazniť, že je vhodné vyvarovať sa jednorazovej filantropii, napríklad pred Vianocami. To niekedy prináša možno aj tú oprávnenú kritiku.

Kedy viete, že vaše aktivity majú význam a efektívne dosahujú stanovené ciele?

Neexistuje správna formula, aj keď by sme ju radi našli. Je to skôr neustála snaha robiť aktivity, ktoré prinášajú viac úžitku väčšiemu počtu ľudí. Napríklad pri našom Zamestnaneckom grantovom programe sa snažíme každý rok jemne upravovať kritériá tak, aby sa viac hodnotili aktivity dlhodobého charakteru a nešlo len o podporu rôznych aktivít či krúžkov, ktoré navštevujú naši zamestnanci alebo ich deti.

Ako robiť filantropiu tak, aby to nebolo iba o tom, koľko môže firma venovať peňazí?

Ako každá činnosť, aj filantropia vyžaduje svoje. My máme ľudí, ktorí sa tejto oblasti venujú profesionálne. Investujeme do nej aj ľudské zdroje, nie je to len kolónka v tabuľke, koľko peňazí chceme, či môžeme tento rok darovať. Veľa času sme v manažmente venovali diskusiám o tom, ktoré aktivity chceme podporovať, ktoré aktivity sú pre nás vhodné a ktoré, naopak, nie. Toto všetko je za dobrou filantropiou.

Akým oblastiam sa ČSOB venuje vo svojich filantropických aktivitách?

Naša ČSOB nadácia má tri hlavné oblasti podpory: zdravý a aktívny životný štýl, vzdelávanie a podpora zdravia. Tieto piliere čiastočne vzišli aj z predmetu podnikania spoločnosti, resp. z podujatí, ktoré

ako spoločnosť podporujeme. Napr. ČSOB Bratislava Marathon, ktorý je etablovaným športovým podujatím v hlavnom meste Slovenska a ktorého sme dlhodobo generálnym partnerom, reflektuje na potrebu pohybu či zdravého životného štýlu. Na to logicky nadväzuje aj zdravie, ktoré na tomto podujatí kontinuálne podporujeme formou príspevkov Kontu bariéry – projektu Detského fondu Slovenskej republiky. Ako finančná inštitúcia si však uvedomujeme svoju úlohu aj vo vzdelávaní a rôznymi projektami sa snažíme prispievať k lepšej finančnej gramotnosti obyvateľstva.

CSR je často o tom, že firmy zaskakujú tam, kde by mal fungovať štát. Je to v poriadku, alebo je to signál pre štát?

Ako som už spomenul, aj najlepšie riadená spoločnosť potrebuje filantropiu, nakoľko finančné a ľudské zdroje sú obmedzené. U nás je to, žiaľ, aj o tom nefungujúcom a neefektívnom štáte. Niektoré veci nie sú dotiahnuté alebo dofinancované, ako napríklad zdravotníctvo či školstvo, v niektorých oblastiach sa plytvá zdrojmi. Je v poriadku, keď silné a úspešné firmy podporujú oblasti, ktoré sú primárne v rukách štátu, no nie je v poriadku, ak tieto firmy majú zabezpečovať primárny chod daných inštitúcií.

Čo je na takýchto aktivitách najzaujímavejšie alebo najkrajšie?

Na filantropii je najkrajšie to, že vidíte, že ste pomohli dobrej veci, že niektoré oblasti fungujú s vašou pomocou lepšie, ľudia sú šťastnejší. Ale hlavne verím v to, že tak, ako sa naši zamestnanci a ich členovia ich rodín učia „robiť dobro“, tak sa učíme všetci, ako si pomáhať a ako sa tešiť z dobrého pocitu.

Pre dobro treba mať cieľ a vedieť zapojiť ľudí >>

Veľa firiem dokáže svojmu bezprostrednému aj širšiemu okoliu ponúknuť viac než len svoje produkty a služby. Môžu sa postaviť za dobrú vec, finančne ju podporiť a využiť pri tom aj know-how zamestnancov.

V dobrom CSR nejde len o rozdávanie peňazí na charitu, ale aj o zapojenie ľudí, ktorým práca dáva aj hlbší zmysel. Pre tých, ktorí by radi prispeli svojim úsilím k lepšej spoločnosti má ČSOB nadácia niekoľko praktických rád, ktorými sa môžete inšpirovať.

Kvalita je viac než kvantita

Každý krok k zlepšeniu spoločnosti je prínosom. Treba si však položiť otázku, či sa vynaložené úsilie a financie využili naozaj na tú správnu vec s čo možno najlepším výsledkom. Vychádzajúc z vlastných skúseností, je vhodnejšie zamerať sa na užší okruh aktivít, kde môžete využiť svoje silné stránky. Preto si napríklad ČSOB nadácia vytýčila tri hlavné piliere, ktoré systematicky podporuje: zdravý a aktívny životný štýl, vzdelávanie a podpora zdravia. Ide jednak o lepšie využitie financií, druhým dôvodom je, že ľudia, ktorí majú tieto aktivity na starosti, sa môžu do danej témy viac ponoriť a lepšie jej rozumieť.

Malá pomoc spraví rozdiel, keď je adresná

Ľudská spoločnosť sa skladá z obrovského množstva malých ko-

munit a spoločenstiev, do ktorých je ťažké vidieť z pohľadu veľkej inštitúcie. Zamestnanci ako jednotlivci však vnímajú problémy ich najbližšieho okolia z prvej ruky. Preto majú spravidla najlepšiu predstavu o tom, ako ich vyriešiť a ako pri tom čo najlepšie využiť možnosti, ktoré im ponúka zamestnávateľ.

Aj preto sa ČSOB nadácia rozhodla pred deviatimi rokmi vytvoriť Zamestnanecký grantový program, ktorý spája finančné možnosti firmy s adresnosťou, ktorú najlepšie zabezpečí človek z danej komunity. Zamestnanci tak môžu prichádzať s iniciatívami, ktoré dokážu priniesť zásadnú zmenu k lepšiemu tam, kde bude mať viditeľný a dlhodobý efekt.

Pomôcť sa dá nielen peniazmi

Peniaze nie sú jediným zdrojom, ktorým firma disponuje. Určite sa všade nájdu ľudia s kvalitným vzdelaním alebo zručnosťami, ktorými dokážu prispieť napríklad v dobrovoľníckych projektoch.

Podelením sa o bohaté pracovné alebo životné skúsenosti, ktoré sa nedajú naučiť v škole, sa zase dá pozitívne usmerniť život či kariéra

mladých. Tí sa vďaka tomu môžu o niekoľko rokov stať rovnakým prínosom pre spoločnosť. ČSOB je dlhodobým partnerom vysokých škôl, ktorých študijné odbory sú blízke oblasti podnikania ČSOB Finančnej skupiny. Zamestnanci taktiež dobrovoľne mentorujú stredoškolských študentov v rámci programu Medzinárodná cena vojvodu z Edinburghu a pomáhajú im tak dosahovať vytýčené ciele.



Zamestnanci ako jednotlivci vnímajú problémy ich najbližšieho okolia z prvej ruky.

Aj malá iniciatíva dokáže meniť životy

Kde sú aktívni ľudia, tam sú pekné príbehy



Na to, aby sa v bezprostrednom okolí človeka začali veci meniť k lepšiemu, netreba až tak veľa. Dôležité je hlavne vyvinúť iniciatívu, vymyslieť riešenie a získať preň správnych ľudí. Potom sa aj peniaze získavajú jednoduchšie. ČSOB nadácia prináša tri úspešné príbehy, ktoré vďaka podpore priniesli dlhodobý osov početnej komunite.

ČSOB • PRE VÁS OSOBNĚ



VO VEĽKOM GROBE ŠPORTUJÚ AJ HASIČI

Keď sa Zuzana Lukáčová, špecialistka pre rizikové modely ČSOB Poistovne vracala domov, v obci Reča horelo. Uvedomila si však, že dokáže len zavolať na číslo 112, hoci je už tretí rok hospodárkou Dobrovoľného hasičského zboru vo vedľajšej obci Veľký Grob. Vtedy sa rozhodla, že čo najskôr absolvuje základný hasičský výcvik.

Dobrovoľné hasičstvo a hasičský šport má vo Veľkom Grobe storočnú tradíciu. Spája prvky atletiky s prácou hasičov. Dobrovoľníci sú neraz prví, ktorí zasahujú pri požiaroch, povodniach, no venujú sa aj deťom a ich rozvoju. Ukazuje im, že život sa neodohráva len v mobile. Deti sa hýbu, učia sa a aj spolupracujú. Je to tímový šport, kde ide o stotiny sekundy. Ak jeden zlyhá, nemusí sa požiarny útok podariť.

Ako to však už býva, vybavenie nie je zadarmo. Dobrovoľní hasiči dostávajú príspevky od štátu, no s tými nevedia pokryť všetky náklady na prevádzku a údržbu vybavenia či nové odevy. Zuzana sa preto aj v uplynulom ročníku zapojila do Zamestnaneckého grantového programu ČSOB nadácie. „Baví ma zháňať peniaze na dobrú vec,“ hovorí. ČSOB nadácia tento projekt podporila sumou 3 000 eur, za čo nakúpili hadice, terče, dresy, prúdnice či ďalšie prilby.



GYMNAZISTI POZITÍVNE MOTIVUJÚ RÓMSKYCH ROVESNÍKOV



„Vidím, že je empatickejší a tolerantnejší k odlišnostiam. Mám sa od neho čo učiť,“ hovorí Mária Skalová, zamestnankyňa ČSOB, o dobrovoľníctve syna Adriána. Ako študent bilingválneho gymnázia sa mu už roky venuje. Vďaka maminmu projektu, ktorý ČSOB nadácia podporila v rámci Zamestnaneckého grantového programu, sa stal jedným z dvadsiatky gymnazistov v projekte Edubox.

Ten spája posilňovanie vzdelávacích i osobnostných zručností a vedomostí rómskych detí z Lozorna s dobrovoľníctvom gymnazistov. Máriin projekt dáva možnosť tým najaktívnejším deťom si po doučovaní prísť zašportovať. Finančná pomoc zo Zamestnaneckého grantového programu ČSOB nadácie pomohla zafinancovať vybavenie telocvične, v ktorej sa tieto športové aktivity konajú. Zamerané sú na zvládanie emócií a ovládanie v kritických chvíľach, do ktorých sa rómske deti vplyvom prostredia, v ktorom vyrastajú, často dostávajú. Edubox je pre rómske deti aj nástrojom na otváranie sa okolitému svetu. Často sú vychovávané v obavách a varovaniach pred ním. Gymnazisti sú pre rómske deti pozitívnou motiváciou. Svojím kamarátstvom ich presvedčujú o tom, že môžu zmeniť pohľad na svoju budúcnosť a byť ambicióznejší.



PONÍK LIEČI DETSKÚ DUŠU

Syn Dariny Ostružiarovej ustúpi, keď sa k nemu niekto priblíži. Je autista. Róžu však však objíma, prihovára sa jej. Vďaka svojej mame sa o ponika už druhý rok pravidelne stará v Základnej škole s materskou školou pre deti a žiakov so sluchovým postihnutím na Drotárskej ceste v Bratislave. Projekt hipoterapie získal podporu práve na podnet Dariny Ostružiarovej, zamestnankyne spoločnosti ČSOB Leasing.

Poník býval v škole príležitostne. Keď však prišiel, deti boli šťastné. Tie, ktoré sa nevedeli dovtedy socializovať, sa mu prihovarali, objímali ho. Zuzana Juráneková, školská koordinátorka projektov, prišla s nápadom mať ponika



v škole pravidelne. Dva roky hľadali peniaze na to, aby sa Róža mohla stať pravidelnou súčasťou vyučovania. Od štátu ale dostávali málo peňazí, z ktorých si ponika predtým nemohli dovoliť. Teraz k nim chodí pravidelne na pár dní, potom sa vracia do domovského výbehu.

Výsledky projektu vníma Zuzana Juráneková najmä u detí s viacnásobným postihnutím. Tínedžerom pomáha harmonizovať ich disproporcie medzi telesným a psychickým vývojom, ktoré sú v tomto veku oveľa vypuklejšie.

Vedomosti sú najlepší antivírus



Najslabším článkom akejkolvek ochrany proti kyberzločinu býva spravidla sám človek. Ani tí najlepší bezpečnostní experti nemajú recept na nezodpovedné správanie užívateľov, ktorým sa sami vystavujú rizikám online priestoru.

Jediným spôsobom, ako túto slabinu odstrániť, je vybrať sa cestou dlhodobého a systematického vzdelávania a informovania ľudí. Pre ČSOB, ako spoločnosť, ktorá podniká vo finančnom sektore, je téma bezpečnej správy financií prioritou. Pre zvýšenie úspešnosti ochrany finančných prostriedkov však finančné inštitúcie potrebujú zapojenie aj zo strany samotných klientov.

Nadväzujúc na tieto poznatky vznikol v ČSOB projekt s názvom Digitálna inteligencia, ktorého cieľom je vzdelávať najmä mladých ľudí o novodobých kybernetických hrozbách a zároveň

testovať ich vedomosti. V súlade s cieľom sa nesie aj motto projektu: „Vedomosti sú tvoj najlepší antivírus“.

Prioritnou cieľovou skupinou projektu bola a je mladá generácia. Práve ona totiž čoraz viac a viac začína narábať s modernými platobnými prostriedkami a táto téma sa ich určite týka.

Odborným garantom projektu Digitálna inteligencia sa stala slovenská antivírusová spoločnosť ESET, ktorá odborne pokryla všetky komunikované tézy a jednotlivé aktivity projektu.

“Uvedomujeme si, že nástup digitalizácie ovplyvňuje životy ľudí na Slovensku, nevyneímajúc vek. Jedným z účinných nástrojov, ako prispieť k lepšej ochrane klientov, je vzdelávať ich. Naším dlhodobým cieľom je kontinuálne komunikovať ochranu financií a dostať tému bezpečnosti financií v digitálnom prostredí do učebných osnov škôl,” vysvetlil PR špecialista ČSOB Juraj Štefanovič.



Mladí čoraz viac začínajú narábať s modernými platobnými prostriedkami a táto téma sa ich určite týka.