

## Cena za dlhodobý pozitívny vplyv podniku na spoločnosť a okolitú komunitu

Via Bona Slovakia  
Cena za dlhodobý pozitívny vplyv podniku za rok 2010



Cena za dlhodobý pozitívny vplyv podniku na spoločnosť a okolitú komunitu oceňuje strategický prístup firmy k darcovstvu, jej ciele, aktivity a dosiahnutý dopad podpory na komunitu v konkrétnom projekte alebo jednej vybranej téme.

Nominovať sa môžu firmy všetkých veľkostí, ktoré dlhodobo robia niečo pozitívne pre svoje okolie a ktoré veria, že svojím príkladom môžu inšpirovať ďalších. Pri hodnotení a výbere víťaza bude zohľadňovaná aj veľkosť firmy, jej možnosti a kontext jej podnikania.

### V tejto kategórii oceňujeme:

- celkový vplyv firmy v jednej téme počas dlhšieho obdobia, aspoň 3 rokov, čiže pri hodnotení sa dôraz nekladie len na aktuálny rok;
- konzistentnú podporu vybranej témy alebo tém, kedy viacročný príspevok firmy pomáha prinášať reálnu pozitívnu zmenu v živote miestnej alebo širšej komunity. Pri nominácii nemusí ísť len o dlhodobú pomoc jednej organizácii, ale o systematickú podporu rovnakej témy, ktorú môže riešiť i viac partnerov;
- strategický a premyslený prístup vo forme jasne stanovených cieľov a kvality manažmentu, ktoré vedú k maximálnemu pozitívnemu dopadu na okolie alebo spoločnosť v rámci danej témy či pomoci vybranej cieľovej skupine. Zároveň oceňujeme aj sledovanie a vyhodnocovanie tohto dopadu a snahu o jeho udržateľnosť;
- výšku daru z vlastných zdrojov a rôzne formy nefinančnej podpory vzhľadom k veľkosti firmy (počtu zamestnancov a zisku). Firma môže nominovať aj projekt, pri ktorom využila ako jeden zo zdrojov podpory i prostriedky z asignácie 2% z dane, ale v tomto prípade musí bližšie popísať i výšku vlastného vkladu, napr. vo forme času zamestnancov, ktorý venovali efektívnemu využitiu asignovaných prostriedkov, vecných darov, pro bono služieb a pod.;
- motiváciu podpory, ktorou by mala byť predovšetkým dobročinná pomoc a investícia do komunity, a nie komerčný zámer (sponzoring, viditeľnosť značky, bezprostredné zvýšenie predaja...). Je však legitímne, keď filantropická pomoc prináša benefity aj pre firmu, napr. zlepšenie firemnej kultúry, dobrý pocit zamestnancov, ich hrdosť a lojalitu k firme, zlepšenie dobrého mena firmy na verejnosti, lojalitu zákazníkov a pod. Takéto pozitívne prínosy pre firmu sú plne v súlade s úmyslom ocenenia a prispievajú k udržateľnosti podpory.