



Nagrada družbeno odgovornih podjetniških praks

partnerstva · inovacije · spremembe

Nosilec nagrade:



Mreža za
družbeno odgovornost
Slovenije

Razpis za 2. nagrado družbeno odgovornih
podjetniških praks za partnerstva, inovacije in
spremembe
2014

VSEBINA

UVOD: 2. nagrada družbeno odgovornih podjetniških praks 2014.....	3
PREGLED PRIJAVNE DOKUMENTACIJE.....	4
1. Pogoji prijave	5
2. Namigi za uspešno prijavo	5
3. Kontrolni seznam	5
4. Merila za ocenjevanje.....	5



UVOD: 2. nagrada družbeno odgovornih podjetniških praks za partnerstva, inovacije in spremembe 2014

2. nagrada družbeno odgovornih podjetniških praks za partnerstva, inovacije in spremembe bo izvedena v okviru Mreže za družbeno odgovornost Slovenije v sodelovanju s [CSR Europe](#) ter zainteresiranimi slovenskimi partnerji.

Partnerji nagrade družbeno odgovornih podjetniških praks so: [AmCham - Ameriška gospodarska zbornica v Sloveniji](#), [CNVOS - mreža slovenskih nevladnih organizacij](#), [Ekonomska fakulteta Univerze v Ljubljani](#), [Fakulteta za družbene vede Univerze v Ljubljani](#), [PRSS – Slovensko društvo za odnose z javnostmi](#), [UNGC Slovenija](#) in [Združenje delodajalcev Slovenije](#).

Namen nagrade je izpostaviti najboljše slovenske večdeležniške projekte s področja družbene odgovornosti in s tem povečati izmenjavo najboljših praks. Nagrado sestavljata 2 kategoriji:

- kategorija za partnerstva z majhnimi in srednje velikimi podjetji
- kategorija za partnerstva z velikimi podjetji.

Nagrada je osredotočena na uspešna **partnerstva** med podjetjem ter **najmanj enim neprofitnim deležnikom**. To predstavlja inovativen koncept na področju družbeno odgovornih nagrad, ki se navadno osredotočajo na posamezna podjetja kot samostojne akterje.

Posebna pozornost je namenjena **inovacijam** z namenom spodbujanja podjetij pri ustvarjanju inovativnih rešitev za naslavljanje trajnostnih vprašanj. Nagrada vključuje kriterije, povezane s **pozitivnimi učinki** partnerstva, tako na družbo kot na podjetje.

Prav tako se posebno pozornost v letošnjem letu namenja **celostni obravnavi družbene odgovornosti**. Prijavitelji bodo tako pozvani, da predstavijo umeščenost prijavljenega projekta v družbeno odgovorno naravnost podjetja.

PREGLED PRIJAVNE DOKUMENTACIJE

Dokumentacijo za prijavo za 2. nagrado družbeno odgovornih podjetniških praks za partnerstva, inovacije in spremembe sestavljajo:

1. **Razpis za nagrado družbeno odgovornih podjetniških praks za partnerstva, inovacije in spremembe, ki vključuje:**
 - ✓ **Pogoje prijave.** Pazljivo preberite pogoje prijave. Poslana prijava bo pomenila, da se prijavitelj strinja s pogoji prijave. Če bomo imeli kakršne koli pomisleke glede vaše upravičenosti za prijavo, vas bomo o tem kontaktirali.
 - ✓ **Koristne namige.** Uporabite namige za učinkovito izpolnjevanje prijave.
 - ✓ **Kontrolni seznam.** S preprostim seznamom preverite, ali izpolnujete vse zahteve za sodelovanje na razpisu.
 - ✓ **Merila za ocenjevanje.** Predstavljen je ocenjevalni sistem, ki ga bo uporabila strokovna žirija.
2. **Navodila za izpolnjevanje.** Ta vam bodo v pomoč pri pisanju odgovorov v posameznih rubrikah.
3. **Prijavni obrazec.** Prijave morajo biti poslane po na prijavnem obrazcu po e-pošti na naslov petra@mdos.si v Word obliki **do 21. marca 2014 do polnoči**.
4. **Izjava partnerja.** "Izjava partnerja" je del prijave, ki jo izpolnite in skenirano priložite prijavnemu obrazcu ter pošljete po e-pošti **ali** pošljete po pošti do 21.3.2014 (žig na kuverti). Potrebovali boste eno izjavo za vsakega neprofitnega partnerja.
5. **Izjava vodstva.** Izjavo vodstva izpolnite in jo skenirano priložite prijavnemu obrazcu ter pošljete po e-pošti **ali** pošljete po pošti do 21.3.2014 (žig na kuverti). Potrebovali boste eno izjavo za vsako podjetje, ki sodeluje v partnerstvu (v kolikor jih je več kot eno).

Potrebuje pomoč ali nasvet? Za vsa vprašanja v povezavi z obrazcem ali prijavo se obrnite na: Petra Hartman, petra@mdos.si oziroma 01/430 37 51.

1. Pogoji prijave

Upravičeni prijavitelji

Nagrada družbeno odgovornih podjetniških praks za partnerstva, inovacije in spremembe je namenjena vsem **podjetjem zasebnega sektorja**, ki delujejo v Sloveniji. Z "zasebnim sektorjem" so mišljena podjetja, ki ustvarjajo in delijo dobiček med svoje delničarje oziroma lastnike s prodajo blaga ali storitev. **Nagrada ni namenjena socialnim podjetjem, prostovoljnim organizacijam, zasebnim zavodom ali organizacijam javnega sektorja.** Te lahko sodelujejo kot partnerji podjetij, ki se prijavljajo na nagrado. K prijavi so vabljeni majhna, srednja in velika podjetja, ter tudi posamezne poslovne enote v večjih organizacijah.

Oprelitev majhnih in srednje velikih podjetij:

Kategorijo mikro, majhnih in srednje velikih podjetij (MSP) sestavljajo podjetja, ki zaposlujejo manj kot 250 oseb in imajo letni promet, ki ne presega 50 milijonov EUR in / ali letno bilančno vsoto, ki ne presega 43 milijonov EUR.

Oprelitev velikih podjetij:

Kategorijo velikih podjetij sestavljajo vsa podjetja, ki so večja od MSP podjetij.

Partnerstva

Nagrada je namenjena partnerstvom med podjetjem in (vsaj enim) neprofitnim partnerjem. Neprofitni partner je lahko: **fundacija, nevladna organizacija, dobrodelna ustanova, šola, bolnišnica, vladna organizacija, društvo, itd.**

Partnerji ne morejo biti zaposleni v podjetju oziroma stranke/kupci podjetja. Ti so lahko upravičenci projekta.

Večkratne prijave

Podjetja ali posamezne poslovne enote lahko sodelujejo z več prijavi, pod pogojem, da prijave temeljijo na različnih in samostojnih projektih, pri katerih sodelujejo z različnimi partnerji. Isti projekt ne more sodelovati v več kategorijah.

Konzorcij podjetij

Podjetja se lahko prijavijo tudi kot konzorcij, ki vključuje več podjetij. Če konzorcij vključuje majhna in velika podjetja, se prijavi v kategorijo, ki ustreza največjemu podjetniškemu partnerju. Konzorcij mora imeti vsaj enega neprofitnega partnerja.

Prijavni rok in način prijave

Vsi dokumenti morajo biti poslani do 21.3.2014 po e-pošti na naslov petra@mdos.si v word dokumentu; izjavo vodstva in partnerja ter dokazila o družbeno odgovornem poslovanju se lahko pošlje po pošti na naslov Ekvilib Inštitut – Mreža za družbeno odgovornost Slovenije, Medvedova 28, 1000 Ljubljana najkasneje do 21.3.2014 (datum na poštnem žigu) ali skenirano priložite prijavnemu obrazcu ali pošljete po pošti do 21.3.2014 (žig na kuverti). Sprejemamo le Word dokumente, zato **NE** spreminjajte prijavnega obrazca v kateri koli drug format, kot na primer pdf.

Štetje besed

Da bi zagotovili pravičnost pri obravnavi prijav, te ne smejo presežati največjega predpisanega števila besed, določenega v prijavnem obrazcu. Besede, ki presegajo omejitve, ne bodo pregledane s strani ocenjevalcev.

Izjava partnerja

“Izjava partnerja” je del prijave, ki jo izpolnite in skenirano priložite prijavnemu obrazcu ali pošljete po pošti do 21.3.2014 (žig na kuverti). Potrebovali boste eno izjavo za vsakega neprofitnega partnerja (v kolikor je v partnerstvu več kot eden).

Izjava vodstva

Izjavo vodstva izpolnite in jo skenirano priložite prijavnemu obrazcu ali pošljete po pošti do 21.3.2014 (žig na kuverti). Potrebovali boste eno izjavo za vsako podjetje, ki sodeluje v partnerstvu (v kolikor jih je več kot eno).

Obvezne priloge

Prijavitelji bodo morali pokazati, kako podjetje opredeljuje družbeno odgovorno naravnost. Konkretni dokumenti s področja družbene odgovornosti naj bodo priloženi prijavi, lahko pa so navedeni v obliki zunanje spletne povezave s sklicevanjem na relevantno stran oziroma poglavje (na primer letno poročilo, objavljeno na spletni strani prijavitelja, trajnostno poročilo,...).

Ocenjevanje

Vsako kategorijo bo ocenil panel zunanjih strokovnjakov, ki imajo izkušnje na področju družbene odgovornosti. Vsako prijavo bosta predvidoma ocenila po dva ocenjevalca. Najboljše prijave bodo nadaljevale v drugi krog.

Ožji izbor

V ožji izbor se navadno uvrsti med 4 in 6 prijav; podjetja, ki se bodo uvrstila v ožji izbor, bodo o tem obveščena do 15.4.2014.

Žirija

Žirija, sestavljena iz predstavnikov različnih organizacij, se bo sestala za obravnavo vsake kategorije. Podjetja, ki se bodo uvrstila v ožji izbor, bodo povabljena, da nastopijo pred žirijo s predstavitvijo njihovega partnerstva ali aktivnosti. Žirija bo nato v vsaki kategoriji izbrala zmagovalca.

Razglasitev zmagovalca in nagrada

Zmagovalec nagrade družbeno odgovornih praks v posamezni kategoriji bo znan na slovesnosti 12. maja 2014. Nagrada vključuje udeležbo na mednarodni konferenci o družbeni odgovornosti v **Berlinu International Conference on Corporate Sustainability and Responsibility - Innovating for Sustainability** (8.-9.10.2014) za predstavnika vsakega od zmagovalnih projektov s kritjem stroškov prevoza, namestitve (v okviru projektnih sredstev) in kotizacije.

Časovnica razpisa

Zbiranje prijav: 6.2.2014 -21.3.2014

Odpiranje prijav in preverjanje skladnosti z razpisnimi pogoji: 24.3.2014

Pregled prijav s strani žirije: 24.3.2014 – 15.4.2014

Ožji izbor: 21.4.2014 -25.4.2014

Razglasitev zmagovalcev: 12.5.2014

2. Namigi za uspešno prijavo

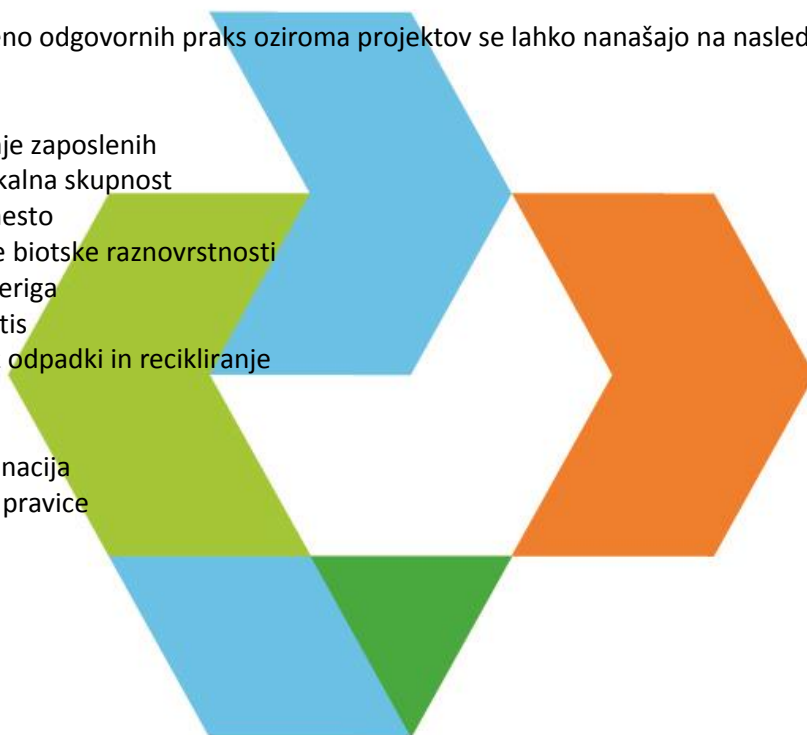
- ✓ Uporabite navzkrižno sklicevanje za zapisano v različnih rubrikah, da se izognete ponavljanju navedenih podatkov v različnih rubrikah prijave. Vsaka rubrika je oštevilčena, da je navzkrižno sklicevanje enostavnejše.
- ✓ Če je le mogoče, uporabite kvantitativne in kvalitativne podatke. Kvalitativni podatki naj opisujejo ali razlagajo kvantitativne (številčne) podatke. Na primer:

Kvantitativni podatki - 89% zaposlenih je bolj motiviranih za delo v podjetju kot posledica projekta.

Kvalitativni podatki – zaposleni XX pravi: "Osebno sem bolj navezan na podjetje zaradi projekta x in moje vpletenosti v njem".

- ✓ Primeri družbeno odgovornih praks oziroma projektov se lahko nanašajo na naslednja področja delovanja:

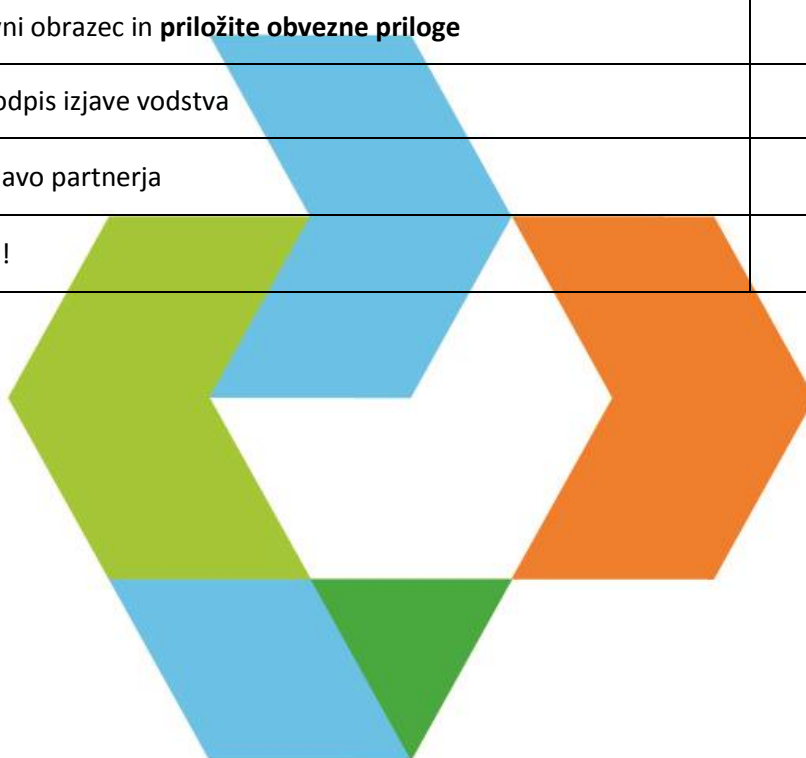
- Vključevanje zaposlenih
- Družba, lokalna skupnost
- Delovno mesto
- Ohranjanje biotske raznovrstnosti
- Nabavna veriga
- Ogljični odtis
- Ravnanje z odpadki in recikliranje
- Voda
- Energija
- Nediskriminacija
- Človekove pravice
-



3. Kontrolni seznam

Preden začnete izpolnjevati prijavi obrazec, preverite kontrolni seznam:

	Obkljukajte ✓
a. Preverite, ali vaš projekt izpolnjuje zgoraj omenjene pogoje prijave	
b. Pred izpolnjevanjem preberite celotno dokumentacijo, da boste razumeli, kaj je potrebno vključiti v vsako kategorijo in kako najbolje predstaviti svoj projekt	
c. Izpolnite prijavi obrazec in priložite obvezne priloge	
d. Poskrbite za podpis izjave vodstva	
e. Poskrbite za izjavo partnerja	
f. Pošljite prijavo!	



4. Merila za ocenjevanje

Inovacije 15%	Slabo (0) Nezadostni podatki za točkovanje	Osnovno (1) Delni podatki, zadostni le za osnovne zahteve kriterija	Zadostno (2) Prepričljivi in primerni podatki za del kriterija, vendar pomanjkljivi v drugih delih	Dobro (3) Prepričljivi in primerni podatki za celoten kriterij	Zelo dobro (4) Trdni podatki z elementi, ki so vzorni in inovativni
Inovacije	V pristopu partnerstva ni nič novega.	Nekateri elementi projekta so inovativni, vendar niso prepričljivi ali niso povezani z nobenim povečanjem ali učinkom.	Prepričljivi elementi partnerskega projekta so inovativni in očitno povezani s pozitivnimi učinki.	Pristop partnerstva je inovativen in je jasno povezan s pozitivnimi učinki.	Temelji pristopa partnerstva so inovativni, kar je vplivalo na raven pozitivnih učinkov, in so primerni tudi za uporabo v drugih podjetjih.
Vodenje projekta 35%	Slabo (0) Nezadostni podatki za točkovanje	Osnovno (1) Delni podatki, zadostni le za osnovne zahteve kriterija	Zadostno (2) Prepričljivi in primerni podatki za del kriterija, vendar pomanjkljivi v drugih delih	Dobro (3) Prepričljivi in primerni podatki za celoten kriterij	Zelo dobro (4) Trdni podatki z elementi, ki so vzorni in inovativni
Vodenje in strategija (10%) Planiranje in kontrola projekta ter viri (15%) Komuniciranje in dialog (10%)	Projekt ovira pomanjkanje upravljaljskih procesov in virov. Ni podatkov o zavezanosti vodstva. Finančni, kadrovski, trženjski in drugi viri niso zadostni. Ni zadostne komunikacije o projektu in med partnerji.	Obstajajo podatki o zadostnih procesih in virih, ki omogočajo osnovno delovanje in komuniciranje projekta. Obstajajo delni podatki o zavezanosti vodstva. Raven finančnih, kadrovskih, trženjskih in drugih virov je samo primerna. Komunikacija o projektu in med partnerji je osnovna.	Obstajajo podatki o primernem pristopu k upravljanju projekta in zadovoljivi vloženi viri, vendar so nekatera področja šibka. Obstaja zavezanost vodstva. Finančni, kadrovski, trženjski in drugi viri so na dobrem nivoju. Komunikacija o učinkih projekta in dialog s partnerji in deležniki je dobra.	Obstajajo podatki o učinkovitih procesih upravljanja in o količini virov, ustreznih za cilje projekta. Viri so dobro definirani in vodeni. Obstajajo podatki o ravni zavezanosti vodstva. Finančni, kadrovski, trženjski in drugi viri so dobro razdelani. Komunikacija o učinkih projekta in dialog s partnerji in deležniki je zelo dobra.	Procesi upravljanja so dobro načrtovani in izvedeni. Vrste in nivoji virov so popolnoma ustrezni glede na obseg in cilje projekta in so primerni za doseganje optimalnih rezultatov. Obstajajo podatki, da je vodstvo močno zavezano projektu. Finančni, kadrovski, trženjski in drugi viri so odlično razdelani. Komunikacija o učinkih projekta in dialog s partnerji in deležniki je zgledna in inovativna.

Kaj ste dosegli? 50%	Slabo (0) Nezadostni podatki za točkovanje	Osnovno (1) Delni podatki, zadostni le za osnovne zahteve kriterija	Zadostno (2) Priemerni nivoji podatkov, ki pokrivajo del kriterija, primerno glede na naravo partnerstva	Dobro (3) Prepričljivi podatki, ki vključujejo poglobljeno analizo koristi primerno glede na naravo partnerstva	Zelo dobro (4) Trdni podatki z elementi, ki so vzorni in inovativni
Družbene koristi (30%)	Ni dokazov, da je podjetje doseglo kakršne koli koristi za družbo.	Izpostavljene so nekatere družbene koristi, vendar so podatki, ki bi to potrjevali, pomanjkljivi in neprepričljivi.	Izpostavljene so določene družbene koristi, podprte z dobrimi kvalitativnimi in kvantitativnimi podatki, ali z osnovnimi nivoji obeh tipov podatkov. Vsi kvantitativni podatki so omejeni na rezultate družbenih koristi, kot npr. število udeležencev v projektu.	Družbene koristi so podkrepljene z dobrimi kvalitativnimi in kvantitativnimi podatki na vseh primernih področjih. Kvantitativni podatki niso povezani le s številom udeležencev, ampak vključujejo tudi druge indikatorje.	Družbene koristi podjetja so podkrepljene z izjemnimi, močnimi, prepričljivimi in ustreznimi kvalitativnimi in kvantitativnimi podatki. Izpostavljeni so nekateri širši in dolgoročni pozitivni učinki projekta, kot na primer spremembe politik, krepitev zmogljivosti partnerjev itd.
Poslovne koristi (20%)	Ni dokazov, da je podjetje doseglo kakršne koli poslovne koristi.	Izpostavljene so nekatere poslovne koristi, vendar so podatki, ki bi to potrjevali, pomanjkljivi in neprepričljivi.	Izpostavljene so določene poslovne koristi, podprte z dobrimi kvalitativnimi in kvantitativnimi podatki, ali z osnovnimi nivoji obeh tipov podatkov. Vsi kvantitativni podatki so omejeni na rezultate poslovnih koristi, kot npr. število vpletenih zaposlenih v prostovoljno aktivnost.	Poslovne koristi so podkrepljene z dobrimi kvalitativnimi in kvantitativnimi podatki na vseh primernih področjih. Kvantitativni podatki niso povezani le s številom udeležencev, ampak vključujejo tudi druge indikatorje, kot so analiza privarčevanih stroškov, razvite nove kompetence, ugled podjetja, itd.	Poslovne koristi podjetja so podkrepljene z izjemnimi, močnimi, prepričljivimi in ustreznimi kvalitativnimi in kvantitativnimi podatki. Obstajajo tudi podatki o tem, kako je podjetje izkušnje iz tega projekta vključilo v širše dejavnosti za povečanje poslovnih koristi.