

MANAŽÉRSKY VZOR 2002

MODEL CEO 2002

SLOVAKIA



PricewaterhouseCoopers has been present in Slovakia for almost 12 years. For the last 6 fascinating years my family and I have lived in Slovakia. We are pleased to have the opportunity to be in Slovakia and to be able to witness the significant changes that business and society are experiencing. In our business, we meet many skilled, competent and successful people with a professional approach to their work. They have been a motivation and inspiration to us all.

We know about the past, we live in the present but none of us possess a crystal ball to see the future. However, we affect the future by what we do today.

I appreciate that many top managers of major Slovak firms decided to act for the sake of the future by opening their doors and giving young people an exceptional opportunity. This was challenging and motivating for the students.

I would like to thank all who participated in Model CEO 2002.

Malcolm Best
PricewaterhouseCoopers
Territory Senior Partner



PricewaterhouseCoopers pôsobí na Slovensku už takmer 12 rokov. Ja s mojou rodinou tu žijeme už 6 rokov a s potešením sledujeme výrazné zmeny na celospoločenskej, aj na podnikovej úrovni. V práci sa stretávame s mnohými odborne zdatnými, šikovnými a úspešnými ľuďmi s profesionálnym prístupom k svojej práci. Sú motiváciou a inšpiráciou pre nás všetkých.

Minulosť poznáme, dnešok prežívame, nikto však nemá magickú guľu na predpovedanie budúcnosti. Ovplyvniť ju však môžeme tým, čo pre budúcnosť spravíme dnes.

Som preto nesmierne rád, že konať v záujme budúcnosti sa rozhodli mnohí vrcholoví manažéri významných firiem na Slovensku, otvorili svoje dvere a dali mladým ľuďom nevšednú príležitosť. Študenti získali skúsenosť, ktorá je pre nich inšpiráciou a motiváciou do budúcnosti.

Ďakujem všetkým, ktorí sa projektu Manažérsky vzor 2002 zúčastnili.

Malcolm Best
PricewaterhouseCoopers
Vedúci partner

The world moves in „fast forward“. The speed of change accelerates. We respect changes in technology, we respect them in the manner of communication, but the thinking and behaviour of people changes at a different pace – more slowly. People have problems orienting themselves and adapting to the changing world, particularly in countries with transforming economies. Therefore, it is important to give young people a chance to quickly and appropriately orient themselves to this world.

It is no longer true that only theoretical knowledge is sufficient. The opportunity to compare the knowledge gained at school with the real working world has been rare. Therefore, programmes and projects that join these two together are in great demand. Thanks to our co-operation with PricewaterhouseCoopers, we have been able to organise this kind of project.

The experience that young people, standing on the threshold of adulthood, gain during their meetings with respected business leaders is invaluable in providing feedback on how important and inspiring these meetings are for the students – particularly important at the time they are making decisions about their future.

I hope that this project will be an inspiration for the students and that we will someday meet them in managerial positions when they can share their experience with the next generation!

Anna Sýkorová
Junior Achievement Slovakia
General Director



Svet kráča nezadržiteľne dopredu. A rýchlosť zmien akceleruje. Rešpektujeme zmeny v technológiách, rešpektujeme nové spôsoby komunikácie, iba myslenie a správanie ľudí sa mení iným tempom. Pomalšie. Ľudia sa ťažšie orientujú a ešte ťažšie prispôsobujú meniacemu sa svetu. A najmä v transformujúcej sa ekonomike. Je preto veľmi dôležité dať príležitosť mladým ľuďom, aby sa čo najlepšie a najrýchlejšie vedeli zorientovať. Samotná teória už dávno nestačí. Možnosť prepojiť vedomosti získané v škole s praxou v pracovnom procese je zatiaľ vzácna, preto programy a projekty, ktoré túto podmienku splňajú sú veľmi žiadané. Jeden z takýchto projektov máme možnosť už druhý rok uskutočniť vďaka spolupráci s PricewaterhouseCoopers.

Zážitky mladých ľudí na prahu svojej dospelosti, ktoré získavajú pri stretnutiach s významnými a osvedčenými manažérskymi osobnosťami nám poskytujú spätnú väzbu o tom, aké sú tieto stretnutia pre nich dôležité a inšpirujúce práve v čase, keď sa začínajú rozhodovať o svojej budúcnosti. Príklad motivuje silnejšie ako príkaz.

Verím, že práve mnohých z týchto mladých ľudí tento projekt dokáže naštartovať a stretneme ich v budúcnosti v pozíciách manažérov, ktorí sa podelia o svoje skúsenosti s nastupujúcou generáciou.

Anna Sýkorová
Junior Achievement Slovensko - Mládež pre budúcnosť
Generálna riaditeľka

Budúcnosť môžeme ovplyvniť tým, čo spravíme dnes. We can influence the future by what we do today

Mária Frühwaldová, Partner
PricewaterhouseCoopers

After the fall of Enron, investors' trust has been seriously shaken, and not only in the U.S.A. This was a failure of all participants in the capital market. Therefore, it is important to reinforce and develop trust once again. The reliability of each participating firms' management is a key factor for all other participants in the capital market to be functional. It is true that companies have always fallen into bankruptcy and will do so in the future. However, the number of such firms and the effect can be significantly changed. Particular legislative measures have already been taken, especially in the U.S.A. Due to the global nature of today's businesses, these measures also have a direct or indirect impact on other countries beyond the U.S.A. The transparency of doing business, the quality of financial reporting and last, but not least, the reliability and integrity of management are a high priority.

Any effort made for the sake of the future must be focused on the young generation, who are shaped by following the role models of today.

For me, the purpose of the Model CEO project is twofold: first, to enable young people to gain experience that will help shape their personality and views. Second, but of no less importance and interest, is to monitor the Slovak business community's awareness and its development. Naturally, a significant difference or movement in views or values will not be observed over one year. But even this year's and last year's findings keep us from being at the starting point ten years from now...

Dôvera investorov, a to nielen v USA, je v období po páde Enronu vážne našttrbená. Došlo k zlyhaniu všetkých účastníkov kapitálového trhu, je preto nevyhnutné ju posilniť a znovu vybudovať. Kľúčovú úlohu v tomto procese hrá manažment každej zo zainteresovaných firiem, od dôveryhodnosti ktorého sa odvíja fungovanie všetkých subjektov kapitálového trhu. Je faktom, že krachy a pády firiem vždy existovali, existujú a budú existovať. Čo sa však môže výrazne zmeniť je ich počet a následky. Konkrétne opatrenia na legislatívnej úrovni sú prijímané už dnes, predovšetkým v USA. Vzhľadom na globálny charakter dnešného podnikania majú však priamy či nepriamy dopad aj za hranice USA. Stále väčší dôraz sa kladie na transparentnosť podnikania, kvalitu vykazovania a v neposlednom rade na dôveryhodnosť manažmentu.

V záujme budúcnosti musí akákoľvek snaha zákonite začínať u mladej generácie, ktorá sa formuje podľa vzorov v spoločnosti.

Projekt Manažerský vzor má preto pre mňa dve roviny. Tou prvou je umožniť mladým získať skúsenosť, jednu z mnohých, ktoré ovplyvňujú formovanie ich osobnosti a názorov. Druhou, nemenej zaujímavou a dôležitou, je mapovanie stavu vedomia podnikateľskej komunity na Slovensku a monitorovanie jeho vývoja. Je samozrejmé, že za rok veľký rozdiel či posun v názoroch a hodnotách nevidieť. Bez dnešných a vlnajších výsledkov by sme však aj o 10 rokov opäť stáli len na začiatku...

O projekte – ciele, účastníci a metodológia

About the project – objectives, participants and methodology

PricewaterhouseCoopers together with Junior Achievement Slovakia – organised the second annual Model CEO project. The following media provided support: The Slovak Spectator, Radio Twist a TA3 TV.

Purpose of the project

The purpose of the project is to give young people an opportunity to meet with top managers of major Slovak firms, business leaders in a real business environment. The project also enables us to monitor and compare the views of top managers of Slovak firms with those of high school and university students and to award prizes.

Participants

We invited 400 top managers of major Slovak firms from several industries to participate in the project. Selection was based on the companies included in the Trend surveys.

The students participating in the survey were from 55 high schools all over Slovakia, in their third and fourth years who attended Applied Economics - a study programme organised by the non-profit organisation, Junior Achievement Slovakia. This year, 180 secondary students were nominated for the project.

Interviews with 117 CEOs performed by 105 students form the basis for this year's survey. Interviews were conducted with a further 13 CEOs but these results have not been included in the survey as they took place after the deadline. The 105 students that conducted interviews plus 39 university and 75 secondary school students were surveyed. In summary, in 2002, 130 CEOs and 219 students participated in the project, compared to 106 CEOs and 155 students in 2001. Of the firms participating in this year's survey some 42% also participated in 2001 and 58% are first time participants. The list of participating firms and students, including the school they attend, is given on the front and back cover pages respectively.

Methodology

After introductory training held in Košice, Banská Bystrica and Bratislava to prepare the students for the interviews, the interview times were agreed with the CEOs by telephone. Radmila Benková, a graduate of Applied Economics and a student in her fourth year at the Economics University in Bratislava, coordinated this part of the project. Before conducting an interview, the students sought to gather basic information about the firm, mostly from the Internet, and prepared their own profile for the CEOs. Interviews were held at the firms' premises at a time agreed with the particular CEO. Students asked six open questions in the interview. After the interview, the students analysed the responses on a no-name basis using a standard form. Students were also asked to answer the same questions, before their interview with CEOs to avoid potential influence of their opinions. University students answered the questions separately. The following questions were asked this year:

Projekt Manažérsky vzor 2002 realizuje už druhý rok poradenská firma PricewaterhouseCoopers spolu s neziskovou organizáciou Junior Achievement Slovensko – Mládež pre budúcnosť, tento rok za mediálnej podpory týždenníka The Slovak Spectator, rádia Twist a televízie TA3.

Cieľ projektu

Cieľom projektu je dať mladým ľuďom možnosť stretnúť sa s vrcholovými manažermi úspešných firiem, so skutočnými lídrami a s reálnym podnikateľským prostredím. Projekt nám zároveň umožní zmapovať a porovnať názory riaditeľov najvýznamnejších firiem na Slovensku a študentov stredných a vysokých škôl a oceniť najlepších.

Účastníci

K účasti na projekte sme vyzvali 400 riaditeľov významných firiem z rôznych odvetví na Slovensku. Kľúčom ich výberu boli rebríčky Trendu.

Študenti sú žiaci tretích a štvrtých ročníkov z 55 stredných škôl z celého Slovenska, ktorí absolvovali program neziskovej organizácie Junior Achievement Slovensko Aplikovaná ekonómia. Do projektu bolo tento rok nominovaných 180 študentov stredných škôl.

V správe sú spracované informácie z interview so 117 vrcholovými manažermi, ktoré vykonalo 105 študentov. Ďalších 13 stretnutí sa presunulo a uskutočnia sa až po uzávierke projektu a preto nie sú v uvádzaných výsledkoch zahrnuté. Správa analyzuje odpovede 105 študentov, ktorí vykonali interview plus odpovede 39 vysokoškolských študentov a odpovede 75 stredoškolských študentov. Celkom sa v roku 2002 projektu zúčastnilo 130 riaditeľov a 219 študentov (v roku 2001 to bolo 106 riaditeľov a 155 študentov). 42% zúčastnených firiem je rovnakých ako vlni, 58% sú nové firmy. Zoznam zúčastnených firiem a študentov je uvedený na prednej a zadnej obálke správy.

Metodológia

Po úvodných zaškoleniach a príprave študentov na interview, ktoré sa konali v Košiciach, Banskej Bystrici a Bratislave sa telefonicky dohodlo stretnutie. Túto časť projektu realizovala Radmila Benková, absolventka programu Aplikovaná ekonómia, dnes študentka 4. ročníka Ekonomickej univerzity v Bratislave. Súčasťou individuálnej prípravy študenta na interview bolo získanie základných informácií o firme (väčšinou z internetu) a príprava vlastného profilu pre riaditeľa. Základným obsahom osobného interview, ktoré sa uskutočnilo v dohodnutom termíne v sídle firmy, bolo 6 otvorených otázok. Odpovede študent po stretnutí spracoval na anonymnej báze do záznamového hárka. Študenti odpovedali na rovnaké otázky ešte pred vykonaním interview, aby sa vylúčilo prípadné ovplyvňovanie názoru. Vysokoškolskí študenti odpovedali na otázky osobitne. Tento rok išlo o nasledovné otázky:

1. Which three companies in Slovakia do you most respect, and why do you respect them?
2. Which three business leaders in Slovakia do you most respect, and why do you respect them?
3. Please identify the three most important business challenges facing Slovakia in 2003.
4. How do you perceive the mission of non-profit organisations and how does co-operation with them affect the business sector in Slovakia?
5. Which of the non-profit organisations operating in Slovakia, do you think, brings the highest value to society?
6. Only for CEOs: How should a non-profit present itself before a company in order to acquire funds for its activities?
6. Only for students: Where do you see opportunities for cooperation between profit and non-profit organisations?

The survey gives an in-depth and credible look at the opinions of chief executives in Slovakia and sets a benchmark against which future changes in opinion can be measured. It also sets out student opinions and compares the opinions of these two groups, which are key to future success.

The findings in this survey were analysed by PricewaterhouseCoopers.

1. Ktoré tri spoločnosti na Slovensku si najviac vážite a prečo?
2. Ktoré tri osobnosti podnikateľského prostredia na Slovensku si najviac vážite a prečo?
3. Uveďte tri najaktuálnejšie hospodárske otázky, ktoré podľa Vášho názoru zásadne ovplyvnia rozvoj ekonomiky Slovenska v roku 2003.
4. Ako vnímate poslanie neziskových organizácií a ako podľa Vás vplýva spolupráca s nimi na podnikateľské subjekty na Slovensku?
5. Ktoré neziskové organizácie pôsobiace na Slovensku sú podľa Vás najväčším prínosom pre spoločnosť?
6. Len pre riaditeľov: Čím by Vás presvedčila nezisková organizácia, aby ste vložili finančné prostriedky na jej činnosť?
6. Len pre študentov: Aké sú podľa Vás možnosti spolupráce podnikateľských subjektov s neziskovými organizáciami?

Výsledky projektu poskytujú kvalifikovaný a dôveryhodný prehľad názorov vrcholových manažérov na Slovensku a sú základom pre porovnanie vývoja názorov a hodnôt do budúcnosti. Prináša taktiež názory študentov, čo umožňuje konfrontáciu názorov týchto dvoch kľúčových prvkov úspechu Slovenska.

Výsledky prezentované v tejto správe spracovala spoločnosť PricewaterhouseCoopers.

Manažérsky vzor 2002 Model CEO 2002

Výsledky Results

Manažérsky vzor 2002 – Spoločnosť Model CEO 2002 - Company

Výsledky podľa študentov
Results of students

1. Volkswagen Slovakia, a.s
2. Orange Slovensko, a.s.
3. TV Markíza

Výsledky podľa vrcholových manažérov
Results of CEOs

1. Volkswagen Slovakia, a.s.
2. Slovnaft, a.s.
3. Matador, a.s.

5

Manažérsky vzor 2002 – Osobnosť Model CEO 2002 – Business leader

Výsledky podľa študentov
Results of students

1. Jozef Uhrík
2. Pavol Rusko
3. John H. Goodish

Výsledky podľa vrcholových manažérov
Results of CEOs

1. Jozef Uhrík
2. Slavomír Hatina
3. Štefan Rosina

mediálni partneri

media partners

Reakcie študentov

Feedback from students

Nižšie uvádzame niekoľko bezprostredných reakcií študentov po vykonaní interview. Below we list feedback from students after their interviews with CEOs.

...tak som to zvládla...trafila som aj do Blavy, aj firmu som našla...bolo to super...pani riaditeľka bola veľmi milá, keď zistila, že som rovnako stará ako jej dcéra, popri všetkých ekonomických otázkach, ktoré sme rozobrali, mi doporučila aj miesta, kde si môžem kúpiť šaty na stužkovú...

.....včera som strávil večer dychtivým zháňaním informácií o tej pre mňa dovtedy neznámej firme. Najskôr som si myslel, že to je nejaká malinká minifirma s regionálnym pôsobením. A ako som tak surfoval po ich webstránke, stále sa v mojich očiach rástla. Nakoniec som nadobudol presvedčenie, že je to obrovsky významná spoločnosť so širokým okruhom činnosti. A to ma začalo strašiť – za nič na svete som si nemohol zapamätať všetky tie ich činnosti, produkty, projekty... v priebehu vyplňovania otázok sme prebrali kopec iných vecí, načrtol mi aj aké majú vzťahy s inými firmami, dozvedel som sa aký má názor na vzdelanie, vládu, štátnu správu, súdnictvo, mimovládky, proste keckali sme o všetkom... Nakoniec sme sa pobavili o úrovni športu na SVKu... nikdy by ma nenapadlo, že človek riadiaci firmu zaoberajúcu sa počítačmi, môže byť takým vášnivým športovcom. Po asi hodine sme sa nakoniec rozlúčili. Stále sa usmievajúca sekretárka ma vyprevadila a tým sa skončila moja krátka návšteva v tejto spoločnosti... Určite som veľmi šťastný, že som sa mohol zapojiť do tohto projektu. Myslím si, že stretnutie mi odbúrало predsudky, že riaditelia úspešnej firmy musia byť len nejakí naľúkaní a sebeckí zbohatlíci, ale sú to veľmi inteligentní ľudia, s ktorými stretnutia sú celkom príjemné. Zistil som, že žiadny človek pohybujúci sa v takejto branži to nemá vôbec ľahké (celý deň sa potiť v saku, košeli a tesilkách je hrozné trápenie). Predovšetkým som získal skutočný obraz o fungovaní väčšej spoločnosti a dúfam, že mi to pomôže viac sa motivovať v ďalšom živote...

...ďakujem Vám za túto možnosť, ktorá sa mi dostala a za novú skúsenosť, ktorú si nadovšetko vážim. Skúsenosť sa nedá kúpiť. Dúfam že v tom zotrváte a tak dopomôžete celkovému vzdelaniu a rozvoju ľudí...

...v prvom rade by som chcel Vás všetkých, čo v tom máte prsty, pochváliť, lebo vybaviť cez 120 stretnutí a niesť zodpovednosť aj za prípadné absentovanie študentov nie je jednoduché...

...Vyrzil som tak o pol hodinku skôr, aby som náhodou nemeškal, hneď po vrátnikovi ma na najvyššom poschodí privítala mladučka a príjemná a ešte aj celkom pekná sekretárka, povedala mi aby som si na chvíľočku spravil pohodlie a hneď ma začala aj ponúkať všeličím možným, no nemohol som odmietnuť. Ako veľký manažéri sme sa pozdravili podaním ruky, on povedal, že ho teší že ma spoznáva – akokeby mi to zobral z jazyka, tak som mu aj ja vyjadril svoje potešenie, vymenili sme si vizitky, tá moja ho celkom zaujala (hlavne moje plány do budúcnosti). Odpovedal mi celkom ochotne a každých 7 – 8 minút

primiešal do svojej reči nejaký ten citát či ponaučenie do života, čo bolo celkom zaujímavé. Z jeho prejavu mi bolo jasné, že sa pre prácu doslova narodil, čo mi potvrdil, keď na konci povedal, že sa nestihol oženiť, celkom ma to prekvapilo... Ale musím fakt povedať, že mi to stretko dosť dalo, on mi porozprával o jeho začiatkoch, prvých prekážkach na ceste za úspechom a ja som sa nechal inšpirovať a začať podnikáť....

...Zistila som, že sa mu na jeho práci najviac páči dynamickosť, stála zmena, kontakt s ľuďmi a príležitosť riešiť problémy, ktoré vyplývajú hlavne z medziľudských vzťahov, neúprimnosti a podráždenia sa navzájom. Že pri tejto práci je veľmi dôležité počúvať ostatných, vypočuť si ich názor a komunikovať s nimi. Program pracovného dňa je veľmi vyčerpávajúci a núti venovať sa firme na úkor voľného času a rodiny. Je dôležité veľmi dobre vedieť matematiku, ovládať jazyk, informatiku a psychológiu, byť úprimný, otvorený a rozhodný. Ďalej som sa dozvedela, že pán riaditeľ absolvoval po škole aj veľa manažerských vzdelávacích tréningov a že je ešte stále sa toho dosť učiť.

...Toto stretnutie bolo jedinečné a získala som mnoho poznatkov a širší prehľad nielen o spoločnosti ale i o možných problémoch a ich riešení. Tento riaditeľ je veľmi zaneprázdnený človek, napokon ako každý riaditeľ ale i napriek krátkemu času, ktorý si našiel (okolo 45 min.) bolo naše stretnutie perfektné. Ale musím sa priznať, že som mala zo začiatku trému alebo obavy ako to všetko dopadne. Povedala som mu, že som sa obávala (trošku) tohto stretnutia... Musím sa priznať, že predtým než som sa s pánom riaditeľom osobne stretla, som bola trochu nervózna...bol veľmi rád, že mladí ľudia majú možnosť pri vzdelávaní pomaly naberať skúsenosti z reálneho podnikateľského prostredia a ochotný mi odpovedať na otázky... zo školských vedomostí najviac využíva cudzie jazyky, ktorým by prisúdil väčší dôraz v učebných osnovách, pozorovanie, načúvanie, všeobecný rozhľad v civilnom a pracovnom živote, rečníctvo... dovoľujem si tvrdiť, že je to veľmi vyťažená osobnosť, do práce chodí aj cez víkendy, čo mu dosť uberá zo súkromia, ktoré by strávil s rodinou. Ako však hovorí „Človek musí prinášať obete, ak chce niečo dosiahnuť“...

...rozhovor s riaditeľom bol veľmi super... skvelo sme sa pohovárili o ich podniku a hlavne o nás oboch. Obdaril ma super darčekom aby som na nich nezabudol. Som rád, že som sa zúčastnil tohto programu...

...rozhovor sa konal v priateľskej atmosfére, rozprávali sme sa o minulosti, o plánoch do budúcnosti a o aktuálnych problémoch podniku, ale aj ľudí a spoločnosti. Pani riaditeľka na mňa pôsobila dojmom vyrovnanej a cieľavedomej osobnosti vo svojej profesii, ako aj v súkromnom živote. Dozvedela som sa mnohé nové informácie, ktoré mi pomohli objasniť si a rozšíriť vlastné plány do budúcnosti. Som veľmi rada, že sa mi naskytla takáto možnosť a ak by sa naskytla podobná, určite by som ju využila tak isto...

...som prišiel do tej budovy, kde tá firma sídli... zvoním, volám a stále nič... nakoniec som sa k nim dobyl za pomoci vrátnika... dotazník sme vyplnili za 5 minút, potom sme už len tak debatovali, napríklad sme sa zhodli,



že ekonomická škola nie je bohvie čo, že učitelia nám starnú... ináč sa správal tak pohodácky, vyvalil sa na stoličku a tak... bolo to zaujímavé... náš rozhovor bol nabitý informáciami a všetko čo som chcel vedieť, som sa dozvedel, takže parádicka... bolo to dobré až na to počasie... som mu zabudol dať svoj profil (nad ktorým som si toľko lámal hlavu), ale čo...nepýtal si ho

...po príchode do firmy som mala najskôr obavy, ako to všetko dopadne. Boli neopodstatnené, pretože hneď pri vstupe do firmy ma privítala veľmi milá sekretárka pána prezidenta, ktorý ma okamžite prijal a veľmi srdečne privítal. Najskôr som mu odpovedala na niekoľko otázok o sebe, a potom som sa začala pýtať ja. Pri odchode som mala veľmi dobrý pocit z tohto stretnutia, pretože bol naozaj veľmi milý a ochotný. Určite by som odporúčala stretnutie s ním aj iným študentom...

...milé organizácie JA a PwC! Veľmi by som sa Vám chcela poďakovať za umožnenú návštevu s generálnym riaditeľom... Bol to skutočne dobrý zámer, ktorý poodhalil nepísané zákonitosti tejto „branže“... do kancelárie riaditeľa som sa dostala presne v dohodnutý čas, čo ma vcelku prekvapilo. Po úvodnom privítaní som sa usadila do kresla oproti nemu. Páčila sa mi atmosféra, ktorú riaditeľ navodil, pretože moju prítomnosť bral asi skôr ako relax a ja som sa tiež nemusela cítiť ako na prijímacích skúškach... po krátkom úvode sme prešli na dotazník a otázky, ktoré ma zaujímali. Medzi kladenými otázkami som sa ho ešte na všeličo vypytovala a on mi ochotne odpovedal, i keď občas s úsmevom na perách. V takejto nálade sa so mnou rozprával, medzi iným aj o tom, že sa mu tento projekt páči a vraj je to jedna z možností, ako motivovať mladých ľudí, aby zostali na Slovensku. Ešte raz Vám ďakujem za všetko a v prípade možnosti by som si to veľmi rada zopakovala...

...chcela by som poďakovať celému PwC a samozrejme aj JA, že som sa mohla zúčastniť projektu Manažerský vzor 2002. Stretnutie a interview s generálou riaditeľkou bolo veľmi zaujímavé. Človek až vtedy, keď sa dostane zo školských lavíc do „reálneho, skutočného“ sveta pochopí,

že život, to nie je iba lahôdka. Pri rozhovore s pani riaditeľkou som nadobudla a dozvedela sa veľa zaujímavých a dôležitých informácií. Dostala som obraz o tom, čo vlastne predstavuje pozícia a funkcia generálnej riaditeľky, všetky kompetencie tejto funkcie, ako približne vyzerá pracovný deň generálnej riaditeľky, aké problémy a otázky musí riešiť a podobne. Jednoducho bolo to veľmi zaujímavé a poučné! Myslím, že tieto stretnutia s riaditeľmi prinášajú študentom veľa, lebo až pri rozhovore s človekom, ktorý takúto dôležitú funkciu zastáva, študenti vlastne zistia, koľko námahy je potrebné na jej vykonávanie a čo vlastne táto práca predstavuje. Dúfam, že tento projekt Manažerský vzor týmto rokom nekončí, a že sa ho budú môcť zúčastniť aj druhí absolventi programu Aplikovaná ekonómia...

...chcel by som Vám poďakovať za stretnutie s naozaj skvelým človekom, akým je pán riaditeľ... JA a PwC vytvorili skutočne perfektný projekt vďaka ktorému sa študenti môžu stretnúť s osobnosťami slovenskej podnikateľskej sféry. Som rád, že som sa aj ja mohol zapojiť a položiť zopár otázok jednému z najúspešnejších manažérov na Slovensku. Bola to pre mňa veľká skúsenosť a dúfam, že v budúcnosti budem aj ja patriť medzi tých najlepších...

...ďakujem Vám za túto možnosť, ktorá sa mi dostala a za novú skúsenosť, ktorú si nadovšetko vážim. Skúsenosť sa nedá kúpiť. Dúfam že v tom zotrváte a tak dopomôžete celkovému vzdelaniu a rozvoju ľudí...

...rozhovor s generálnym riaditeľom bol veľmi zaujímavý. Len veľmi ťažko som sa pridrižovala povinných šesť otázok. Stále nám rozhovor odbočoval a rozprávali sme sa o rôznych aktuálnych hospodárskych otázkach a ekonomických problémoch. Chcem Vám veľmi pekne poďakovať za možnosť stretnúť sa s pánom riaditeľom. Myslím, že mi to do života strašne veľa dalo...

Manažerský vzor 2002 / Model CEO 2002

Analyzá odpovedí / Analysis of responses

Responses received from the students and CEOs to the questions were processed on a no-name basis. The firms nominated during the interviews were allocated 1, 2, or 3 points according to the order of nomination. Where the respondents did not rank the nominees, we allocated 2 points to each nominee firm.

Odpovede riaditeľov aj študentov na otvorenú otázku bez nominácií boli spracované na anonymnej báze. Firmám uvedeným počas interview sme pridelovali 3, 2 alebo 1 bod podľa ich poradia. V prípade neuvedenia poradia firmám sme každej firme pridelili 2 body.

Otázka 1 / Question 1

Ktoré tri spoločnosti na Slovensku si najviac vážite a prečo?

Which three companies in Slovakia do you most respect, and why do you respect them?

Poradie/ Ranking	Riaditelia CEOs	Študenti Students
1.	Volkswagen Slovakia, a.s.	Volkswagen Slovakia, a.s.
2.	Slovnaft, a.s.	Orange Slovensko, a.s.
3.	Matador, a.s.	TV Markíza
4.	Tatra banka, a.s.	Tatra banka, a.s.
5.	US Steel Košice, s.r.o.	US Steel Košice, s.r.o.
6.	Orange Slovensko, a.s.	Slovnaft, a.s.
7.	Železiarne Podbrezová, a.s.	Všeobecná úverová banka, a.s.
8.	COOP Jednota Slovensko, s.d.	EuroTel Bratislava, a.s.
9.	Zipp Bratislava, s.r.o.	Slovenská sporiteľňa, a.s.
10.	Slovalco, a.s.	Škoda Auto Slovensko, s.r.o.

8

Volkswagen Slovakia, a.s. was a clear winner according to both the CEOs and the students. According to the CEOs, the following companies joined the top ten ranking for the first time: Orange Slovensko, a.s., COOP Jednota Slovensko, s.d. and Slovalco, a.s.. According to the students, the new companies that appeared in the top ten ranking were: TV Markíza, Všeobecná úverová banka, a.s. Slovenská sporiteľňa, a.s. and Škoda Auto Slovensko, s.r.o.. With the exception of TV Markíza, no changes occurred in the top five companies.

The reasons for nomination were very similar to those reported in 2001. We have not noticed any critical movements in the criteria for and assessment of quality, respect for and success of Slovak companies. Outstanding results (26% CEOs, 20% students), better quality innovative products, agility and competitiveness (CEOs 14%, students 23%) are the basic criteria for evaluating a firm's success. In particular, CEOs perceive the quality of local management and the way they manage the company as an asset for a firm (CEOs 15%, students 10%). As last year, students are more sensitive to a firm's marketing (CEOs 2%, students 4%) and to employment and employer quality issues (CEOs 8%, students 12%). Surprisingly, this year's findings confirmed those from the last year, in that firms do not adequately perceive their role in and responsibility for the environment (1% of both CEOs and students).

Volkswagen Slovakia, a.s. sa stal jednoznačným víťazom rebríčka podľa názoru riaditeľov aj študentov. Oproti vlaňajším výsledkom, do prvej desiatky podľa názoru riaditeľov pribudli Orange Slovensko, a.s., COOP Jednota Slovensko, s.d. a Slovalco, a.s. V študentskom rebríčku pribudli TV Markíza, Všeobecná úverová banka, a.s., Slovenská sporiteľňa, a.s. a Škoda Auto Slovensko, s.r.o. V prvej päťke s výnimkou TV Markíza podľa hlasovania študentov nedošlo k žiadnej zmene.

Podobne, aj dôvody nominácie sú v porovnaní s rokom 2001 veľmi podobné, nedošlo k žiadnym dramatickým posunom v kritériách a hodnotení kvality, vážnosti a úspechu firiem na Slovensku. Výborné výsledky (riaditelia 26%, študenti 20%) a kvalitné inovatívne výrobky, agilita a schopnosť obstáť a presadiť sa na trhu (riaditelia 14%, študenti 23%) sú základnými kritériami hodnotenia úspešnosti firmy. Predovšetkým pre riaditeľov sú inšpirujúcimi a intenzívne vnímanými devízami firiem aj kvalita manažmentu, častokrát domáceho a štýl riadenia firiem (riaditelia 15%, študenti 10%). Študenti sú opätovne citlivejší na marketingovú komunikáciu firiem s trhom (riaditelia 2%, študenti 4%) a na otázku zamestnanosti a kvality zamestnávateľa ako takého (riaditelia 8%, študenti 12%). Tohtoročné výsledky potvrdili vlaňajšie prekvapivé zistenie o nízkom doceňovaní úlohy a zodpovednosti firiem za životné prostredie (riaditelia aj študenti 1%).

Detailed information is given in the table below:

Podrobné údaje uvádzame v nasledujúcej tabuľke:

Dôvody úspešnosti firmy / Reasons for respect of a company	%	Riaditelia CEOs - 2002	Riaditelia CEOs - 2001	Študenti Students - 2002	Študenti Students - 2001
Výborné výsledky, zhodnotenie vkladov akcionárov, krízový manažment, tempo rastu, finančné výsledky, konkurencieschopnosť, podiel na trhu / Successful performance, shareholder value of the company, crisis management, growth rate, financial results, competitiveness, market share	26% 34% 16% 20%				
Inovatívnosť, neustále zlepšovanie a vývoj výrobkov, kvalitné technológie a know-how, schopnosť presadiť sa a reagovať na požiadavky trhu / Innovation of company, always improving and developing products and technology, know-how, being agile, adaptive	14% 12% 23% 22%				
Významný zamestnávateľ, kvalitný zamestnávateľ, podniková kultúra, kvalita zamestnancov / Employing many people, employer of choice, corporate culture, quality of employees	8% 10% 23% 8%				
Vedúce postavenie na trhu, štýl riadenia firmy, vízia, vzor pre ostatných, prestížne meno a značka / Leadership, management within company, vision, leading by example, brand, prestigious name	15% 8% 10% 13%				
Etika podnikania, zodpovednosť voči komunite, sponzorstvo, dôveryhodnosť, rešpekt okolia, reputácia, tradícia, profesionalita / Ethical or responsible company, sponsorship, creditworthiness, reliability, respectable, reputation, tradition, professional performance	10% 8% 11% *12%				
Medzinárodný dosah, schopnosť presadiť sa na zahraničných trhoch, export / Global reach, international presence of company, exports	9% 8% 5% 5%				
Slovenská firma úspešná aj bez zahraničného investora / Slovak company successful without international investment	7% 5% 3% 0%				
Orientácia na zákazníka, služby klientom, kvalita / Customer-focused company, excellent service levels, quality	3% 4% 7% 8%				
Dominantné postavenie spoločnosti, vplyv na hospodárstvo štátu / Dominance of company and impact on the state economy as a whole	2% 4% 1% 1%				
Úspešná zahraničná investícia / Successful foreign investment	4% 1% 4% 0%				
Marketing a reklamná činnosť / Marketing and advertising activity	2% 1% 4% 1%				
Environmentálne aspekty / Environmentally focused company	1% 1% 1% 1%				
Iné / Other	1% 3% 1% 4%				

* includes 5% from the results in 2001 regarding social responsibility, community focus, sponsorship activities.

* zahŕňa 5% (pomoc okoliu, spolupatričnosť, sponzorské aktivity) z odpovedí študentov z roku 2001.

Otázka 2 / Question 2**Ktoré tri osobnosti podnikateľského prostredia na Slovensku si najviac vážite a prečo?**

Which three business leaders in Slovakia do you most respect, and why do you respect them?

Riaditelia/ CEOs		Študenti Students	
1 Jozef Uhrík	6 Peter Weber	1 Jozef Uhrík	6 Slavomír Hatina
2 Slavomír Hatina	7 Pavol Rusko	2 Pavol Rusko	7 Rainer Franz
3 Štefan Rosina	8 Adrián Ďurček	3 John H. Goodish	8 Marián Jusko
4 Vladimír Soták	9 Milan Ľach	4 Pavol Lančarič	9 Štefan Rosina
5 Gabriel Eichler	10 Pavol Lančarič	5 Vladimír Repčík	10 Gabriel Eichler

Mr. Jozef Uhrík, General Manager of Volkswagen Slovakia, a.s. has been nominated as the most respected business leader by CEOs and students.

Compared to last year, some changes occurred in the top ten Slovak business leaders. According to the CEOs, the upper part of the chart remained unchanged, with some movements within the ranks. The second half (ranks 6 to 10) changed completely. The new names include Peter Weber, (Hewlett-Packard Slovakia, s.r.o.), Pavol Rusko, (current Vice Chairman of the Slovak Parliament; Mr. Rusko's nomination was based on his business activities in the past as reasoned by CEOs), Adrián Ďurček, (COOP Jednota Slovensko, s.d.), Michal Ľach, (Chemosvit, a.s.) and Pavol Lančarič, (Orange Slovensko, a.s.).

10

There were also changes recorded for the students. The new nominees include John H. Goodish (US Steel Košice, s.r.o.), Vladimír Repčík (TV Markíza), Slavomír Hatina (Slovnaft, a.s.) and Štefan Rosina (Matador, a.s.).

As was the case last year, no women ranked in the top ten.

Reasons for nominations:

Some of the changes, although not critical, in the main reasons for nomination are as follows: A company's outstanding results, its ability to be assertive and develop a successful organisation from the ground up are still the most respected and appreciated qualities (32% of CEOs, 36% of students). Managerial skills (24% of CEOs, 20% of students), together with ethical conduct, trustworthiness and personal capabilities (25% of CEOs, 21% of students) are the most important components of an ideal leader's profile.

Comments:

According to these findings, the term "successful business leader" implies outstanding results and managerial skills. That means direct results or capabilities that lead to such results. It is surprising that CEOs placed less weight on how these results are achieved. Are these personal capabilities and ethical values perceived as standard and not necessary to report? Or, are they less visible because they are intertwined throughout the CEOs performance and are thus implied in other reasons reported? It will be necessary to follow future developments to interpret these findings correctly.

Reasons for nomination are detailed in the table below:

Víťazom hlasovania riaditeľov najvýznamnejších firiem na Slovensku aj hlasovania študentov sa stáva Jozef Uhrík, predseda predstavenstva firmy Volkswagen Slovakia, a.s.

V porovnaní s predchádzajúcim rokom došlo v prvej desiatke osobností slovenského podnikateľského prostredia k niekoľkým zmenám. V hornej časti rebríčka podľa hlasovania riaditeľov sa umiestnili tie isté osobnosti ako vlani, v druhej polovici rebríčka (6.-10. miesto) však došlo ku kompletnej výmene. Novými menami sú páni Peter Weber (Hewlett-Packard Slovakia, s.r.o.) Pavol Rusko (dnes podpredseda parlamentu, nominácie však boli zdôvodňované jeho minulými podnikateľskými výsledkami), Adrián Ďurček (COOP Jednota Slovensko, s.d.), Michal Ľach (Chemosvit, a.s.) a Pavol Lančarič (Orange Slovensko, a.s.).

Ku zmenám došlo aj podľa hlasovania študentov, do ich rebríčka sa dostali páni John H. Goodish (US Steel Košice, s.r.o.), Vladimír Repčík (TV Markíza), Slavomír Hatina (Slovnaft, a.s.) a Štefan Rosina (Matador, a.s.).

Podobne ako vlani sa do rebríčka nedostala žiadna žena.

Dôvody nominácie:

V hlavných dôvodoch nominácie vidieť isté, nie však dramatické posuny v porovnaní s minulým rokom. Vynikajúce hospodárske výsledky riadenej organizácie, schopnosť presadiť sa a vybudovať úspešnú organizáciu od základu stále najviac prispievajú k úcte a vážnosti (32% riaditelia, 36% študenti). Manažérske schopnosti (24% riaditelia a 20% študenti) spolu s etikou konania, dôveryhodnosťou a osobnostnými vlastnosťami (25% riaditelia, 21% študenti) dopĺňajú najdôležitejšie zložky ideálneho profilu skutočného lídra.

Komentár:

Osobnosť úspešného podnikateľa je podľa výsledkov spojená predovšetkým s výbornými výsledkami a manažérskymi schopnosťami, teda priamymi výsledkami alebo so schopnosťami priamo k výsledkom vedúcimi. Je sčasti prekvapivé, že riaditelia tento rok priradili menšiu váhu spôsobu, akým sa tieto výsledky dosahujú. Berú sa tieto osobnostné vlastnosti a etické hodnoty ako samozrejmosť, ktorú nie je potrebné špeciálne uvádzať? Alebo sú menej viditeľné, pretože sa prelínajú celým konaním manažéra a teda sú nepriamo obsiahnuté v mnohých iných dôvodoch? Pre správne interpretovanie týchto zistení bude potrebné sledovať vývoj názorov v budúcnosti.

Dôvody nominácie sú uvedené v nasledovnej tabuľke:

Dôvody úcty a vážnosti / Reasons for respect		Riaditelia CEOs - 2002		Riaditelia CEOs - 2001		Študenti Students - 2002		Študenti Students - 2001	
		%		%		%		%	
Manažérske schopnosti, podnikateľská odvaha, agilita, ambicióznosť, schopnosť rozhodovať, efektívne riešenie problémov, efektívnosť práce / Managerial skills, courageous, agile, ambitious, decision maker, problem solver, efficiency of work		24%	13%	20%	22%				
Výborné výsledky, schopnosť zhodnotiť vklady akcionárov, schopnosť vybudovať podnik od základov, cit pre podnikanie, schopnosť presadiť sa doma aj v zahraničí, vplyv na ekonomiku / Successful results, shareholder value, able to develop a successful organisation from the ground up, entrepreneurial flair, influence on the economy		32%	32%	36%	31%				
Dôveryhodnosť, spoľahlivosť, morálnosť konania a nekompromisný postoj aj v kritických situáciách, dobrá povest' / Integrity, trustworthy, reliability, morale sustained during hard times or under pressure, reputation		13%	16%	6%	7%				
Osobnosť, charisma, schopnosť motivovať a efektívne riadiť ľudí, komunikačné a vyjednávacíe schopnosti, pracovitnosť, doveryhodnosť, etika / Personality, charisma, motivator, excellent people-management skills, communicator and negotiator, hard working, credibility, ethical behaviour		12%	16%	15%	10%				
Vynikajúce znalosti, odbornosť, prehľad, skúsenosti / Up-to date technical knowledge, expertise, breadth of awareness, experience		6%	7%	2%	N/A				
Jasná vízia do budúcnosti, inovátorstvo, invencia, vodcovstvo, schopnosť definovať účinné stratégie / Visionary, innovator, leader, strategy driver		5%	8%	7%	3%				
Pomoc sociálne slabším, spolupatričnosť s okolím / Social responsibility, helps others, community focused		5%	5%	8%	8%				
Iné / Other		3%	3%	6%	4%				

Otázka 3 / Question 3

Uveďte tri najaktuálnejšie hospodárske otázky, ktoré podľa Vášho názoru zásadne ovplyvnia rozvoj ekonomiky Slovenska v roku 2003.

Please, identify the three most important business challenges facing Slovakia in 2003.

Comments:

Results suggest that CEOs show a more pragmatic approach to these issues compared to students, who appear to be strongly influenced by the media. The major themes of the pre-election campaign that had not faded away at the time of the project also influenced students more. When comparing the responses of the two groups, the different way they appear to view an issue should be taken into consideration. Perhaps this suggests that while CEOs have concrete responsibility for operating a business and primarily consider the microeconomic effects of something, students are more responsive to the social effects? Therefore, issues such as unemployment, social harmony, purchasing power, general expectations from Slovakia's affiliation with EU and NATO, or the creation of new jobs, regional support, and inward or outward capital are of interest to students - an interesting thought!

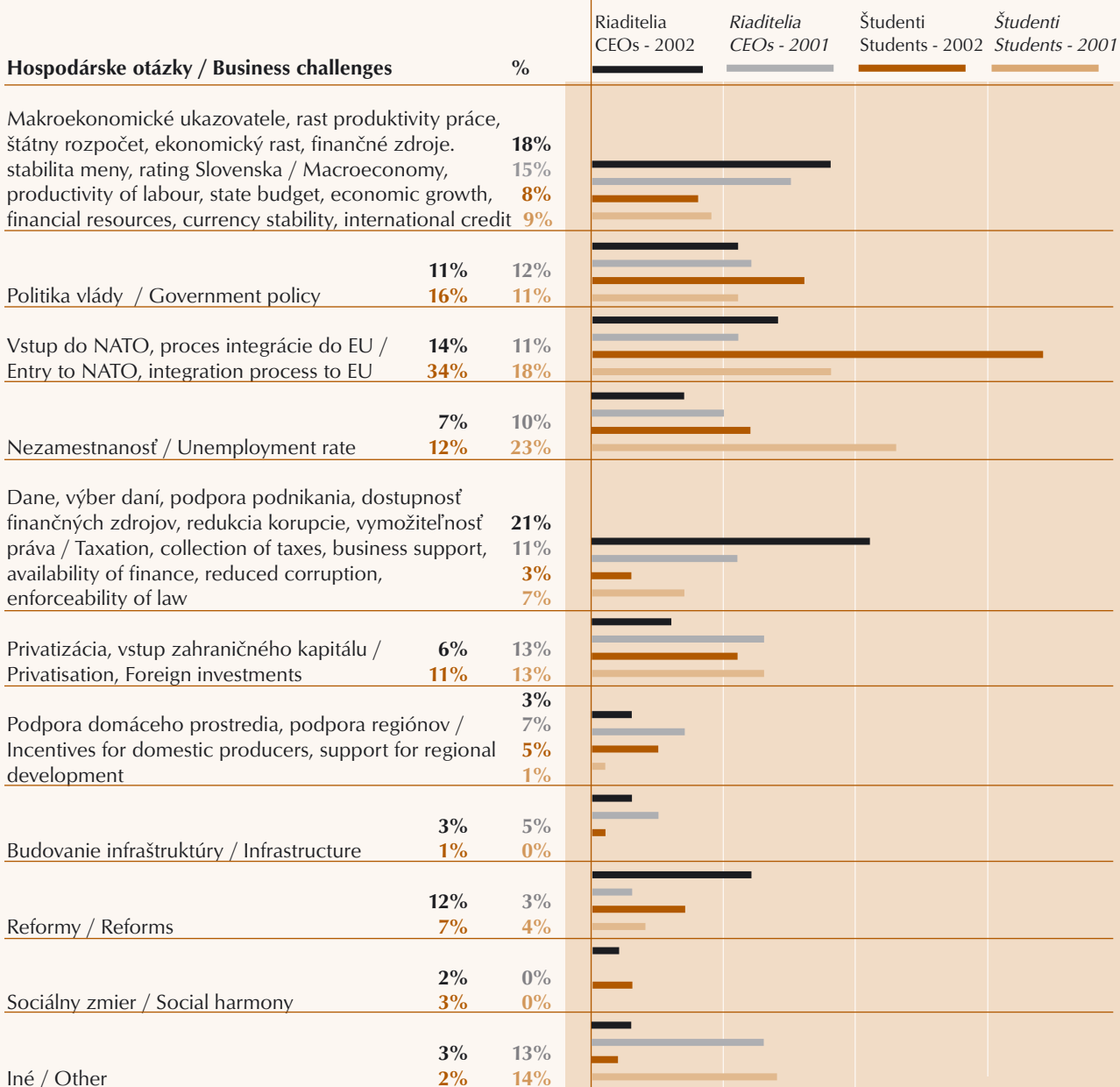
Komentár:

Riaditelia hodnotia situáciu pragmatickejšie ako študenti, u ktorých možno čítať pomerne silný vplyv mediálne najviac diskutovaných tém, ako i hlavné témy predvolebnej kampane, ktorá v čase projektu ešte doznievala. Pri porovnávaní odpovedí taktiež nemožno zabúdať na optiku oboch skupín. Riaditelia nesú konkrétnu zodpovednosť za chod podnikov a zohľadňujú primárne dopady na mikroekonomiku podniku, zatiaľ čo študenti oveľa citlivejšie vnímajú dopady na občana. U študentov viac rezonujú otázky ako nezamestnanosť, sociálny zmiar, kúpyschopnosť obyvateľstva a všeobecné očakávania od vstupu Slovenska do EU a NATO, či tvorba nových pracovných príležitostí, podpora regiónov a vstup domáceho či zahraničného kapitálu.

The CEOs provided their responses at a time when the election results and the composition of the new government and its programme were already known. Therefore, they had a better basis for assessing the future development of foreign policy, Slovakia's acceptability and its possible place within the Euro Atlantic structures. Accordingly the CEOs could concentrate on specific propositions that the government has presented that will have a direct impact on how firms operate. Microeconomics, the legislative framework, the enforceability of laws, and the tax burden, together with macroeconomic indicators, will have an immense impact on the prosperity of companies, as well as of Slovakia, in 2003, according to the CEOs. CEOs also support announced reforms. Last year's findings did not include the issue of social harmony. It is a reaction to recent developments and a relatively new phenomenon in Slovak society. The issue of unemployment was less discussed compared to last year.

Riaditelia odpovedali na otázku v čase, keď už boli známe výsledky volieb a taktiež podoba novej vlády spolu s jej programovým vyhlásením, z čoho sa dá lepšie odhadnúť smerovanie zahraničnej politiky vlády, akceptovanosť Slovenska a jeho možné miesto v euro atlantických štruktúrach. Zdá sa, že aj preto sa ich pozornosť sústredila na konkrétne realizovanie prezentovaných téz, teda na otázky jednotlivých konkrétnych opatrení, ktoré budú mať bezprostredný dopad na firmy. Mikroekonomika, legislatívny rámec, vymožitelnosť práva, daňové zaťaženie spolu s makroekonomickými ukazovateľmi budú podľa názoru riaditeľov rozhodujúcou mierou vplývať na prosperitu firiem a následne aj štátu v roku 2003. Výsledky taktiež dokazujú podporu avizovaným reformám. Otázka sociálneho zmieru sa v minuloročných výsledkoch neobjavila, je reakciou na nedávny vývoj a relatívne nový fenomén v slovenskej spoločnosti. Otázka nezamestnanosti rezonuje menej ako minulý rok.

12



Interviews with CEOs and the questionnaire for students covered two areas. In the following part of our survey, we analyse responses to questions focused on the third sector, non-profit organisations, in Slovakia: their objectives, position and future prospects.

There are several reasons why we have included this issue in the survey. This sector's importance is indisputable. Therefore it is important to know what its actual position is, how it is perceived and how effectively it is able to satisfy its mission. At present, there are more than 10,000 non-profit organisations, foundations and civic associations in Slovakia. Very often, their activities are scattered, uncoordinated, and performed with little transparency to the public. Therefore, their overall contribution to society and how effectively they use the funds they receive are relatively vague.

We conducted our survey to find out the views of the two key groups. CEOs make the decisions about providing support and funds to non-profits and students are potential future participants in the non-profits' programmes. Slovak society is becoming more professional; is this true for the non-profits as well?

Interview s riaditeľom aj dotazník pre študenta sa skladali z dvoch tematických okruhov. V nasledujúcej časti správy sa budeme venovať analýze odpovedí na otázky zamerané na tretí sektor na Slovensku, jeho ciele, postavenie a budúcnosť.

Dôvodov, prečo sme sa tento rok zamerali na túto tematiku je niekoľko. Význam tretieho sektora v spoločnosti je nespochybniteľný. Je preto veľmi dôležité, akú skutočnú pozíciu zaujíma, ako je vnímaný a teda ako efektívne dokáže svoje poslanie plniť. Na Slovensku dnes pôsobí viac ako 10 000 neziskových organizácií, nadácií a občianskych združení. Ich činnosť je v mnohom atomizovaná, nekoordinovaná, pre verejnosť málo transparentná a preto z hľadiska celkového príspevku pre spoločnosť a efektívnosti využitia vložených prostriedkov pomerne nevýrazná.

Skúmaním názorov na tretí sektor sme chceli zistiť názor dvoch kľúčových skupín. Riaditelia sú kľúčoví na strane rozhodovania o podpore a poskytovaní financií na činnosť neziskových organizácií, študenti sú zasa potenciálni budúci aktivisti programov organizácií tretieho sektora. Celá spoločnosť sa postupne profesionalizuje, platí to aj pre tretí sektor?

Otázka 4 / Question 4

Ako vnímate poslanie neziskových organizácií a ako podľa Vás vplyva spolupráca s nimi na podnikateľské subjekty na Slovensku?

How do you perceive the mission of non-profit organisations and how does cooperation with them affect the business sector in Slovakia?

13

Opinions of both groups on the non-profit organisations differ. They can be divided into four categories.

Category 1 – neutral attitude

This category includes those respondents who did not comment on, did not want to provide a reply, are not aware of non-profits' activities or are not interested in this type of business at all. This accounts for approximately 10% of CEOs and less than 5% of students.

Category 2 – very positive attitude

Here are some examples from the responses we received:

“They are irreplaceable and an asset to society.”

“The purpose of the non-profits is to affect the thinking and develop the abilities of those individuals who influence developments within the state.”

“They help people live together, to be more aware of others, such as disabled people...”

“The non-profits give a human dimension to businesses. They remind businesses that money is only the means of achieving certain goals, not the goal itself.”

Názory obidvoch dotazovaných skupín na neziskové organizácie sú rôznorodé. Je možné ich rozdeliť do štyroch základných skupín.

1. skupina – neutrálny postoj

Ide o skupinu, ktorá sa k činnosti neziskových organizácií nevyjadruje, nechce sa vyjadrovať, nevníma ich činnosť, alebo sa o ne vôbec nezaujíma. Ide o približne 10% riaditeľov a menej ako 5% študentov.

2. skupina – vnímam veľmi pozitívne

Z mnohých reakcií vyberáme na ilustráciu len niekoľko:

„Sú nezastupiteľné v spoločnosti a jednoznačne prínosom.“

„Neziskové organizácie majú za cieľ predovšetkým rozvoj myslenia, schopnosti ľudí, ktorí neskôr môžu zásahom ovplyvniť chod štátu.“

„Pomáhajú ľuďom žiť vedľa seba vnímavejšie (aby si ľudia všimli aj ostatných, napr. postihnutých ...)“

„Neziskové organizácie poľudšťujú podnikateľský sektor, aspoň trochu im pripomenie, že peniaze sú len prostriedkom na dosiahnutie cieľov, nie cieľom samotným.“

“If a non-profit’s activity is to support generally respected things, such as support for children, education and the application of knowledge and skills, or support for regional development, and the business entity works with a non-profit or sponsors, this will undoubtedly improve the firm’s name and reputation.”

These very positive views are shared by approximately 50% of CEOs and more than 60% of the students. Some of the respondents in this category had no direct experience with non-profits, but based their views on public perceptions and the general definition of non-profit’s mission. However, many of them based their opinions on their direct experience and very successful work with a particular organisation.

Category 3 – perceiving non-profits very positively, however seeing areas for improvements

The views of people in this category are also very positive and constructive, however key recommendations include improving communication with the public and business sector, promoting the organisation and its activities more effectively and putting more effort into ensuring the transparency, reliability and credibility of the non-profit’s own activities. This view is shared by as many as 20% of CEOs and more than 10% of the students.

Category 4 – very negative attitude

A relatively large group of CEOs (more than 20%) and students (20%) perceive the activities of non-profits in Slovakia very critically, if not negatively. They have serious reservations about the non-profits’ activities, how reasonably they spend their funds, the percentage of costs for their own operations, the nature of particular projects and the transparency of their operations. The large number of non-profits and their associated opacity, their limited responsibility, as well as weak or missing feedback to the donor results in increasing distrust. Other reasons for the distrust are their lack of effective communication and the way they present their organisation, its achievements and its planned projects. This manner of presentation is often insufficient or improper, sometimes even unprofessional.

Comments:

The majority of respondents appreciate the irreplaceable importance of the non-profits, support them and highly appreciate the benefits they bring to society. At the same time, they expect non-profits to follow the trend on the Slovak business environment of increasing professionalism.

Only a few of the respondents see non-profits and businesses directly influencing each other in a positive way regarding the transfer of values that would have a direct impact on behaviour or corporate culture. The students see non-profits’ as valuable for promoting and supporting a firm’s image. The CEOs see the main value of cooperating with non-profits in the meaningful allocation of funds, as well as a way to demonstrate solidarity with and social responsibility for the surrounding environment. The respondents unanimously see the value for non-profits in the provision of funds. Very few respondents see an opportunity for non-profits to take inspiration from tried and tested working procedures or work style of the firms. This is a relatively open area and one of the possible ways to improve the third sector’s professionalism.

„Ak má nezisková organizácie ako "objekt" svojej práce podporovanie všeobecne uznávaných vecí (pomoc deťom, podpora tvorby, vzdelávanie a uplatňovanie vedomostí, pomoc budovania regiónov) a podnikateľský subjekt s takouto organizáciou spolupracuje alebo ju sponzoruje, určite to zvýši vierohodnosť a dobré meno tejto firmy.“

Túto skupinu veľmi pozitívnych názorov reprezentuje asi 50% riaditeľov a viac ako 60% študentov. Často sa takýto názor zakladá na priamej skúsenosti z veľmi úspešnej spolupráce s konkrétnou neziskovou organizáciou – alebo naopak na žiadnej skúsenosti. V druhom prípade sa názor zakladá na spoločenskej mienke, všeobecnej definícii poslania neziskových organizácií.

3. skupina – vnímam veľmi pozitívne, avšak vidím konkrétny priestor na zlepšenie

Názory tejto skupiny na činnosť neziskových organizácií sú taktiež veľmi pozitívne a zároveň konštruktívne. K hlavným odporúčaniam patrí zlepšiť komunikáciu s verejnosťou aj s podnikateľským sektorom, prezentovanie seba, výsledkov a projektov, zvýšiť informovanosť o vlastnej činnosti, vynaložiť viac úsilia na dokladovanie transparentnosti, dôveryhodnosti a kredibility vlastných činností. Táto skupina prezentuje názor takmer 20% riaditeľov a viac ako 10% študentov.

4. skupina – vnímam veľmi negatívne

Pomerne veľká skupina riaditeľov (viac ako 20%) aj študentov (takmer 20%) vníma činnosť neziskových organizácií na Slovensku veľmi kriticky až negatívne. Majú vážne výhrady voči zmysluplnosti ich konania a účelnosti vynakladania získaných prostriedkov, podielu nákladov na vlastný chod organizácie a na projekty, voči transparentnosti ich hospodárenia. Veľký počet neziskových organizácií a z toho plynúca neprehľadnosť, ich limitovaná zodpovednosť, slabá, častokrát žiadna spätná väzba s prispievateľom vedú k rastu nedôvery. Ďalšími uvádzanými dôvodmi nedôvery boli nedostatok efektívnej komunikácie a nedostatočné alebo nevhodné, niekedy neprofesionálne spôsoby prezentovania seba či dosiahnutých výsledkov a plánovaných projektov.

Komentár:

Väčšina dotazovaných doceňuje nezastupiteľný význam neziskových organizácií v spoločnosti, podporuje ich a vysoko hodnotí ich celospoločenský prínos. Zároveň však očakáva, že tak, ako sa konsoliduje celé podnikateľské prostredie na Slovensku, aj neziskové organizácie budú prechádzať podobným procesom.

Len málo respondentov vidí priamy vzájomný pozitívny vplyv neziskovej organizácie a podnikateľského subjektu v zmysle prenosu hodnôt, priameho vplyvu na správanie sa či podnikovú kultúru. Študenti väčšinou vidia prínos spolupráce pre firmy hlavne v rovine dobrej reklamy a podpory imidžu firmy. Riaditelia väčšinou vidia hlavný prínos spolupráce pre seba v zmysle sprostredkovania svojej podpory, prejavu solidárnosti, sociálnej zodpovednosti a spolupatričnosti s okolím. Prínos pre neziskové organizácie je unisono videný v poskytovaní finančných prostriedkov. Veľmi málo respondentov vidí priestor pre vzájomné vplyvanie aj v rovine inšpirovania neziskových organizácií osvedčenými pracovnými postupmi či štýlom práce z firemného prostredia – čo je pomerne veľký priestor a jedna z možných ciest profesionalizácie práce tretieho sektora.

Otázka 5 / Question 5

Ktoré neziskové organizácie pôsobiace na Slovensku sú podľa Vás najväčším prínosom pre spoločnosť?

Which of the non-profit organisations operating in Slovakia, do you think brings the highest value to society?

Both students and CEOs see the highest value of the non-profit organisations in the area of education and consultancy (CEOs 25%, students 26%). Respondents said non-profits that have the biggest impact on society are those that provide charity, that provide aid to those socially dependent, or that focus their activities on children, youth, and the health sector. Activities focused on protecting animals and ecology are seen as less important. Support of regional activities is relatively low compared with the relatively higher importance put to it when defining economic priorities for 2003.

Študenti aj riaditelia zhodne vidia najväčší príspevok neziskových organizácií spoločnosti v oblasti vzdelávania a poradenstva (riaditelia 25%, študenti 26%). K spoločensky dôležitým oblastiam ešte radiu charitu a pomoc sociálne slabším a odkázaným na pomoc, činnosti zamerané na deti a mládež a na zdravie. Zhodne malá je podpora činností zameraných na ochranu zvierat a ekológiu. Pomerne nízka je tiež podpora regionálnych aktivít neziskových organizácií, i keď pri hodnotení ekonomických priorit na rok 2003 podpora regiónov sa prezentovala relatívne silnejšie.

Hlavné zameranie neziskovej organizácie Major targets of nonprofits	%	Riaditelia / CEOs	Študenti / Students
Vzdelávanie a poradenstvo / Education, consultancy	25% 26%	25%	26%
Charita, pomoc sociálne slabším, pomoc týraným osobám a osobám v núdzi, pomoc na zaradenie sa do spoločnosti / Charity, aid to socially dependent and maltreated people, aid in integration in the society	18% 15%	18%	15%
Deti a mládež / Children and youth	14% 24%	14%	24%
Zdravie / Health	17% 15%	17%	15%
Spoločenská zodpovednosť a veci verejné, boj proti rasizmu, korupcii / Social responsibility for public matters, fight against racism and bribery	11% 5%	11%	5%
Ekológia / Ecology	1% 5%	1%	5%
Podpora rozvoja regiónov a kultúra / Support of regional development and culture	5% 2%	5%	2%
Šport / Sports	3% 2%	3%	2%
Zvieratá / Animals	1% 5%	1%	5%
Iné / Other	5% 3%	5%	3%

Based on the responses, it is also possible to evaluate the spontaneous name awareness as some respondents were naming individual non-profit organisations. It is natural and due to the role Junior Achievement Slovakia played in this project, that the name Junior Achievement Slovakia recorded the highest name awareness! However, it is impossible to quantify from existing data the influence of this factor on the results and therefore, no conclusions may be derived from this observation.

The organisations most frequently mentioned in the survey were the Red Cross, the Markiza Foundation, Unicef and The League Against Cancer (Liga proti rakovine).

Na základe odpovedí je možné vyhodnotiť aj spontánnu znalosť mena, niektorí opýtaní totiž uvádzali aj konkrétne neziskové organizácie. Vzhľadom na úlohu Junior Achievement Slovakia – Mládež pre budúcnosť v tomto projekte je prirodzené, že je najčastejšie konkrétne menovanou organizáciou. Vplyv tohto faktoru z dostupných údajov nie je možné kvantifikovať, a preto z tohto faktu žiadne závery robiť nemožno.

Celkovo bol najčastejšie uvádzanou organizáciou Červený kríž, Nadácia Markíza, Unicef a Liga proti rakovine.

Otázka 6 pre riaditeľov / Question 6 for CEOs**Čím by Vás presvedčila nezisková organizácia, aby ste vložili finančné prostriedky na jej činnosť?**

How should a non-profit present itself before a company in order to acquire funds for its activities?

The CEOs are key persons for the non-profits. Mutual co-operation depends on the CEOs views and decisions. Therefore, the CEOs responses to this question are very interesting. They correspond with opinions presented in question 4 and clarify them. So how can non-profits persuade CEOs?

- **Transparency** –showing effective use of funds for projects or programmes, transparent accounting, and an audit
- **Effectiveness of internal organisation** - especially in relation to its own expenses
- **Reputation**
- **References**, renowned individual with excellent credentials within the non-profit's structure
- **People** who work for a non-profit, their skills, credibility, personality, level of personal contact with firms
- **Ideas**, manner of presenting a programme or project
- Concrete, **quantified value for the funding organisation**, principle of mutual benefit
- **Agreement** between a non-profit and the **internal corporate culture of the firm**
- Direct **links** between the non-profit's activities and firm's business
- **Presentation** of the non-profit before the public
- Clear definition of **target group**

Riaditelia firiem na Slovensku sú pre neziskové organizácie kľúčovými, od ich mienky závisí, akú bude mať vzájomná spolupráca podobu. Odpovede na túto otázku sú preto mimoriadne zaujímavé. Úzko korešpondujú, dopĺňajú a osvetľujú názory prezentované v otázke 4. Ako teda presvedčiť riaditeľov?

- **Transparentnosť** - preukázanie efektívnosti hospodárenia s prostriedkami, dôkazy použitia finančných prostriedkov na deklarované projekty/programy, transparentne vedené účtovníctvo, jeho audit.
- **Efektívnosť vnútornej organizácie** neziskovej organizácie, nízka vlastná réžia
- **Reputácia**
- **Referencie**, známa osobnosť s výborným kreditom v štruktúre neziskovej organizácie
- **Ludia**, ktorí v neziskovej organizácii pracujú, ich odbornosť, ľudská bezúhonnosť, osobnosť, význam osobného kontaktu s firmami
- **Myšlienka**, spôsob prezentovania projektu, jasne formulovaný program/projekt
- Konkrétny, **kvantifikovaný prínos pre organizáciu**, ktorá má prispieť, uplatňovanie princípu obojstrannej výhodnosti
- **Súlad** neziskovej organizácie s vnútornou **podnikovou kultúrou firmy**
- Priama **súvislosť** činnosti neziskovej organizácie **s predmetom činnosti firmy**
- **Zviditeľnenie** činnosti neziskovej organizácie pred širokou verejnosťou
- Jasné definovanie **cieľovej skupiny**

16

Otázka 6 pre študentov / Question 6 for students**Aké sú podľa Vás možnosti spolupráce podnikateľských subjektov s neziskovými organizáciami?**

Where do you see opportunities for co-operation between profit and non-profit organisations?

According to the students, there is room for co-operation. This depends on the following: (agreement with CEOs' views, as described above):

- presenting the project / non-profit organisation;
- finding and defining areas for cooperation; and
- improving knowledge about the other organisation.

According to the students, it is the non-profit's responsibility to motivate firms to provide support.

Cooperation between businesses and non-profits should be mutually beneficial. Students reported four main forms of cooperation: financial support, gifts and presents, exchange of information or joint product. Students see the following as ways firms may benefit from cooperation with non-profits: advertisement, PR and raising company's profile, consultancy services, employees' training and mutual exchange of information.

Priestor na spoluprácu samozrejme existuje, jeho veľkosť podľa študentov závisí predovšetkým od nasledovného (zhoda s názorom riaditeľov, ako je uvedené vyššie):

- dať o sebe vedieť
- nájsť a definovať priestor pre vzájomnú užitočnosť
- zlepšiť vzájomnú informovanosť.

Študenti sa domnievajú, že je predovšetkým úlohou neziskovej organizácie, aby motivovala firmy podporiť jej činnosť.

Spolupráca ziskového a neziskového sektora by mala podľa obidvoch skupín spĺňať požiadavku vzájomnej výhodnosti, študenti vidia predovšetkým nasledovné štyri formy spolupráce: finančná pomoc, vecné dary, výmena informácií, spoločný produkt. Nezisková organizácia podľa študentov môže poskytnúť reklamu, podporu imidžu firmy a šírenie jej dobrého mena, poradenstvo, školenie zamestnancov, vzájomnú výmenu informácií.

Your worlds



Our people

V prípade otázok prosím kontaktujte / For further information please contact:

Vanda Šinková or Jana Kordošová, PricewaterhouseCoopers Slovensko, s.r.o., Hviezdoslavovo nám. 20, 815 32 Bratislava, Slovakia,
Tel.: +421 2 5441 4101, E-mail: vanda.sinkova@sk.pwcglobal.com, jana.kordosova@sk.pwcglobal.com, www.pwcglobal.com/sk

Anna Sýkorová, Junior Achievement Slovensko – Mládež pre budúcnosť, Košická 52, 821 08 Bratislava, Slovakia,
Tel.: +421 2 5020 3040, E-mail: sykorova@jasr.sk, www.jasr.sk

PricewaterhouseCoopers (www.pwcglobal.com) is the world's largest professional services organisation. Drawing on the knowledge and skills of more than 125,000 people in 142 countries, we build relationships by providing services based on quality and integrity.

© 2002 PricewaterhouseCoopers Slovensko, s.r.o. PricewaterhouseCoopers refers to the Slovak firm of PricewaterhouseCoopers Slovensko, s.r.o. and the other member firms of PricewaterhouseCoopers International Limited, each of which is a separate and independent legal entity.