

Odporučenie rozvoja zahranických dobrovoľníckych stáží pre AIESEC

Vedúca práce:

Mgr. Eva Abramuszkinová Pavlíková, Ph.D., M.A.

Autorka:

Natália Kubicová

Brno 2017

Pod'akovanie

Rada by som poďakovala v prvom rade vedúcej mojej bakalárskej práce Mgr. Eve Abramuszkinovej Pavlíkovej, Ph.D., M.A. za jej ochotu a odborné rady, ktoré mi poskytla pri jej spracovávaní. Ďalej chcem poďakovať všetkým členom organizácie AIESEC a stážistom, ktorí sa zapojili do môjho výskumu.

Čestné prehlásenie

Prehlasujem, že som túto prácu: **Odporúčenie rozvoja zahraničných dobrovoľníckych stáží pre AIESEC**

vypracovala samostatne a všetky použité pramene a informácie sú uvedené v zozname použitej literatúry. Súhlasím, aby moja práca bola zverejnená v súlade s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách v znení neskorších predpisov, a v súlade s platnou *Smernicou o zverejňovaní vysokoškolských záverečných prác*.

Som si vedomá, že sa na moju prácu vzťahuje zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon, a že Mendelova univerzita v Brne má právo na uzavretie licenčnej zmluvy a použitia tejto práce ako školského diela podľa § 60 odst. 1 Autorského zákona.

Ďalej sa zaväzujem, že pred spísaním licenčnej zmluvy o využití diela inou osobou (subjektom) si vyžiadam písomné stanovisko univerzity o tom, že predmetná licenčná zmluva nie je v rozpore s oprávnenými záujmami univerzity, a zaväzujem sa uhradiť prípadný príspevok na úhradu nákladov spojených so vznikom diela, a to až do jeho skutočnej výšky.

V Brne dňa 4. januára 2017

Abstract

Kubicová, N. Recommendation of development of foreign volunteer internships for AIESEC. Bachelor thesis. Brno: Mendel University, 2016.

The aim of this bachelor thesis is to suggest a recommendation of the development of foreign volunteer internships for AIESEC. Recommendations will be based on analysis of current status, previous experiences of volunteers and research of interest for these internships on selected faculties in Brno. My own work contains qualitative and quantitative research. Qualitative research includes the interviews with members of organization AIESEC and with volunteers. Quantitative research is in the form of questionnaire.

Keywords

third sector, volunteering, management of volunteering, non-profit organizations, AIESEC, interviews, questionnaire

Abstrakt

Kubicová, N. Odporúčenie rozvoja zahraničných dobrovoľníckych stáží pre AIESEC. Bakalárska práca. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2016.

Cieľom tejto bakalárskej práce je navrhnúť odporúčenie rozvoja zahraničných dobrovoľníckych stáží pre AIESEC a to na základe analýzy súčasného stavu, skúseností zúčastnených stážistov a prieskumu záujmu o tieto stáže na vybraných fakultách v Brne. Vlastná práca obsahuje kvalitatívny i kvantitatívny výskum. Kvalitatívny výskum zahŕňa rozhovory s členmi organizácie AIESEC a so stážistami. Kvantitatívny výskum je formou dotazníkového šetrenia.

Kľúčové slová

tretí sektor, dobrovoľníctvo, management dobrovoľníctva, neziskové organizácie, AIESEC, rozhovory, dotazník

Obsah

1	Úvod	11
2	Cieľ práce a metodika	12
2.1	Cieľ práce.....	12
2.2	Metodika.....	12
3	Literárny prehľad	14
3.1	Neziskový sektor	14
3.1.1	História.....	15
3.1.2	Poslanie neziskových organizácií	15
3.1.3	Financovanie neštátnych neziskových organizácií.....	16
3.2	Rozvoj neziskového sektora.....	18
3.2.1	Potreba marketingu	18
3.2.2	Marketingový plán.....	19
3.2.3	Marketingový výskum a zhromažďovanie informácií.....	20
3.2.4	Marketingový audit a marketingový mix.....	21
3.2.5	Kontrola plnenia marketingového plánu.....	23
3.3	Dobrovoľníctvo	23
3.3.1	Typy dobrovoľníctva	24
3.3.2	Management dobrovoľníctva	26
3.3.3	Význam dobrovoľníctva pre spoločnosť.....	28
3.3.4	Motivácia a zotrvanie dobrovoľníkov	30
3.4	Charakteristika AIESECu	34
3.4.1	Poslanie a história.....	34
3.4.2	Fungovanie	35
3.4.3	Zahraničné stáže.....	36
3.4.4	Pobočka Brno.....	37
4	Vlastná práca	39
4.1	Kvalitatívny výskum.....	39

4.1.1	Koordinácia a financovanie zahraničných dobrovoľníckych stáží.....	39
4.1.2	Rozhovory so stážistami.....	41
4.2	Kvantitatívny výskum.....	43
4.2.1	Dotazníkový prieskum zúčastnených stážistov.....	43
4.2.2	Dotazníkový prieskum vysokoškolských študentov v Brne	45
4.3	Overenie hypotéz.....	59
4.4	Návrh rozvoja dobrovoľníckych stáží	60
4.4.1	Rozvoj a propagácia dobrovoľníctva	60
4.4.2	Získanie finančných prostriedkov na pokrytie nákladov	62
5	Diskusia	65
6	Záver	66
7	Literatúra	68
A	Dotazníky	74
B	Tabuľky	77

1 Úvod

Po páde komunizmu sa ľudom otvorili dvere do zahraničia a získali tak nespočetné množstvo možností na vycestovanie. Hlavne mladí ľudia bez záväzkov by mali tieto možnosti využívať. Jednou z týchto možností je i vycestovanie na stáž. Existujú rôzne stáže, väčšinu ľudí zaujmú asi tie profesijné, ktoré priamo súvisia s ich odborom. Na spracovanie mojej bakalárskej práce som si však vybrala stáže dobrovoľníckej, pretože si myslím, že táto tématika je veľmi zaujímavá a aktuálna. Ako dobrovoľníctvo pomáha spoločnosti a jedincom? Prečo by sa ľudia mali venovať dobrovoľníctvu? Aká je ich motivácia? Ako dobrovoľníkov získať? Behom vypracovania mojej bakalárskej práce som sa snažila dostať na tieto otázky adekvátne odpovede, a to, či už v literatúre alebo pri vlastnej práci.

Vybrala som si stáže v zahraničí, pretože ma láka poznávať svet. Sama som sa zúčastnila programu Erasmus+ v Grécku a chcela som sa viac dozvedieť o tom, aké iné možnosti mladí v dnešnej dobe majú. Vedela som, že existuje nezisková organizácia AIESEC, ktorá je riadená študentmi, a okrem iného, sprostredkováva mladým ľuďom i dobrovoľníckej stáže v zahraničí. Začala som sa o ne viac zaujímať a zistila som, že o ne nejaví záujem veľký počet študentov. Myslím si preto, že odporúčenie rozvoja dobrovoľníckych stáží pre AIESEC by mohlo byť vhodnou témou mojej bakalárskej práce, ktorá prinesie výsledky aplikovateľné v praxi.

2 Cieľ práce a metodika

2.1 Cieľ práce

Cieľom mojej bakalárskej práce je navrhnúť odporúčenie pre rozvoj dobrovoľníckych stáží pre organizáciu AIESEC. V literárnom prehľade je popísaný neziskový sektor v Českej republike, rozobratý fenomén dobrovoľníctva – jeho management a význam pre spoločnosť a taktiež je charakterizovaná činnosť a poslanie organizácie AIESEC. Vo vlastnej práci som používala kvalitatívny a kvantitatívny výskum. Na základe výsledkov týchto výskumov a definovania problémových miest som navrhla odporúčenie pre rozvoj zahraničných dobrovoľníckych stáží.

2.2 Metodika

Moja bakalárska práca je rozdelená do dvoch častí, a to na literárny prehľad a vlastnú prácu.

V literárnom prehľade som popísala problematiku neziskového sektora. Rozobrala som jeho históriu, poslanie, financovanie a možnosti rozvoja. Na neziskový sektor logicky nadväzuje kapitola, ktorá sa zaoberá dobrovoľníctvom. V tejto kapitole uvádzam, aké typy dobrovoľníctva existujú, ako funguje management v dobrovoľníctve, aký je jeho význam pre spoločnosť a čo vedie ľudí k tomu, aby sa dobrovoľníctvu začali venovať. Poslednou kapitolou je charakteristika organizácie AIESEC.

Vlastná práca obsahuje výsledky kvalitatívneho a kvantitatívneho výskumu. Najskôr som si stanovila nasledujúce hypotézy:

- *H1: Viac ako 40 % respondentov z Lekárskej fakulty Masarykovej univerzity v Brne má záujem zúčastniť sa dobrovoľníckej stáže.*
- *H2: Viac ako 70 % respondentov nepovažuje financie za prekážku.*
- *H3: Pre viac ako 30 % respondentov predstavuje problém komunikácia v anglickom jazyku.*

V rámci kvalitatívneho výskumu som zrealizovala celkovo 5 rozhovorov. 2 rozhovory sú s členmi organizácie AIESEC a 3 so zúčastnenými stážistami. Cieľom rozhovorov s členmi organizácie bolo získať informácie o fungovaní stáží a ich financovaní. Cieľom rozhovorov so stážistami bolo zistiť ich skúsenosti, motiváciu, spokojnosť so stážou a výšku vynaložených vlastných nákladov. Výstup z týchto rozhovorov mi pomohol k zostaveniu dotazníka, ktorý patrí už do kvantitatívneho výskumu. Zhotovila som 2 dotazníky, jeden určený pre 9 zúčastnených stážistov a druhý (s inými otázkami) zhotovený pre vybraných vysokoškolských študentov v Brne. Druhý dotazník mi zodpovedalo celkovo 218 respondentov. Výsledky pr-

vého dotazníku boli použité k analýze súčasného stavu stáží a výsledky druhého dotazníku k zisteniu záujmu o stáže. Na základe všetkých týchto informácií som potvrdila alebo vyvrátila vyššie stanovené hypotézy a navrhla odporúčenie rozvoja zahraničných dobrovoľníckych stáží pre AIESEC.

3 Literárny prehľad

3.1 Neziskový sektor

Hlavnou témou mojej bakalárskej práce sú dobrovoľnícke stáže v organizácii AIESEC a ich rozvoj. Organizácia AIESEC spadá do neziskového sektoru, nazývaného aj sektor občiansky. Práve kvôli tomu prvú kapitolu venujem oboznámeniu čitateľa s touto problematikou. V skratke povedané, pokúsím sa vysvetliť, prečo tu vlastne občiansky (neziskový) sektor je, k čomu je dobrý a posnažím sa ho výstižnou formou definovať.

V zmiešanej ekonomike existujú tri druhy organizácií. Súkromné ziskové, súkromné neziskové a organizácie verejného sektoru. K súkromným neziskovým organizáciám patrí, ako som už spomínala, aj organizácia AIESEC. Neziskové organizácie zastrešujú určité portfólio služieb, ale nejde primárne len o tieto služby. Sú tiež indikátorom rozvinutosti spoločnosti a ovplyvňujú verejnú mienku, či spoločenské zmeny (Pelikánová, 2016).

Do neziskového sektoru patria organizácie, ktoré nie sú primárne založené za účelom dosahovania zisku. Zisk v tomto sektore nie je určený na jeho prerozdelenie medzi vlastníkov, ale k priamej produkcii úžitku. Inými slovami, organizácia musí použiť zisk na rozvoj svojej organizácie (Pelikánová, 2016). Anheier označuje neziskový, alebo aj inak nezávaný tretí sektor, za verejný priestor, v ktorom sa nachádzajú subjekty oddelené od štátu a trhu a ktorých činnosť nespočíva v dosahovaní zisku (2002, in Dohnalová, 2006). Skovajsa definuje neziskový (občiansky) sektor podobne ako Anheier - ako oblasť ľudskej činnosti nachádzajúcu sa medzi rodinou, trhom a štátom. Vyplňujú ju súkromné združenia občanov zakladané dobrovoľne pre sledovanie potencionálne neobmedzeného množstva cieľov, ktoré majú spoločné iba toľko, že tieto ciele sú všetky legálne, neobmedzujúce práva občanov a nepatrí k nim dosiahnutie súkromného zisku ani priameho podielu na výkone politickej moci (Skovajsa, 2010).

Barbetta verí, že v treťom sektore ľudia dobrovoľne zakladajú organizácie, ktoré vo svojich činnostiach prepojujú ekonomické a sociálne zámery a majú významnú úlohu v miestnych podmienkach, pretože reagujú bezprostredne na konkrétne problémy a na potreby občanov (1997, in Dohnalová, 2006).

Neziskové organizácie, ako som už spomínala, môžeme deliť na štátne neziskové a neštátne (súkromné, nevládne) neziskové. V zahraničí sa pre neštátne používa často i názov „non-governmental organization“. Zriaďovateľom štátnych neziskových organizácií je štát, kraje, obce alebo ich organizačné zložky. Naopak zriaďovateľom súkromných neziskových organizácií sú občania. Od 1. 1. 2014 existujú v Českej republike nasledovné druhy neštátnych neziskových organizácií: spolok, ústav, všeobecne prospešná spoločnosť, nadácia, nadačné fondy, záujmové združenie právnických osôb, politické strany a hnutia, registrované cirkvi a náboženské spoločnosti, verejné výskumné inštitúcie, školské právnické osoby, poľovnícke spoločenstvá a odborové organizácie (Pelikánová, 2016).

3.1.1 História

Salamon tvrdí, že sféra mimo rodinu, trh a štát sa vo svojej modernej podobe rozvíja už dlhšie ako dve storočia a je úzko spätá s rozvojom demokracie, slobody jednotlivca a s uznávaním základných a všeobecných ľudských práv. Kvôli tomu bol jej vývoj zasiahnutý príchodom totalitných režimov v prvej polovici 20. storočia. Po druhej svetovej vojne zaznamenal tretí sektor výrazný rozkvet, pričom najvýraznejší je od 80. rokov minulého storočia (1994, in Skovajsa, 2010).

České územia predstavovali úrodnú pôdu pre nadačnú činnosť dokonca už od stredoveku a občianske združovanie sa stalo významným spoločenským fenoménom hneď po uvoľnení politických pomerov v druhej polovici 19. storočia. Dynamický rozvoj občianskych aktivít bol prerušený až po roku 1938, kedy najskôr nacionálny socializmus a potom komunizmus nadlho potlačili spolu s demokraciou tiež občiansky sektor. K rýchlej obnove došlo v Českej Republike po roku 1989. V roku 1990 zákon o združovaní občanov umožnil zakladanie skutočne slobodných združení. Po páde komunizmu sa znovu objavili tiež nadácie, ktorých pôsobenie sa až do roku 1950 (s výnimkou obdobia nacistickej okupácie) riadilo ustanoveniami rakúskeho občianskeho zákonníka z roku 1811. I keď sa nepodarilo presadiť vrátenie majetku nadáciám a väčšine spolkov pôsobiacich na českom území pred druhou svetovou vojnou, vzniklo hneď v roku 1990 zo spontánnej iniciatívy občanov niekoľko tisíc nových občianskych nadácií a združení. Nové združenia boli zakladané preto, že chceli uspokojovať potreby alebo riešiť problémy, ktoré predchádzajúci režim potlačoval alebo ignoroval. V súčasnosti existuje takýchto aktívnych organizácií desaťtisíce. Môže ísť napríklad o pomoc obetiam ničivých prírodných katastrof, starostlivosť o zdravotne postihnuté osoby alebo napríklad zaistenie stravy pre bezdomovcov. Majú podoby tradičné i moderné, od charitatívnych ústavov alebo inštitúcií podporujúcich vedu, vzdelanie a osvetu, až po úspešnú internetovú encyklopédiu wikipédia. Sféra občianskeho sektora je výrazom rôznorodosti usilovania jednotlivcov o súkromné ciele podľa ich vlastnej voľby (Skovajsa, 2010).

Niet pochýb o tom, že tretí sektor v Českej Republike zažíva v súčasnosti „boom“. Napriek tomu posledné získané údaje hovoria, že tempo rastu počtu neziskových organizácií sa začína spomalovať. Prichádza istá fáza nasýtenia trhu týmito organizáciami, čo znamená, že v blízkom čase môžeme očakávať intenzívnejšiu selekciu neziskových organizácií na tie, ktoré zotrývajú, a tie, ktoré budú musieť zaniknúť. Charakter tejto selekcie môže zásadným spôsobom ovplyvniť chovanie predstaviteľov štátu a neziskových organizácií (Pelikánová, 2016).

3.1.2 Poslanie neziskových organizácií

Gould hovorí, že najväčší rozdiel medzi ziskovým a neziskovým sektorom je ten, že zatiaľ čo neziskové organizácie sú poháňané ich poslaním, v ziskovom sektore ide skôr o potrebu posilnenia medzery na trhu (2006, in Skovajsa, 2010).

Taktiež tvrdí, že poslanie je jednou z rozhodujúcich stránok činnosti neziskovej organizácie. Poslanie je to, prečo majú ľudia záujem v organizácii pracovať, ľudia sú ochotní prispievať daromi, poslanie je to, čo láka i dobrovoľníkov a podnikateľov a je to hlavný dôvod, prečo neziskové organizácie dostávajú daňové úľavy (2006, in Skovajsa, 2010).

Všetky neziskové organizácie majú za cieľ usilovať sa o zmenu chovania jedinca, vrátane zlepšenia kvality jeho života a taktiež zmenu celej spoločnosti. Každá nezisková organizácia si musí vopred ujasniť, aký je jej konkrétny cieľ a jej konkrétne poslanie a zameranie činnosti. Aj keď poslanie neziskovej organizácie zostáva vo svojej podstate nemenné, jeho konkrétne zameranie a vyjadrenie je nevyhnutné neustále sledovať podľa inovačných trendov v danej oblasti a podľa potrieb občanov danej komunity. Pre úspešné napĺňovanie poslania každej neziskovej organizácie je potrebné splniť tri nevyhnutné predpoklady: vyhľadať vhodné príležitosti, preukázať príslušnú kompetenciu a bezvýhradne sa angažovať. Vyhľadať vhodné príležitosti znamená získať komplexné informácie o potrebách a prianiach spotrebiteľov – súčasných aj predpokladaných. Treba rozmýšľať nad tým, ako prispieť ku zmene k lepšiemu a ako by bolo možné zlepšiť spôsob života ľudí a zvýšiť ich životný štandard, pričom toto skvalitňovanie nie je podporované finančnými príspevkami, ale ďalšou potrebnou činnosťou, ktorá pomôže k vyriešeniu problémov a ťažkostí.

Druhým nevyhnutným predpokladom pre úspešné naplnenie poslania neziskovej organizácie je preukázanie dostatočnej schopnosti pre úspešnú realizáciu tohto poslania. Treba sa zamyslieť nad silnými a slabými stránkami a usilovať sa robiť to, čo robíme dobre ešte lepšie a to čo robíme zle nerobiť vôbec. Dôležité je tiež rešpektovať hodnoty, ktoré organizácia uznáva a ku ktorým sa hlási.

Bezvýhradnou angažovanosťou sa myslí to, či sú zamestnanci skutočne zameraní pre poslanie organizácie a či skutočne veria v dané hodnoty a ideály. Za poslaním organizácie sa vždy skrývajú nejakí ľudia a záleží predovšetkým na ich záujme, či bude poslanie organizácie dodržiavané. Nato, aby nezisková organizácia fungovala správne, potrebuje splniť nevyhnutné podmienky a predpoklady, a to predovšetkým mať dobrý plán, vhodný marketing, schopných pracovníkov a spolupracovníkov a nevyhnutné finančné prostriedky (Duben, 1996).

3.1.3 Financovanie neštátnych neziskových organizácií

Každá organizácia musí odniekiaľ vziať prostriedky na jej financovanie. Otázkou teda zostáva, ako to funguje pri neštátnych neziskových organizáciach.

Obecné princípy financovania

Nato, aby organizácia fungovala správne, je potrebné mať viacero zdrojov financovania. Ide o finančné i nefinančné zdroje, lokálne i zahraničné, interné (vlastná činnosť) a externé zdroje, priame zdroje, daňové úľavy a v neposlednom rade treba čerpať zo zdrojov súkromných i verejných. Správnou kombináciou viacerých zdro-

jov sa môže stať organizácia dobre finančne pokrytou a úspešnou (Pelikánová, 2016).

Nezisková organizácia je v prvom rade samofinancovaná, a to prostredníctvom predaja vlastných výrobkov, služieb, finančných investícií, podnikaním, prenájaním majetku alebo členskými príspevkami. Čím vyššia je miera samofinancovania v organizácií, tým vyššia je jej nezávislosť.

Ďalšia činnosť, ktorú organizácie aktívne využívajú pri jej financovaní je Fundraising. Ide o získavanie finančných zdrojov z vonkajšieho prostredia, teda oslovenie potencionálnych darcov a budovanie, najlepšie dlhodobých, vzťahov. V tomto prípade môže ísť o hmotné i nehmotné dary (know-how, informácie apod.). Medzi metódy osločovania darcov patrí osobný kontakt, telefonická kampaň, poštovnía kampaň a inzercia. Všetky zdroje musia byť použité na financovanie organizácie, v žiadnom prípade sa nemôžu rozdeľovať pomedzi vlastníkov či zamestnancov. Ku kontrole slúži napr. Zverejňovanie výročných správ apod. (Pelikánová, 2016).

Finančné zdroje

Finančné zdroje môžeme rozdeliť na vlastné, cudzie a potencionálne. Vlastné zdroje zahŕňajú príjmy z výkonu hlavnej činnosti, z doplnkových činností, z podnikania (napr. poskytovanie reklamy, prenájom priestorov, pravidelná organizácia výstav za účelom zisku). Cudzím zdrojom je banka a potencionálne zdroje sú také, ktoré môže nezisková organizácia obdržať na základe žiadosti zo zdrojov EU, od štátu, od nadácií alebo od firiem a tiež sem spadá individuálne darcovstvo (darcovské SMS, pokladničky, predaj vstupeniek, priame oslovenie poštou alebo inzercia) (Pelikánová, 2016).

Štátna politika Českej republiky

Subjekty tretieho sektoru majú výhodné ekonomické podmienky. Medzi ne patrí finančná pomoc získavaná z prostriedkov štátneho rozpočtu dotačnou politikou, finančné čiastky rozdelené vybraným nadáciam a zvýhodnenie v platení daní z príjmov (Dohnalová, 2006).

Finančná podpora je daná v štátnej dotačnej politike voči neštátnej neziskovej organizácií, ktorá je vládou centrálné koordinovaná. Existujú jednotné pravidlá pre poskytovanie dotácií neštátnym neziskovým organizáciám. Každý rok sa vyhlasuje zoznam činností, ktoré budú v danom roku podporené. Vyhlasujú sa konkrétne programy, na ktoré štát finančne prispieva. Pri tomto financovaní sa vyskytuje tzv. spolufinancovanie. To znamená, že žiadateľ musí do realizácie navrhovaných aktivít vložiť i svoje vlastné prostriedky (Pelikánová, 2016).

Medzi finančné čiastky spadajúce mimo štátnu dotačnú politiku patria verejné zakázky, zmluvy o poskytovaní služieb, mimorozpočtové zdroje predstavujúce výnosy z privatizácie (tie, ktoré boli vložené do Nadačného investičného fondu a rozdelené medzi vybrané nadácie) a finančné prostriedky zo štátnych fondov (Skovajsa, 2010).

Oslobodenie od daní a odpočet daru zo základu dane patria medzi nepriamu podporu štátu. Organizácia neplatí daň z príjmu, pokiaľ nepresiahne ich čistý ročný príjem 300 000 Kč za jedno zdaňovacie obdobie. Podľa § 15 odst.5 zákona č. 586/1992 Sb. O daniach z príjmov, v znení neskorších predpisov štát tiež umožňuje všetkým fyzickým a právnickým osobám uplatniť odpočet zo základu dane do výšky 10 % pre fyzické a 5 % pre právnické osoby, ak zároveň dar nepresiahne hodnotu 1000 Kč, respektíve 2000 Kč (Skovajsa, 2010).

3.2 Rozvoj neziskového sektora

V súčasnej dobe sa potrebuje neziskový sektor rozvíjať. Prostriedkom na rozvoj neziskového sektora je marketing. Hannagan ale tvrdí, že marketing nie je celkom typický prostriedok pre neziskový sektor (Hannagan, 1996). V ďalšej časti tejto kapitoly sa pokúsím vysvetliť prečo.

3.2.1 Potreba marketingu

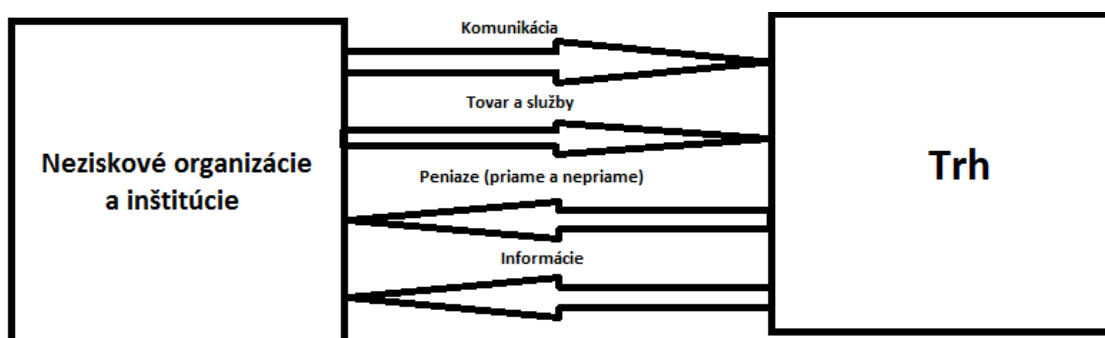
Veľa neziskových organizácií vzniká preto, aby zaistovali potreby pomerne malej skupiny ľudí, na ktorú je úzko naviazaná. Pracovníkom sa teda môže zdať, že oslovovanie novej skupiny ľudí je nepotrebné, pretože tí ľudia, ktorí sa o konkrétnu oblasť zaujímajú, sú už na organizáciu napojení a ostatní si ju prostredníctvom neformálnych väzieb ľahko nájdu. Pravda je taká, že rozvinutosť marketingových a komunikačných aktivít je v jednotlivých neziskových organizáciách na veľmi rozdielnej úrovni (Bačuvčík, 2011). Do roku 1989, keď bol celý trh centrálne riadený, nebolo potrebné sa venovať žiadnym marketingovým aktivitám, nakoľko trhové hospodárstvo nefungovalo. Po revolúcií zareagovali neziskové organizácie rôzne. Bud' sa pripojili k súkromnému sektoru (či už ziskovému alebo neziskovému) alebo získali samosprávu a boli nútené sa starať o pokrytie svojho rozpočtu. V druhom prípade došlo k tomu, že inštitúcie kladú väčší dôraz na ich cenu. Veľa neziskových organizácií sa začalo zameriavať na dosiahnutie zisku (na pokrytie nákladov), napríklad divadlá predávajú vstupenky, občerstvenie a podobne. Keďže je situácia na trhu taká, že existuje veľa neziskoviek s podobným poslaním, konkurujú si a organizácie majú stále väčší záujem o marketing ako kedysi. (Ottlová, 2004) V súčasnosti existuje veľa neziskoviek, ktoré začali využívať nové technologické možnosti, špeciálne napríklad sociálne siete, stále však v našej spoločnosti existujú organizácie, ktoré sú verejnosti málo známe (Bačuvčík, 2011).

Základom marketingovej koncepcie je idea, že rozhodovanie organizácie by sa malo riadiť požiadavkami trhu a zákazníkov, nie technickými možnosťami. Marketing je zameraný na ovplyvňovanie úrovne, výcviku a charakteru požiadaviek na personál a to tým spôsobom, ktorý pomôže organizácií dosiahnuť jej cieľov, či už sú dôležité z hľadiska vytvárania zisku alebo poskytovania verejných služieb (Hannagan, 1996).

Marketing sa obvykle spája so ziskovosťou a konkurencieschopnosťou. Aká je teda rola marketingu v organizácií, kde motívom nie je zisk, a udržovať konkurencieschopnosť nie je vo svojej podstate až také dôležité?

Neziskové organizácie poskytujú ľuďom služby alebo v niektorom prípade i výrobky. Tým sa snažia slúžiť zákazníkovi.

Medzi neziskovým a ziskovým sektorom sú značné rozdiely, jedno však majú spoločné, a to sú základné piliere marketingu: služba zákazníkovi a vzájomne výhodná zámena. Oddelenie trhového a verejného sektoru spôsobilo, že ľudia požadujú informácie o službách, chcú vedieť, čo je k dispozícii, kde to môžu zohnať, a či za to musia platiť alebo nie (viď obrázok 1). Tlak občanov na výhodné a hospodárne využívanie verejných zdrojov spôsobil, že sa marketingu venuje väčšia pozornosť, inak povedané, neziskový sektor sa stal oveľa viac zodpovedný vo využívaní peňazí a v kvalite poskytovaných služieb (Hannagan, 1996).



Obr 1: Štruktúra marketingu
Zdroj: Hannagan, 1996

To, na čom záleží neziskovým organizáciám, je, aby boli ich služby potrebné aj v budúcich obdobiach a aby nemuseli byť zrušené. Neziskové organizácie musia robiť prieskum trhu, aby zistili, po čom je dopyt a podľa získaných informácií sa snažia tento dopyt uspokojiť. Ako je z vyššie uvedeného vyplýva, aj neziskové organizácie by mali svoju pozornosť venovať marketingu (Ottlová, 2004).

Hannagan si myslí, že zabezpečenie dlhodobej existencie organizácie nevyžaduje toľko úsilia, ak sa tieto organizácie zaoberajú marketingovými aktivitami už pred vznikom nepriaznivej situácie, pretože práve marketing pomáha v posilnení silných stránok organizácie a v boji s organizáciami, v ktorých vidia konkurenta (Hannagan, 1996).

3.2.2 Marketingový plán

Kotler tvrdí, že zostavenie konkrétneho marketingového plánu musí byť v súlade s formuláciou vízie, poslania a strategických cieľov organizácie (1992, in Bačuvčík, 2011).

Podľa Nemca je vízia istá predstava organizácie o tom, čo by chcela dosiahnuť, alebo k čomu by mala dospieť spoločnosť, ktorej sa aktivity danej organizácie týkajú. Vízia môže ilustrovať istý dokonalý stav, čo znamená, že jej dosiahnutie by mohlo znamenať stratu opodstatnenia existencie neziskovej organizácie (1999, in Bačuvčík, 2011).

Poslanie nadväzuje na víziu, čiže hovorí o tom komu, akým spôsobom a s akým cieľom slúžiť. Poslanie je podrobnejšie opísaná vízia, poslanie hovorí o tom, koho sa vízia týka a v akom konkrétnom zmysle. Poslanie sa týka predovšetkým verejných záujmov.

Marketingový plán musí byť v harmónii s hlavným cieľom organizácie, v prípade neziskových organizácií musí byť cieľ prospešný pre verejnosť (Ottlová, 2004). Ciele bývajú vyjadrené v konkrétnych pojmoch, napríklad cieľový počet študentov alebo percento prírastku (Hannagan, 1996). Strategické ciele definujú to, čo chce organizácia dosiahnuť z dlhodobého hľadiska. Tieto ciele sa týkajú celej organizácie (Bačuvčík, 2011).

Vyššie spomínané výstupy marketingového plánovania je možné zhrnúť do programového prehlásenia. Toto prehlásenie by malo odpovedať na základné ekonomické otázky, a to čo, ako a pre koho má byť produkované (Bačuvčík, 2011).

Marketingové ciele vychádzajú z cieľov strategických, sú skôr krátkodobé (do jedného roku) a zameriavajú sa na konkrétny projekt, aktivity, zavádzanie nového projektu, či inováciu produktu už zavedeného. K dosiahnutiu marketingových cieľov vedú kroky, ktoré sú zhrnuté do marketingového plánu. V prostredí neziskových organizácií sa ale skôr pracuje s pojmom projekt. Tento projekt predkladá organizácia orgánom verejnej správy pri žiadosti o dotácie, ale takisto ho vyžaduje i väčšina nadácií a firemných darcov (Bačuvčík, 2011).

3.2.3 Marketingový výskum a zhromažďovanie informácií

Marketingový výskum je výskum, ktorý pomáha managementu organizácie pri rozhodovaní o jej činnosti a pri kontrole dôsledkov týchto rozhodnutí. Marketingový výskum sa zaoberá situáciou vo vnútri trhu a snaží sa odpovedať na týchto 5 otázok: Kto by chcel kupovať naše výrobky (služby)? Kedy by ľudia kupovali tieto výrobky (služby)? Kde by tieto výrobky (služby) kupovali? Aké výrobky (služby) ľudia očakávajú? Ako by platili? Prečo by ľudia kupovali naše výrobky (služby) a nie výrobky konkurencie? Odpovede na tieto otázky umožnia manažérovi rozhodovanie. Celostátna a miestna správa sa spolieha na marketingový výskum, aby získala údaje potrebné k formulácii politiky v oblastiach sociálnych služieb, školstva, dopravy apod. (Hannagan, 1996).

Metódy marketingového výskumu v oblasti tretieho sektora nie sú ničím výnimočným oproti sektoru ziskovému. Proces marketingového výskumu zahŕňa definíciu problému a cieľov výskumu, spracovanie plánu výskumu a zberu informácií, realizáciu výskumu a zberu informácií, interpretáciu výsledkov a ich implementáciu do praxe. Medzi výskumné metódy patrí prieskum od stolu a terénny prieskum, spôsoby zisťovania údajov sú pozorovanie, dotazníky a experiment.

Medzi kontaktné metódy môžeme zaradiť priamy osobný individuálny alebo skupinový, nepriamy telefonický, poštový rozhovor. Zhodné sú i zásady výberu vzorky respondentov (reprezentatívna vzorka apod.), preto by som chcela v tejto časti skôr upozorniť na niektoré neobvyklé riešenia, ktoré je možné pre marketingový informačný systém neziskovej organizácie využiť (Bačuvčík, 2011).

Organizácie poskytujúce služby, by mali pri výskume používať skôr kvalitatívne (soft) než kvantitatívne (hard) metódy. Na potencionálneho zákazníka by mala byť aplikovaná tzv. „teória koncepcie“ (vid'. Obr. 2). Slúži k posúdeniu, či ponúkané služby vyhovujú alebo nevyhovujú potrebám zákazníka (Hannagan, 1996).

Metódy dotazovania sú užitočné pri zisťovaní postoja verejnosti k neziskovej organizácii, či k jej presadzovanému poslaniu. Týmto spôsobom je efektívne zisťovať záujem o dobrovoľníctvo, či objaviť nových potencionálnych darcov. Takisto sa dotazovaním môže nezisková organizácia dozvedieť i postoj verejnosti k určitej spoločensky aktuálnej otázke, ktorá je predmetom záujmu organizácie tretieho sektora. Výsledky však pri tomto type výskumu môžu byť skreslené. To, ako kvalitné budú výsledky, závisí od toho, či sú otázky sformulované jasne a presne.

V praktickej časti budem používať kvantitatívny i kvalitatívny prieskum. Kvantitatívny prieskum preukazuje to, aká veľká časť respondentov zastáva určitý názor alebo sa chová nejakým spôsobom. K tomu, aby sme tento záver vyvodili, musíme získať pomerne obsiahlu vzorku respondentov, ktorá vyplní dotazník. Kvalitatívny prieskum býva spravidla individuálny alebo skupinový hĺbkový rozhovor. Ideálne je začať kvalitatívnym výskumom a na základe vyvedených záverov zostaviť dotazník, ktorý tieto informácie preverí na štatisticky veľkej vzorke (Bačuvčík, 2011).

3.2.4 Marketingový audit a marketingový mix

Marketingový audit má za účel formálne kontrolovať všetko, čo ovplyvnilo a môže ovplyvniť marketingové prostredie organizácie, vnútorný marketingový systém a špecifické marketingové činnosti. V jednoduchosti povedané ide o to, že neziskové organizácie k svojmu fungovaniu musia poznať svoju pozíciu na trhu, a práve marketingový audit im v tom pomáha. Tento audit skúma sociálne, politické a ekonomické prostredie, v ktorom organizácia pôsobí a analyzuje spôsob, ktorým organizácia realizuje marketingový výskum, marketingovú stratégiu a marketingové ciele. Marketing poznáme v kategóriách nazývaných aj „4P“ – product, price, place, promotion. Má pod drobnohľadom organizácie, ich zákazníkov a konkurentov. Marketingové prostredie tvoria vonkajšie faktory, ktoré sa označujú skratkou STEP. Ide o sociálne, technologické, ekonomické a politické faktory. Analýza STEP však nie je jedinou analýzou potrebnou k vytvoreniu marketingového plánu. Tak isto dôležitá je i znalosť vlastných silných a slabých stránok, ale i príležitostí a hrozieb, ktoré číhajú na organizáciu. Táto analýza sa nazýva SWOT (strength, weakness, opportunity, threat). Mala by sa aktívne využívať pri formovaní organi-

zacie, vyzdvihovať silné stránky a naopak snažiť sa eliminovať tie slabé. Sumarizáciou marketingového auditu je práve spomínaná analýza (Hannagan, 1996).

Pokiaľ organizácia pozná svoju situáciu na trhu, má jasno vo svojich vnútorných podmienkach a vonkajšom postavení a má zmapované, čo jej zákazníci potrebujú, môže začať rozvíjať svoju marketingovú stratégiu. Management organizácie musí riadiť štyri hlavné premenné, aby vytvoril prijateľnú marketingovú stratégiu. Sú nimi výrobok (služba), cena, spôsob, akým je propagovaný a miesto, kde je dostupný pre spotrebiteľa. Vhodnú kombináciu týchto štyroch aspektov môžeme počastovať názvom marketingový mix (Hannagan, 1996).

Na produkt sa môžeme pozerat' z viacerých stránok. Jeho jadrom je určitá základná hodnota, ktorú jeho kúpa prináša (napríklad pre osobu bez strechy nad hlavou môže mať podobu noclahárne, ak mu ju niekto zaplatí). Vlastným produktom je to, čo zákazník reálne dostáva (teda napríklad možnosť bývania v azylovom dome). Širší produkt zahŕňa všetky dodatočné služby a ďalší úžitok (v príklade s bezdomovcom by to bola napríklad konzultácia so psychológom alebo iné poradenstvo). Vzhľadom k tomu, aké široké spektrum zahŕňa oblasť neziskového sektoru, je prakticky nemožné definovať neziskový produkt a vysvetliť jeho vlastnosti.

V komerčnom sektore sa cenou myslí čiastka, ktorú je zákazník ochotný zaplatiť za daný produkt. V neziskovom sektore je to však o trochu iné. V prvom rade je cena čiastka, ktorú zaplatí za služby neziskovej organizácie, a ktoré väčšinou nepokrývajú celkové náklady. Z pohľadu verejnej správy je cena výška dotácie, ktorá bola neziskovej organizácii poskytnutá. Tiež tu ale existujú akési alternatívne náklady, ktoré by vznikli, ak by táto dotácia nebola poskytnutá (ak by napríklad verejná správa neprispievala neziskovému sektoru na rozvoj obydli pre ľudí bez strechy nad hlavou, alternatívnymi nákladami by mohla byť zvýšená kriminalita, ktorej riešenie by znamenalo oveľa vyššie náklady). Platí to však i u komerčných firiem, ktorým vznikajú taktiež i alternatívne náklady, a to v podobe istých spoločenských problémov, ak by sa na rozdiel od svojich konkurentov nezaoberali spoločenskou zodpovednosťou svojej firmy (Bačuvčík, 2011).

Miesto je spôsob, akým sa ponúkaná služba neziskovej organizácie dostane ku konečnému spotrebiteľovi. Produkt neziskových organizácií je často služba, a preto väčšinou nie je dané jedno miesto, na ktorom by bol produkt k dispozícii. Je to skôr spôsob poskytovania, ktorý zákonite pokrýva nejaký priestor. Poznáme 5 typov miest poskytovania služieb: zariadenie poskytovateľa, domácnosť užívateľa, pracovisko užívateľa, terén a služby bez väzby na miesto (Bačuvčík, 2011).

Nezisková organizácia sa v propagácii nijako zvlášť nelíši od sektora ziskového, avšak väčšinou nedisponuje takým množstvom prostriedkov, aby si propagáciu mohla zabezpečiť sama v takom veľkom rozsahu ako ziskový sektor. Veľa komunikačných agentúr je však ochotných realizovať promo služby za malý finančný obnos, či dokonca zdarma. Tieto služby robí z prestížnych dôvodov. Ďalšou možnosťou môže byť prepojenie neziskovej organizácie s propagáciou komerčných firiem. Alternatívou je tiež využitie študentov alebo dobrovoľníkov. Dost' veľký priestor pre neziskové spoločnosti prinášajú nové elektronické médiá, hlavne internet a e-mail (Bačuvčík, 2011).

3.2.5 Kontrola plnenia marketingového plánu

Marketingový plán nemôže fungovať bez spätnej kontroly. Kontrola musí prebiehať priebežne, aby sa mohla posúdiť kvalita marketingového plánu. Ten je nutné neustále doladovať. Doladením dosiahneme, že sa zvýši pravdepodobnosť, že organizácia bude s plánom úspešná (Hannagan, 1996). Hlavnou úlohou kontroly napĺňovania cieľov plánu je zisťovanie odchýlok medzi plánovaným a skutočným stavom a jeho jednotlivými súčasťami, ako napríklad časového harmonogramu, či finančného plánu. Dôležitou vecou pri zostavovaní plánu je, aby boli ciele merateľné, pretože inak by nemohla prebehnúť objektívna kontrola (Bačuvčík, 2011).

3.3 Dobrovoľníctvo

Neoddeliteľnou súčasťou neziskového sektoru je dobrovoľníctvo. V tejto kapitole popíšem, čo presne znamená dobrovoľníctvo, čo by mal spĺňať dobrovoľník, prečo sa ním stať, a kvôli čomu je dobrovoľníctvo nevyhnutnou zložkou našej spoločnosti.

Dobrovoľná pomoc nemôže byť nariadená ani vnútená, ale musí pochádzať z túžby a motivácie dobrovoľníkov, zamestnancov a vedenia organizácie (Tošner, 2002).

Presné definovanie dobrovoľníctva nie je zatiaľ stanovené, každý autor má pre tento pojem inú definíciu. Napríklad Dohnalová označuje za dobrovoľníctvo neplatenú, dobrovoľnú činnosť pre druhých mimo rodinu (Dohnalová, 2015). Poznáme tri hlavné prístupy k dobrovoľníctvu, ktoré definoval Colin Rochester: nezisková perspektíva, perspektíva občianskej spoločnosti, perspektíva voľnočasovej činnosti (2009, in Dohnalová, 2015).

Nezisková perspektíva pozerá na dobrovoľníctvo z ekonomického hľadiska a to ako na neplatenú prácu, ktorá plní kľúčovú úlohu v ekonomike neziskových organizácií.

Perspektíva občianskej spoločnosti má súvis so sociológiou a politológiou. Všíma si dobrovoľnej angažovanosti občanov v sociálnych hnutiach, pri presadzovaní spoločných záujmov ľudí v politike i mimo ňu a v neposlednom rade spolkovej činnosti, ktorá je založená na dobrovoľníctve.

Perspektíva voľnočasovej činnosti sa zameriava nato, že dobrovoľníctvo je forma trávenia voľného času, ktorý zostáva medzi zabezpečením prostriedkov na živobytie, rodinnými povinnosťami a jeho náplň sa premieňa v priebehu života človeka (Dohnalová, 2015). Na hranici pojmu dobrovoľníctvo sa pohybujeme pri definovaní tzv. „šedých zón“. Robert Stebbins tvrdí, že tieto šedé zóny vznikajú na hranici medzi dobrovoľníctvom a platenou prácou (1992, in Dohnalová, 2015). Ide o to, že aj platenej práci sa ľudia venujú s nadšením a radosťou, čo ich vedie k práci nadčas, ktorá je zadarmo. Téma nadčasov je typická pre sociálne služby, vzdelávanie a vedu, ale aj pre podnikanie. Nyssens tvrdí, že zaniatený jedinec svojej práci obetuje viac, ako je nevyhnutné, teda začo je platený. Ak už je v sociálnej ekonomike tento typ dobrovoľnej práce spomínaný, tak skôr v zmysle jeho nedostatku – ako

výsledok neschopnosti získať dostatok iných zdrojov - trhových a verejných. Ako o svojom spôsobom vynútenej dobrovoľnej práci, ktorú vydávajú platení pracovníci navyše, aby udržali hospodársku bilanciu podniku (2006, in Dohnalová, 2015). Dohnalová konštatuje, že sa tu pohybujeme na samej hranici pojmu dobrovoľníctvo (Dohnalová, 2015).

Tab. 1: Tri pohľady na dobrovoľníctvo

Špecifické aspekty	Nezisková perspektíva	Perspektíva občianskej spoločnosti	Perspektíva voľnočasovej činnosti
Motivácia	Altruistická túžba pomáhať, dar času, súčasť filantropie	Svojpomoc, vzájomná pomoc, obhajoba záujmov	Radosť z činnosti, vyplnenie voľného času
Typ činnosti	Starostlivosť, pomoc, podpora, poradenstvo	Svojpomocné aktivity, boj za práva	Nie je špecifické
Oblasť činnosti	Typicky sociálna a zdravotná starostlivosť, vzdelanie	Typicky životné prostredie, ľudské práva územný rozvoj	Typicky kultúra, šport a rekreácia
Organizačný kontext	Väčšie organizácie s platenými zamestnancami a profesionálnym vedením	Organizácie a skupiny založené primárne na dobrovoľnej činnosti (často komunitné, vznikajúce „zdola“)	Nie je špecifické
Rola dobrovoľníkov	Pracovník alebo pomocník „najímaný“ na konkrétnu úlohu	Člen, ktorý sa zapojuje do vedenia a iných úloh podľa potreby	Nie je špecifické
Kľúčový aktér	Neštátna nezisková organizácia, dobrovoľník	Občan, člen	Amatér, človek venujúci sa koníčku alebo voľnočasovej „kariére“
Vzťah k sociálnemu podnikaniu	Zdroj neplatennej práce, zdroj kvality alebo kvantity služieb	Zdroj komunitnej relevancie, zdroj sociálneho kapitálu	Zdroj nadčasovej práce (šedá zóna medzi dobrovoľnou a platenou prácou)

Zdroj: Pospíšilová, 2010

3.3.1 Typy dobrovoľníctva

Na dobrovoľníctvo sa môžeme pozrieť z viacerých nižšie uvedených pohľadov.

Z hľadiska historického vývoja

Poznáme dva modely dobrovoľníctva: európsky – komunitný a americký – manažérsky. V európskom modeli dobrovoľníctva sa občania združujú spontánne

v prirodzene vzniknutom spoločenstve, akým je cirkev, športová alebo detská organizácia. Z niektorých komunít sa časom stávajú profesionálne dobrovoľnícke centrá, ktoré sú špecializované na určitú sociálnu alebo vekovú skupinu alebo určitý druh dobrovoľnej činnosti. Dôležité je, že centrá si držia vo vnútri organizácie priateľské vzťahy. Tie sú alfou a omegou celého fungovania. Americký model je mladší ako európsky a na rozdiel od európskeho, kde sa dobrovoľníci združujú viac-menej spontánne, v americkom modeli sú dobrovoľníci vedení dobrovoľníckymi centrami. Základom centier sú profesionáli, ktorí majú dostatok sociálneho cítenia a emočnej inteligencie, aby mohli úspešne vykonávať svoju profesiu. V našich podmienkach sa objavuje ako komunitný, tak aj manažérsky model. Komunitný model prevláda tam, kde je dostatočne silné poslanie organizácie a dobré medzil'udské vzťahy. Tento model prevláda u charitatívnych a humanitárnych organizácií, cirkví a náboženských spoločností. Manažérsky model prevláda vo väčších mestách, kde môže účinne prepojsť potrebu pomoci a ponuku od občanov (Tošner, 2002).

Z hľadiska cesty, ktorou sa dobrovoľníctvo uberá

Poznáme dobrovoľníctvo, ktoré vzniká „zdola nahor“ a dobrovoľníctvo, ktoré pôsobí „zvonku dovnútra“. Pojem zdola nahor znamená, že ide o dobrovoľnícku skupinu, ktorá je zložená z priateľov. Venujú sa spoločne neformálne nejakej činnosti, čo vedie až k registrovanej neziskovej organizácii. Takto začínalo veľa neziskových organizácií v Českej Republike po roku 1989 a dodnes sú aktívne. Problémy môžu nastať, keď organizácia dosiahne vyššej úrovne, kde je potrebné profesionálne riadenie a je treba rozumne rozdeliť úlohy. Skupina priateľov sa pochopiteľne bráni formálnemu usporiadaniu. Dobrovoľníctvo, ktoré pôsobí zvonku dovnútra je štrukturovaná organizácia, v ktorej pracujú profesionáli. Tí hľadajú dobrovoľníkov, s ktorými nadviažu spoluprácu. Ide napríklad o domovy seniorov, nemocnice a školy. Problémom sa môže stať novovzniknutý vzťah medzi dobrovoľníkmi a domácimi zamestnancami. Títo dobrovoľníci môžu byť vnímaní ako istý cudzí prvok. Zamestnanci môžu mať obavy, že im dobrovoľníci „berú prácu“ alebo naopak, že budú nespoľahliví (Tošner, 2002).

Z hľadiska role v organizácií

Frič rozdeľuje dobrovoľníkov podľa toho, akú rolu hrajú v organizácií na dobrovoľníkov, na ktorých je priamo závislý chod organizácie, na dobrovoľníkov, ktorí vykonávajú činnosti spolu s profesionálnymi zamestnancami a na dobrovoľníkov, ktorí nie sú pre vlastný chod organizácie nespotrátateľní (2001, in Tošner 2002).

Z hľadiska časového vymedzenia poznáme dobrovoľné zapojenie pri jednorázových akciách, dlhodobú dobrovoľnú pomoc a dobrovoľnú službu. Dobrovoľným zapojením sa myslia rôzne kampane, finančné či iné zbierky, benefičné koncerty a podobne, ktoré sa usporiadávajú na pravidelnej či nepravidelnej báze raz či niekoľkokrát do roka. Dlhodobá dobrovoľná pomoc je poskytovaná opakovane a pravidelne, napríklad dve hodiny jedenkrát do týždňa. Dobrovoľná služba je istý dobrovoľný záväzok, v ktorom sa dobrovoľník zaväzuje dlhodobo, na dobu niekoľkých

mesiacov alebo rokov venovať sa dobrovoľnej práci zvyčajne v zahraničí. V tomto prípade hrá významnú rolu príprava dobrovoľníka na misiu, vrátane nákladov spojených s jeho cestou, pobytom a prípadnými ďalšími výdajmi, ako je zdravotné a sociálne poistenie a ďalšie náklady spojené s jeho vyslaním. Táto služba je profesionálne organizovaná a náklady na jej realizáciu môžu byť pomerne dosť vysoké (Tošner, 2002). Do dobrovoľnej služby môžeme zaradiť i zahraničné dobrovoľnícke stáže, ktoré organizuje AIESEC.

3.3.2 Management dobrovoľníctva

Aby dobrovoľníctvo mohlo fungovať v organizácií, je nutné, aby v nej bol správne nastavený management dobrovoľníctva. V tejto kapitole vysvetlím jednotlivé kroky, ktoré musí organizácia robiť pri práci s dobrovoľníkmi.

To, že dobrovoľníctvo sa stáva profesionálnou činnosťou prichádza vtedy, ak je v organizácií tzv. koordinátor dobrovoľníkov. Ten má na starosti výber, výcvik, riadenie, supervíziu a hodnotenie dobrovoľníkov. Tieto činnosti sú samozrejmom vecou pri riadení profesionálnych pracovníkov, avšak pri dobrovoľníkoch sa tieto dôležité veci často opomínajú. Človek, ktorý ich má vykonávať, čiže koordinátor zastáva postoj kontaktného pracovníka medzi dobrovoľníkmi, ostatnými zamestnancami, klientmi a vedením organizácie. Koordinátora môže predstavovať buď platený zamestnanec alebo dobrovoľník. Rozdiel v tom, či ide o jedného alebo druhého je v miere formálnosti vzťahu. U dobrovoľníka je na prvom mieste motivácia a organizácia sa snaží o nefinančné odmeny jeho prínosu pre organizáciu (Tošner, 2002). Najťažšie na vedení dobrovoľníkov je prepojiť ciele dobrovoľníka s cieľmi organizácie (Ilsley, 1990).

Koordinátorov dobrovoľníkov môžeme rozdeliť do troch skupín: koordinátori, ktorí nedôverujú dobrovoľníkom, koordinátori, ktorí tolerujú dobrovoľníkov a koordinátori, ktorí dôverujú dobrovoľníkom (Ilsley, 1990).

Príprava organizácie a výber činností pre dobrovoľníkov

Organizáciu najskôr treba na dobrovoľníkov pripraviť. Je potrebné zistiť, aké sú v organizácií postoje k dobrovoľníctvu, aká je celková atmosféra na pracovisku a aká je komunikácia organizácie s okolím. Podľa tohto sa bude odvíjať to, či si dobrovoľníctvo nájde uplatnenie práve v danej organizácií. Neziskové organizácie, ktoré vznikli na dobrovoľnej báze sú samozrejme na dobrovoľníkov pripravené. Často sa však stáva, že nevedia alebo nechcú dobrovoľníctvo organizovať, čo je škoda, pretože organizované dobrovoľníctvo prináša oveľa viac osohu. Pri výbere práce pre dobrovoľníkov by sa organizácie nemali zameriavať len na práce, kde môžu dobrovoľníci pomáhať, ale dobré je nájsť i nejakú medzeru, ktorú môžu dobrovoľníci kompletne doplniť (Tošner, 2002).

Získavanie členov

Dobrovoľníci nie sú stabilní členovia organizácie, tak ako zamestnanci. Ľudia, ktorí zastávajú pozíciu dobrovoľníka sa v organizácií neustále menia, preto je ich zís-

kavanie stále sa opakujúci proces. Pre dobrovoľnícke pozície, ktoré sú určené prevažne pre študentov je dôležité, aby bol harmonogram práce s nimi v súlade so školským alebo akademickým rokom. Dobrými „náborármi“ v školách sú napríklad dobrovoľníci z minulého školského roku. Je rozdiel, ako budeme postupovať pri získavaní dobrovoľníkov pre akcie jednorázového typu, a ako pri získavaní dlhodobých členov (Tošner, 2002). Ilsley hovorí o dvoch typoch získavania dobrovoľníkov, a to prostredníctvom neosobných techník a prostredníctvom osobných techník. Neosobné techniky zahŕňajú rôzne brožúry a oznámenia. Tošner zhrňa do neosobnej komunikácie všetky letáky, plagáty, vývesky, miestnu tlač, regionálne a televízne vysielanie. Niekedy sformulovanie v brožúrkach zavádza potencionálnych dobrovoľníkov, neprezradí im to pravý význam toho, čo by mohli robiť. Keď sa dobrovoľníci prihlásia na určitý program a ten nesplní ich očakávania, je dosť možné, že sa stanú frustrovaní a nahnevaní. Pre úspešný nábor dobrovoľníkov je nevyhnutný presný popis v týchto náborových materiáloch (Ilsley, 1990). K osobným technikám výberového riadenia patrí náborová akcia, spolupráca s dobrovoľníckymi centrami, strednými a vysokými školami a osobný kontakt. Tošner odporúča nezameriavať sa na jednu formu oslovovania, ale skombinovať viaceré. Predovšetkým v regiónoch, kde zatiaľ dobrovoľníctvo nie je moc rozšírené, treba prvé dva roky klásť veľký dôraz na informovanosť verejnosti (Tošner, 2002).

Výber a výcvik dobrovoľníkov

Výber dobrovoľníkov môže byť jednoduché interview so záujemcom alebo formálny proces, ktorý začína podaním prihlášky a pokračuje rozhovorom a starostlivým hodnotením kvalít, ktoré môže prípadný dobrovoľník ponúknuť (Ilsley, 1990). Tiež si v tomto rozhovore obe strany ujasnia motiváciu k dobrovoľnej činnosti. Výber dobrovoľníkov týmto spôsobom sa používa v prípade zložitejších činností (Tošner, 2002).

Príprava sa rozdeľuje na všeobecnú a odbornú časť. Vo všeobecnej časti sa dobrovoľník dozvie o svojich možnostiach a potrebách, ale tiež o záväzkoch voči organizácií. Členovia organizácie zoznámia dobrovoľníka s poslaním a úlohami organizácie, základnými pravidlami, organizačnou štruktúrou apod. V odbornej časti chcú zamestnanci dobrovoľníkovi čo najviac priblížiť to, čo bude náplňou jeho dobrovoľnej činnosti. Často využívaná býva napríklad metóda hrania rolí. Niekedy býva súčasťou odborného výcviku aj posúdenie dobrovoľníka z psychologického hľadiska (často využívané v prípadoch, keď dobrovoľník pracuje sám s maloletými deťmi) (Tošner, 2002).

Vylúčenie dobrovoľníka

Je dobré, ak proces prípravy dobrovoľníka na samotnú činnosť je náročnejší ako v skutočnosti bude náplň jeho práce. Môžeme sa pritom vyhnúť nepríjemnému oznámeniu o vylúčení. Môže sa ale stať, že i napriek zvládnutiu prípravy nastane situácia, keď koordinátor bude musieť dobrovoľníkovi oznámiť, že sa na danú pozíciu nehodí, ale to až potom, ako ho upozorní na jeho nedostatky. Vylúčenie dob-

rovoľníka prichádza vtedy, ak ani po upozornení na sebe nezpracoval. Môže nastať i situácia, keď sa dobrovoľník sám rozhodne, že na konkrétnu pozíciu nie je vhodný kandidát (Tošner, 2002).

Supervízia, hodnotenie a ocenenie dobrovoľníkov

Hlavnou postavou supervízie je supervízor. Funkciu supervízora môže zastávať koordinátor dobrovoľníkov. Supervízor komunikuje s dobrovoľníkmi a konzultuje s nimi ich pocity a postoje vychádzajúce z ich činností. V prípade náročných činností, tam, kde je náročná komunikácia vo vzťahu dobrovoľník - klient, funkciu supervízora koordinátor zastávať nemôže. V tomto prípade koordinátor sám využíva služby supervízora (Tošner, 2002).

Hodnotenie a odmeňovanie dobrovoľníkov

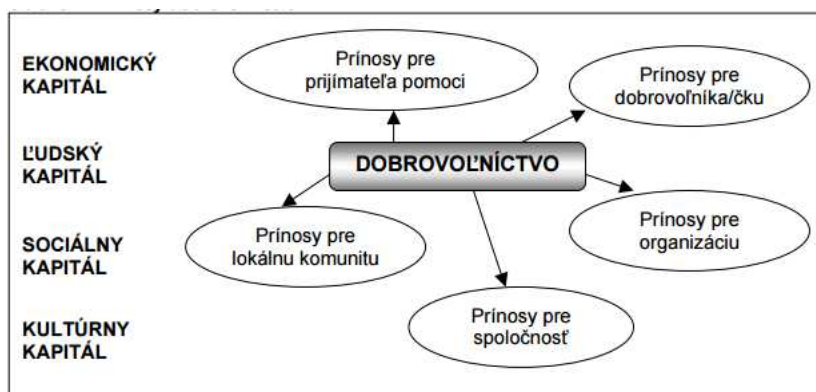
Podľa Tošnera je hodnotenie dobré k tomu, aby sa skvalitnil proces práce dobrovoľníkov. Je dôležité, aby bola ich činnosť zaznamenávaná, takisto by mali byť evidované počty hodín, kedy sa dobrovoľnej činnosti venovali a v neposlednom rade ich celkový prínos pre organizáciu (Tošner, 2002).

Hodnotenie dobrovoľníkov, ktorí dlhodobo dochádzajú do organizácie a ich počet sa stále zvyšuje sa nedá zhodnotiť jednorázovým stretnutím. Tu hrajú veľkú rolu osobné dojmy a zážitky jednotlivcov. Pre organizáciu je výhodné využiť pomoc štážistov, študentov, ktorí potrebujú spracovať seminárnu, či záverečnú prácu. Na vec sa pozerajú z objektívneho uhla pohľadu a môžu zaznamenať formou ankiet, dotazníkov a interview zmeny, ktoré v organizácii nastali vďaka dobrovoľníkom. Výsledky potom slúžia k navrhnutiu zmien, ktoré by neziskovej organizácii pomohli ku skvalitneniu jej práce (Tošner, 2002).

Je veľmi dôležité dobrovoľníkov odmeňovať. To môžeme robiť dvoma spôsobmi. Samozrejmosťou je prosté ďakujem. Na druhej strane sa formálne poďakovanie môže stať frárou, ak človek vycíti, že mu nie je poďakované úprimne. Je preto dobré sa s dobrovoľníkmi stretnúť a oceniť ich pomoc. Dobrou príležitosťou je 5. december – Medzinárodný deň dobrovoľníkov, kedy sa vo veľa krajinách organizujú akcie, na ktorých dobrovoľníci dostávajú rôzne darčeky, diplomy a iné ocenenia.

3.3.3 Význam dobrovoľníctva pre spoločnosť

Dobrovoľná práca má bezpochyby obrovský význam pre spoločnosť. Jej prínosy môžeme pozorovať na viacerých úrovniach, ako vidíme na obrázku nižšie. Taktiež tieto prínosy zahŕňajú rôzne typy kapitálu (Gregorová, 2009).



Obr. 2: Význam dobrovoľníctva
Zdroj: Gregorová, Marček, Mračková, 2009

Práca, ktorú produkujú dobrovoľníci prináša neopomenuteľný ekonomický prírastok. Dobrovoľníci vytvárajú statky s nemalou ekonomickou hodnotou. Jednou z ďalších vecí, kde dobrovoľníctvo pomáha, je podpora zamestnanosti. Ľuďom, ktorí sa venujú dobrovoľníctvu v nezamestnanosti alebo pred vstupom na trh práce môže dobrovoľníctvo ponúknuť širokú sieť kontaktov, ale i skúseností, ktoré môžu ponúknuť svojmu budúcemu zamestnávateľovi. Tiež môže dobrovoľníctvo viesť k vytváraniu nových pracovných miest tým, že ľudia začnú dobrovoľne vykonávať nejaké služby, ktoré sa časom stanú platenou prácou (Gregorová, 2009).

Mlčák konštatuje, že dobrovoľná práca prináša mnoho výhod pre fungovanie a rozvoj spoločnosti. Už dlhú dobu sa predpokladá, že existencia zdravého dobrovoľného sektora je nesmierne dôležitá pre demokratickú politiku. Dobrovoľný sektor pomáha budovať všeobecnú dôveru v spoločnosť tým, že vytvára sociálne siete, ktoré môžu prostredníctvom koordinácie, tzv. koordinovaných akcií zlepšiť výkonnosť a prosperitu celej spoločnosti. Vďaka dobrovoľníctvu sa rozvíjajú spoločenské normy a postoje, zvyšuje sa občianska a politická angažovanosť a produkuje sa sociálny kapitál spoločnosti. Vo vyspelých demokratických krajinách, kde sa stále znižuje percento účasti vo voľbách i celková podpora politických strán sa táto skutočnosť javí ako veľmi dôležitá (Mlčák, 2013).

Dobrovoľníctvo prispieva k nadväzovaniu medziludských kontaktov z rôznych sociálnych skupín a vrstiev spoločnosti. Takisto prispieva i k rozvoju spoločenstiev a komunít menšieho druhu. Vytvára akúsi základňu pre budovanie tolerancie a sociálneho kapitálu, ktorý je nevyhnutný pre zvládnutie rôznorodých problémov lokálnych komunít (Gregorová, 2009). Sociálny kapitál poukazuje na skutočnosť, že spoločnosť je najuvedomelejšia, ak je zakotvená v sieti vzájomných sociálnych vzťahov (Pavelek, 2013). Onix uvažuje, že skúmanie sociálneho kapitálu a občianskej angažovanosti je jedno z východísk pri problematike skúmania dobrovoľníctva. Všeobecne je dobrovoľná práca vnímaná ako nejaký príspevok ku sociálnemu kapitálu. Rôzne štúdie dokázali, že dobrovoľníctvo je zásadnou vecou pri vytváraní sociálneho kapitálu, pretože vytvára sociálne siete mimo rodinu (2003, in Pavelek, 2013). Ak je úroveň sociálneho kapitálu vysoká, môže to nepriamo vplyvať i na niektoré ekonomické veličiny, napr. znižovanie výdajov verejného sek-

tora na zabezpečenie niektorých verejných služieb, ako sú napríklad výdavky proti kriminalite, výdavky na aktivity pre deti a mládež apod. Dobrovoľnícke aktivity môžu mať tiež pozitívny dopad pre jednotlivcov, a to tak, že participácia dobrovoľníka v miestnej organizácii posilňuje pocit miestnej príslušnosti a hrdosti obyvateľov (Gregorová, 2009).

V rámci slovenskej spoločnosti je viacerými výskumami zdokumentovaný pokles dôvery, celkovej dobročinnosti a filantropie (Pavelek, 2013). Pavelek na Putnamovom príklade tzv „megacirkví“ pre ukážku uvádza, akou formou sa môže zvýšiť občianska angažovanosť a tým aj dobrovoľníctvo. Megacirkvi sú teologické inštitúcie, ale náboženstvo nie je tým hlavným, čo spája jednotlivých členov vnútri organizácie (2000, in Pavelek 2013). Pevné putá nie sú založené na teológii, ale na citových väzbách k ostatným v malých skupinách. Väčšina z týchto jednotlivcov je vo fáze hľadania zmyslu života, ale taktiež hľadajú priateľov. Tieto cirkvi sú teda organizované ako tisícky malých skupín so štruktúrou včelieho plástu. Táto „nízkostupová štruktúra včelieho plástu“ (low entry / honeycomb structure) by podľa Paveleka mohla prispieť k rozvoju mnohých ďalších organizácií v našej spoločnosti a tým aj ku podnecovaniu dobrovoľníctva nie len „zvrchu“, teda zo strany štátu a zodpovedných inštitúcií, ale aj „zdola“ smerom zo susedstiev, lokálnych komunít a dobrovoľníkov samotných (Pavelek, 2013).

Hlavne mladí ľudia sa častokrát participujú dobrovoľníckych výmenných pobytov a dobrovoľníckych stáží. Mladým ľuďom takáto skúsenosť dá mnoho, predovšetkým sa naučia lepšie porozumieť iným krajinám a kultúram (Gregorová, 2009).

3.3.4 Motivácia a zotrvanie dobrovoľníkov

Ilsley definuje motiváciu ako niečo, od čoho závisí, akú veľkú snahu na dosiahnutie cieľa vyvinieme. Dobrovoľníci sú jednotlivci, každý s vlastnými, unikátnymi pocitmi, ambíciami a motiváciou. Dobrovoľnícka motivácia nie je stabilná, je skôr premenlivá. Na rozdiel od všeobecného presvedčenia, dôvody, prečo ľudia začínajú s dobrovoľníctvom, sú rozličné od toho, prečo dobrovoľníkmi zostávajú na dlhú dobu. Taktiež rozličné dobrovoľnícke organizácie priťahujú ľudí s rozličnou motiváciou pre dobrovoľníctvo.

Dobrovoľníci bývajú často klasifikovaní podľa ich motivácie. Abdenur ich rozdeľuje podľa toho, či je ich motiváciou slúžiť ľuďom, riešiť problém (ľudské práva, životné prostredie...) osobný prejav, budovanie si kariéry alebo financovanie organizácie (1987, in Ilsley, 1990). Problém s klasifikovaním dobrovoľníkov podľa motivácie je v tom, že ich motívy sa počas života neustále menia (Ilsley, 1990).

Mlčák sa na problematiku motivácie pozerá trochu inak, a referuje Rochesterov názor, že snaha zistiť, či je motivácia dobrovoľníkov k ich činnosti skôr altruistická (sklon k robeniu niečoho pre druhých) alebo skôr egoistická (sklon k robeniu niečoho pre seba) viedla v osemdesiatych rokoch dvadsiateho storočia k vytvoreniu tzv. dvojfaktorového modelu, ktorý popísal Smith (1981, in Mlčák,

2013). Tento model bol neskôr rozšírený Fritchom o jeden faktor navyše, a to konkrétne sociálny záväzok (1987 in Mlčák, 2013).

Prístupov, podľa čoho sa dá rozdeliť motivácia dobrovoľníkov som našla v literatúre veľké množstvo, uvediem však ešte jeden, ktorý ma z nich zaujal najviac. Vytvorili ho Esmond a Dunlop a inšpirovali sa funkcionálnym prístupom. Ide o 10 kategórií nasledujúcich motívov:

1. **Hodnoty** – dobrovoľník na základe svojho vlastného vnútorného presvedčenia chce pomáhať druhým
2. **Receiprocita** – pomáhanie druhým sa mu vráti
3. **Ocenenie** – druhí ľudia oceňujú jeho schopnosti
4. **Porozumenie** – dozvedá sa veľa nových vecí o svete, ktoré by inak nevedel
5. **Sebaúcta** – vďaka aktivitám, ktoré robí, si zvyšuje pocit vlastnej hodnoty
6. **Reaktivita** – snaha riešiť svoje minulé alebo súčasné problémy
7. **Sociálna funkcia** – snaha o prispôsobenie sa vplyvom dôležitých osôb v jeho živote
8. **Protektívna funkcia** – snaha o redukciu negatívnych pocitov o sebe samom a vysporiadanie sa s vlastnými osobnými problémami
9. **Sociálna interakcia** – snaha budovať si sociálnu sieť a tešiť sa z kontaktu s druhými ľuďmi
10. **Kariérny vývoj** – snaha o získanie kontaktov, prípadne skúseností, ktoré môžu byť výhodné pre získanie pracovného miesta (2004, in Mlčák, 2013)

Veľmi dôležitá je nielen motivácia, ale i zotrvanie dobrovoľníkov. Dobrovoľníkov Ilsley rozdeľuje tiež na skúsených a neskúsených. Neskúsení sú tí, ktorí zotrvali v organizácii menej ako 6 mesiacov. Práve týmto nerobí problém vyjadriť svoju motiváciu, prečo to robili alebo robia. Ich dôvody sú učenie sa novým veciam, nadobudnutie nových skúseností a spoznanie nových ľudí. Títo dobrovoľníci vedia, čo očakávajú, a keď to nedostanú, idú inam. Oproti tomu skúsení dobrovoľníci vlastne ani nevedia poriadne vysvetliť prečo robia to, čo robia. Ilsley oslovil niekoľkých dobrovoľníkov, ktorí sa venujú tejto činnosti viac ako 10 rokov, a ich odpovede boli nasledovné: „Som tu už tak dlho, že si nemôžem spomenúť prečo tu vlastne zostávam.“, iný konštatuje: „Viem, prečo to robím, ale neviem to vysvetliť. Mám tu priateľov a som súčasťou toho všetkého.“ Posledná dobrovoľníčka to vystihla asi najlepšie: „Robím to, pretože musím. Je to súčasťou toho, kto som“ (Ilsley, 1990). Podľa môjho názoru títo ľudia našli v dobrovoľníctve niečo oveľa viac než očakávali. Určite nezačali dobrovoľnú činnosť s tým, že tam zotrávajú desiatky rokov. Jednoducho ich to uchvátilo, či už ľudia tam, alebo pocit uspokojenia z nezištnosti natoľko, že už organizáciu nechcú opustiť.

Rôzni teoretici v tejto súvislosti vypracovali tri základné modely motivácie dlhodobého dobrovoľníka, a to procesualný model dobrovoľníctva, model rolovej identity a konceptuálny model príčin dlhodobého dobrovoľníctva.

Prvý model predstavili A. M. Omoto a M. Snyder. Tento model je založený na tom, že motívy dobrovoľníctva sú dynamické, je rozdiel medzi motívmi, s ktorými vstupuje do dobrovoľnej sféry nováčik a tými, ktoré sú dôležité neskôr (1995, in Mlčák, 2013).

Model rolovej identity vypracoval J. Piliavin a zakladá sa na tom, že sebaopínanie človeka je komplexom viacerých identít, ktoré vychádzajú zo sociálnych rolí. Podstatou je to, že danému jedincovi záleží na tom, čo si o ňom myslia druhí, akú sociálnu rolu mu priradujú. Čím viac ľudí spojujú jedinca s určitou sociálnou rolou, tým viac vstupuje táto rola do jeho sebaopímania. Neustále posilňovanie rolovej identity vyúsťuje k udržiavaniu jeho dobrovoľnej aktivity (2000, in Mlčák, 2013).

Konceptuálny model je návrhom Pennera, ktorý sa snaží o spojenie prvého a druhého modelu uvedených vyššie. Model vychádza z toho, že dobrovoľníctvo ovplyvňuje interakcia dispozičných a organizačných parametrov. Medzi dispozičné parametre patria osobnostné rysy, hodnoty, postoje a motívy. Tieto parametre ovplyvňujú skôr motiváciu stať sa dobrovoľníkom, nie motiváciu k zotrvaní. To ovplyvňujú skôr organizačné aspekty. Behom aktivít, ktoré vykonáva a osobne sa s nimi stotožňuje, si získava určitú sociálnu rolu. Akceptácia svojej vlastnej role sa tak stáva základom pre dlhodobé dobrovoľníctvo (2002, in Mlčák 2013).

Ohľadom tejto témy ma zaujal i výskum Brezina a Bencovej v knihe Mareka Blatného, v ktorom skúmajú kultúrne rozdiely v motivácií dobrovoľníkov. „Cieľom empirického výskumu bolo analyzovať súvislosti medzi motiváciou k medzinárodnému dobrovoľníctvu a kultúrnymi charakteristikami piatich národných kultúr - Slovenska, Francúzska, Španielska, Švédska a Turecka.“ (Blatný, 2014, s. 48) Vo výskume vychádzame z charakteristík jednej z kultúrnych dimenzií podľa Hofstedeho - maskulinita vs. femininita (2007, in Blatný 2014). Hofstede tvrdí, že maskulinita predstavuje prevahu mužských črtov v spoločnosti, t.j. pribojnosť, súťaživosť, dravosť. Naopak feministickými znakmi sú starostlivosť, skromnosť a zdržanlivosť (Hofstede, 2001). „Maskulínne orientované kultúry vychovávajú predovšetkým ľudí asertívnych, rozhodných a ambiciózných. Maskulinita je spájaná s pojmom posilňovanie ega. Femininita je charakterizovaná iracionalitou, zraniteľnosťou, senzitivitou a submisivitou. Feminínny človek je typický skôr sociálnym cítením v zmysle orientácie na vzťahy a záujmu o pomoc druhým. Pri aplikácii na otázky motivácie je to túžba byť najlepší (maskulinita), alebo páči sa mu, čo robí (femininita) (2007 in Blatný, 2014).

Pre účely výskumu vybrali Brezina a Bencová nasledujúce 3 motívy ku dobrovoľníctvu – motivačný faktor hodnôt, kariérneho rastu a sebaocenenia. „Predpokladali sme, že existuje pozitívny vzťah medzi maskulinitou a motiváciou orientovanou na ambície a posilnenie ega a femininitou a motiváciou orientovanou na pomoc a starostlivosť o druhých.“ Brezina a Bencová skúmali motivačné listy 132 dobrovoľníkov z jednotlivých krajín v rokoch 2011-2012. O tieto listy boli dobrovoľníci požiadaní až po prijatí na konkrétny projekt. Dobrovoľníci sa zúčastnili 9-12 mesačného projektu „Európska dobrovoľná služba“. Podmienkou bolo, aby mali účastníci dokončené stredoškolské vzdelanie v danej krajine. Schwart považuje

je práve vzdelávacie inštitúcie za najdôležitejšieho prenoscú kultúrnych hodnôt (1994, in Blatný, 2014). Listy boli posudzované šiestimi nezávislými hodnotiteľmi (Blatný, 2014).

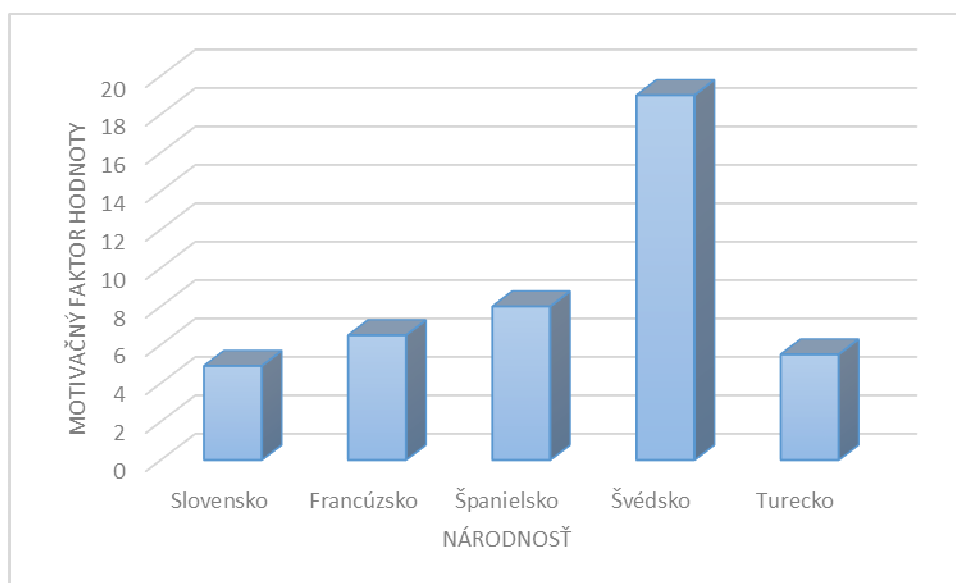
Nasledujúca tabuľka zobrazuje indexy jednotlivých krajín na dimenzií maskulinita vs. femininita. Slovensko so skóre 110 je charakterizovaná ako vysoko maskulínna spoločnosť. Naopak, Švédsko je spoločnosť vysoko feminitívna. Ostatné uvedené krajiny sa nachádzajú niekde v strede, bližšie k femininite.

Tab. 2: Maskulinita vs. femininita

Národná kultúra	Slovensko	Francúzsko	Španielsko	Švédsko	Turecko
Index	110	43	42	5	45

Zdroj: Hofstede, 2007

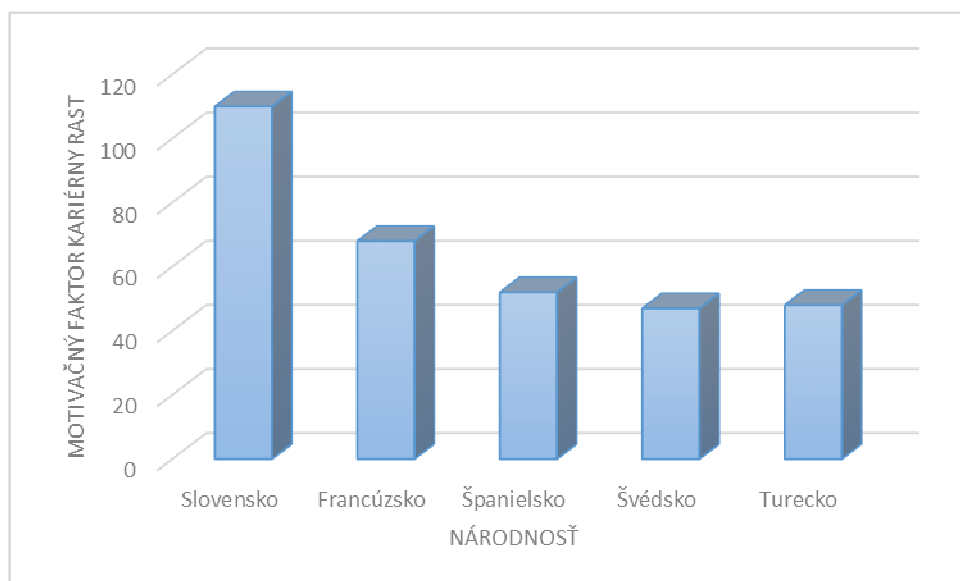
Nasledujúci graf zobrazuje výsledky prieskumu a reflektuje závislosť femininity a motivačného faktoru hodnoty. Je zrejme, že tu existuje istá súvislosť.



Obr. 3: Fimininita vs. hodnoty

Zdroj: Blatný, 2014

Z druhého grafu vyplýva, že maskulinita má súvis s motivačným faktorom kariérny rast.



Obr. 4: Maskulinita vs. kariérny rast

Zdroj: Blatný, 2014

„Zistenia ukazujú, že existujú rozdiely v motivácii dobrovoľníkov medzi jednotlivými krajinami, ktoré predstavujú rôzne kultúrne hodnoty. Ukázali sa značné rozdiely v motiváciách k dobrovoľníctvu v súvislosti s pozíciou kultúry na dimenzii maskulinita vs. femininita.“ (2007, in Blatný 2014 s. 51)

Pre porovnanie som našla i index Českej Republiky: 57 (Hofstede, 2010). Tento index je hlboko pod indexom Slovenskej Republiky. Vyplýva z toho, že medzi Českom a Slovenskom sú v tejto oblasti neopomenuteľné rozdiely a Česi by mali mať k dobrovoľníctvu bližšie ako Slováci.

3.4 Charakteristika AIESECu

V praktickej časti mojej práce sa budem zaoberať dobrovoľníckymi stážami v organizácií AIESEC, preto chcem venovať jednu kapitolu v tomto literárnom prehľade práve AIESECu, kde vysvetlím čo vlastne AIESEC je, na akom princípe táto organizácia funguje a rozoberiem stáže, ktoré AIESEC sprostredkováva.

3.4.1 Poslanie a história

Na oficiálnej stránke organizácie sa môžeme dozvedieť, že AIESEC je globálna platforma pre mladých ľudí, ktorá im umožňuje preskúmať a rozvíjať ich vodcovský potenciál. Ide o nepolitickú, nezávislú, neziskovú organizáciu, ktorú spravujú študenti a čerství absolventi vysokých škôl. Jeho členovia sa zaujímajú o svetové problémy, vedenie ľudí a management. AIESEC nediskriminuje ľudí po žiadnej stránke, či už podľa etnického pôvodu, pohlavia, sexuálnej orientácie, náboženstva alebo národného pôvodu (AIESEC, 2016 a).

AIESEC vznikol v roku 1948 v 7 krajinách Európy. Jeho zakladateľom je Jean Choplin z Francúzska, Bengt Sjostrand zo Švédska, a Dr. Albert Kaltenthaler z Nemecka. Dnes je AIESEC aktívny v 126 krajinách a teritóriách. Od svojho založenia v roku 1948 sa do činnosti AIESECu zapojilo viac ako jeden milión mladých ľudí, ktorí angažovaním sa v tejto organizácii rozvíjajú svoje schopnosti. Vplyv organizácie AIESEC môže byť viditeľný napríklad prostredníctvom absolventov, ktorí teraz zastupujú podnikateľov, mimovládne organizácie i svetových lídrov, vrátane jedného držiteľa Nobelovej ceny za mier – Marttiho Ahtisaariho. V Českej Republike má AIESEC 11 pobočiek – 3 v Prahe, v Brne, v Českých Budejoviciach, v Hradci Královom, v Karvinej, v Olomouci, v Ostrave, v Plzni a v Zlíne (AIESEC, 2016 b).

AIESEC bola pôvodne skratka pochádzajúca z francúzskeho jazyka - Association Internationale des Étudiants en Sciences Économiques et Commerciales, čo znamená Medzinárodná asociácia študentov ekonomických a obchodných odborov. V súčasnosti sa už nepoužíva ako skratka, ale ako názov organizácie. AIESEC je celosvetová sieť mladých ľudí mladších ako 30 rokov, ktorí sa usilujú o vzájomné zlepšenie vzťahov komunit. Týmto spôsobom existuje organizácia už viac ako 65 rokov. Globálne vedenie je volené členmi jedenkrát ročne (AIESEC, 2016 b). Po právnej stránke je AIESEC spolok (justice, 2016).

3.4.2 Fungovanie

Do fungovania AIESECu sa môžu zapojiť študenti a čerství absolventi alebo firmy. Študenti majú dve šance ako sa stať súčasťou AIESECu. Buď sa môžu stať členmi alebo AIESEC využiť na sprostredkovanie stáže. Členstvo v AIESECu je určené pre mladých ľudí, ktorí hľadajú rôzne príležitosti pre svoj rozvoj. Ako člen má študent možnosť podieľať sa na rôznych projektoch s pozitívnym dopadom na spoločnosť, rozvíjať svoje schopnosti a sám sa spoznávať, pracovať v tíme s ďalšími mladými ľuďmi a vyskúšať si novú rolu a prostredie. Funkcie, ktoré môže študent zastávať sú nasledujúce: Projekták, Marketák/Eventák, Businessák, Exchangák, Talenták a Finančák. Projektáci realizujú dobrovoľnícke projekty, ktorú podporujú multi-kultúrne porozumenie, dávajú študentom a žiakom na českých školách príležitosť zoznámiť sa s ľuďmi z celého sveta a naučiť sa niečo nové. Ich hlavným cieľom je úspešná realizácia projektu. Starajú sa o predaj projektu školám, majú na starosti pohovory so zahraničnými účastníkmi, samotný priebeh a prípadný krízový management v rámci realizácie. Marketáci majú na starosti stratégiu promo kampaní, starajú sa o správu a obsah na sociálnych médiách. Ich cieľom je získať čo najvyšší počet prihlášok na zahraničné stáže či iné produkty. Eventák organizuje rôzne promo akcie a eventy a zároveň sa stará o dobré PR organizácie. Businessák má na starosti komunikáciu s firmami. Hlavným cieľom je umiestnenie zahraničných štážistov v českých firmách v rámci pracovných stáží Global Talent, o ktorých sa zmienim neskôr. Jeho náplň práce spočíva v stretnutiach s manažérmi, ktorým prezentuje možnosť mať u nich vo firme zahraničného štážistu. Potom, čo úspešne naviaže spoluprácu je jeho úlohou nájsť v databáze vhodného kandidáta, absolvovať s ním pohovor a postarať sa o jeho príchod do zeme. Exchangák je realizátor zahraničných stáží. Poskytuje potrebné informácie, pomáha s výberom konkrétnej

stáže a počas celej stáže zostáva s účastníkom v kontakte. Talenták sa stará o ľudské zdroje zdroje vo vnútri pobočky. Stará sa o ich vzdelanie, poriada pravidelné meetingy alebo teambuildingové akcie. Má na starosti členskú základňu pobočky. Finančák má na starosti všetko účtovníctvo, vytvára rozpočty pre jednotlivé akcie, eventy a konferencie. Taktiež sa zaoberá hľadaním sponzorov a vybavovaniu grantov. Výberový proces na tieto pozície sa skladá z piatich častí: prihláška do databázy, informačná schôdzka, Assessment centrum, pohovor a vzdelávacia konferencia (AIESEC, 2016 c).

Okrem stáží ponúka AIESEC možnosť zúčastniť sa i podujatia Career days, ktorý sa koná každoročne v Prahe. Ide o dvojdňovú akciu, kde majú mladí ľudia možnosť spoznať svojho potencionálneho zamestnávateľa. Celé podujatie je riešené formou interaktívneho programu. – panelové diskusie, stretnutia s firmami, tréningy a prípadové štúdie. Taktiež AIESEC realizuje viacero projektov pre študentov stredných škôl, ako napríklad projekt Level UP, ktorého cieľom je rozvíjať schopnosti, akými sú komunikácia, time management, tímová spolupráca a kritické myslenie. Celý projekt prebieha v anglickom jazyku. AIESEC organizuje i jazykové kurzy so zahraničnými stážistami, či projekt EDISON, ktorý spočíva v tom, že 8 zahraničných stážistov vyučuje jeden týždeň na materskej, základnej alebo strednej škole. Prezentuje svoju krajinu, ekonomickú, kultúrnu a politickú situáciu. Prídružený projekt k programu EDISON je nazývaný BeHost, vďaka ktorému sa môžu žiaci alebo študenti stať hosťiteľom a ubytovať tak u seba doma stážistu (AIESEC, 2016 d).

3.4.3 Zahraničné stáže

Ďalej by som chcela vysvetliť, ako to funguje v AIESECu so zahraničnými stážami. Študent si môže vybrať zpomedi profesijných a dobrovoľníckych stáží.

Profesijné stáže, nazývajúce sa aj Global Talent, sú profesijné stáže v medzinárodnom prostredí v malých a stredne veľkých firmách, multinárodných korporáciách alebo neziskových organizáciách. Sú to pracovné platené stáže pre študentov alebo absolventov v zahraničí. Stáže Global Talent sú na niektorých univerzitách podporované programom Erasmus+ a je možné na ne získať štipendium. Podmienky sú vek medzi 18 až 30 rokov, angličtina minimálne na úrovni B2 (skôr C1) a bakalársky titul (v odboroch Marketing, IT a Teaching to vyžadované nie je), absolvovanie prípravného a rozvojového seminára a platný cestovný pas. Dĺžka stáže je 3 až 18 mesiacov. Platové ohodnotenie závisí na danej stáži. Registrácia do databázy stáží je zdarma u účastníka si môže hľadať stáž podľa svojich preferencií. Po potvrdení stáže a prijatí na stáž zo strany firmy je účastník povinný zaplatiť poplatok 8990 českých korún. Účastník si hradí víza, cestovné náklady do/zo zeme stáže a prípadné náklady spojené s cestovaním. Proces výberu stáže má nasledujúce kroky: registrácia, informačná schôdzka, hľadanie stáže, potvrdenie stáže a platba, prípravný seminár, stáž a reintegračný seminár. Ponuka krajín, kam môže záujemca vycestovať sa priebežne mení, avšak zahŕňa krajiny z celého sveta.

Stáže, ktorými sa budem v mojej práci zaoberať sú stáže dobrovoľnícke, nazývané aj Global Volunteer. Tieto stáže spájajú tri základné hodnoty – potreba osob-

ného rozvoja, možnosť spoznať rozdielnosť cudzích kultúr a šancu pomôcť spoločnosti danej zeme. Práca v zahraničí spočíva v účasti na projektoch, ktoré organizujú zahraničné pobočky AIESEC a sú zamerané na riešenie spoločenských problémov. Najčastejšou náplňou práce je výuka jazykov a prezentovanie vlastnej kultury, príprava mladých ľudí na ich budúcnosť rozvíjaním ich soft-skills a ďalších schopností. Práca sa vykonáva na školách alebo v spolupráci s neziskovými organizáciami. Väčšina programov má dĺžku 6 až 8 týždňov. Časová náročnosť je aspoň 25 hodín týždenne. Znalosť angličtiny je požadovaná na rozdiel od profesijnej stáže minimálne na úrovni B1 a titul nie je vyžadovaný žiaden. Registrácia do databáz stáží je takisto ako pri profesijných stážach zdarma, ale za potvrdenie a prijatie na stáž (dobrovoľnícky projekt) musí účastník uhradiť poplatok 4990 českých korún. Táto suma je za služby zo strany organizácie, a to konkrétne za kultúrnu prípravu na život v zahraničí, užitočné vzdelanie pre vedenie ľudí, komunikáciu a prezentovanie a za seminár so zameraním na osobný rozvoj. Po registrácii do otvorenej databáze má účastník možnosť podávať prihlášky 6 mesiacov. Vyhľadávanie záleží na aktivite jedinca, trvá väčšinou 3 až 6 týždňov. Účastník si hradí víza, cestovné náklady do/zo zeme stáže a prípadné náklady spojené s cestovaním v danej zemi. Ubytovanie a stravu má vo väčšine prípadov zabezpečenú. Spôsob výberu stáže je taký istý ako pri stážach Global Talent, teraz si ho však môžeme vysvetliť podrobnejšie. Prvým krokom je registrácia, to znamená, že účastník sa zaregistruje do databáz stáží a okamžite si môže začať prehliadať zoznam všetkých dostupných stáží. Pobočka AIESECu, kde sa záujemca zaregistroval, ho behom dvoch dní pozve na informačnú schôdzku. Na tej bude budúci stážista v konfrontácii s pracovníkmi AIESECu, môže im bližšie povedať o svojich skúsenostiach a o aký typ stáže má záujem. Potom nasleduje hľadanie stáže. Ak v databázi nájde účastník stáž podľa jeho predstáv, zahlásí sa. V prípade, že bude spĺňať požiadavky zamestnávateľa, pozve si zamestnávateľ stážistu na online pohovor. Ak pri pohovore uspeje, pri podpise zmluvy sa, ako som už spomínala, platí poplatok 4 990 českých korún. Účastníci sa pravidelne zúčastňujú prípravného semináru, kde sa stretnú s ostatnými stážistami a získajú znalosti k tomu, ako zvládnuť dlhodobý pobyt v zahraničí po kultúrnej i právnej stránke. Potom nasleduje samotná stáž, ktorá je dlhá 6 až 8 týždňov. V priebehu celej stáže je so stážistom v kontakte člen AIESEC Česká republika a zároveň člen zahraničného AIESEC. Po návrate zo zahraničnej stáže sa stážisti zúčastňujú reintegračného seminára, kde hodnotia svoje skúsenosti zo stáže (NASTAZ, 2016 a).

3.4.4 Pobočka Brno

Brnenská pobočka vznikla v roku 1991 a momentálne má cez 70 členov, tým sa stáva druhou najväčšou pobočkou v Českej republike. Sídli pri Ekonomicko-správnej fakulte Masarykovej univerzity. AIESEC sa v posledných rokoch zameriava tiež na spoluprácu s organizáciami a inovatívnymi centrami, ktoré podporujú začínajúcich podnikateľov a start-upy. Z tejto aktívnej participácie tiež vznikla myšlienka usporiadať najväčšiu podnikateľskú konferenciu v Brne – Symposium.

Na jar 2015 sa uskutočnil už šiesty ročník, na ktorom sa zúčastnili rečníci z prostredia business a podnikania. Symposium je konferencia určená hlavne pre študentov a mladých podnikateľov, ktorí potrebujú načerpať informácie a impulz sa do podnikania pustiť (AIESEC, 2016 e).

4 Vlastná práca

Vo vlastnej práci som využívala kvalitatívny a kvantitatívny výskum. V rámci kvalitatívneho výskumu som zrealizovala celkovo 5 rozhovorov. 2 rozhovory boli s členmi AIESECu a 3 so zúčastnenými stážistami. V rámci výskumu kvantitatívneho som použila dotazníkové šetrenie. Zhotovila som 2 dotazníky, jeden určený pre 9 zúčastnených stážistov a druhý (s inými otázkami) zhotovený pre vybraných vysokoškolských študentov v Brne. Druhý dotazník mi zodpovedalo celkovo 218 respondentov. Výsledky prvého dotazníku boli použité k analýze súčasného stavu stáží a výsledky druhého dotazníku k zisteniu záujmu o stáže. Na základe všetkých týchto informácií som navrhla odporúčenie rozvoja zahraničných dobrovoľníckych stáží.

4.1 Kvalitatívny výskum

Ako som už spomínala viackrát, zrealizovala som celkovo 5 rozhovorov. Všetky boli pološtrukturované, a otázky, ktoré som pokladala boli priame i nepriame.

4.1.1 Koordinácia a financovanie zahraničných dobrovoľníckych stáží

Prvý rozhovor prebiehal dňa 10. 10. 2016. Koordinátorka dobrovoľníckych stáží, Tereza Čtvrtníková má 22 rokov a je študentkou 3. ročníka Masarykovej univerzity v Brne. Študuje na Ekonomicko – Správnej fakulte, odbor Podniková ekonomia a management. Popri štúdiu pôsobí v organizácii AIESEC. Práve Tereza je osobou, ktorá má na starosti potencionálnych stážistov, teda študentov, ktorí prejavili záujem a podali si prihlášku na dobrovoľnícku stáž v zahraničí. Na tejto pozícii je od apríla 2016.

Z analýzy výsledkov rozhovoru vyplynulo, že na dobrovoľnícke stáže sa každoročne prihlasuje okolo 50 študentov. Tí sú pozvaní na osobný pohovor s niektorým z členov AIESECu, kde AIESEC-ár zistí motiváciu študenta, prečo sa na stáž hlási, čo od stáže očakáva a v neposlednom rade ide i o preverenie jeho jazykových znalostí, keďže pohovor je v angličtine. Na dobrovoľnícku stáž je potrebné mať znalosť angličtiny na úrovni B1.

AIESEC sa v mladých ľuďoch snaží prostredníctvom stáží rozvíjať leadership. Každoročne organizuje rozhovory so zúčastnenými stážistami a snaží sa zhodnotiť, či sa im to podarilo. Cieľom týchto rozhovorov je taktiež naviesť otázkami stážistov nato, aby sa oni sami zamysleli nad tým, v čom sa zlepšili, čo im stáž dala do budúcnosti atď. Taktiež zisťujú, či mali na pobyte nejaké problémy, aby mohli potom skúsenosti predať budúcim záujemcom. Rozhovory po stáži sú povinné pre každého zúčastneného. Väčšina pobočiek v Česku má zavedenú 1000 korunovú zálohu, ktorá sa stážistom vráti po zúčastnení sa debriefingu. Brnenská pobočka však toto nepraktizuje. Brnenská pobočka AIESECu spolupracuje s nasledujúcimi fakultami:

Tab. 3: Fakulty, s ktorými AIESEC spolupracuje

Univerzita	Fakulta	Skratka
Masarykova univerzita v Brně	Ekonomicko – správní fakulta	MUNI - ESF
	Fakulta sociálních studií	MUNI - FSS
	Filozofická fakulta	MUNI - FF
	Pedagogická fakulta	MUNI - PF
	Fakulta informatiky	MUNI - FI
Mendelova univerzita v Brně	Provozně ekonomická fakulta	MENDELU - PEF
	Fakulta regionálního rozvoje a mezinárodních studií	MENDELU - FRRMS
Vysoké učení technické v Brně	Fakulta podnikatelská	VUT - PF
	Fakulta elektrotechniky a komunikačních technologií	VUT - FEKT

Zdroj: vlastné spracovanie

Partnerské krajiny, s ktorými AIESEC spolupracuje a odporučuje ich stážistom, sú zverejnené na webovom portáli AIESECu. Tieto vybrané krajiny sa promujú z toho dôvodu, že tam sú dobré projekty, zúčastňuje sa na nich veľa stážistov, čiže sú to stáže už dobre overené skúsenosťami. V databáze však nájdete rôzne krajiny. Môžete si vybrať akúkoľvek, avšak nie je zaručené, že táto stáž bude kvalitná, keďže s ňou ešte pobočka v Brne nemá žiadne skúsenosti. AIESEC sa snaží zameriavať na krajiny mimo Európy, pretože sú exotické, a atraktívne pre študentov z toho dôvodu, že do krajín Európy sa môžu ľahko dostať cez program ERASMUS+, avšak do krajín tretieho sveta to nie je také jednoduché. Napríklad najzaujímavejšou krajinou pre študentov z Brna je jednoznačne Indonézia, kde bolo toto leto až 13 študentov. Momentálne je v ponuke v internetovej databáze viac ako 3 000 dobrovoľníckych stáží.

Druhý rozhovor bol s Pavlínou Kašparovou, ktorá sa stará o financovanie AIESECu. Má 22 rokov, študuje na Mendelovej univerzite v Brne, na fakulte PEF a je, tak ako Tereza, v 7. semestri. Rozhovor sa uskutočnil 5. 12. 2016. Z analýzy tohto rozhovoru vyplynulo, že brnenská pobočka AIESECu sa snaží o fundraising, avšak zatiaľ je v tomto smere prispievateľom iba mesto Brno. Tieto financie používa AIESEC na zabezpečenie fungovania, ale hlavne na organizáciu projektu Symposium. Projekt Symposium je podnikateľská konferencia pre študentov a mladých podnikateľov. Financovanie dobrovoľníckych stáží zabezpečuje príjmacia inštitúcia v zahraničí. Väčšinou sa jedná o školy, ktoré zabezpečia stravu a ubytovanie zadarmo. Ubytovanie býva väčšinou na školských internátoch alebo v hosťiteľských rodinách, kde stážista žije v podstate zadarmo. Jediný zdroj, ktorý na financovanie stážistu využíva samotný AIESEC v Brne, je povinný príspevok 4990 Kč od každého stážistu. „Tento poplatok však nepokrýva len priame náklady spojené so stážou, ale aj nepriame, ktoré sa týkajú fungovania celej pobočky. Na

tom, aby človek mohol vycestovať sa podieľa niekoľko ľudí, ktorých AIESEC rozvíja, organizuje rôzne konferencie, aby členovia v sebe rozvíjali kvality leadershipu. Samotný nábor členov tiež nie je zdarma, pretože týchto ľudí treba najskôr na stáž nalákať. Takže reklama na Facebooku, letáčky...to tiež niečo stojí.“ Pavlína tiež poznamenala, že sú tu i rôzne národné fondy AIESEC ČR, do ktorých sa z každého účastníckeho poplatku niečo prispieva na rozvoj celej entity a jednotlivých oblastí.

4.1.2 Rozhovory so stážistami

So stážistami som zrealizovala celkovo 3 rozhovory - s Petrou (21 rokov), Michalom (24 rokov) a Jiřím (22 rokov). Tieto rozhovory prebiehali oddelene, a to konkrétne 20. 11. 2016, 27. 11. 2016 a 2. 12. 2016. Tieto rozhovory boli pološtruktúrované, mala som konkrétne otázky, ale dávala som stážistom i vlastný priestor. Cieľom týchto rozhovorov bolo do hĺbky zistiť ich skúsenosti so stážou a čo ich k stáži motivovalo. Všetci sú v 3. ročníku bakalárskeho štúdia a sú študentmi Mendelovej univerzity v Brne, dvaja z Provozně ekonomickej fakulty a jeden z fakulty FRRMS. Petra sa zúčastnila dobrovoľníckej stáže v Litve, Michal v Indonézii a Jiří v Taiwane. Z analýzy rozhovorov vyplýva, že u všetkých bola dodržaná doba stáže, teda 6 až 8 týždňov. Náplňou ich práce bolo učenie a prednášanie deťom v angličtine. Petra prednášala v prímestskom tábore, Michal na strednej škole a Jiří mal učiť na základnej škole. Nebolo to však len prednášanie, išlo o celkovú organizáciu detí, vymýšľanie programu a spoločných hier. Petra a Michal pracovali s mladými v tínedžerskom veku, Jiří bol na základnej škole. Petrina i Michalova náplň práce zodpovedala tomu, na čom boli s organizáciou AIESEC v zahraničí dohodnutí. Michal však ešte okrem učenia na škole robil i na jednom projekte, kde stážisti spolupracovali s vybranými podnikmi a zabezpečovali im marketing. Jiří však nemal to šťastie a jeho náplň práce nakoniec nebola to, čo očakával. Na základnej škole totiž deti ani učitelia vôbec nevedeli komunikovať v anglickom jazyku. Pridelenie stážistu na takúto školu považujem za dosť nerozvážne rozhodnutie.

Všetci stážisti mali stravu a ubytovanie zabezpečené zadarmo. Petra a Jiří bývali na internáte a Michal v hostiteľskej rodine. Všetci respondenti ubytovanie hodnotia kladne až nadštandardne a nemajú voči nemu žiadne výhrady.

Ďalšou otázkou bolo, čo im pobyt na stáži dal. Petra konštatuje: „Začala som si viac veriť. Videla som, že to, čo som na stáži robila, malo nejaký význam. Veľmi ma prekvapila spätná väzba na konci stáže, kedy som si povedala, že to všetko stálo zato. A v neposlednom rade mi to dalo nových kamarátov a spomienky na celý život.“ Michal tvrdí, že takisto ako Petra získal nové zážitky a kamarátov. Tiež sa naučil byť trpezlivý a hlavne ho to psychicky posilnilo, pretože život v Indonézii je veľmi náročný a hlavne úplne iný ako tu. „S inou kultúrou nemôžete bojovať. Musíte sa prispôbiť alebo odísť. Nejako sa naladiť na ten život, ktorí žijú oni alebo odísť, nič medzitým jednoducho neexistuje. Nejde tam jednoducho žiť tak, ako žijeme my v Európe, to by tam bol človek iba nešťastný.“ Jiří a Petra tiež majú pocit, že sa zlepšili vo svojich líderských schopnostiach. Jiří si myslí, že sa zlepšil

v neverbálnej komunikácii, keďže angličtina nebola silnou stránkou ľudí žijúcich v Taiwane. Takisto mu to dodalo odvalu a dôveru v samého seba. Všetci respondenti zhodne tvrdia, že ich AIESEC pripravil dostatočne.

Stážistov som sa pýtala i otázku, čo si myslia o tom, že mladí ľudia nemajú záujem o dobrovoľnícke stáže. Michal si myslí, že ľudia nemajú záujem o to cestovať do zahraničia, nemajú nato jednoducho „náтуру“. Druhým problémom tiež môže byť finančná stránka, myslia si, že to stojí veľmi veľa peňazí, čo v konečnom dôsledku vôbec nemusí byť pravda. Tretie problémové miesto vidí v tom, že mladí ľudia nevedia dobre jazyk, nie sú k tomu vedení. „Ľudia sú leniví, majú strach, nevedia reč, nechcú. Je to kombinácia všetkého.“ Jiří nerozumie tomu, prečo je o dobrovoľnícke stáže taký malý záujem. „Ved' teraz je zlatá éra dobrovoľníctva. Preplatia vám skoro všetko. Možno je problém v nedostatočnom povedomí ľudí.“ Petra si myslí, že o tieto stáže nemajú ľudia záujem jednoducho preto, lebo sú neplatené. Tiež tvrdí, že už nemá po stáži záujem pokračovať v angažovaní sa v dobrovoľníctve. Naopak Jiří s Michalom tento záujem stále majú. Jiřího celkovo zaujíma táto oblasť, pracuje aj pre ESC MENDELU. Michal tam pracuje tiež, avšak poznamenáva: „Dobrovoľnícke stáže sú pre mladých ľudí. Nedá sa to robiť večne, má to nejakú expiračnú dobu.“

Z analýzy rozhovorov vyplynulo, že každého viedla ku stáži iná motivácia. Každý mal samozrejme motivácií viacero, avšak tá, ktorá bola „hnacím motorom“ sa u každého líši. Petre išlo hlavne o nadobudnutie nových skúseností, ktoré by mohli rozviť jej schopnosti a neskôr tak uľahčiť hľadanie pracovného miesta. Tento motivačný faktor môžeme definovať ako kariérny rast. Michalovi išlo hlavne o dobrodružstvo v cudzej krajine, o spoznávanie nepoznaného ázijského sveta a kultúry, a na otázku, či jeho rozhodnutie vystihuje skôr motivácia kariérneho rastu alebo hodnôt odpovedal bez zaváhania – hodnoty. Jiří zmienil, že je určite fajn mať tento typ skúsenosti vo svojom životopise, jednoznačne to však nebolo dôvodom jeho odchodu na stáž. Rozhodne uňho prevláda motivačný faktor hodnôt – na základe svojho vlastného vnútorného presvedčenia chce pomáhať druhým.

Všetci zo stážistov už pred stážou mali nejakú skúsenosť so zahraničným pobytom. Michal i Petra boli na študijnom pobyte Erasmus +, Michal okrem toho žil jedno obdobie v Anglicku aj v USA. Jiří bol takisto viackrát pracovať v USA.

Všetci respondenti sa zhodli, že stáž predčila ich očakávania a hodnotia ju veľmi pozitívne.

Vyčíslenie nákladov na stáž (v Kč)

Tab. 4: Náklady na stáž

Respondent	Petra Fulová	Michal Honěk	Jiří Mouka
Miesto stáže	Kaunas, Litva	Bandar Lampung, Indonesia	Taiwan- Taipei, Tonglin, Taichung, Jufang, Taoyuan
Dĺžka stáže	6 týždňov	8 týždňov	7 týždňov
Administratívny poplatok	5000,-	5000,-	5000,-
Cesta na miesto stáže a naspäť	2000,-	16000,-	21000,-
Cestovné vrámci krajiny	1350,-	7000,-	2000,-
Víza	0	1000,-	0
Ubytovanie	0	0	0
Strava	2000,-	5000,-	0
Zábava	2500,-	4000,-	1000,-
Výlety	2000,-	100000,-	0
Drogéria	500,-	15000,-	0
Oblečenie	500,-	0	0
Spolu	15 850,- Kč	153 000,- Kč	29 000,- Kč

Zdroj: vlastné spracovanie

4.2 Kvantitatívny výskum

4.2.1 Dotazníkový prieskum zúčastnených stážistov

Vytvorila som dotazník určený pre stážistov, ktorí sa zúčastnili dobrovoľníckej stáže cez AIESEC. Tento dotazník som doručila koordinátorke týchto stážistov (v tlačenej podobe), aby ho dala stážistom vyplniť. Otázky boli zamerané na to, aký názor majú na súčasnú propagáciu AIESECu, odkiaľ sa o AIESECu dozvedeli a v neposlednom rade mi poskytli údaj, koľko ich celá stáž stála vlastných prostriedkov.

Z výsledkov vyplynulo, že respondenti boli vo veku 21 až 27 rokov. Štyria z nich majú ukončené gymnázium, jeden strednú odbornú školu, traja bakalára a jeden magistra. Väčšina z nich študuje na univerzite, kde už AIESEC propaguje dobrovoľnícku stáž, konkrétne 6 študentov. Navštevujú nasledujúce univerzity:

- MUNI – Fakulta sociálnych štúdií – Európske štúdiá, Medzinárodné vzťahy
- MENDELU – PEF – Manažersko – ekonomický odbor, FRRMS – Regionálny rozvoj

Traja študenti študujú na fakultách, s ktorými zatiaľ AIESEC nespolupracuje. Sú nimi:

- MENDELU – Agronomická fakulta
- MUNI – Lekárska fakulta
- VUT – Fakulta stavebná

Väčšina (5) respondentov uviedla, že sa o AIESECu dozvedeli od kamarátov. Iba dvaja respondenti uviedli, že sa o AIESECu dozvedeli zo školy, a to študenti PEF a FRRMS. Študentka FRRMS však uviedla, že má tieto informácie ešte zo strednej školy. Študentka stavebnej fakulty čerpala informácie z facebookovej stránky, takisto i študent právnickej fakulty a fakulty sociálnych štúdií. Ďalšou otázkou bolo, či AIESEC dostatočne propaguje svoje stáže. 5 respondentov odpovedalo áno. Jeden sa nevedel vyjadriť, ďalší uviedol, že by AIESEC mohlo propracovať aj viac. Jeden respondent uviedol, že áno, ale vidí nevyužitý potenciál na univerzitnej pôde a na stredných školách. Iba jeden respondent si myslí, že AIESEC nemá dostatočnú propagáciu. Respondentov najviac oslovila dobrovoľnícka stáž, keď o nej počuli od už zúčastnených stážistov. Uviedlo to až 6 respondentov. Z toho vyplýva, že AIESEC by i naďalej mal organizovať tieto „storytelling“. Traja stážisti okrem toho uviedli i Facebook. Okrem dobrovoľníckej stáže respondenti uvažovali i nad pobytom cez Erasmus+, cez organizáciu Brontosauři v Himálajách, Workaway, Worldfackees a Seeds. Respondentov som sa tiež pýtala na motiváciu, ktorá ich viedla ku dobrovoľníckej stáži. Inšpirovala som sa rebríčkcom motívov, ktoré vytvorili Esmond a Dunlop. Tieto motívy som už uviedla v literárnom prehľade, ale pre rekapituláciu ich zopakujem:

1. **Hodnoty** – dobrovoľník na základe svojho vlastného vnútorného presvedčenia chce pomáhať druhým
2. **Receiprocita** – pomáhanie druhým sa mu vráti
3. **Ocenenie** – druhí ľudia oceňujú jeho schopnosti
4. **Porozumenie** – dozvedá sa veľa nových vecí o svete, ktoré by inak nevedel
5. **Sebaúcta** – vďaka aktivitám, ktoré robí, si zvyšuje pocit vlastnej hodnoty
6. **Reaktivita** – snaha riešiť svoje minulé alebo súčasné problémy
7. **Sociálna funkcia** – snaha o prispôsobenie sa vplyvom dôležitých osôb v jeho živote
8. **Protektívna funkcia** – snaha o redukciu negatívnych pocitov o sebe samom a vysporiadanie sa s vlastnými osobnými problémami
9. **Sociálna interakcia** – snaha budovať si sociálnu sieť a tešiť sa z kontaktu s druhými ľuďmi
10. **Kariérny vývoj** – snaha o získanie kontaktov, prípadne skúseností, ktoré môžu byť výhodné pre získanie pracovného miesta (2004, in Mlčák, 2013)

V nasledujúcom grafe môžeme vidieť odpovede respondentov:



Obr. 5: Motivácia stážistov

Zdroj: vlastné spracovanie

S prvým motívom súhlasia šiesti stážisti, s druhým motívom súhlasia dvaja stážisti, s tretím motívom nesúhlasí nikto. Najviac z opýtaných stážistov – všetci okrem jedného, čiže 8 súhlasia so štvrtým bodom. Šesť stážistov sa stotožňuje s piatym bodom. So šiestym bodom súhlasia dvaja stážisti, so siedmym jeden, s ôsmym nikto, s deviatym 5 a s desiatym bodom siedmi stážisti.

V literárnom prehľade som tiež spomínala, že Ilsley rozdeľuje dobrovoľníkov na skúsených a neskúsených. Tí neskúsení sa venujú dobrovoľníctvu menej ako 6 mesiacov (takisto ako moji respondenti) a ich motiváciou je učenie sa novým veciam, nadobudnutie nových skúseností a spoznanie nových ľudí. Tento výrok som predložila deviatim respondentom zúčastneným 6-8 týždňovej dobrovoľníckej stáže a pýtala sa na ich názor. Všetci bez váhania súhlasili.

Ďalšou otázkou boli financie použité na stáž. Náklady, ktoré respondenti na stáž vynaložili (nezahrňajú poplatok AIESECu a cestu tam a späť) sa pohybujú medzi 8 000 Kč a 35 000 Kč, a to konkrétne: 25 000, 10 000, 8000, 30 000, 27 000, 15 000, 30 000, 12 000 a 35 000 Kč. Výška nákladov sa samozrejme odvíja od toho, v ktorej krajine boli.

4.2.2 Dotazníkový prieskum vysokoškolských študentov v Brne

Dotazník som zhotovila taktiež pre študentov vysokých škôl v Brne. Tento dotazník bol zverejnený na sociálnej sieti dňa 3. 11. 2016 a to po dobu jedného mesiaca. Najväčšiu frekvenciu odpovedí som zaznamenala prvých 5 dní. Väčšina otázok bola nepovinná, aby som vo vyplňovaní neodradila potencionálnych respondentov. Väčšinou však boli vyplnené všetky otázky, chýbala maximálne jedna. Dotazník obsahoval uzavreté otázky i otázky s možnosťou vpísania. Celkovo dotazník zodpovedalo 218 respondentov, avšak nie všetci sa vyjadrili ku každej otázke.

Dotazník bol zameraný na študentov vysokých škôl v Brne, konkrétne fakúlt, s ktorými AIESEC zatiaľ nemá nadviazanú spoluprácu. Vybrala som si nasledujúce fakulty:

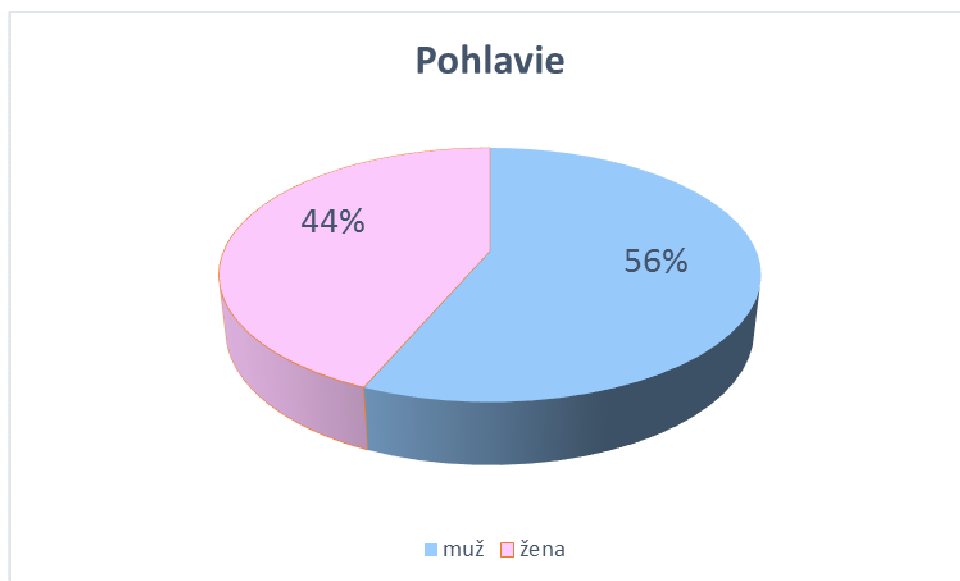
Tab.5 : Fakulty, s ktorými AIESEC zatiaľ nespôlpracuje

Univerzita	Fakulta	Skratka
Masarykova univerzita v Brně	Lekárska fakulta	LF
Vysoké učení technické v Brně	Fakulta informačních technologií	FIT
	Fakulta strojního inženýrství	FSI
	Stavební fakulta	FAST
Akademie Sting		AS

Zdroj: vlastné spracovanie

Prvými otázkami bolo pohlavie, vek, ročník štúdia a navštevovaná škola. Pomocou týchto otázok som respondentov identifikovala.

1. Pohlavie respondentov

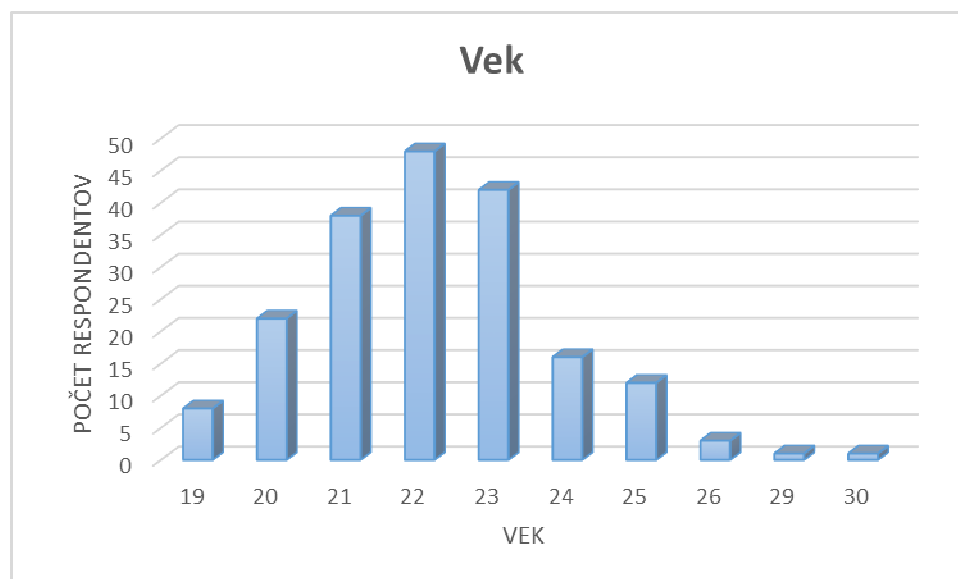


Obr. 6: Pohlavie

Zdroj: vlastné spracovanie

Otázku pohlavia zodpovedali všetci. Ako môžeme vidieť z grafu, 56 percentné zastúpenie majú muži a 44 percentné ženy, čo je pomerne vyrovnané skóre.

2. Vek respondentov

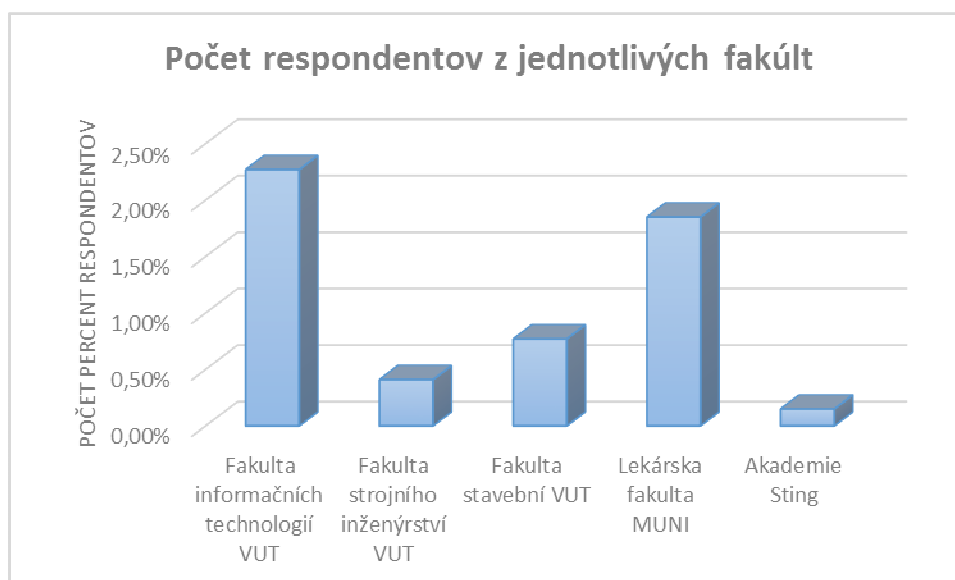


Obr.7: Vek

Zdroj: vlastné spracovanie

Táto otázka bola vpisovacia a nepovinná. 27 respondentov sa k otázke nevyjadriilo. Vekové rozpätie je medzi 19tym a 30tym rokom života. Najviac respondentov je vo veku 21 až 23 rokov. 21 rokov uviedlo 38 respondentov, 22 rokov 48 respondentov a 23 rokov 42 respondentov.

3. Navštevovaná fakulta

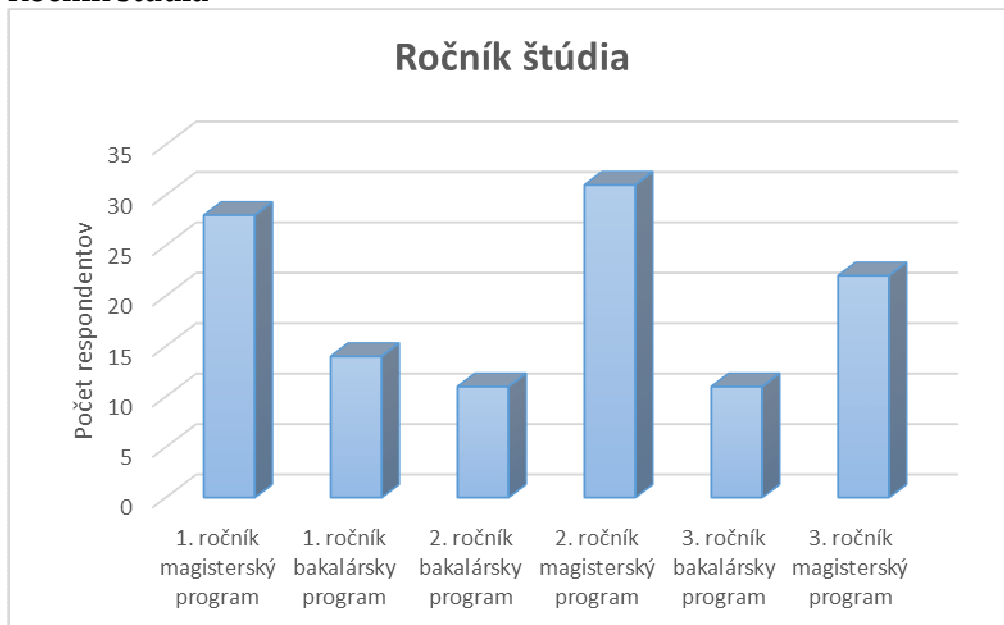


Obr. 8: Navštevovaná fakulta

Zdroj: vlastné spracovanie

Táto otázka bola vyberacia s možnosťou jednej voľby. K otázke sa vyjadrili všetci respondenti. Percentuálne vyjadrenie počtu respondentov som vypočítala pomocou zisteného počtu študentov jednotlivých fakúlt, ktoré sú k dispozícii v ich výročných správach. Najviac respondentov je z Lekárskej fakulty (88), avšak v percentuálnom vyjadrení ku celkovému počtu študentov jednotlivých fakúlt som najviac odpovedí získala od študentov FIT MUNI – 2,27 %. Nasleduje LF MUNI s 1,85 %, FAST s 0,77 %, FSI VUT s 0,41 % a na poslednom mieste skončila Akadémie Sting s 0,15 %.

4. Ročník štúdia



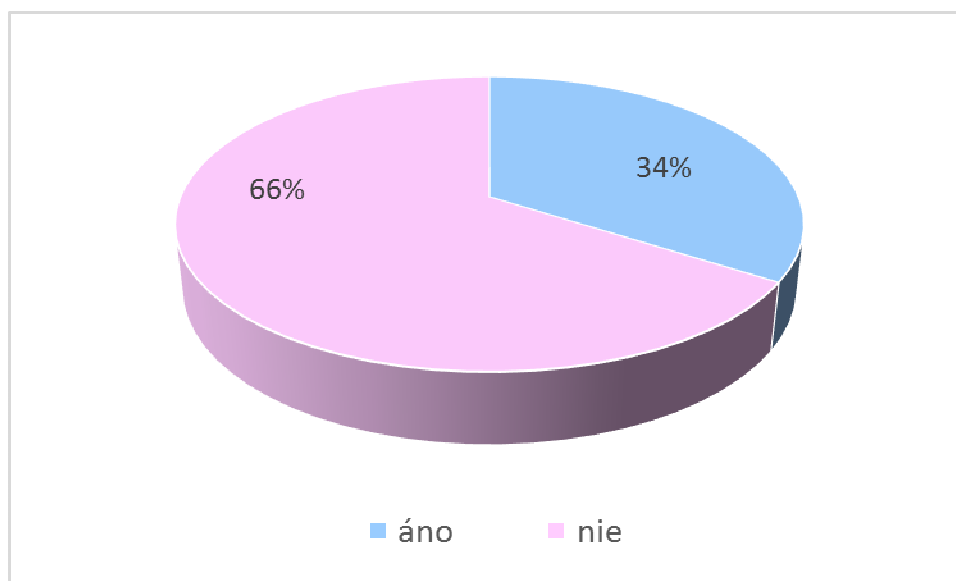
Obr.9: Ročník štúdia

Zdroj: vlastné spracovanie

Ďalšou otázkou som zisťovala ročník štúdia, v ktorom momentálne respondenti sú. Otázka bola vyberacia s možnosťou jednej voľby. K tejto otázke sa nevyjadrilo 5 respondentov.

Ako je možné vidieť z grafu, väčšina respondentov študuje naväzujúci magisterský program. Veľké zastúpenie má 3. ročník magisterského štúdia, čo je spôsobené tým, že štúdium na Lekárskej a Stavebnej fakulte trvá 6 rokov.

5. Poznajú respondenti organizáciu AIESEC?



Obr. 10: Povedomie o organizácii AIESEC
Zdroj: vlastné spracovanie

Len 34 % respondentov sa vyjadrilo, že pozná organizáciu AIESEC. To je pravdepodobne zapríčinené tým, že AIESEC u nich na fakulte nepropaguje svoju činnosť. Vytvorila som i tabuľku povedomia o organizácii AIESEC na jednotlivých fakultách.

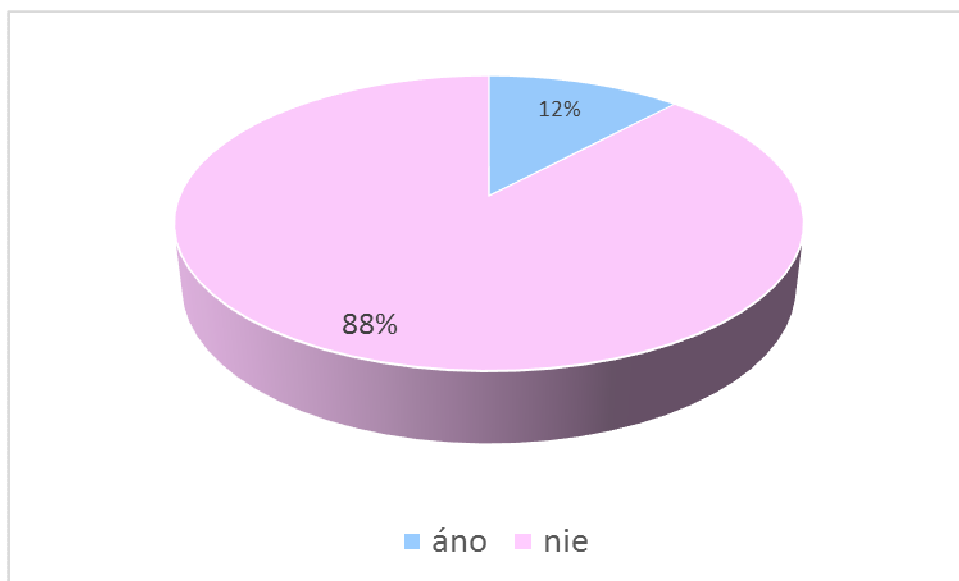
Tab.6 : Povedomie o organizácii AIESEC

Fakulta	Poznajú organizáciu AIESEC	Nepoznajú organizáciu AIESEC
Lekárska fakulta	41 %	59 %
Fakulta strojného inžénrství	32 %	68 %
Stavební fakulta	29 %	71 %
Fakulta informačných technológií	27 %	73 %
Akademie Sting	0	100 %

Zdroj: vlastné spracovanie

Z tabuľky vyplýva, že najväčší počet respondentov, ktorí poznajú organizáciu AIESEC, navštevujú LF. Nasledujú respondenti z FSI, FAST a FIT. Ani jeden respondent z Akadémie Sting AIESEC nepozná. To môže byť zapríčinené malým počtom respondentov z tejto univerzity (10).

6. Poznajú respondenti dobrovoľnícke stáže, ktoré AIESEC organizuje?



Obr. 11: Povedomie o dobrovoľníckych stážach pre AIESEC

Zdroj: vlastné spracovanie

Len 12 % respondentov vysokých škôl v Brne tvrdí, že pozná dobrovoľnícke stáže, čo je veľmi malé číslo. Opäť som vytvorila tabuľku pre lepšie vykreslenie jednotlivých fakúlt.

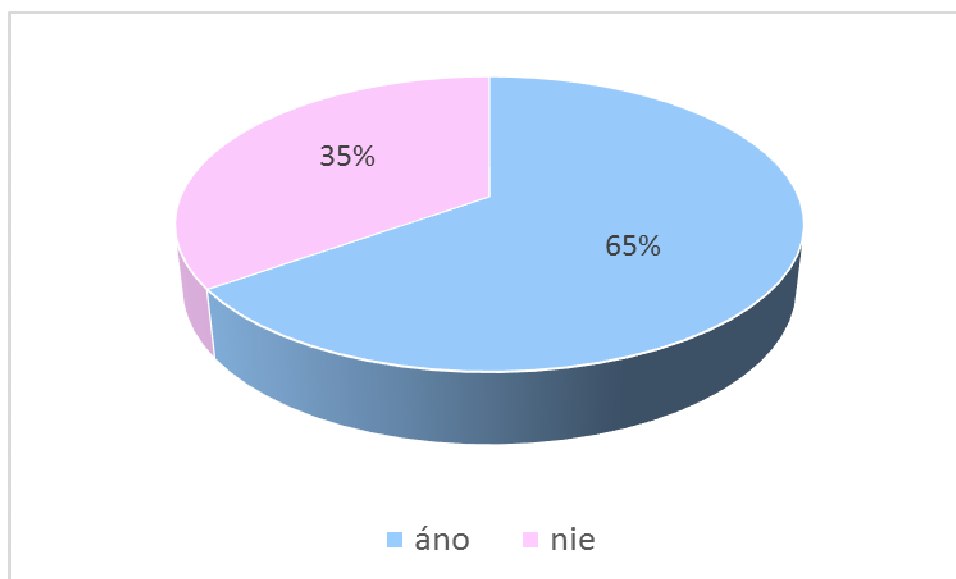
Tab.7: Povedomie o dobrovoľníckych stážach pre AIESEC

Fakulta	Poznajú dobrovoľnícke stáže	Nepoznajú dobrovoľnícke stáže
Fakulta strojného inžénýrství	18 %	82 %
Lekárska fakulta	14 %	86 %
Stavební fakulta	11 %	89 %
Fakulta informačných technológií	6 %	94 %
Akademie Sting	0	100 %

Zdroj: vlastné spracovanie

Najviac respondentov, ktorí poznajú dobrovoľnícke stáže, sú študentmi FSI (18 %). Nasledujú respondenti z LF so 14 %, respondenti z FAST, potom z FIT a opäť najnižšie skóre dosiahla Akademie Sting (0).

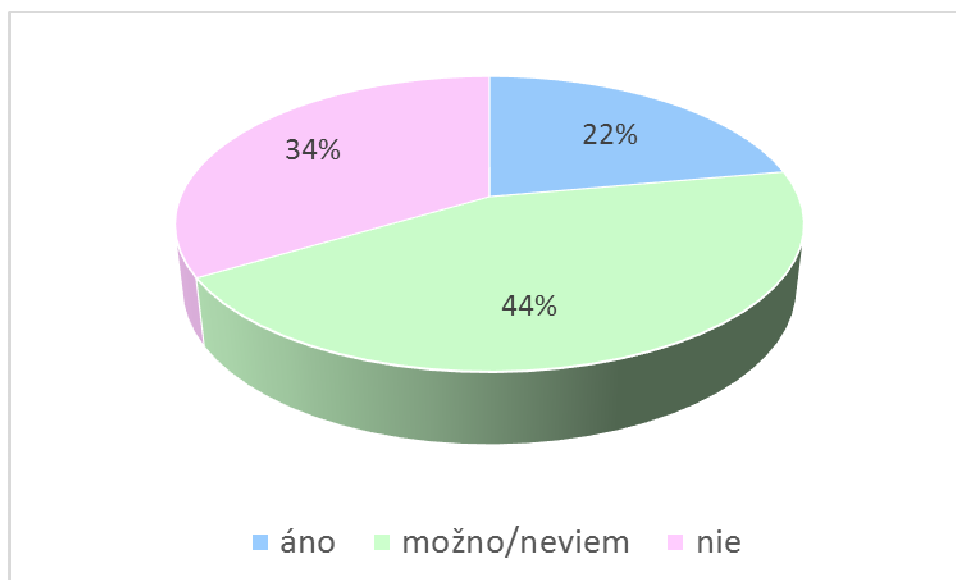
7. Pomáhajú respondenti radi ľuďom nezištne?



Obr. 12: Nezištné pomáhanie
Zdroj: vlastné spracovanie

Z môjho výskumu vyplynulo, že 65 % respondentov rado pomáha nezištne ľuďom a naopak 35 % sa nepovažuje za človeka s touto vlastnosťou.

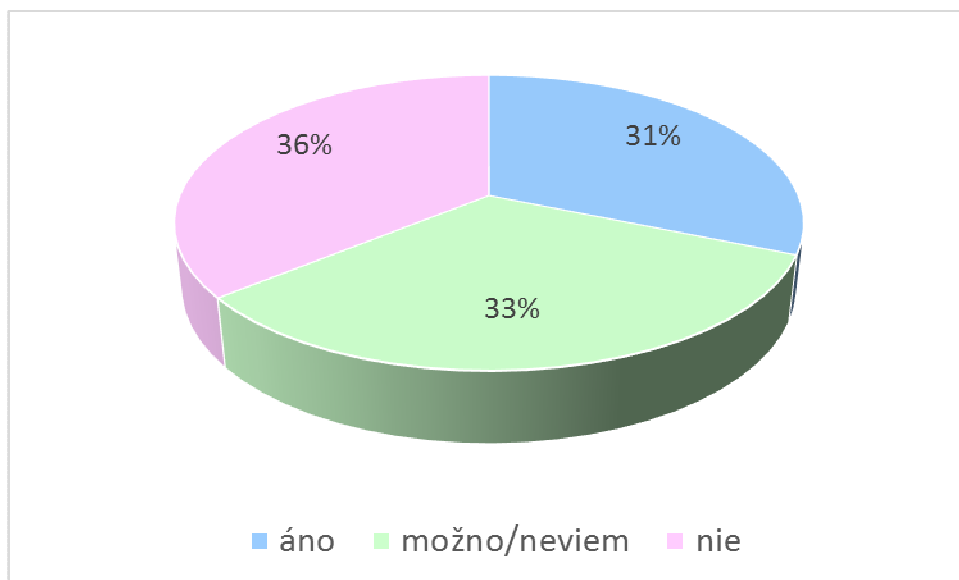
8. Myslia si respondenti, že by im zahraničná dobrovoľnícka stáž zmenila hodnoty a priority v ich živote?



Obr. 13: Hodnoty a priority
Zdroj: vlastné spracovanie

Nie veľký počet (22 %) respondentov je presvedčených, že by sa ich hodnoty a priority po stáži zmenili, 44 % to nevie s určitosťou zhodnotiť a 34 % si myslí, že ich hodnoty a priority by sa nezmenili.

9. Mali by respondenti záujem sa stáže zúčastniť?



Obr. 14: Záujem o stáž

Zdroj: vlastné spracovanie

Z uvedených odpovedí vyplnilo, že 36 % opýtaných nejaví žiadny záujem sa stáže zúčastniť, 33 % by možno aj malo záujem, ale nie sú o tom presvedčení a 30 % respondentov by sa rado stáže zúčastnilo. Odpovede respondentov som znova spracovala i podľa fakúlt.

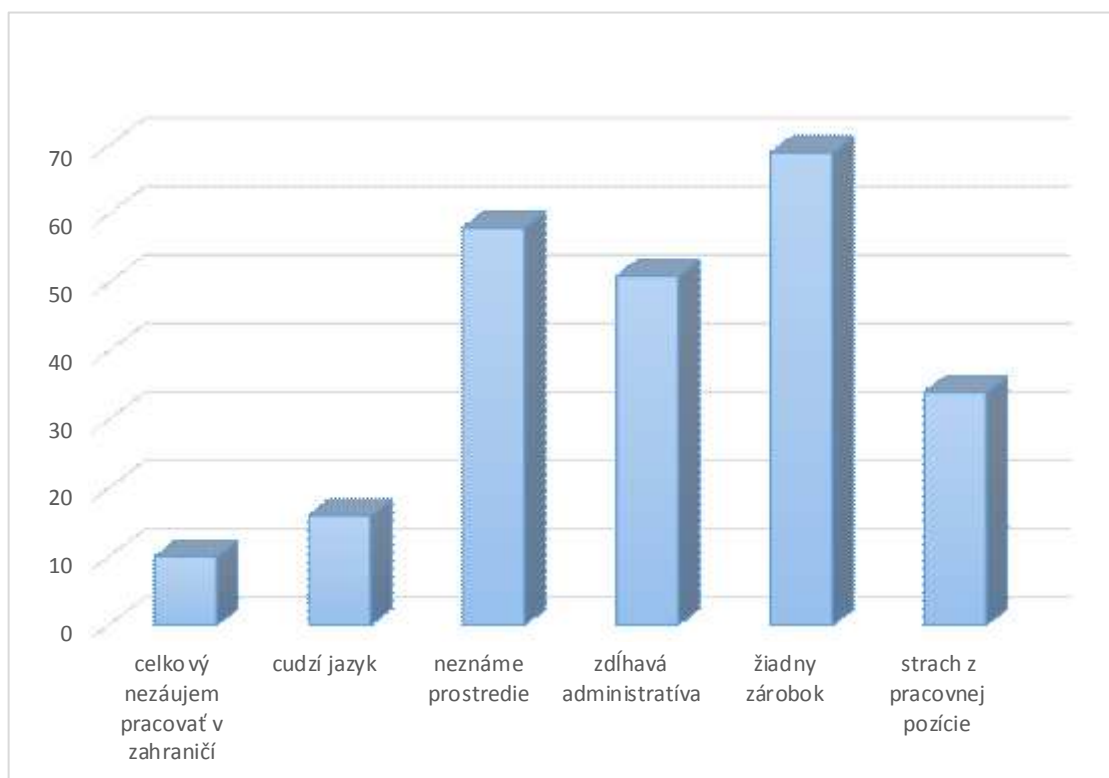
Tab.8: Záujem o stáž

Univerzita	Majú záujem o stáž	Nemajú záujem o stáž	Nevedia
MUNI	48 %	19 %	33 %
Akademie Sting	20 %	40 %	40 %
VUT	19 %	50 %	31 %
Fakulta			
Lekárska fakulta	48 %	19 %	33 %
Fakulta strojního inženýrství	45 %	41 %	14 %
Stavební fakulta	18 %	37 %	45 %
Fakulta informačních technologií	6 %	64 %	30 %

Zdroj: vlastné spracovanie

Najväčší záujem o stáž majú respondenti z LF MUNI (48 %). Nasleduje FSI (45 %), Akadémie Sting (20 %), FAST (18 %) a najmešiu mieru záujmu som zistila u respondentov z FIT (6 %).

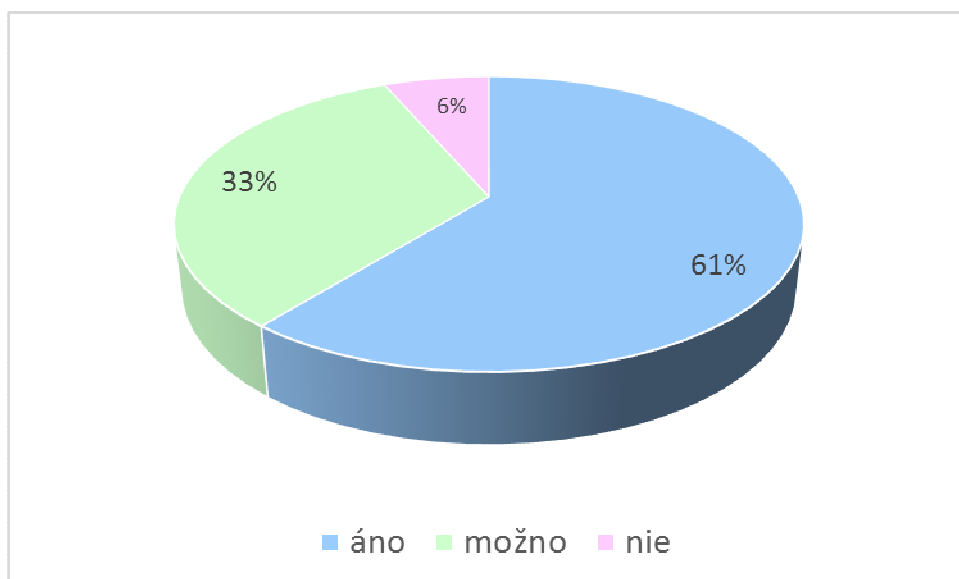
10. Dôvody, prečo respondenti nemajú záujem



Obr. 15: Dôvody nezájmu
Zdroj: vlastné spracovanie

Pokiaľ respondenti uviedli, že nemajú záujem sa stáže zúčastniť alebo nevedia, nasledovala otázka, čo ich od tejto stáže odrádza. V tejto otázke mohli opýtaní vybrať viacero možností. Najčastejším dôvodom, ktorí ich odrádza, je, ako sa dalo predpokladať, žiadny zárobok. Ten predstavuje problém pre 69 respondentov. Nasleduje neznáme prostredie, ktoré robí problém 58 respondentom a zdlhavá administratíva, ktorej nechce čeliť 51 opýtaných. Strach z pracovnej pozície odrádza 34 respondentov, cudzí jazyk 16tich a celkový nezáujem pracovať v zahraničí 10tich opýtaných. V dotazníku bola aj vpisovacia možnosť „iné“. Túto možnosť využili šiesti opýtaní, ktorí uviedli, že nemajú žiadne informácie ohľadom dobrovoľnej práce, prácu už majú a nezaujímajú sa o iné ponuky, majú zlé referencie na AIESEC, majú nedostatok času, krajiny, kde sa konajú stáže nie sú bezpečné a poslednou výtkou bol vysoký poplatok AIESECu.

11. Sú respondenti schopní realizovať stáž v angličtine?



Obr.16: Schopnosť realizácie stáže v angličtine

Zdroj: vlastné spracovanie

Z odpovedí vyplýva, že väčšina respondentov nemá s angličtinou problém. Svojimi jazykovými znalosťami si je istých 61 %. Pre 33 % by možno predstavovala pri stáži problém a 6 % tvrdí, že nemá dostatočné jazykové znalosti. Opäť prikľadám i tabuľku pre konkrétne fakulty.

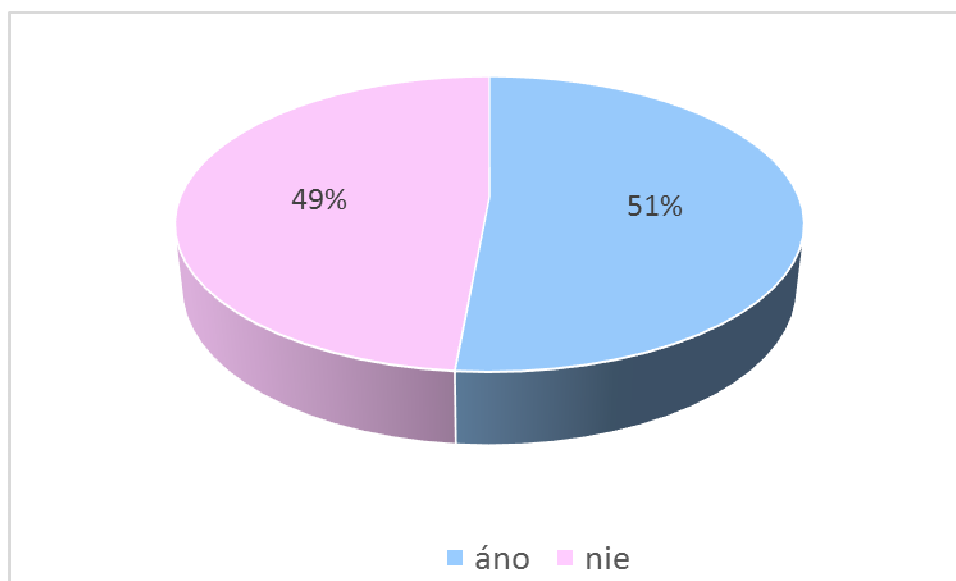
Tab.9: Schopnosť realizácie stáže v angličtine

Fakulta	Sú schopní	Nie sú schopní	Nevedia
Fakulta informačných technológií	81%	2%	17%
Lekárska fakulta	62%	2%	36%
Fakulta strojného inžinýrství	55%	4%	41%
Akademie Sting	45%	11%	44%
Stavební fakulta	42%	21%	37%

Zdroj: vlastné spracovanie

Najviac si v otázke anglického jazyka veria respondenti z FIT (81 %). Nasledujú respondenti z LF (62 %), FSI (55 %), Akademie Sting (45 %) a na poslednom mieste skončila FAST (42 %).

12. Sú financie prekážkou?



Obr. 17: Financie ako prekážka
Zdroj: vlastné spracovanie

Financie (administratívny poplatok, cesta na miesto stáže a späť) predstavujú prekážku pre 51 %, naopak nie sú problémom pre 49 %. 12 opýtaných na túto otázku neodpovedalo.

Tab.10: Financie ako prekážka

Fakulta	Financie sú problém	Financie nie sú problém
Stavební fakulta	61%	39%
Fakulta informačných technológií	60%	40%
Lekárska fakulta	56%	44%
Fakulta strojného inžinýrství	45%	55%
Akademie Sting	30%	70%

Zdroj: vlastné spracovanie

Financie sú problémom pre 61 % respondentov z FAST, pre 60 % respondentov z FIT, pre 56 % respondentov z LF, pre 45 % opýtaných z FSI a pre 30 % respondentov z Akademie Sting. To, že Akademie Sting je na poslednom mieste, si môžeme vysvetliť tým, že je to súkromná škola, kde majú pravdepodobne študenti celkovo menší problém s financiami ako na verejných školách.

13. Výška mesačného príjmu a jeho súvis a čiastkou, ktorú sú respondenti ochotní obetovať na stáž

Tieto dve otázky boli povinné, avšak údaje som musela očistiť o 10 odpovedí, ktoré boli nepoužiteľné. Na základe údajov som vytvorila tabuľku s intervalmi a základné popisné štatistiky.

Tab.11: Mesačný príjem respondentov a čiastka, ktorú sú respondenti ochotní obetovať na stáž

Mesačný príjem (v Kč)	Početnosť
<0>	124
<1; 5000>	43
<5001; 10 000>	19
<10 001; 20 000>	11
<20 000; 70 000>	11

Zdroj: vlastné spracovanie

Z tabuľky vyplýva, že najviac respondentov (124) nedisponuje žiadnym mesačným príjmom. Príjem v intervale 1 až 5000 Kč má 43 respondentov, príjem v intervale 5001 až 10 000 Kč má 19 respondentov, v intervale 10 001 Kč až 20 000 Kč má príjem 11 respondentov a takisto 11 respondentov má príjem spadajúci do intervalu 20 000 Kč až 70 000 Kč.

Tab.12 : Čiastka, ktorú sú respondenti ochotní obetovať na stáž

Čiastka, ktorú sú respondenti ochotní obetovať na stáž (v Kč)	Početnosť
<0>	54
<1; 5000>	57
<5001; 10 000>	58
<10 001; 20 000>	27
<20 000; 35 000>	12

Zdroj: vlastné spracovanie

54 respondentov nie je ochotných obetovať akékoľvek vlastné prostriedky na dobrovoľnícku stáž v zahraničí. 57 respondentov je ochotných obetovať čiastku z intervalu 1 až 5000 Kč. 5001 až 10 000 Kč je ochotných obetovať 58 opýtaných študentov. 27 respondentov by pre stáž obetovalo čiastku z intervalu 10 001 až 20 000 Kč a 12 respondentov by do stáže investovalo sumu z intervalu 20 000 až 35 000 Kč.

V ďalšej tabuľke uvádzam podrobný prehľad príjmov respondentov a takisto čiastok, ktoré sú ochotní obetovať na stáž. Výsledky prezentujem so základnými

popisnými štatistikami (priemer, minimum, maximum). Všecky údaje sú zoradené vzostupne podľa počtu respondentov.

Tab.13 :Podrobný prehľad príjmov a financií, ktoré sú respondenti ochotní obetovať na stáž

	Počet respondentov	Priemerný príjem (v Kč)	Minimálny príjem (v Kč)	Maximálny príjem (v Kč)	Priemerná čiastka, ktorú sú respondenti ochotní obetovať na stáž (v Kč)	Minimálna čiastka, ktorú sú respondenti ochotní obetovať na stáž (v Kč)	Maximálna čiastka, ktorú sú respondenti ochotní obetovať na stáž (v Kč)
Všetci	208	4069	0	70 000	7177	0	35 000
Univerzita							
VUT	110	5197	0	70 000	5911	0	30 000
MUNI	88	913	0	25 000	8965	0	35 000
Akademie Sting	10	3444	0	13000	5375	0	12000
Fakulta							
Lekárska fakulta	88	913	0	25 000	8965	0	30 000
Fakulta informačných technológií	57	10197	0	70 000	5620	0	30 000
Stavební fakulta	31	4341	0	35 000	5026	0	30 000
Fakulta strojného inžinýrství	22	3571	0	26 000	6762	0	25 000
Odbor							
všeobecné lekárstvo	67	893	0	25 000	8683	0	35 000
zubné lekárstvo	17	1206	0	5000	9000	0	20 000
špecializácia v zdravotníctve	4	0	0	0	6750	3000	10 000
Úroveň štúdia							
Magisterský program	107	4784	0	45 000	8433	0	35 000
Bakalársky program	101	3302	0	70 000	5607	0	25 000

Zdroj: vlastné spracovanie

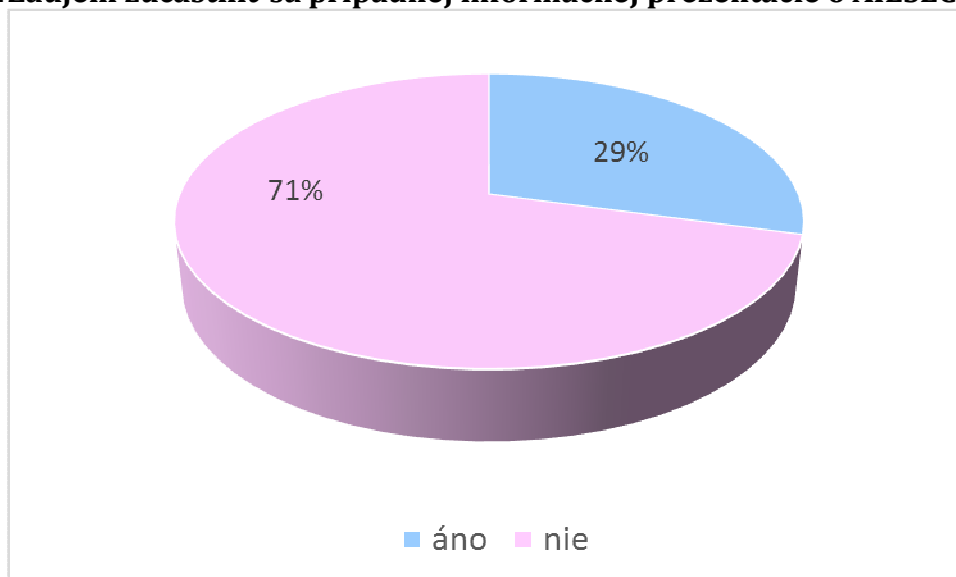
Z tabuľky vyplýva, že priemerný mesačný príjem všetkých respondentov je 4069 Kč. Minimálny príjem je 0 Kč a maximálny je 70 000 Kč. Priemerná čiastka, ktorú sú respondenti ochotní obetovať na stáž je 7177 Kč. Minimálna čiastka, ktorú sú respondenti ochotní obetovať na stáž je 0 Kč a maximálna čiastka je 35 000 Kč.

Respondentov som najskôr rozdelila podľa univerzít. Najvyšší priemerný mesačný príjem majú respondenti z VUT (5197 Kč), nasleduje Akadémie Sting (3444 Kč) a najnižší majú respondenti z MUNI (913 Kč), pričom respondenti boli len z LF. Predpokladám, že nízky príjem u respondentov z LF je spôsobený študijnou záťažou. Paradoxne sú však študenti LF ochotní obetovať väčšie finančné prostriedky na zrealizovanie stáže (priemerne 8965 Kč), čo logicky súvisí s vyššou mierou záujmu pre túto oblasť. Minimum príjmu je vo všetkých prípadoch rovné nule. Maximum mesačného príjmu respondentov z VUT je 70 000 Kč, respondentov z Lekárskej fakulty je 25 000 Kč a respondentov z Akadémie Sting 13 000 Kč. Študenti VUT sú v priemere ochotní obetovať na stáž 5911 Kč, respondenti z Akadémie Sting 5375 Kč a respondenti z LF, ako som už spomínala, 8965 Kč. Maximálna suma, ktorú sú opýtaní študenti VUT ochotní obetovať na stáž je 30 000 Kč. Respondenti z LF MUNI sú ochotní obetovať maximálne 35 000 Kč a respondenti z Akadémie Sting 12 000 Kč.

Respondentov som ďalej rozdelila na jednotlivé fakulty, odbory a stupeň štúdia. Opäť som vyhodnotila priemerný, minimálny a maximálny príjem a priemernú, minimálnu a maximálnu čiastku, ktorú sú respondenti ochotní obetovať na stáž. Na jednotlivé odbory som rozdelila len respondentov z Lekárskej fakulty, pretože na ostatných fakultách bola drvivá väčšina respondentov len z jedného odboru.

Najzaujímavejším údajom, ktorý z tabuľky vyplýva, je, že najvyššiu sumu sú na stáž ochotní obetovať respondenti z Lekárskej fakulty (8965 Kč).

14. Záujem zúčastniť sa prípadnej informačnej prezentácie o AIESEC



Obr. 18: Záujem o prezentáciu AIESECU
Zdroj: vlastné spracovanie

Poslednou otázkou bolo zistenie záujmu o prípadnú informačnú prezentáciu AIESECu a s ním spojených dobrovoľníckych stáží na vybraných fakultách, ktoré navštevujú respondenti. Z výsledkov vyplynulo, že 29 % by o túto prednášku malo záujem, zvyšných 71 % by prezentáciu ignorovalo. Nasledujúca tabuľka poukazuje na záujem o prezentáciu na jednotlivých fakultách.

Tab.14 : Záujem o prezentáciu AIESECu

Fakulta	Majú záujem o prezentáciu AIESECu	Nemajú záujem o prezentáciu AIESECu
Fakulta strojného inžinýrství	40 %	60 %
Akademie Sting	40 %	60 %
Lekárska fakulta	39 %	61 %
Stavební fakulta	22 %	78 %
Fakulta informačných technológií	10 %	90 %

Zdroj: vlastné spracovanie

Najvyšší záujem o prezentáciu AIESECu som zistila u respondentov z FSI (40 %) a Akadémie Sting (40 %). Tesne za nimi nasleduje LF (39 %). O prezentáciu by malo záujem len 22% respondentov z FAST a 10 % respondentov z FIT.

4.3 Overenie hypotéz

Na základe vyhodnotenia dotazníka je možné overiť hypotézy, ktoré som si stanovila v metodike práce.

- *H1: Viac ako 40 % respondentov z Lekárskej fakulty Masarykovej univerzity v Brne má záujem sa zúčastniť dobrovoľníckej stáže.*

42 respondentov Lekárskej fakulty, čo predstavuje 47,7 %, uviedlo, že by sa zúčastnili dobrovoľníckej stáže. Touto informáciou sa nám potvrdila hypotéza číslo 1.

- *H2: Viac ako 70 % respondentov nepovažuje financie za prekážku.*

Pre 51 % respondentov predstavujú financie prekážku. Týmto zamietam hypotézu číslo 2.

- *H3: Pre viac ako 30 % študentov predstavuje problém komunikácia v anglickom jazyku.*

Z dotazníka vyplynulo, že 61 % respondentov by nemalo problém s komunikáciou v anglickom jazyku na stáži. 33 % uviedlo, že by im to možno problém robilo a 6 %

by túto komunikáciu nezvládlo. Spolu 39 % respondentov si teda nie je istých svojimi jazykovými znalosťami, čiže hypotéza číslo 3 sa prijíma.

4.4 Návrh rozvoja dobrovoľníckych stáží

V tejto podkapitole by som chcela uviesť odporúčenia pre brnenskú pobočku AIESECu. K tomu mi pomôžu poznatky z literárneho prehľadu, výsledky dotazníkového šetrenia a uskutočnené kvalitatívne rozhovory.

4.4.1 Rozvoj a propagácia dobrovoľníctva

Podľa môjho názoru i podľa názoru teoretikov by ľudia mali byť už od ranného veku vedení k dobrovoľníctvu. Dobrovoľníctvo by malo byť zakorenené vo výchovno – vzdelávacích systémoch. AIESEC by mohol organizovať prednášky a besedy na túto tému na základných a stredných školách. Študentom by tam taktiež navrhovali dobrovoľnícke aktivity, kde by si žiaci a študenti mohli vyskúšať dobrovoľníctvo vrámci vyučovania. Zapojené do tohoto procesu by mohli byť rôzne dobrovoľnícke spolky v Brne a samozrejme i AIESEC, kde by mohli žiaci a študenti „na skúšku“ pomáhať s chodom tejto neziskovej organizácie. Spolu s projektom EDISON, ktorý už na školách funguje, by mohla táto kooperácia podnietiť v mladých ľuďoch väčší záujem o dobrovoľnícke stáže v neskoršom veku.

V rámci zapojenia iných neziskových organizácií navrhujem spoluprácu napríklad s občianskym združením Ratolest Brno, ktoré poskytuje sociálne služby pre deti a mládež v nepriaznivých životných situáciách (ratolest, 2016, a).

Toto združenie má i viacero spolupracujúcich organizácií, do ktorých by sa mohli študenti zapojiť. Sú nimi napríklad Perfesona, Domov pro mne, Centrum Kociánka a iné (ratolest, 2016, b).

Stredné školy v Brne navrhujem osloviť za účelom oboznámenia študentov posledných ročníkov o možnosti vycestovania na stáž po dosiahnutí 18. roku. Navrhujem formu prednášky + skúsenosti a zážitky vybraného stážistu/stážistov. Týmto bodom chcem dosiahnuť celkovú väčšiu propagáciu a osvetu dobrovoľníctva v mladom veku.

Taktiež by som navrhovala rozvinúť dobrovoľníctvo u nezamestnaných ľudí do 30 rokov. V dnešnej dobe častokrát mladí ľudia po škole hneď nenájdu zamestnanie a sú nejakú dobu na úrade práce. Z hľadiska celospoločenskej situácie je dôležitým krokom zapájať do dobrovoľníckych aktivít nezamestnaných, ľudí s nižším vzdelaním a prispieť tak k budovaniu sociálneho kapitálu, eliminácii predsudkov atď. Navrhujem spoluprácu s Úradom práce v Brne. Dobrovoľnícke stáže by mohli týmto ľuďom pomôcť v získaní/rozvoji zručností, ktoré neskôr môžu viesť k zvýšeniu šance na zamestnateľnosť konkrétneho dobrovoľníka. Získali by tiež väčší prehľad, spoznali nové krajiny a stáž by im pomohla ujasniť si, čo chcú v živote robiť. Mladí ľudia, ktorí sa vyskytnú na úrade práce, totiž často nevedia ako pokračovať so svojím životom a dobrovoľnícka stáž by im mohla byť dobrou odpoveďou. Pracovníci úradu práce by mohli ponúkať dobrovoľnícke stáže mla-

dým ľuďom takisto ako ponúkajú pracovné ponuky. V rámci tejto propagácie navrhujem tiež „letáčikovú“ a plagátovú kampaň. Tlač týchto letákov propagujúcich dobrovoľnícke stáže navrhujem objednať cez internetovú stránku tisknisi.cz a návrh nechávam na členoch marketingového oddelenia organizácie AIESEC, čím sa čiastočne ušetrí náklady.

V neposlednom rade navrhujem nadviazať spoluprácu s Klubom cestovateľov v Brne. Myslím si, že do tohto klubu chodia ľudia, ktorým je cestovanie blízke, a mohli by mať o dobrovoľnícke stáže v zahraničí záujem. Každý mesiac sa v klube koná bohatá séria prednášok. Klub poskytuje zdarma priestory čajovne, plátno na premietanie, ozvučenie, projektor. Vstup pre návštevníkov akcie je 50,- Kč. Ak dokonca príde na akciu viac ako 10 návštevníkov, polovicu vybraného vstupného dostane prednášajúci. Ak príjde 20 účastníkov, prednášajúci dostane 500,- Kč. (hedvabna.stezka.cz, 2016) Tento klub by som navrhovala taktiež osloviť s otázkou, či by bolo možné v klube ponechať zopár letákov. V Klube cestovateľov sa podáva exotické jedlo, takže navrhujem vždy spojiť tému prednášky s jedlom – to znamená, keď by sa práve propagovala dobrovoľnícka stáž v Indonézií, návštevníci by mohli zadarmo dostať na ochutnávku jedlo typické pre túto krajinu.

Nutným predpokladom k rozvoju dobrovoľníckych stáží je ich propagácia. Ako som už spomínala, brnenská pobočka AIESECu spolupracuje s viacerými fakultami v Brne. V rámci dotazníkového šetrenia som zisťovala záujem o stáže u tých študentov, kde propagácia ešte nefunguje. Z dotazníka vyplynulo, že najvyšší záujem o stáže majú študenti Lekárskej fakulty Masarykovej univerzity, preto by sa práve s touto fakultou oplatilo nadviazať spoluprácu. Študenti z tejto fakulty sú takisto ochotní venovať viac finančných prostriedkov na stáž ako študenti ostatných fakúlt (univerzít). Stážisti, ktorým som položila otázku, čo ich na stáž nalákalo, väčšinou odpovedali, že to bol „storytelling“. Navrhujem teda tieto prednášky začať organizovať i na Lekárskej fakulte, pretože si myslím, že by to splnilo svoj účel. Na prednáške by sa najskôr mohli vo všeobecnosti predstaviť dobrovoľnícke stáže a po oboznámení by mohli konkrétni stážisti porozprávať pútavou formou o svojej stáži, tak, ako je to už zaužívané na iných fakultách. Na prednáške by sa mohli rozdávať lístočky, na ktorých by AIESEC zisťoval e-mailovú adresu študentov, a to, do ktorej krajiny by študenti najradšej vycestovali. Pár dní po prednáške by kompetentní ľudia z AIESECu mohli týmto študentom poslať e-mail s motivujúcim obsahom, ktorý by súčasne obsahoval krátky popis stáže od stážistu, ktorý v krajine ich záujmu bol. Týmto by sa dalo zabrániť vyprchaniu nadšenia po prednáške, ktoré môže prísť. E-mail by mal byť povzbudzujúci a obsahujúci všetky potrebné informácie, prípadne konkrétne URL adresy, kde tieto informácie môžu študenti ľahko, rýchlo a jednoducho nájsť. Na fakulte by som tiež navrhovala, takisto ako na úrade práce a v Klube cestovateľov, propagáciu prostredníctvom letáčikov a plagátov. V neposlednom rade by som umiestnila reklamu na dobrovoľnícke stáže na plazmových obrazovkách v priestoroch školy. Takú istú spoluprácu navrhujem začať i s Fakultou strojného inžinierstva VUT v Brne, kde sa 45 % respondentov vyjadrilo, že by tiež mali záujem sa stáže zúčastniť.

4.4.2 Získanie finančných prostriedkov na pokrytie nákladov

Myslím si, že problémovým miestom v rozvoji dobrovoľníckych stáží sú financie. Stážistovi nie sú preplatené cestovné náklady, víza, ani žiadne vreckové v krajine pobytu. Jedná sa o nemalé finančné náklady, keďže stáže sú často v krajinách tretieho sveta. Z rozhovoru so slečnou, ktorá sa zaoberá financovaním dokonca vyplynulo, že jediným momentálnym externým zdrojom je mesto Brno. To je veľmi malý záber Fundraisingu.

AIESEC by mohol rozšíriť okruh darcov. Nato však potrebuje kvalifikovaných ľudí, ktorí týchto darcov nájdú. AIESEC má dosť členov, ktorí by sa tomu mohli venovať, avšak je potrebné ich kvalitne zaškoliť. Odporúčam účasť na dlhodobom kurze Profesionálny fundraiser 2017, ktorý sa koná v Prahe. Tento kurz je určený na rozvoj kompetencií pre rozvoj neziskovej organizácie. Ponúka komplexnú sadu znalostí, skúseností a praktických cvičení potrebných pre kvalitného fundraisera. V priebehu kurzu účastníci absolvujú 6 dvoj denných modulov. Súčasťou vzdelávania sú aj praktické úlohy, ktoré budú účastníci plniť v priebehu vzdelávania a záverčné práce. Kurz je akreditovaný Ministerstvom práce a sociálnych vecí, a je vedený profesionálnymi lektormi (fundraising, 2016).

Viem, že tento kurz obnáša nemalé finančné náklady, avšak myslím si, že mať v organizácii odborníka v tejto problematike sa oplatí. Môže podávať svoje know – how ďalším dobrovoľníkom v AIESECu a náklady sa môžu niekoľkonásobne vrátiť.

V rámci vlastnej práce som taktiež zisťovala mieru filantropie brnenských firiem. Na základe prieskumu Kuchtíkovej som vytvorila zoznam nasledujúcich potencionálnych darcov: DHL Express (Czech Republic) s. r. o., Kaláb-stavební firma, spol. s. r. o., Maloobchodní síť prodejen BRNĚNKA, s. r. o, MIKROP ČEBÍN, a. s., TESCO, a. s., THERMONA spol. s. r. o. a ZETOR TRACTORS, a. s. (Kuchtíková, 2011) Uvedené firmy sú na dobrej úrovni v spoločenskej zodpovednosti firiem, aktívne prispievajú na rôzne dobrovoľnícke, vzdelávacie a výskumné účely, preto si myslím, že ich oslovenie by mohlo splniť svoj účel. Ak by sa získanie darcov podarilo, financie by som navrhovala použiť nasledovným spôsobom (položky sú radené prioritne):

1. 70 %tné pokrytie cestovného na miesto stáže a späť
2. Zrušenie poplatku za stáž
3. Vreckové

Ďalším návrhom, ktorý mám, je požiadanie o grant od Európskej Únie. Európska dobrovoľná služba umožňuje mladým ľuďom zapojiť sa individuálne alebo v skupinách do dobrovoľníckych projektov konaných v krajinách EU a v partnerských krajinách (Evropská dobrovoľná služba, 2016, a). V rámci tohto programu sú dobrovoľníkom preplatené cestovné náklady (7 pásiem podľa online kalkulátoru), dorovnanie vysokých vnútroštátnych cestovných nákladov, organizačná podpora, vreckové, jazyková podpora, mimoriadne náklady (víza a náklady spojené so získaním víz, očkovanie, posilnenie mentorstva) a náklady na doplnkové aktivity. Všetky formálne kritéria je možné nájsť na portáli mladezvacki.cz. Podrobný postup k podávaniu žiadosti sa nachádza na stránke naerasmusplus.cz.

Dĺžka projektu môže byť od 3 do 24 mesiacov. Žiadosť o grant podáva vždy iba koordinujúca organizácia menom všetkých partnerov. Odporúča sa, aby rolu koordinujúcej organizácie prevzjal ten z partnerov, v ktorého krajine sa výmena koná (čiže väčšinu vybavovania by musela prevziať zahraničná pobočka AIESECu)(mladezvakci, 2012). Partnerské organizácie v projekte mobility môžu byť z členských krajín EU, krajiny EHP (Nórsko, Island, Lichtenštajnsko), Turecko, Macedónsko a susedské partnerské krajiny (Západný Balkán, Východná Európa a Kaukaz, Južné Stredomorské zeme, Rusko). Tento grant môže AIESEC použiť na dobrovoľníctvo iba vo vybraných krajinách, avšak jeho získaním by sa výrazne znížili náklady jednotlivých štážistov a myslím si, že by mohol byť zaznamenaný zvýšený počet záujemcov o dobrovoľnícke stáže.

Posledným návrhom, ktorý mám, je oceňovanie dobrovoľníkov. Piateho decembra, na Medzinárodný deň dobrovoľníctva, by mohol AIESEC zorganizovať stretnutie všetkých tohtoročných dobrovoľníkov a oceniť ich diplomom prípadne niečim iným.

Náklady

Tab.15: Náklady

Druh		Cena (v Kč)
Letáčky formát A4, 400ks		1035,-
Plagáty formát A3, 50 ks		722,-
Kurz profesionálneho fundraisera	Cena kurzu	14 641,-
	Cestovné	2520,-
	Ubytovanie	1950,-
	Strava	2700,-
Spolu		23568,-

Zdroj: vlastné spracovanie podľa [https://www.tisknisi.cz/cs/info/ofsetovy-tisk.html?gclid=;](https://www.tisknisi.cz/cs/info/ofsetovy-tisk.html?gclid=)
[https://www.tisknisi.cz/cs/info/ofsetovy-tisk.html?gclid;](https://www.tisknisi.cz/cs/info/ofsetovy-tisk.html?gclid=) [http://fundraising.cz/v1/dlouhodoby-kurz-profesionalni-fundraiser-2017/;](http://fundraising.cz/v1/dlouhodoby-kurz-profesionalni-fundraiser-2017/)
[https://jizdenky.regiojet.cz/Booking/from/10204002/to/10202003/tarif/ISIC/departure/20170118/retdep/20170404/return/false?2#search-results;](https://jizdenky.regiojet.cz/Booking/from/10204002/to/10202003/tarif/ISIC/departure/20170118/retdep/20170404/return/false?2#search-results)
<http://www.hostelsokol.cz/CZ/informace/cenik-sluzeb.html> [cit. 2016-12-28]

Časový harmonogram

Kvôli rozloženiu zaťaženia členov organizácie AIESEC som zvolila nasledujúci časový harmonogram:

Tab. 16: Časový harmonogram

Činost'	Predpokladaný začiatok
Tlač letáčikov a plagátov	január 2017
Spolupráca s Klubom cestovateľov	január 2017
Spolupráca s LF MUNI	február 2017
Spolupráca s FSI VUT	február 2017
Spolupráca s úradom práce	marec 2017
Kurz profesionálneho fundraisera	apríl 2017
Zapojenie sa do Európskej dobrovoľnej služby	máj 2017
Spolupráca so základnými a strednými školami	september 2017
Oslovovanie nových potencionálnych darcov	december 2017
Ocenenie dobrovoľníkov	december 2017

Zdroj: vlastné spracovanie

5 Diskusia

Hlavnou témou mojej bakalárskej práce bolo dobrovoľníctvo. Najskôr som sa snažila načerpať čo najviac informácií z literárnych zdrojov, ktoré sú nevyhnutné ku kvalitnému spracovaniu vlastnej práce. Výsledkom vlastnej práce sú odporúčania na rozvoj zahraničných dobrovoľníckych stáží pre AIESEC, čiže cieľ práce bol splnený.

V rámci kvalitatívneho výskumu som zrealizovala rozhovory, z ktorých vyplýva, že stážisti boli s dobrovoľníckou stážou nadmieru spokojní. Z analýzy vyplynulo, že dobrovoľnícka stáž splnila čo mala, ako z pohľadu jednotlivca, tak z pohľadu neziskovej organizácie alebo školy. Z analýzy rozhovorov s členmi AIESECu vyplynulo, že AIESEC nemá dostatočné zdroje na pokrytie nákladov dobrovoľníka. Dotazník, ktorý bol určený pre zúčastnených stážistov bol predložený iba obmedzenému počtu stážistov (9), čo bolo spôsobené požiadavkou AIESECu. Dotazník, ktorý bol určený pre študentov vysokých škôl v Brne mi vyplnilo celkom 218 respondentov, čo je pomerne vysoké číslo. Myslím si, že dotazník má tým pádom dosť veľkú výpovednú hodnotu. Zameriavala som sa iba na vybrané fakulty univerzít v Brne. Percentuálne vyjadrenie respondentov z FSI VUT nemusí byť úplne presné, nakoľko poslednú výročnú správu o počte všetkých študentov na škole zverejnili v roku 2010. Percentuálne vyjadrenie všetkých ostatných respondentov presné je. Najzaujímavejšie výsledky, ktoré z tohto dotazníka vyplynuli, sú, že len 34 % respondentov pozná organizáciu AIESEC a len 12 % pozná dobrovoľnícke stáže, ktoré ponúka. Záujem o stáž by malo 31 % respondentov. Najviac kladných odpovedí som získala od respondentov z Lekárskej fakulty a Fakulty strojného inžinierstva, čiže som navrhla AIESECu zviditeľniť sa práve na týchto fakultách. Respondentov z Fakulty strojného inžinierstva som nezískala až tolko, ako z Lekárskej fakulty, preto tomuto výsledku neprikladám až taký dôraz. Najčastejšími dôvodmi nezájmu o stáž zo strany študentov sú žiadny zárobok, zdĺhavá administratíva a neznáme prostredie. Najviac respondentov je ochotných obetovať na stáž 0 až 10 000 Kč, čo je pomerne málo, keďže len poplatok AIESECu predstavuje 4 990 Kč. Ubytovanie a strava sú hradené, ale stále sú tu položky ako cesta na miesto stáže a späť, víza a vreckové. Tieto položky sú často nemalé sumy, keďže stáže sa väčšinou realizujú v krajinách mimo Európy.

Moje odporúčania sú zamerané na celkový rozvoj dobrovoľníctva medzi mladými ľuďmi (čo by mohlo mať pozitívny vplyv na rozvoj stáží do budúcnosti), ale i na priamy rozvoj už existujúcich zahraničných stáží, a to formou zviditeľnenia AIESECu, získania nových študentov a väčších finančných prostriedkov na pokrytie nákladov dobrovoľníka. V rámci získania väčších finančných prostriedkov som navrhla účasť vybraného člena AIESECu na kurze profesionálneho fundraisera. Diskutabilné môže byť, či sa to neziskovej organizácii, akou AIESEC je, oplatí vzhľadom k tomu, že tento kurz stojí nemalé finančné prostriedky.

6 Záver

Témou mojej bakalárskej práce boli zahraničné dobrovoľnícke stáže, ktoré sprostredkováva AIESEC. Hlavným cieľom kvalitatívneho výskumu bolo zistiť predovšetkým ako funguje súčasný systém stáží a ich financovanie, zistiť skúsenosti stážistov, mieru ich spokojnosti a ich motiváciu. Hlavným cieľom kvantitatívneho výskumu bolo zmapovať záujem o dobrovoľnícke stáže na vybraných fakultách v Brne.

Prvá časť mojej práce je spracovaná ako literárny prehľad viažuci sa k danej problematike. Rozoberám v ňom neziskový sektor, jeho históriu, poslanie, financovanie a rozvoj. Na neziskový sektor nadväzuje dobrovoľníctvo. Na to som sa pozerala z rôznych uhlov pohľadu – z pohľadu spoločnosti i z pohľadu jednotlivca. Z pohľadu spoločnosti som popísala jeho sociálny a ekonomický význam. Z pohľadu jednotlivca som sa zamerala na jeho motiváciu. V literárnom prehľade nesmie chýbať ani charakteristika neziskovej organizácie AIESEC, aby bol i nezainteresovaný jedinec uvedený do obrazu. Po spracovaní všetkých nevyhnutných teoretických východísk som sa začala s vlastnou prácou.

Ako som už spomínala niekoľkokrát vyššie, vo vlastnej práci som aplikovala na respondentov kvalitatívny a kvantitatívny výskum. V rámci kvalitatívneho výskumu som zrealizovala 5 rozhovorov, a to 2 rozhovory z členmi organizácie AIESEC a 3 rozhovory so stážistami. Rozhovory s členmi organizácie mi pomohli utvoriť si presnejší obraz o fungovaní brnenskej pobočky, o systéme dobrovoľníckych stáží a o ich financovaní. Zámerom rozhovorov so stážistami bolo zistiť ich motiváciu vycestovať na stáž, skúsenosti so stážou v krajine ich pobytu, rozvoj ich osobnosti a náklady na stáž. V rámci kvantitatívneho výskumu som zrealizovala dva druhy dotazníkov – pre stážistov a pre študentov vybraných fakúlt v Brne. Dotazník pre stážistov bol zameraný prevažne na ich identifikáciu, nato, odkiaľ sa o stáži dozvedeli a koľko ich stáž stála. Dotazník pre vysokoškolských študentov bol zameraný na zistenie miery záujmu o dobrovoľnícke stáže cez AIESEC a zodpovedalo ho celkovo 218 respondentov. Som si vedomá, že nejde o úplne reprezentatívny výskum, ale myslím si, že napriek tomu má zmysel sa ním zaoberať. Zaujímavé výsledky vzišli z druhého dotazníka, kde som zistila, že názory na dobrovoľnícke stáže sa medzi respondentmi pomerne líšia. Len 19 % respondentov z VUT by malo o stáž záujem, 31 % odovedalo, že nevie a 50 % respondentov o stáž záujem nemá. Na Lekárskej fakulte to vyzerá so záujmom o čosi lepšie – na stáž by chcelo ísť 48 % respondentov, nevie 33 % a záujem neprejavuje 19 %, čo je presný opak respondentov z VUT, kde len 19 % respondentov o stáž záujem má. Študenti Lekárskej fakulty sú takisto ochotní na stáž obetovať viac vlastných prostriedkov, aj keď ich priemerný mesačný príjem je oveľa nižší ako respondentov z VUT. Keď som si však rozobrala jednotlivé fakulty VUT, pomerne veľký záujem som zistila na Fakulte strojného inžinýrství (45 %).

Na základe všetkých týchto informácií bolo možné navrhnúť odporúčenie rozvoja zahraničných dobrovoľníckych stáží pre AIESEC. Medzi prioritné veci, na čo by sa mohol AIESEC zamerať, patrí celkový rozvoj dobrovoľníctva medzi žiakmi a

študentami stredných škôl, čo by mohlo viesť k zvýšenému počtu prihlásených dobrovoľníkov v budúcnosti. Taktiež navrhujem spoluprácu s Úradom práce v Brne, kde by dobrovoľnícke stáže mohli ponúkať mladým nezamestnaným absolventom stredných a vysokých škôl. Prispelo by to k zlepšeniu spoločnosti, sociálnemu kapitálu, ale i k rozvoji osobnosti jedinca a možnému budovaniu jeho kariéry. Medzi ďalšie odporúčanie som navrhla začať spoluprácu s Lekárskou fakultou Masarykovej univerzity v Brne, s Fakultou strojného inžinýrství VUT v Brne a s Klubom cestovateľov v Brne, a to vo forme prednášok a letáčikovej kampane. V rámci získania väčších finančných prostriedkov na pokrytie pobytu som odporučila investovať do Kurzu profesionálneho fundraisera, kde sa môže vybraný člen organizácie veľa naučiť a následne získať darcov z podnikateľskej i nepodnikateľskej sféry. Na získanie finančných prostriedkov som tiež navrhla požiadať o grant od Európskej Únie, a to konkrétne prostredníctvom Európskej dobrovoľnej služby. Posledným návrhom je oceňovanie dobrovoľníkov na pôde organizácie AIESEC, pretože ľudí, ktorí sa zúčastňujú dobrovoľníckych aktivít, by si mala spoločnosť vážiť.

AIESEC poskytuje mladým ľuďom rozvíjať ich potenciál na medzinárodnej úrovni a objaviť v sebe samom to, načom nám skutočne záleží. Dobrovoľnícke stáže v zahraničí sú len jednou časťou toho, čo všetko AIESEC ponúka, avšak myslím si, že ich význam by sa nemal podceňovať a mladí ľudia by mali aktívnejšie využívať túto možnosť vycestovania.

7 Literatúra

- AIESEC a [online]. [cit. 2016-09-05]. Dostupné z: <http://aiesec.org/about-aiesec/aiesec-values/>
- AIESEC b [online]. [cit. 2016-09-05]. Dostupné z: <http://aiesec.org/about-aiesec/story/>
- AIESEC c [online]. [cit. 2016-09-05]. Dostupné z: <http://aiesec.cz/studenti/clenstvi/>
- AIESEC d [online]. [cit. 2016-09-05]. Dostupné z: <http://aiesec.cz/studenti/dalsi-projekty/>
- AIESEC e [online]. [cit. 2016-09-05]. Dostupné z: <http://aiesec.cz/brno/>
- ANALÝZA DOBROVOLNÍCTVA NA SLOVENSKU. In: *Dobrovolnictvo.sk* [online]. [cit. 2016-10-20]. Dostupné z: http://dobrovolnictvo.sk/_subory/PDCS_Analyza_dobrovolnictva_SK.pdf
- BAČUVČÍK, Radim. *Marketing neziskových organizací: assessing the health of civil society: a handbook for using the CIVICUS Index on Civil Society as a self-assessment tool*. Zlín: VeRBuM, 2011. ISBN 978-80-87500-01-9.
- BARBETTA, Gian Paolo. *The nonprofit sector in Italy*. New York: Distributed exclusively in the USA by St Martin's Press, 1997. ISBN 0719050863
- BLATNÝ, Marek (ed.). *Člověk v kontextech celoživotního vývoje: assessing the health of civil society: a handbook for using the CIVICUS Index on Civil Society as a self-assessment tool*. Brno: Psychologický ústav AV ČR, v. v. i, 2014. ISBN 978-80-86174-18-1. s. 48
- BROWN, E., SLIVINSKI, A. (2006). *Nonprofit Organizations and the Market*, in W. W. Powell, A. Steinberg (ed.) *The Nonprofit Sector: A Research Handbook*. New Haven: Yale University Press, 2006
- Dlouhodobý kurz *Profesionální fundraiser 2017* [online]. [cit. 2016-12-08]. Dostupné z: <http://fundraising.cz/v1/dlouhodoby-kurz-profesionalni-fundraiser-2017/>
- DUBEN, Rostislav. *Neziskový sektor v ekonomice a společnosti: assessing the health of civil society: a handbook for using the CIVICUS Index on Civil Society as a self-assessment tool*. Praha: Codex, 1996. ISBN 80-859-6319-1.
- ESMOND, J. a P. DUNLOP. *Developing the Volunteer Motivation Inventory to assess the underlying motivational drives of volunteers in western Australia*. In: *Morevolunteers.com* [online]. Inglewood, 2004 [cit. 2016-10-28]. Dostupné z: <http://www.morevolunteers.com/resour06.htm>
- Evropská dobrovolná služba a* [online]. 2016 [cit. 2016-12-12]. Dostupné z: <http://www.naerasmusplus.cz/cz/mobilita-osob-mladez/evropska-dobrovolna-sluzba/>
- FITCH, R. (1987). *Characterics and motivations of college students volunteering for community service*. *Journal of College Student Personnel* 28
- FORMÁLNÍ KRITÉRIA PLATNÁ PRO JEDNOTLIVÉ AKCE PROGRAMU MLÁDEŽ V AKCI V ČESKÉ REPUBLICE, PLATNÁ OD ROKU 2012 [online]. 2012 [cit. 2016-12-12]. Dostupné z:

- http://www.mladezvakci.cz/fileadmin/user_upload/dokumenty/ke_stazeni/obecne/Desat_ero_formalnich_kriterii_MVA.pdf
- FRIČ, Pavol. *Dárčovství a dobrovolnictví v České republice: výsledky výzkumu NROS a AGNES*. Praha: Agnes, 2001. ISBN 80-902633-7-2.
- GOULD, Julie. *Non-profit organizations: Scientists on a mission*. Nature [online]. 2015, 2015(527), 265-266 [cit. 2016-09-29]. DOI: 10.1038/nj7577-265a. Dostupné z: <http://www.nature.com/naturejobs/science/articles/10.1038/nj7577-265a>
- GRUBE, J., PILIAVIN, J.A. (2000) *Role identity, organizational experiences, and volunteer experiences*. Personality and Social Psychology Bulletin 26
- HELMUT K. ANHEIER AND WOLFGANG SEIBEL., Pavol. *Defining the nonprofit sector: Germany*. Baltimore, Mar: Johns Hopkins University Institute for Policy Studies, 1993. ISBN 18-863-3301-7.
- HOFSTEDE, G. (2001). *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations (2nd Rev. ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- HOFSTEDE, G., & Hofstede, G.J. (2007). *Kultury a organizace: Software lidské mysli: spolupráce mezi kulturami a její důležitost pro přežití (z anglického originálu 2005, 2nd ed.)*. Praha: Linde.
- HOFSTEDE, Geert H., Gert Jan. HOFSTEDE a Michael. MINKOV. *Cultures and organizations: software of the mind : intercultural cooperation and its importance for survival*. 3rd ed. New York: McGraw-Hill, c2010. ISBN 00-716-6418-1.
- HOLLOWAY, Richard. *Using the Civil Society Index: assessing the health of civil society: a handbook for using the CIVICUS Index on Civil Society as a self-assessment tool*. Canada: CIVICUS, 2001. ISBN 19-298-4208-2.
- Hostel Sokol* [online]. [cit. 2016-12-28]. Dostupné z: <http://www.hostelsokol.cz/CZ/informace/cenik-sluzeb.html>
- ILSLEY, Paul J. *Enhancing the volunteer experience: new insights on strengthening volunteer participation, learning, and commitment*. 1st ed. San Francisco: Jossey-Bass Publishers, 1990. Jossey-Bass nonprofit sector series. ISBN 1-55542-289-6.
- KINCL, Jan, Gert Jan. HOFSTEDE a Michael. MINKOV. *Marketing podle trhů: new insights on strengthening volunteer participation, learning, and commitment*. Praha: Alfa Publishing, 2004. Management studium. ISBN 80-868-5102-8.
- KLUB CESTOVATELU* [online]. [cit. 2016-12-10]. Dostupné z: <http://www.hedvabnastezka.cz/klub-cestovatelu-brno/pro-prednasejici/>
- KOTLER, Philip, Gert Jan. HOFSTEDE a Michael. MINKOV. *Marketing management: analýza, plánování, realizace a kontrola*. 3. dopl. a upr. vyd. Praha: Victoria Publishing, 1997. Management studium. ISBN 80-856-0508-2.
- KUCHTÍKOVÁ, Kateřina. *Analýza společenské odpovědnosti firem v Brně a okolí* [online]. 2011 [cit. 2016-12-09]. Dostupné z: http://is.muni.cz/th/206550/esf_m/. Diplomová práce. Masarykova univerzita Ekonomicko-správní fakulta. Vedoucí práce Ing. Viktorie Klímová, Ph.D.

- NASTAZ a [online]. [cit. 2016-09-05]. Dostupné z: <http://nastaz.cz/global-volunteer/>
- NASTAZ b [online]. [cit. 2016-09-05]. Dostupné z: <http://nastaz.cz/global-talent>
- NASTAZ c [online]. [cit. 2016-09-05]. Dostupné z <http://nastaz.cz/>
- NĚMEC, Petr, Gert Jan. HOFSTEDE a Michael. MINKOV. *Public relations: komunikace v konfliktních a krizových situacích*. Praha: Management Press, 1999. Management studium. ISBN 80-859-4366-2.
- NYSEENS, M. (ed.) *Social enterprise at the crossroads of market, public policy and civil society*. London and New York: Routledge, 2006
- ONYX, J., WARBURTON, J. 2003. *Volunteering and health among older people: a review*, Australasian Journal on Aging, Vol. 22, No. 2
- PAVELEK, Lukáš. *VÝZNAM KONCEPTU SOCIÁLNEHO KAPITÁLU A OBČIANSKEJ ANGAŽOVANOSTI V SÚČASNEJ SPOLOČNOSTI* [online]. [cit. 2016-10-28]. Dostupné z: http://www.ef.umb.sk/dsr_2013/pdf/Pavelek.pdf. Trnavská univerzita v Trnave.
- PELIKÁNOVÁ, Anna, Gert Jan. HOFSTEDE a Michael. MINKOV. *Účetnictví, daně a financování pro nestátní neziskovky: komunikace v konfliktních a krizových situacích*. Praha: Grada Publishing, 2016. Účetnictví a daně (Grada). ISBN 978-80-247-5699-8.
- PENNER, L.A. (2002). *Dispositional and organizational influences on sustained volunteering: An interactionist perspective*. Journal of Social Issues 58
- POSPÍŠILOVÁ, Tereza. *Dobrovolnictví v kontextu životní dráhy dobrovolníků* [online]. Praha, 2010 [cit. 2016-12-30]. Dostupné z: http://www.lidemesta.cz/assets/media/files/12-2010-1/LM_1_10_Pospisilova.pdf. Fakulta humanitních studií UK, Praha.
- Projekty mobility osob* [online]. 2016 [cit. 2016-12-12]. Dostupné z: <http://www.naerasmusplus.cz/cz/mobilita-osob-mladez/>
- RATOLEST BRNO a* [online]. [cit. 2016-12-07]. Dostupné z: <http://www.ratolest.cz/co-delame>
- RATOLEST BRNO b* [online]. [cit. 2016-12-07]. Dostupné z: <http://www.ratolest.cz/nase-prace/dobrovolnici/chci-se-zapojit-pro-dobrovolniky>
- REGIO JET* [online]. 2016 [cit. 2016-12-28]. Dostupné z: <https://jizdenky.regiojet.cz/Booking/from/10204002/to/10202003/tarif/ISIC/departure/20170118/retdep/20170404/return/false?2#search-results;>
- ROCHESTER, C., PAINE, A. E. HOWLETT, S., ZIMMECK, M. *Volunteering and Society in the 21st Century*, Palgrave Macmillan, 2009
- SALAMON, L.M. The Rise of the Nonprofit Sector. *Foreign Affairs* [online]. 1994 [cit. 2016-09-26]. Dostupné z: <https://www.foreignaffairs.com/articles/1994-07-01/rise-nonprofit-sector>
- Schwartz, S.H. (1994). Beyond individualism - collectivism: New cultural dimensions of values. In U. Kim, H.C. Triandis, C. Kagitcibasi, S-C. Choi, & G. Yoon (Eds),

- Individualism and collectivism: Theory, methods and applications (pp. 85–119). London: Sage.
- SKOVAJSA, Marek, Gert Jan. HOFSTEDE a Michael. MINKOV. *Občanský sektor: organizovaná občanská společnost v České republice*. Praha: Portál, 2010. Účetnictví a daně (Grada). ISBN 978-80-7367-681-0.
- SMITH, D.H. (1981). *Altruism, volunteers and volunteerism*. *Journal of Voluntary Action Research* 10
- STEBBINS, R. A. *Amateurs, professionals, and serious leisure*. McGillQueen's Press-MQUP, 1992.
- TOŠNER, Jiří, Olga SOZANSKÁ a Michael. MINKOV. *Dobrovolníci a metodika práce s nimi v organizacích: organizovaná občanská společnost v České republice*. Praha: Portál, 2002. Účetnictví a daně (Grada). ISBN 80-717-8514-8.
- Tisk letáků a plakátů online* [online]. [cit. 2016-12-10]. Dostupné z: <https://www.tisknisi.cz/cs/info/ofsetovy-tisk.html?gclid=>
- Tisk letáků a plakátů online. Tisknisi.cz* [online]. [cit. 2016-12-10]. Dostupné z: <https://www.tisknisi.cz/cs/info/ofsetovy-tisk.html?gclid=>
- Veřejný rejstřík a Sbírka listin* [online]. [cit. 2016-11-02]. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=742521&typ=UPLNY&full=true>
- VÝROČNÍ ZPRÁVA 2010. *Fakulta strojního inženýrství, Vysoké učení technické v Brně* [online]. [cit. 2016-12-20]. Dostupné z: <https://www.fme.vutbr.cz/dokumenty/pdf/VZ2010.pdf>
- Výroční zpráva 2015. *FAKULTA INFORMAČNÍCH TECHNOLOGIÍ VYSOKÉHO UČENÍ TECHNICKÉHO V BRNĚ* [online]. 2015 [cit. 2016-12-20]. Dostupné z: <http://www.fit.vutbr.cz/FIT/vz/vz15.pdf>
- Výroční zpráva o činnosti za kalendářní rok 2015. *AKADEMIE STING VYSOKÁ ŠKOLA BRNO* [online]. 2016 [cit. 2016-12-20]. Dostupné z: <http://www.fce.vutbr.cz/obecne/dokumenty/default.asp>
- Výroční zpráva o činnosti 2015. *Fakulta stavební* [online]. 2015 [cit. 2016-12-20]. Dostupné z: <http://www.fce.vutbr.cz/obecne/dokumenty/default.asp>
- VÝROČNÍ ZPRÁVA 2015. *Masarykova univerzita* [online]. [cit. 2016-12-20]. Dostupné z: http://www.muni.cz/media/docs/1141/MU_VZ2015.pdf

Prílohy

A Dotazníky

Dotazník pre študentov vysokých škôl v Brne

1. Pohlavie
 - žena
 - muž

2. Vek
vpisovacia možnosť

3. V koľkom si ročníku?
 - 1. ročník bakalársky program
 - 2. ročník bakalársky program
 - 3. ročník bakalársky program
 - 4. ročník bakalársky program
 - 1. ročník magisterský program
 - 2. ročník magisterský program
 - 3. ročník magisterský program

4. Ktorú školu a odbor študuješ?
 - Lekárska fakulta MUNI, ošetrovateľstvo
 - Lekárska fakulta MUNI, pôrodná asistencia
 - Lekárska fakulta MUNI, špecializácia v zdravotníctve
 - Lekárska fakulta MUNI, všeobecné lekárstvo
 - Lekárska fakulta MUNI, zubné lekárstvo
 - Stavebná fakulta VUT, geodézia a kartografia
 - Stavebná fakulta VUT, mestské inžinierstvo
 - Stavebná fakulta VUT, stavebné inžinierstvo
 - Stavebná fakulta VUT, architektúra pozemných stavieb
 - Stavebná fakulta VUT, architektúra a rozvoj sídiel
 - Fakulta informačných technológií VUT, informačné technológie
 - Fakulta strojného inžinierstva VUT, strojárstvo/strojné inžinierstvo
 - Fakulta strojného inžinierstva VUT, aplikované vedy v inžinierstve
 - Fakulta strojného inžinierstva VUT, výrobné systémy
 - Ekonomika a management, Akadémie Sting
 - Hospodárska politika a správa, Akadémie Sting

5. Poznáš organizáciu AIESEC?
 - áno
 - nie

6. Poznáš dobrovoľnícke stáže v zahraničí, ktoré AIESEC organizuje?
 - áno
 - nie
7. Myslíš si o sebe, že si typ človeka, ktorý rád nezištne pomáha ľuďom?
 - áno
 - nie
8. Myslíš si, že by ti zahraničná dobrovoľnícka stáž zmenila hodnoty a priority v tvojom živote?
 - áno
 - možno/neviem
 - nie
9. Mal/a by si záujem sa dobrovoľníckej stáže v zahraničí zúčastniť?
 - áno
 - možno/neviem
 - nie
10. Ak nie, čo ťa odrádza od tejto stáže?
 - neznáme prostredie
 - žiadny zárobok
 - zdĺhavá administratíva
 - strach z pracovnej pozície
 - celkový nezáujem pracovať v zahraničí
 - cudzí jazyk
 - iné
11. Si schopný/á realizovať stáž v angličtine?
 - áno
 - možno
 - nie
12. Záujemci o stáž sú povinní uhradiť administratívny poplatok 5000 Kč a sami si hradia cestovné, prípadne víza, pričom ubytovanie a stravu majú zabezpečenú. Boli by pre teba tieto financie prekážkou?
 - áno
 - nie
13. Ak máš prácu popri škole, aký približne máš z nej mesačný príjem? (v prípade, že nemáš prácu, vyplň 0)

vpisovacia odpoved'

14. Ak máš prácu popri škole, aký približne máš z nej mesačný príjem? (v prípade, že nemáš prácu, vyplň 0)

vpisovacia odpoved'

15. Motivoval ťa tento dotazník v tom, aby si sa prípadnej informačnej prezentácie o AIESEC na tvojej škole zúčastnil/a?

- áno
- nie

Dotazník pre stážistov (všetky odpovede sú vpisovacie)

1. Vek:

2. Pohlavie:

3. Iniciály:

4. Dosiahnuté vzdelanie: stredná škola/gymnázium/bc./mgr./ing./iné

5. Súčasná škola: názov školy, fakulty, odboru, ročník

6. Odkiaľ si sa dozvedel o AIESECu?

7. Myslíš si, že AIESEC dostatočne propaguje dobrovoľnícke stáže?

8. Ktorá forma propagácie ťa najviac presvedčila?

9. Rozmýšľal si aj o dobrovoľníckej stáži cez inú organizáciu, ktorá dobrovoľnícke stáže sprostredkováva?

10. Ak áno, o ktorú organizáciu išlo?

11. Ak by si mal doporučiť AIESECU niečo robiť inak, aby sa prihlásilo na dobrovoľnícke stáže viac študentov, čo by to bolo?

12. Pokús sa odhadnúť, koľko ťa stáž stála okrem poplatku zaplateného AIESECu a okrem cesty.

B Tabuľky

Harmonogram kurzu profesionálneho fundraisera

Tab. 16: Kurz profesionálneho fundraisera

Termín	Obsah vzdelávacieho modulu
4 – 5. 4. 2017	<ul style="list-style-type: none">• Základné princípy fundraisingu• Kto sú darci• Začlenenie fundraisingu do chodu organizácie
16 – 17. 5. 2017	<ul style="list-style-type: none">• Právne aspekty fundraisingu• Metódy fundraisingu
13 – 14. 6. 2017	<ul style="list-style-type: none">• Individuálny fundraising
19 – 20. 9. 2017	<ul style="list-style-type: none">• Firemný fundraising
10 – 11. 10. 2017	<ul style="list-style-type: none">• Inštitucionálny fundraising
14 – 15. 11. 2017	<ul style="list-style-type: none">• Plánovanie fundraisingu

Zdroj: <http://fundraising.cz/v1/dlouhodoby-kurz-profesionalni-fundraiser-2017/> [cit. 2016-12-28]