

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra humanitních věd



Teze diplomová práce

**Firemní dárcovství jako projev spolupráce komerčního a
neziskového sektoru**

Autor práce: Bc. Ladislav GABRIEL

© 2015 ČZU v Praze

Souhrn

Diplomová práce „*Firemní dárcovství jako projev spolupráce komerčního a neziskového sektoru*“ se zabývá problematikou firemní filantropie, která je jednou z oblastí společenské odpovědnosti firem a lze ji chápat jako projev spolupráce komerčního a neziskového sektoru. Práce vysvětluje a popisuje základní pojmy související s neziskovým a komerčním sektorem a firemní filantropií. Dále analyzuje v regionu Praha a střední Čechy úroveň firemního dárcovství. Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část.

Klíčová slova: neziskový sektor, fundraising, komerční sektor, CSR, firemní dárcovství

Cíl práce a metodika

Základní cíl

Diplomová práce je zaměřena na problematiku firemního dárcovství, které je v současné době velmi rozšířenou a diskutovanou oblastí sociálního pilíře společenské odpovědnosti firem. Pokud si analyzujeme téma samotné práce, tak zjistíme, že bez spolupráce komerčního a neziskového sektoru, nemůže být firemní dárcovství v praxi realizováno.

Z tohoto důvodu si práce klade za základní cíl navrhnout doporučení, která povedou ke zlepšení dotčené spolupráce. Toto doporučení bude rozděleno na konkrétní a obecné. Konkrétní bude směřovat subjektům, které se zúčastní výzkumného šetření a samy poskytnou data z oblasti firemního dárcovství. Tyto subjekty budou vybrány z komerčního a z neziskového sektoru v celkovém množství šest. Obecné doporučení bude směřovat pro potřeby všech, kdo se zajímají nebo už zabývají firemním dárcovstvím a mají zájem tuto činnost zlepšovat, aby byla efektivnější. Základní cíl se dále dělí na dva dílčí cíle, na jejichž základě bude možné naplnit tento cíl.

Metodika

Dosažení základního cíle

Základní cíl práce je stanoven včetně dvou dílčích cílů, jejichž splnění je nezbytné pro dosažení základního cíle. Pro naplnění dílčích cílů bude nutné provést šetření v terénu a zajistit potřebná data. Aby bylo možné takovéto šetření realizovat, je nutné nejdříve zpracovat dostatečně pevnou teoretickou základnu z oblasti firemního dárcovství, na jejímž základě pak bude teprve možné zahájit terénní šetření. Potřebná teoretická základna bude zpracována

metodou studia dokumentů a na základě osobní zkušenosti, která byla získána praxí v nestátní neziskové organizaci proFem, o.p.s..

V dotazníkovém šetření i v rozhovoru budou použity uzavřené, polootevřené a otevřené otázky, protože vlastním předvýzkumným šetřením bylo zjištěno, že pokud se v dotazníku i v rozhovoru vyskytují všechny typy otázek, respondent má větší motivaci k vyplnění, protože každý typ otázky požaduje jiný typ myšlenkových procesů.

Závěr

Prostředky, které získávají nestátní neziskové organizace z firemního dárcovství, jsou jedním z důležitých zdrojů pro provoz organizace. Tyto získané prostředky sice nepokryjí provozní náklady v plné míře, ale významně se na tom podílejí. Jak vyplynulo z praktické části, samy nestátní neziskové organizace potvrzují, že nevyčerpaly všechny možnosti, jak navýšit příjem prostředků z firemního dárcovství. Z osobní zkušenosti a předvýzkumu je možné konstatovat, že navazování spolupráce s firmami, za účelem firemního dárcovství, je velice obtížná činnost. Velké množství firem nahlíží na neziskový sektor jako na něco méněcenného, a tudíž a priori na možný kontakt ze strany neziskového sektoru reagují často dost negativně. Pracovník, který se vydává reálně do terénu, musí být dobře odborně vybaven, ale také náležitě psychicky odolný, aby časté negativní chování firemních pracovníků přestál a uchoval si duševní rovnováhu. Sám jsem si v rámci diplomní praxe vyzkoušel práci fundraisera a vyrazil jsem do terénu oslovit několik vytipovaných firem. V Praze jsem takto oslovil deset firem, dvě firmy v Nymburce a tři firmy v Kolíně. I přes takovéto množství kontaktů, se mi nepodařilo navázat žádnou spolupráci. V sedmi firmách mě odmítli hned, a u zbytku jsem získal příslib, že se mi někdo v brzké době ozve. Buď je nutné chápat brzkou dobu několik let, nebo bylo potřeba při kontaktu pochopit, že příslib další spolupráce je jen slušným rozloučením. Tudíž realita je taková, že v praxi se pracovníci nestátních neziskových organizací vydávají fyzicky do terénu navazovat spolupráci k firemnímu dárcovství minimálně, což je možné chápat i na základě mnou výše uvedených osobních zkušeností. Pokud tedy nestátní neziskové organizace vůbec fundraisery používají, a jak bylo zjištěno je jich méně než polovina, tak provozují svou činnost zejména z kanceláře nebo osobně jednájí jen už se zavedenými dárci. I přes tento fakt bylo ale zjištěno, že fundraiser přinese organizaci více prostředků z firemního dárcovství, než když pro organizaci nepracuje. Práce fundraisera totiž neznamená jen „vyinkasování“ peněžní částky od dárců, ale také v péči o získaného

dárce, která spočívá např. v průběžném informování dárce o aktivitách organizace, o účelu využití jím darovaných prostředků, zasílání pozvánek na některé akce organizace apod.

Základním cílem práce bylo navrhnout nestátním neziskovým organizacím opatření, která povedou ke zlepšení spolupráce a následně zvýšení příjmů prostředků z firemního dárcovství. Je faktem, že je přínosné, když pro organizaci pracuje fundraiser. Z tohoto je tedy možné vyvodit doporučení, aby se nestátní neziskové organizace zaměřily na to, získat pro navazování spolupráce s firmami fundraisera. Finanční prostředky, které budou muset do tohoto specializovaného pracovníka vložit, je nutné brát jako investici do budoucna, která se s největší pravděpodobností vyplatí. Nebo je zde ještě jedna možnost, zajistit si fundraisera formou dobrovolnické služby. Dále doporučuji, aby nestátní neziskové organizace požadovaly po svých fundraiserech, aby aktivně působili v terénu, pokoušeli se navazovat spolupráci i za cenu nepříjemného jednání ze strany komerčních subjektů. Je možné chápat, že nikomu se nechce do negativní interakce, ale v případě fundraisera je nutné uvést, že navazování spolupráce je jeho prací a není možné, aby ji plnil jen částečně, ale mzdu pobíral v plné výši. Je také možné, aby fundraiser byl ke své činnosti motivován tak, že mu bude vyplacena procentní odměna ze získané částky. I tento druh motivace pro fundraisery některé neziskové organizace využívají.

Pro splnění základního cíle v plném rozsahu, je potřeba ještě reagovat na zjištěná fakta u šesti vybraných komerčních i neziskových subjektů. Všechny oslovené nestátní neziskové organizace zaměstnávají fundraisera, který má v náplni práce získávání prostředků z firemního dárcovství. Tento fakt se odráží na výši prostředků, které organizacím plynou z firemního dárcovství. Těmto nestátním neziskovým organizacím doporučuji, aby i v případě poklesu prostředků na provoz organizace nadále fundraisera zaměstnávaly, protože jeho přínosnost do rozpočtu organizace je prokázána. Firmám, které se zúčastnily rozhovoru, doporučuji, aby při navazování spolupráce k firemnímu dárcovství byly samy aktivní a nečekaly jen na žádosti z neziskového sektoru. Dvě firmy již aktivní přístup realizují, jedna jen reaguje na došlé žádosti. Firmy si musí uvědomit, že jsou součástí společnosti, jejíž potřeby není schopen stát naplňovat v plné míře, a proto je prospěšné, aby státu vypomáhaly tam, kde na to nestačí. Poskytnutí daru má pro firmu vždy přínos, ať to jsou daňové odečty, prezentace firmy v očích společnosti jako společensky odpovědné firmy nebo zlepšení loajality zaměstnanců i zákazníků. Firmy, které poskytly informace do praktické části, si tyto výhody uvědomují a podle toho k firemnímu dárcovství přistupují, ale je velké množství firem, jenž výhody firemního dárcovství ještě nepochopily nebo jsou výhody z něj plynoucí

pro ně nepřínosné. Na závěr lze konstatovat, že cíle práce byly naplněny tak, jak byly definovány v zadání práce.

Seznam použitých zdrojů

Literatura

BARTOŠOVÁ, Zuzana. *Průvodce firemní filantropií*. Praha: Fórum dárců, 2006. 38 s. ISBN 80-902965-5-6.

BOUKAL, Petr a kol. *Ekonomika a financování neziskových organizací*. Vyd. 1. Praha: Oeconomica, 2007. 89 s. ISBN 978-80-245-1293-8.

GAVORA, Peter. *Úvod do pedagogického výzkumu*. Brno: Paido, 2000. 207 s. ISBN 80-85931-79-6.

ŠEDIVÝ, Marek a MEDLÍKOVÁ, Olga. *Public relations, fundraising a lobbying: pro neziskové organizace*. 1. vyd. Praha: Grada, 2012. 138 s. Management. ISBN 978-80-247-4040-9.

Elektronické zdroje

BUSINESS LEADERS FORUM. *Slovník pojmů* [on-line]. © 2012 [cit. 2013-11-06]. Dostupné z WWW: <<http://www.csr-online.cz/co-je-csr/slovník-pojmu/>>.

COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES. *Green paper, Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility* [on-line]. Brussels, 18.7.2001 [cit. 2013-11-06]. Dostupné z WWW: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/en/com/2001/com2001_0366en01.pdf>.

CSR WATCH JORDAN. *Definition of CSR* [on-line]. © 2013 [cit. 2013-11-09]. Dostupné z WWW: <<http://www.csrwatchjordan.com/definition.html>>.

MINISTERSTVO MÍSTNÍHO ROZVOJE. *Analýza socioekonomického rozvoje kraje se specifikací potřeb po roce 2013 z hlediska kohezní politiky* [on-line]. © 4.8.2010. Zpracovatel: EuroManagers s.r.o. [cit. 2015-02-12]. Dostupný z WWW: <http://www.euromanagers.cz/data/Socioekonomicka_analyza_final.pdf>.

Zákony

Zákon o daních z příjmů (zákon č. 586/1992 Sb.). Dostupný on-line na: <<http://business.center.cz/business/pravo/zakony/dprij/>>. [cit. 2013-10-24].

Občanský zákoník (zákon č. 89/2012 Sb.). Dostupný on-line na: <<http://business.center.cz/business/pravo/zakony/obcansky-zakonik/>>. [cit. 2013-10-24].

Usnesení vlády ČR č 685 ze dne 11. září 2013 o Hlavních oblastech státní dotační politiky vůči nestátním neziskovým organizacím pro rok 2014. Dostupné on-line na: <<http://www.vlada.cz/cz/ppov/rnno/usneseni-vlady/usneseni-vlady-cr-ze-dne-11--zari-2013-c--685-111101/>>. [cit. 2013-10-25].