

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra humanitních věd**



**Bakalářská práce**

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

**Matěj Svoboda**

© 2015 ČZU v Praze

# ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Katedra humanitních věd  
Provozně ekonomická fakulta

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Matěj Svoboda

Hospodářská politika a správa

Název práce

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

Anglický název

**Corporate giving as a sign of cooperation of commercial and non-profit sector**

---

### Cíle práce

Hlavním cílem bakalářské práce bude zjistit, jaká je spolupráce mezi komerční a neziskovou organizací na vybraných právnických subjektech. Dílčím cílem je zjistit, jaký je postoj veřejnosti k firemnímu dárcovství a také zjistit další možnosti spolupráce ve vztahu k dárcovství.

### Metodika

Bakalářská práce obsahuje teoretickou část, která vychází ze sekundárních dat a používá techniku studia dokumentů. Praktická část zahrnuje kvantitativní techniku v podobě dotazníkového šetření s využitím řízené redundance. Kvalitativní šetření používá techniku zúčastněného pozorování, semistandardizovaných a nestandardizovaných rozhovorů. Výsledky budou shrnuty, diskutovány a bude stanoven závěr.

### Rozsah textové části

40-50 stran

### Klíčová slova

daň, dar, organizace, soukromý sektor, veřejný sektor, nezisková organizace

---

### Doporučené zdroje informací

DISMAN, Miroslav. Jak se vyrábí sociologická znalost: příručka pro uživatele. 4., nezměň. vyd. Praha: Karolinum, 2011, 372 s. ISBN 978-80-246-1966-8.

FRIČ, Pavol. Dárcovství a dobrovolnictví v České republice: (výsledky výzkumu NROS a Agnes). Vyd. 1. Praha: Agnes, 2001, 115 s. ISBN 80-902-6337-2.

HLADKÁ, Marie. Dárcovství v očích veřejnosti. Brno: Společnost pro studium neziskového sektoru, 2009, 20 s. ISBN 978-80-904150-4-1.

HYÁNEK, Vladimír, Simona ŠKARABELOVÁ a Markéta ŘEŽUCHOVÁ. Rozbor financování nestátních neziskových organizací z vybraných veřejných rozpočtů: metody, problémy, řešení. Brno: Centrum pro výzkum neziskového sektoru, 2005, 40 s. ISBN 80-239-5262-5.

PROUZOVÁ, Zuzana. Ekonomické výsledky neziskových organizací v oblasti vzdělávání v roce 2005. Brno: CVNS – Centrum pro výzkum neziskového sektoru, 2006, 24 s. ISBN 80-239-8448-9.

REKTOŘÍK, Jaroslav. Organizace neziskového sektoru: základy ekonomiky, teorie a řízení. 2. aktualiz. vyd. Praha: Ekopress, 2007, 187 s. ISBN 978-80-86929-25-5.

RIEGEL, Karel. Ekonomická psychologie. Vyd. 1. Praha: Grada Publishing, 2007, 247 s. ISBN 978-80-247-1185-0.

ŘEŽUCHOVÁ, Markéta. Dárcovství v číslech. Brno: Společnost pro studium neziskového sektoru, 2011, 28 s. ISBN 978-809-0415-065.

ŠKARABELOVÁ, Simona. Definice neziskového sektoru: sborník příspěvků z internetové diskuse CVNS. Brno: Centrum pro výzkum neziskového sektoru, 2005, 52 s. ISBN 80-239-4057-0.

VLČEK, Josef. Ekonomie a ekonomika. 3. vyd. Praha: ASPI, 2005, 559 s. ISBN 80-735-7103-X.

---

### Vedoucí práce

Ing. Pavla Varvažovská

Elektronicky schváleno dne 18. 12. 2013

**doc. PhDr. Michal Lošťák, Ph.D.**

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 3. 3. 2014

**Ing. Martin Pelikán, Ph.D.**

Děkan PEF ČZU

V Praze dne 27. 01. 2015

## **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci "Firemní dárcovství jako projev spolupráce komerčního a neziskového sektoru" jsem vypracoval samostatně pod vedením vedoucí bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce. Jako autor uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 16. 3. 2015

---

## **Poděkování**

Rád bych touto cestou poděkoval Ing. Pavle Varvažovské za odborné rady a vedení při tvorbě této bakalářské práce. V neposlední řadě musím také poděkovat všem ochotným zaměstnancům neziskových organizací a komerčních společností, kteří ochotně poskytli rozhovory pro účely této bakalářské práce.

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

---

## **Corporate giving as a sign of cooperation of commercial and non-profit sector**

### **Souhrn**

Bakalářská práce se zabývá otázkou firemního dárcovství, které je projevem spolupráce vybraných komerčních a neziskových organizací. Cílem je zjistit, jaké jsou možnosti jejich vzájemné spolupráce. Přehled řešené problematiky vychází ze studia dokumentů a vymezuje základní charakteristiky této problematiky. Terénní šetření je zaměřeno na vybrané neziskové organizace a jejich spolupráci s danými komerčními společnostmi.

V terénním šetření jsou použity kvantitativní i kvalitativní techniky sběru dat. Mezi vybrané techniky patří multikriteriální analýza, dotazníkové šetření a rozhovor. Zpracování výsledků bylo provedeno pomocí odpovídajících statistických a komparačních metod. Dále práce obsahuje shrnutí zjištěných výsledků, závěr a návrh další možnosti spolupráce.

### **Summary**

Bachelor thesis deals with the issue of corporate donations as a sign of cooperation between selected commercial, and non-profit organizations. The aim is to find out what are the possibilities of mutual cooperation. Overview of this problem is based on the study of documents, and defines the basic characteristics of this issue. Field investigation is focused on selected non-profit organizations and their cooperation with given commercial companies.

The field survey used both quantitative and qualitative data collection techniques. The selected techniques include multi-criteria analysis, questionnaire, and interview. Processing of the results was performed using appropriate statistical and comparative methods. The paperwork also contains a summary of the findings, conclusions, and proposals for further cooperation possibilities.

**Klíčová slova:** dar, daň, organizace, soukromý sektor, veřejný sektor, nezisková organizace

**Keywords:** gift, tax, organization, private sector, public sector, non-profit organization

## **Obsah**

<b>1</b>	<b>Úvod</b> .....	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Cíl práce a metodologie</b> .....	<b>4</b>
<b>3</b>	<b>Přehled řešené problematiky</b> .....	<b>6</b>
3.1	Komerční sektor .....	7
3.1.1	Právní úprava obchodních společností .....	8
3.2	Neziskový sektor .....	12
3.2.1	Definice neziskového sektoru .....	13
3.2.2	Teoretická východiska vzniku neziskového sektoru .....	16
3.2.3	Historie dobročinnosti v České republice .....	22
3.2.4	Právní úprava neziskových organizací .....	23
3.2.5	Finanční zdroje nestátních neziskových organizací.....	29
3.3	Spolupráce komerčního a neziskového sektoru .....	33
3.3.1	Společenská odpovědnost firem .....	34
3.3.2	Firemní filantropie .....	36
3.3.3	Dělení podnikových dárců .....	37
3.3.4	Daňová motivace podniků .....	38
3.4	Charakteristika prostředí .....	40
<b>4</b>	<b>Terénní šetření</b> .....	<b>47</b>
4.1	Kvantitativní šetření .....	47
4.2	Kvalitativní šetření .....	54
<b>5</b>	<b>Výsledky a diskuse</b> .....	<b>59</b>
<b>6</b>	<b>Závěr</b> .....	<b>63</b>
<b>7</b>	<b>Seznam použitých zdrojů</b> .....	<b>65</b>
<b>8</b>	<b>Přílohy</b> .....	<b>70</b>

# 1 Úvod

Dárcovství je v dnešní době často zmiňované téma, o kterém se dočteme v mnoha odborných publikacích. Při úvahách o dárcovství se nabízí otázka, jaké jsou důvody pro poskytnutí určitého daru, který může mít různé podoby. Zde se objevuje pojem altruismus, který je nutné blíže definovat. Vzhledem k tomu, že se tato práce zabývá firemním dárcovstvím, je zapotřebí vysvětlit základní pojmy související s tímto tématem. Komerční podniky a firmy jsou nedílnou součástí moderní společnosti. Vedle těchto komerčních společností však existují neziskové organizace, které mají odlišné cíle. Otázkou tedy je, proč spolu tyto organizace spolupracují? Pro zodpovězení této otázky je nutné blíže pochopit cíle těchto organizací a motivaci, která je vede ke spolupráci.

Hlavním cílem komerčních organizací je maximalizace zisku, což je jeden ze základních charakteristických prvků kapitalismu. Je zřejmé, že mezi sebou komerční organizace spolupracují, aby dosáhli větších zisků. Komerční organizace, ale také spolupracují s neziskovými organizacemi, jejichž cílem je veřejně nebo vzájemně prospěšná činnost. Komerční i neziskové organizace mohou nabývat různých právních forem. Právní úprava těchto organizací se zásadně změnila na začátku roku 2014, kdy vstoupil v platnost nový občanský zákoník, který mimo jiné upravuje i neziskové organizace. V souvislosti s touto změnou je nutné blíže vymezit současnou legislativní úpravu a důsledky těchto změn.

Cílem této práce je charakterizovat spolupráci mezi vybranými komerčními a neziskovými organizacemi. Pro účely této práce byly vybrány dvě neziskové organizace, které budou analyzovány a vzájemně porovnávány na základě kvalitativních i kvantitativních technik sběru dat. Zároveň bude charakterizována jejich spolupráce s vybranými komerčními a neziskovými organizacemi. Pro vytvoření celkového obrazu této problematiky bude nastíněn postoj respondentů ke spolupráci mezi komerčními a neziskovými organizacemi. Jedním z výstupů této práce bude návrh, který by mohl rozšířit spolupráci mezi vybranými organizacemi.



## 2 Cíl práce a metodologie

Cílem bakalářské práce je charakterizovat komerční a neziskový sektor se zaměřením na nestátní neziskové organizace. Hlavním cílem bude charakterizovat spolupráci vybraných komerčních a neziskových organizací. Dílčím cílem je zjistit, jaký je postoj veřejnosti k určitým otázkám firemního dárcovství. V rámci této práce jsou stanoveny následující výzkumné otázky:

- Jaké jsou možnosti spolupráce mezi komerčním a neziskovým sektorem?
- Jakým způsobem probíhá spolupráce mezi vybranými právními subjekty?
- Jaký postoj zaujímá veřejnost vůči spolupráci mezi komerčním a neziskovým sektorem?

V první části této práce je použita kvalitativní technika sběru dat, která se nazývá studium dokumentů. Pomocí této techniky jsou sbírána sekundární data, která jsou následně interpretována. Jako prameny sekundárních dat jsou vybrány odborné publikace, uveřejněné výzkumy, zákony České republiky a internetové zdroje, které se zabývají touto problematikou.

V rámci multikriteriální analýzy kvantifikovaného modelu je cílem definovat poměrově škálové vazby a vztahy ve struktuře charitativních činností mezi Charitou České republiky a Diakonií Broumov z hlediska jejich objektivního vnímání. Princip této analýzy je založen na dualitní komparaci vztahů mezi jednotlivými variantami příjmových zdrojů finančního a materiálního typu a jejich užitím dle strategií chování obou charitativně orientovaných organizací. Cílem kvantitativního modelu zpracovaného v rámci běžných a verifikovaných metod multikriteriální analýzy je posoudit zaměření perspektivních strategií obou organizací, s ohledem na škálové hodnocení jejich stávajícího systému.

V další části práce je použita technika sběru dat pomocí standardizovaných a semistandardizovaných rozhovorů se zástupci vybraných firem a organizací, které mezi sebou spolupracují. Výhodou semistandardizovaného typu rozhovoru je, že je možné pokládat doplňující otázky, které upřesňují získané informace. Výsledky rozhovorů jsou komparativně analyzovány.

Dále bude použita technika sběru dat pomocí standardizovaných dotazníků. Tato technika je založena na předem stanovených otázkách, které respondenti zodpovídají. Pro účely analýzy získaných dat byly zvoleny uzavřené otázky, které nabízejí několik možných variant odpovědí, ze kterých si respondent vybírá jednu nebo více možností. Při tvorbě otázek byl kladen důraz na to, aby nebyly pokládány sugestivní, dvojité nebo komplexní otázky. Pro dodržení tvorby vyčerpávajícího souboru všech možných odpovědí je uskutečněna tzv. sonda. V rámci této sondy bylo rozdáno 20 dotazníků, na základě kterých byl dotazník upraven tak, aby byla dodržena pravidla pro tvorbu dotazníků. Získaná data z celkového počtu 120 dotazníků budou statisticky analyzována a testována.

U otázky týkající se poskytnutí nějakého druhu daru odpovídali respondenti pouze ano či ne, a získané hodnoty byly zapsány do tzv. asociačních tabulek. Pro následné testování stanovených nulových hypotéz bylo využito testové kritérium chí-kvadrát, pro které platí vzorec: 
$$\chi^2 = \frac{n-(ad-bc)^2}{(a+b)(c+d)(a+c)(b+d)}$$

Vypočtená hodnota testového kritéria je porovnávána s tabulkovou kritickou hodnotou chí-kvadrát rozdělení pro 1 stupeň volnosti. Hladina významnosti je pro všechny výpočty zvolena  $\alpha = 0,05$ . V případě, že je vypočtená hodnota větší než tabulková kritická hodnota, nulová hypotéza o nezávislosti znaků se zamítá. V případě, že je nulová hypotéza zamítnuta je nutné vypočítat, jak silná je závislost mezi prvky souboru. Pro výpočet míry těsnosti asociační závislosti se používá tzv. koeficient asociace, pro který platí následující vzorec: 
$$V = \frac{ad-bc}{\sqrt{(a+b)(c+d)(a+c)(b+d)}}$$

Vypočtená hodnota se může pohybovat v intervalu  $\langle -1; 1 \rangle$ , a je posuzována podle orientační tabulky závislosti:

$0 <  V  \leq 0,3$	slabá závislost
$0,3 <  V  \leq 0,8$	střední závislost
$0,8 <  V  \leq 1$	silná závislost

V dotazníkovém šetření bude testována následující hypotéza:

$H_0$ : Neexistuje statisticky významný rozdíl v poskytnutí daru v několika posledních letech a v současnosti mezi ženami a muži.

### 3 Přehled řešené problematiky

Dárcovství a s tím spojený pojem dobrovolnictví jsou aktivity, se kterými je spjata představa o konání dobra pro jiné bez nároku na odměnu nebo zisk. Takovému konání dobra pro jiné bez nároku na odměnu odpovídá pojem altruismus (Frič, 2001, s. 13). Ve Velkém sociologickém slovníku je pojem altruismus vysvětlen jako morální princip předepisující potlačit vlastní egoismus, nezištnou službu bližnímu, ochotu obětovat vlastní zájem ve prospěch jiných, mravní princip, podle něhož je blaho jiného a on sám mravně důležitější než mé vlastní já a vlastní blaho (Petrousek a kol., 1996, s. 51). Z této definice vyplývá, že altruismus by měla být nezištná služba bližnímu nebo svému okolí s nulovou anticipací na zisku. Zdá se, že požadavky absolutní nezištnosti a nulové anticipace zisků lze úspěšně zpochybnit. Dalo by se říci, že v pozadí altruismu totiž vždy působí emocionální a racionální motivace. Jedinec, který se stará o blaho jiných vždy něco získává. Tento zisk může mít různé podoby, například příjemný pocit z dobrého skutku nebo splnění určité společenské normy, která je žádoucí. Ideály altruismu se mimo jiné objevují i v řadě náboženských doktrín, zejména v křesťanství a buddhismu. Křesťanský altruismus je také jakousi normou, kterou by se měl každý křesťan řídit, přičemž zde existuje určité očekávání odměny, která čeká na každého dobrodince. Z výše uvedeného lze konstatovat, že potlačit vlastní egoismus při altruistickém chování nelze, ale sobecké a altruistické chování se nemusí vzájemně vylučovat. K tomu, aby byl altruismus prospěšný, není nutné, aby nebyl egoisticky motivován. Dalo by se tedy říci, že zisky z altruismu jsou vždy oboustranné a prospěšné pro obě strany (Frič, 2001, s. 13-22).

V úvahách o altruismu je možné předpokládat, že altruista věnuje či poskytne určitý druh daru. Darem je možné rozumět předmět, který mění majitele ze sociálních a kulturních důvodů. Instituci daru v širším slova smyslu zkoumá Marcel Mauss v rozsáhlém díle s názvem Esej o daru. Tento autor za dar nepovažuje jen materiální statky movité a nemovité, ale i vojenskou pomoc, pořádání slavností a oslav, výrazy respektu a uznání, nejrůznější oběti a jiné. Dar může posilovat pouta mezi darujícím a obdarovaným, nebo signalizovat druhé straně přátelské úmysly. Dar také může vyvolat pocit závazku či sloužit jako nástroj k ustavování a potvrzování vztahů nadřazenosti a podřazenosti. Kromě dávání daru s určitou povinností dar oplatit, existuje také povinnost dar přijmout. Nepřijetí daru by mohlo signalizovat neochotu navázat komunikaci, čímž by byl dárce záměrně ponižován (Petrousek a kol., 1996, s. 165).

### 3.1 Komerční sektor

Vzhledem k tomu, že komerční sektor je velice rozšířený a jeho specifika a charakteristiky jsou velice rozsáhlé, bude v této práci rozebrán pouze okrajově. Podnikání je možné charakterizovat několika rysy. Základním cílem podnikání je snaha o dosažení zisku. Tento zisk je vyjádřen přebytkem výnosů nad náklady. Podniky, které do tohoto sektoru spadají, se snaží vytvářet zisk pomocí uspokojováním potřeb zákazníků. Tyto potřeby jsou uspokojovány různými statky a službami, které dané podniky nabízejí na tzv. trhu. Vzhledem k tomu, že na trhu jsou většinou i jiné firmy poskytující podobné či stejné statky a služby, vzniká zde konkurenční prostředí. Pro podnikání je charakteristické, že při vzniku je do daného podniku vložen základní kapitál. Tento kapitál je možné vytvořit z vlastních nebo cizích zdrojů. Snahou podnikání je tedy snaha zhodnotit vložený kapitál a zvýšit jeho hodnotu (Synek, 2010, s. 3-4) (Vlček, 2005).

V historii byl komerční sektor značně potlačen a ovlivněn hlavně v období socialismu. V roce 1953 byla přijata sovětská metoda řízení podniku, která byla závislá na technickoprůmyslovém a finančním plánu. Tento plán byl centrálně řízen komunistickou stranou Československa. V srpnu roku 1968 nastoupilo období tzv. „normalizace“. Charakteristickým znakem tohoto období bylo to, že podniky nemohly překročit meze centrálního řízení ekonomiky, přičemž vlastnictví podniků prakticky vstoupilo do vlastnictví státu. Podniky nemohly rozhodovat samy o sobě, vstupovat svobodně na trh a samostatně navazovat obchodní kontakty. Všechny podniky tak byly centrálně řízeny, a v této době nebylo cílem maximalizovat zisk, ale splnit plán, který byl nastaven komunistickou stranou Československa (Synek, 2010, s. 5-6). Na základě odborných konzultací lze konstatovat, že období normalizace v České republice nastupuje až od dubna 1970.

V listopadu 1989 padl socialistický režim a podniky byly poznamenány velkou zátěží předchozí vlády. To se projevilo především celkovou byrokratizací ekonomiky, kde byl tvořivý podnikatel nahrazen disciplinovaným byrokratem. Produktivní sféra byla organizována podle stejných principů a stejných schémat, což mělo za důsledek potlačení specifík jednotlivých odvětví a oborů. Centrální řízení vedlo ke schematickému vytváření velkých ekonomických celků, výrobních hospodářských jednotek, které čítaly desetitisíce až statisíce zaměstnanců s důkladně propracovanými řídicími vazbami. Samotný výběr

pracovníků byl v době socialistické vlády podřízen politickým kritériím, což mělo za důsledek, že do podniku se dostávali lidé vyhovující politickým kritériím, ale často bez manažerských schopností (Synek, 2010, s. 6-9).

### **3.1.1 Právní úprava obchodních společností**

Do roku 2014 byly obchodní společnosti legislativně ustanoveny v zákoně č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník v platném znění. Tento zákoník definoval podnikání jako soustavnou činnost prováděnou samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku (Synek, 2010, s. 9). Nový občanský zákoník, který vstoupil v platnost 1. 1. 2014, tento zákon zrušil, přičemž vznikl nový zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích v platném znění.

Zákon o obchodních korporacích definuje obchodní korporace, mezi které řadí obchodní společnosti a družstva. Obchodní společnosti se dále dělí na veřejné obchodní společnosti, komanditní společnosti, společnosti s ručením omezeným a akciové společnosti. Obchodní korporace se zakládají společenskou smlouvou, která vyžaduje formu veřejné listiny. Pokud obchodní korporace splní všechno potřebné pro založení, jsou zapsány do obchodního rejstříku, který sdružuje všechny obchodní společnosti a družstva (Zákon o obchodních korporacích, 2014, §1).

V některých společnostech je nutné vytvořit základní kapitál, což je souhrn všech vkladů dané společnosti. Předmět vkladu je věc, kterou se společník nebo budoucí společník zavazuje vložit do dané obchodní korporace za účelem nabytí, nebo zvýšení účasti ve společnosti. Tato věc může mít formu peněžních a nepeněžních vkladů. Vklad je potom peněžní vyjádření hodnoty daného předmětu, který je vložen do základního kapitálu. Po dobu trvání obchodní korporace, ani po jejím zrušení nemá společník právo na vrácení předmětu vkladu (Zákon o obchodních korporacích, 2014, §15-30).

#### **Veřejná obchodní společnost (v. o. s.)**

Veřejně obchodní společnost je zakládána na základě společenské smlouvy, přičemž ji musí založit alespoň dvě osoby, které se účastní na jejím podnikání nebo správě jejího majetku. Zakladatelé ručí za dluhy společnosti stejným dílem. Pro veřejně obchodní společnost není stanovena výše základního kapitálu, tudíž není podmínkou určitý vklad do

této společnosti. Pokud by ve společenské smlouvě byla stanovena vkladová povinnost, musí ji každý společník splnit. Rozhodování ve veřejné obchodní společnosti probíhá formou hlasování, kdy je zapotřebí souhlasu všech společníků, pokud není stanoveno jinak. Pokud není ve společenské smlouvě ustanoveno rozdělování zisku, dělí se rovným dílem mezi společníky (Zákon o obchodních korporacích, 2014, §95-117).

### **Komanditní společnost (k. s.)**

Komanditní společnost je také zakládána na základě společenské smlouvy, která obsahuje určení komplementářů a komanditistů, výši vkladu každého komanditisty a další nezbytné údaje. Komanditisté tvoří kategorii společníků, kteří ručí za dluhy společnosti omezeně, tj. pouze do výše vkladu daného komanditisty. Každý komanditista musí splnit vkladovou povinnost, jejíž výše je ustanovena ve společenské smlouvě. Další kategorii společníků tvoří komplementáři, kteří ručí za dluhy společnosti neomezeně, tj. celým svým majetkem, tedy i tím, který do dané společnosti nevložili. Statutární orgán společnosti jsou všichni komplementáři nebo pouze někteří, pokud je tak stanoveno ve společenské smlouvě. Rozdělení na komplementáře a komanditisty má vliv na rozdělování zisku. Zisk a ztráta se dělí mezi společnost a komplementáře rovným dílem, pokud smlouva neurčí jinak. Část zisku společnosti se po zdanění rozdělí mezi komanditisty podle poměru jejich podílů. Za případnou ztrátu nesou odpovědnost komplementáři, přičemž komanditisté následky nenesou (Zákon o obchodních korporacích, 2014, §118-131). Obchodní zákoník určoval vkladovou povinnost komanditistů v minimální výši 5 000 Kč, ale dnes již tato minimální výše není v zákoně o obchodních korporacích nijak upravena (Obchodní zákoník, 2013, § 97a).

### **Společnost s ručením omezeným (s. r. o.)**

Společnost s ručením omezeným je zakládána na základě společenské smlouvy. Za dluhy ručí společníci společně a nerozdílně do výše, v jaké nesplnili vkladové povinnosti podle stavu zapsaného v obchodním rejstříku. Podíl společníka se určuje podle poměru jeho vkladu na tento podíl připadající k výši základního kapitálu, pokud smlouva neurčuje jinak. Tyto podíly je možné rozdělit na různé druhy, na základě práv a povinností (Zákon o obchodních korporacích, 2014, §132-242). Vkladová povinnost do společnosti s ručením omezeným se v průběhu času zásadně změnila. V obchodním zákoníku byl základní

kapitál společnosti s ručením omezeným stanoven v minimální částce 200 000 Kč (Obchodní zákoník, 2013, §108). Zákon o obchodních korporacích však tuto částku snížil na pouhou 1 Kč (Zákon o obchodních korporacích, 2014, §142).

Snížení základního kapitálu otevírá dveře živnostníkům, pro které složení dřívější výše základního kapitálu představovalo finanční překážku. Na druhou stranu základní kapitál ztratil svou garanční roli vůči ostatním společnostem. Aby byla zachována určitá garance, jsou zavedeny režimy ochrany věřitelů, mezi které patří například test insolvence. Každá společnost s ručením omezeným si však může základní kapitál navýšit podle svého rozhodnutí. Je však nutné aby nejpozději do 5 let ode dne vzniku společnosti, byl tento vklad splněn, pokud není stanoveno jinak (Chlada, 2014).

### **Akciová společnost (a. s.)**

Akciová společnost je zakládána na základě přijetí stanov, přičemž ten kdo přijal stanovy a podílí se na úpisu akcií, je zakladatel. Zjednodušeně lze říci, že akciová společnost vydává tzv. akcie, se kterými jsou spojena práva akcionáře jako společníka podílet se na řízení, zisku a na likvidačním zůstatku společnosti. Tyto akcie mohou mít více podob, jako například kusové akcie, akcie se jmenovitou hodnotou, akcie na jméno, akcie na majitele a další. Existují také různé druhy akcií, které se liší podle hlasovacích a jiných práv. Akcie jsou rozděleny mezi zakladatele a akcionáře, kteří splatili jejich hodnotu. Akciová společnost může také nabídnout akcie pro širší veřejnost, přičemž musí splnit pravidla pro veřejnou nabídku akcií. Akcie s veřejnou nabídkou jsou nabízeny a poptávány na různých burzách, kde je možnost dané akcie zakoupit za určitou cenu. Tyto akcie pak vyjadřují určitý podíl na zisku dané společnosti. Ve chvíli kdy je vypočten zisk po zdanění, rozhoduje valná hromada o tom, jak velká část tohoto zisku bude rozdělena mezi akcionáře, přičemž zbytek zůstává ve společnosti na další účely. V akciové společnosti jsou tvořeny orgány, které mají různou funkci. Mezi tyto orgány patří představenstvo, dozorčí rada, správní rada a její předseda a také statutární ředitel. Výše uvedené orgány mají odlišné řídicí či kontrolní pravomoci a podléhají vzájemné kontrole (Zákon o obchodních korporacích, 2014, §243-551).

Obchodní zákoník stanovoval minimální výši základního kapitálu ve výši 2 000 000 Kč bez veřejné nabídky nebo ve výši 20 000 000 Kč s veřejnou nabídkou (Obchodní zákoník, 2013, §162). Zákon o obchodních korporacích však stanovuje jednotnou výši základního kapitálu ve výši 2 000 000 Kč nebo 80 000 EUR (Zákon o obchodních korporacích, 2014, §246).

## **Družstvo**

Družstvo je možné charakterizovat jako společenství neuzavřeného počtu osob, které je založeno za účelem vzájemné podpory svých členů nebo třetích osob, přičemž družstvo může být také založeno za účelem podnikání. Při založení družstva přijme ustavující schůze, která se skládá alespoň z 3 členů, stanovy a zvolí orgány družstva. Družstvo se skládá z členů, kteří se podílejí na základním kapitálu družstva svým členským vkladem. Základní kapitál není zákonem nijak upraven, a jeho výše je upravena ve stanovách družstva. Podmínky pro přijetí a výše členských vkladů jsou také upraveny ve stanovách družstva. Podíl člena na zisku je určen poměrem jeho splněné vkladové povinnosti, přičemž stanovy mohou určit, že pouze někteří členové mají za určitých podmínek podíl na zisku. V případě ztráty je určena uhrazovací povinnost pro členy či členy představenstva, na základě které jsou do určité výše členové povinni uhradit tuto ztrátu. Mezi orgány, které jsou tvořeny v družstvu, patří členská schůze, představenstvo, kontrolní komise a jiné orgány zřízené stanovami. V družstvu se rozhoduje na základě hlasování členské schůze, kterou svolává představenstvo (Zákon o obchodních korporacích, 2014, §552-726).

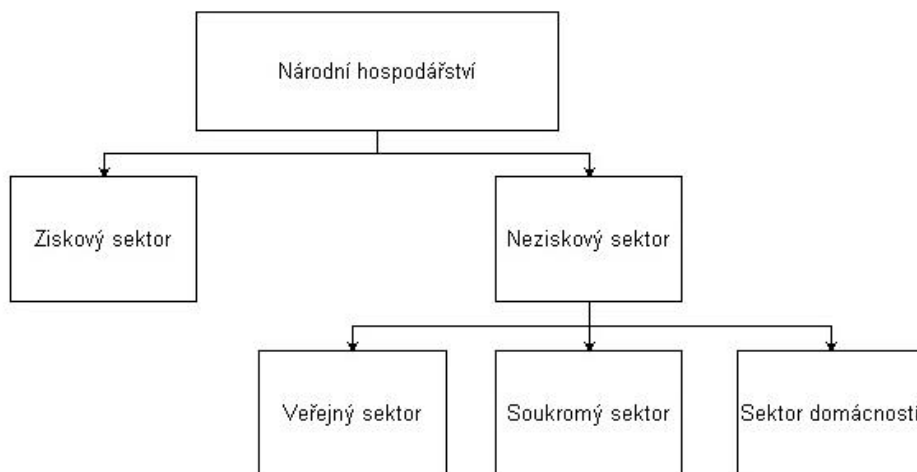
Jednou z právních forem družstva je bytové družstvo, které je založeno jen za účelem zajišťování bytových potřeb svých členů. Bytové družstvo může spravovat domy s byty a nebytovými prostory ve vlastnictví jiných osob, nebo provozovat i jinou činnost, pokud tím neohrozí uspokojování bytových potřeb svých členů. Družstevní byt je tedy ve vlastnictví družstva, přičemž jeho členové mohou koupit podíl, který je opravňuje najímat a dále nakládat s daným bytovým či nebytovým prostorem (Zákon o obchodních korporacích, 2014, §727-757).



### 3.2 Neziskový sektor

Vedle komerčního (ziskového) sektoru je součástí národního hospodářství i neziskový sektor, který se dále člení na tři sektory. Podle principu financování lze národní hospodářství členit podle níže uvedeného schématu (Rektořík a kol., 2010, s. 13).

**Obrázek 1: Členění národního hospodářství podle principu financování**



Zdroj: zpracováno dle Rektořík a kol., 2006, s. 13

Veřejný sektor představují instituce a organizace, které jsou financovány z veřejných financí, řízeny a spravovány veřejnou správou. Rozhodování v těchto oblastech podléhá veřejné kontrole a uskutečňuje se formou veřejné volby. Tyto organizace tedy poskytují veřejné služby, které jsou poskytovány všem. Sektor domácností představuje jednotlivé spotřebitele, kteří dané statky a služby poptávají. Do tohoto sektoru patří všechny fyzické osoby, které se nacházejí v dané oblasti. Soukromý neziskový sektor představují organizace, jejichž hlavní funkce je přímý užitek. Tyto organizace jsou financovány ze soukromých zdrojů, ale za určitých okolností mohou být financovány i z veřejných prostředků. Jejich hlavním cílem tedy není tvorba zisku, ale určitý veřejný užitek pro jednotlivce, skupinu nebo celou společnost (Rektořík a kol., 2010, s. 14).

### 3.2.1 Definice neziskového sektoru

Vzhledem k tomu, že práce se zabývá neziskovým sektorem, je nutné vymezit co to neziskový sektor vlastně je, a jaká je příčina jeho vzniku. Příčinou vzniku dnešních neziskových organizací se stalo právo sdružování, které vychází ze základních znaků demokratické společnosti. Z historického hlediska vyplývá, že neziskové organizace tu byly již před rokem 1989, ale tyto organizace by se potýkaly s problematikou zařazení do dnešní definice neziskového sektoru. První formou neziskových organizací, se kterou je možné se setkat, jsou soukromé (nestátní) neziskové organizace (dále jen NNO) (Hyánek, 2011, s. 11).

Ve většině odborných publikací, zabývajících se touto problematikou je uvedena světově uznávaná definice, kterou rozpracovali profesori L. M. Salamon a H. K. Anheier. Ti ve svých dílech uvádí, že neziskový sektor je chápán jako soubor institucí, které se nacházejí uvnitř státních struktur, ale slouží výhradně veřejným zájmům a potřebám. Tyto instituce jsou tvořeny právě tam, kde stát a vládní neziskové organizace selhávají nebo nestačí. Jsou také uvedeny určité vlastnosti, které charakterizují nestátní neziskové organizace (Škarabelová, 2005, s. 24).

Tyto organizace musí být **institucionalizované**, což znamená, že musí být organizované, tj. mají jistou organizační strukturu, bez ohledu na to, zda jsou formálně nebo právně registrovány (Škarabelová, 2005, s. 24). Pro neziskové organizace a jejich právní formu je nutné, aby bylo zachováno dlouhodobé stanovení cílů, pro které jsou zřízeny. Pokud by tomu tak nebylo, musel by neziskový sektor zahrnovat seskupení, která jsou zřízena dočasně a neformálně (Hyánek, 2011, s. 11).

Jak vyplývá z názvu, tyto organizace musí být **soukromé** (nestátní). Ve vedení sice mohou být například státní úředníci, a mohou využívat státní podpory, ale rozhodující je, že základní struktura je ve své podstatě soukromá (Škarabelová, 2005, s. 24). To znamená, že by neměly být součástí veřejných nebo státních institucí, a zároveň by neměly vykonávat funkce, které přísluší veřejné moci a veřejné správě. Tato vlastnost vyjadřuje fakt, že tyto organizace nemohou být řízeny státem, nýbrž fyzickými a právníckými osobami, které mají zájem na daném účelu a cílech jednotlivých organizací (Hyánek, 2011, s. 11).

Z názvu také vyplývá, že tyto organizace musí být **neziskové**. To však neznamená, že by zisk nevytvářely (Škarabelová, 2005, s. 24). Znamená to, že tento zisk nesmí být přerozdělován mezi vlastníky, zakladatele, management, správní radu a jiné, ale je používán výhradně na dosahování cílů a další rozvoj těchto organizací (Hyánek, 2011, s. 12).

Další vlastností těchto organizací je **samosprávnost a nezávislost**. To znamená, že mají vlastní postupy a struktury, které umožňují kontrolu vlastních činností (Škarabelová, 2005, s. 24). Tato vlastnost má do značné míry zamezit tomu, aby byly neziskové organizace řízeny a ovládány státem či obchodními korporacemi zvenčí (Hyánek, 2011, s. 12).

Poslední uváděnou vlastností je **dobrovolnost**. Dobrovolnost se může projevat výkonem neplacené práce pro organizaci, formou darů od fyzických či právnických osob nebo čestné účasti ve správních radách (Škarabelová, 2005, s. 24). Tato vlastnost se také překládá jako *s účastí dobrovolníků*. To znamená, že zde existuje nějaký dobrovolný element a participace dobrovolných zaměstnanců. Jednotlivé organizace se budou lišit v intenzitě a formě dobrovolnosti. Tuto podmínku je také možné interpretovat, jako požadavek nepovinnosti členství a jiné účasti na činnosti organizace. Tento požadavek představuje určitý problém, protože některé organizace mají povinné členství, což by tuto organizaci vyloučilo ze soukromého neziskového sektoru, do kterého ve své podstatě patří (Hyánek, 2011, s. 12).

Toto vymezení lze aplikovat na široké spektrum organizací, ale není možné to považovat za jednoznačnou a nezpochybnitelnou definici. Prvním problémem jsou církve a náboženské společnosti, které jsou v některých zemích propojené se státním aparátem, a proto není vždy možné o těchto organizacích uvažovat jako o součásti soukromého neziskového sektoru. Druhým problémem je striktní vymezení neziskovosti NNO, což by prakticky vylučovalo některé organizace, jako jsou družstva a částečně i vzájemně prospěšné organizace. Některé organizace totiž mohou část svého zisku rozdělovat mezi své členy za určitých okolností. Příkladem mohou být sociální družstva, ve kterých není primárním cílem maximalizace zisku jako u obchodních korporací, a rozdělování zisku slouží spíše jako prostředek určité stimulace ve formě bonusu (Hyánek, 2011, s. 12).

Druhou formou neziskových organizací jsou státní (vládní) neziskové organizace. Vládní neziskové organizace zajišťují realizaci veřejné správy, jejichž posláním je podílení se na výkonu veřejné správy na úrovni státu, regionu či obce. V České republice jsou v této formě zahrnuty příspěvkové organizace a organizační složky státu, kraje či obce. Splňují všechny vlastnosti nestátních neziskových organizací, s výjimkou soukromosti a dobrovolnosti. Vládní neziskové organizace nemohou být soukromé, protože jsou přímo řízeny a napojeny na státní aparát. Stejně tak vlastnost dobrovolnosti neplatí, protože tyto organizace vychází z přímé potřeby státu, kraje, obce a jiných, zřídit danou organizaci, přičemž dobrovolné práce a dary zde také nejsou realizovány (Škarabelová, 2005, s. 27).

Marie Dohnalová vymezuje soukromý neziskový sektor (občanský sektor) jako prostor, který stojí mezi státem, státními institucemi, trhem, ziskovými soukromými společnostmi a jednotlivými občany (Škarabelová, 2005, s. 4). Vlastní pojetí soukromého neziskového sektoru (třetího sektoru), které není tak omezené a odkazuje i na méně vyhraněné organizace, uvádí Victor Pestoff. Jeho model, který se nazývá *trojúhelník blahobytu*, poskytuje přehled o různorodosti organizací nacházejících se v neziskovém sektoru (Hyánek, 2011, s. 13-15). V tomto trojúhelníku jsou zakresleny základní bloky, které ho dělí na veřejný a soukromý, ziskový a neziskový, formální a neformální. Toto zakreslení vytváří čtyři základní sektory, mezi které patří ziskový soukromý sektor, neziskový sektor domácností, neziskový veřejný sektor a neziskový soukromý sektor (viz Obrázek 2) (Rektořík a kol., 2010, s. 14).

Obrázek 2: Členění národního hospodářství dle Pestoffa



Zdroj: zpracováno dle Rektořík a kol., 2010, s. 16

Vedle základních čtyř sektorů, jsou zde i zóny, které představují organizace překrývající se svou činností a posláním. Tyto organizace jsou nazývány jako smíšené či hraniční. Příkladem smíšené organizace může být soukromá střední škola, jejíž poslání zasahuje do veřejného sektoru, je soukromá, ale z určité části je financována z veřejných financí. Příkladem hraniční organizace může být například penzijní fond, který funguje na principech akciové společnosti, ale dostává zákonem vymezené příspěvky z veřejných financí, přičemž způsob rozdělování zisku je také normativně vymezen zákonem (Rektořík a kol., 2010, s. 17).

### 3.2.2 Teoretická východiska vzniku neziskového sektoru

Když už byly vysvětleny pojmy jako neziskový sektor a nestátní neziskové organizace, je nutné se pokusit vysvětlit příčiny a důvody jejich vzniku. Ekonomové chápou tento prostor jako odpověď na nedostatky státu, který má menší schopnost uspokojit potřeby různých menšin při poskytování veřejných statků. Naopak politologové poukazují na zmírňování sociálního napětí a politických konfliktů mezi státem a trhem. Socio-kulturní antropologové zase uvádějí, že dobrovolná sdružení se vyskytují

v prostředích, kde dochází k sociálním, technologickým či civilizačním změnám (Škarabelová, 2005, s. 6-7).

Existují různé teorie vzniku a rozvoje neziskového sektoru v různých typech prostředí. Tyto teorie je možné rozdělit do dvou oddělených skupin. Z hlediska historie jsou nejstarší jedno-faktorové teorie. Tyto teorie jsou zaměřeny na jeden faktor, který podmiňuje vznik a rozvoj neziskových organizací (Hyánek, 2011, s. 35-37).

Nejčastěji bývá uváděna *teorie vládních a tržních selhání*. Tuto teorii nejvíce rozpracoval Burton Weisbrod (1977). Zjednodušeně lze říci, že existují určité statky a služby, které trh nechce nebo nedokáže poskytovat z různých důvodů. Toto selhání trhu může být nahrazeno činností státu, který vytvoří tzv. veřejný statek, kterým nedostatek na trhu vyplní. V případě, že spotřebitelé požadují stejné nebo podobné statky či služby, není problém, aby stát tento veřejný statek vytvořil. Pokud je však poptávka po veřejném statku příliš heterogenní, stát nedokáže uspokojit všechny spotřebitele a stále zůstává nedostatek na trhu (Hyánek, 2011, s. 38-39). Demokratický politický systém má totiž tendenci vyhovět především tzv. voliči mediánovi, což znamená, že stále přetrvává neuspokojená poptávka po veřejných statcích ze strany určitých menšinových skupin. Dalo by se říci, že čím je daná společnost různorodější, tím větší bude selhání ze strany státu. Tato situace podmiňuje vznik neziskových organizací, které tento nedostatek ve formě statků a služeb zajistí (Rektořík a kol., 2010, s. 28).

Jinou možností vzniku neziskového sektoru a neziskových organizací je uváděna *teorie důvěry*. Tato teorie vychází z toho, že spotřebitel nemá dostatek informací k objektivnímu posouzení kvality statků či služeb, které poptává. Nedostatek informací může být výsledkem technické složitosti produktu, fyzických či mentálních problémů spotřebitelů, přílišné nákladovosti získání informací, či jiných příčin a jejich kombinací. Proto tedy hledá spotřebitel důvěryhodného a čestného nabízejícího. To, že neziskové organizace nemají za cíl maximalizovat zisk, vede spotřebitele a klienty k názoru, že s největší pravděpodobností tyto organizace nezneužijí svou informační převahu. Neziskové organizace budou dominovat tam, kde není snadné ověřit kvalitu produktu nebo změnit poskytovatele. Některé neziskové organizace, které mají vzájemně prospěšný charakter, umožňují spotřebitelům získat vliv na kvalitu poskytovaných služeb přímo nebo prostřednictvím zástupců (Hyánek, 2011, s. 39-40).

Poněkud odlišný přístup má *teorie státu blahobytu*, která částečně reaguje na historický vývoj. Podle této teorie vykonávaly neziskové organizace funkce, které nerozvinutý stát ještě nemohl vykonávat. Z toho vyplývá, že by měl neziskový sektor postupně ztrácet své postavení pod vlivem zdokonalování tržních vztahů a posilování odpovědnosti státu (Rektořík a kol., 2010, s. 29-30).

Výše uvedené teorie byly statisticky testovány a je nutné uvést, že všechny se potýkaly s určitými problémy. Tyto teorie se vyznačují určitou snahou o univerzalitu a aplikovatelnost v různých prostředích i historických etapách, ale vždy reflektují pouze omezený výsek reality a jejich zobecnění je obtížné či dokonce nemožné. Příkladem může být statistické testování teorie důvěry, ze kterého nevyplývá, že by existoval měřitelný vztah mezi stupněm důvěry v neziskové organizace oproti stupni důvěry v podnikatelský sektor. Toto šetření se sice nedá považovat za jednoznačné, vzhledem k relativně malému počtu sledovaných zemí, ale je zřejmé, že si toto i další témata žádají další výzkum (Hyánek, 2011, s. 51-53).

Další skupinu tvoří vícefaktorové teorie, které jsou založeny na odlišnostech v historickém vývoji neziskového sektoru. Do této skupiny patří *Social origins theory (SOT)*, což lze volně přeložit jako teorie společenských kořenů. Tato teorie je založena na čtyřech modelových režimech, které jsou ovlivněny rozsahem neziskového sektoru a úrovní vládních sociálních výdajů (viz Tabulka 1) (Hyánek, 2011, s. 56).

**Tabulka 1: Čtyři modely neziskových režimů**

Úroveň vládních sociálních výdajů	Rozsah neziskového sektoru	
	malý	velký
nízká	Etatistický	Liberální
vysoká	Sociálně-demokratický	Korporativistický

Zdroj: zpracováno dle Hyánek, 2011, s. 56

Liberální model se vyznačuje nízkou úrovní vládních sociálních výdajů a velkým rozsahem neziskového sektoru. Tento model bude vystihovat ty státy, kde je střední třída hybnou silou společnosti. Aristokracie a dělnická třída buď nikdy neměla zásadní sílu a moc, nebo tuto sílu postupně ztrácela. Lze jej aplikovat na realitu v USA a částečně také ve Velké Británii. Sociálně-demokratický model se vyznačuje vysokou úrovní vládních sociálních výdajů a malým rozsahem neziskového sektoru. Soukromý neziskový sektor je v tomto případě důležitý, ale zastává spíše doplňkovou součást ekonomických a společenských aktivit. Tento model asi nejlépe vystihuje sociální systém skandinávských zemí, kde je silná dělnická a obecně pracující třída, která nemá dostatečnou spolupráci se střední třídou. Do sociálně-demokratického modelu je možné zahrnout především Švédsko a Itálii. Korporativistický model se vyznačuje vysokou úrovní vládních sociálních výdajů a velkým rozsahem neziskového sektoru. Neziskový sektor je zde tradiční společenská instituce a stát s ním spolupracuje, a zároveň ho podporuje a ochraňuje. Tento model je typický především pro Německo a Francii, kde bylo historicky silné postavení církve a aristokracie. V tomto případě nastupuje stát ve chvíli, kdy tradiční instituce nestačí na péči o obyvatele a své členy. Je zaveden i etatistický model, který se vyznačuje nízkou úrovní vládních sociálních výdajů a malým rozsahem neziskového sektoru. Do tohoto modelu je možné zařadit především Japonsko (Hyánek, 2011, s. 56-57).

I přes to, že tato teorie přináší pokrok oproti jedno-faktorovým teoriím, stále vykazuje určité nedostatky. Problémem je fakt, že tato teorie pracuje velmi omezeně s historickým vývojem, který fakticky ovlivňuje tvorbu a rozsah neziskového sektoru. Wagner uvádí, že teorie společenských kořenů nebere v úvahu evoluční vývoj států, čas a rozměr neziskového sektoru. Je také zanedbána rostoucí provázanost veřejné a soukromé organizace, a jejich zakotvení v širším sociálním a politickém kontextu (Wagner, 2000, s. 544-548).

Proto Antonin Wagner přichází s novou teorií, která je v prostředí České republiky nazývána *Wagnerova reformulace SOT*. Tato teorie klade důraz na interakci mezi vnitřními a vnějšími faktory organizace a okolní sociální systém. Vychází z institucionální analýzy, která je vhodnou metodou pro popis strukturální transformace veřejné sféry, která se v průběhu posledních 200 let odehrála v Západní Evropě. Tato teorie vychází



z konceptu veřejné správy, a zohledňuje stupeň decentralizace a institucionální strukturu, z čehož vznikají 4 modelové režimy (viz Tabulka 2) (Wagner, 2000, s. 544-548).

**Tabulka 2: Institucionální struktura a struktura veřejné správy**

Struktura veřejné správy	Institucionální struktura	
	s dominancí vlády	pluralistická
centralizovaná	jakobínský model	korporativní model
decentralizovaná	federalistický model	regionální model

Zdroj: zpracováno a přeloženo dle Wagner, 2000, s. 548

Jakobínský model se vyznačuje centralizovanou strukturou veřejné sféry a minimálním prostorem pro nestátní instituce. V tomto případě je vláda dominantním poskytovatelem služeb. Tento model charakterizuje situaci ve Francii do roku 1980. Centralizovanou strukturou veřejné sféry se také vyznačuje korporativní model, ve kterém je charakteristická pluralistická institucionální struktura. V tomto modelu se na poskytování služeb podílí nestátní neziskové organizace, které spolupracují s centrální vládou. Korporativní model charakterizuje Výmarskou republiku a Rakousko mezi světovými válkami. Federalistický model se naopak vyznačuje decentralizovanou strukturou veřejné správy, což znamená, že jsou její pravomoci přesunuty na nižší úroveň. Roli dominantního poskytovatele služeb zde zastává vláda. Tento model odráží situaci Švýcarska v průběhu 19. století. V evropském prostředí po 2. světové válce nejvíce dominuje regionální model, který je aplikován i v současnosti. Regionální model se vyznačuje decentralizovanou strukturou veřejné správy a pluralistickou institucionální strukturou. Pro tento systém je typická spolupráce mezi poskytovateli služeb, která vykazuje dlouhodobý charakter. Tento model charakterizuje především situaci v dnešním Švýcarsku, Německu a ve Francii. Je také nutné podotknout, že mohou být rozdíly při poskytování určitých služeb v rámci jedné země. Jako příklad uvádí Wagner francouzský vzdělávací systém, který disponuje velkým množstvím neziskových poskytovatelů a švýcarský vzdělávací systém, který disponuje mnohem menším množstvím neziskových poskytovatelů (Wagner, 2000, s. 548-549).

K tomuto modelu vytvořil koncept elasticity institucionální změny, tak aby se transformace organizační struktury dala sledovat (viz Tabulka 3). K tomu použil jednoduchý vzorec, který je možné zapsat jako:  $e = \frac{d(NP) \times G}{d(G) \times NP}$ .

Tento vzorec vyjadřuje vztah mezi procentní změnou (d) neziskových poskytovatelů (NP) a vládních poskytovatelů (G) (Wagner, 2000, s. 549).

**Tabulka 3: Konceptuální rámec institucionální analýzy**

	<b>Jakobínský koncept vlády</b>	<b>Korporativní model vlády</b>
<b>Centralizovaná struktura veřejné sféry</b>	Elasticita institucionální změny < 1  Vláda a neziskové organizace jsou ve vzájemném substitučním vztahu	Elasticita institucionální změny > 1  Vláda a neziskové organizace jsou ve vzájemném substitučním vztahu
<b>Decentralizovaná struktura veřejné sféry</b>	Elasticita institucionální změny < 1  Vláda a neziskové organizace jsou ve vzájemném komplementárním vztahu	Elasticita institucionální změny > 1  Vláda a neziskové organizace jsou ve vzájemném komplementárním vztahu

Zdroj: zpracováno a přeloženo dle Wagner, 2000, s. 550

Z tohoto konceptuálního rámce vyplývá, že v prostředí ve kterém dominuje vláda, bude elasticita menší než 1. To znamená, že rychlost změny neziskového segmentu je menší než rychlost změny vládního segmentu. V pluralitním režimu sice spolupracují nevládní poskytovatelé s vládou, ale neziskový segment roste rychleji než vládní segment. V případě jakobínského konceptu vlády je tedy možné očekávat pomalejší vývoj neziskového sektoru. Jako příklad může posloužit Francie během 19. až 20. století. Po druhé světové válce se ve Francii prohlubovala fiskální krize, která vedla k pluralitě poskytovatelů služeb. V roce 1982 vstoupila do Francie socialistická vláda, která odstranila

dlouhodobě přetrvávající centralizovanou vládu. V ostatních státech Evropy byly často neziskové organizace aktivnější než vláda, a mohly tak lépe reagovat na sociální potřeby. Například pro Německo v období Výmarské republiky bylo charakteristické, že centralizovaná struktura veřejné správy spolupracovala s neziskovým sektorem. Tempo neziskového sektoru rostlo rychleji než tempo vládního sektoru (Wagner, 2000, s. 550-552).

### **3.2.3 Historie dobročinnosti v České republice**

Postavení dobročinnosti a neziskového sektoru v České republice se v průběhu historie zásadně změnilo. Již od středověku je možné setkat se s dobročinností, která vykazuje určitou formu organizovanosti. V těchto dobách měla dominantní postavení na dobročinnosti církev, která byla postupem času oslabována. Po roce 1620 se církev dostala opět do dominantní pozice v rámci dobročinnosti. Církev byla postupně vylučována z dobročinnosti v období renesance a humanismu, kdy stát upevňoval moc nad církví. Za vlády Josefa II. byla sociální péče centralizována do rukou státu. Mnoho klášterů a mnišských bratrství bylo předáno z vlastnictví církve do rukou světské charity a nadací, které byly založeny pro humanitární účely. V období Národního obrození, které je datováno do 19. a počátku 20. století, došlo k nárůstu různých občanských asociací, spolků a nadací, které pomáhaly rozvíjet národní kulturu, umění, vzdělávání a vědu. V roce 1870 již existovalo více než 3 tisíce různých spolků a v roce 1890 přes 10 tisíc, přičemž jejich počet stále rostl. V období modernizace došlo k ještě většímu oslabení církve, ale stále působila v oblasti nemocnic, sirotčinců, starobních a sociálních službách. V období první samostatné Československé republiky se dobročinné spolky zaměřovaly na budování a spravování chudobinců, ozdravoven, sanatorií, ústavů pro choré, útluků pro studenty, jeslí, čímž byla pozice církve ještě více oslabena. Za druhé světové války došlo k přerušení pozitivního vývoje dobročinnosti, když okupační režim zrušil mnohé neziskové organizace, a zbylé byly reorganizovány na hierarchické, centralizované instituce sloužící státní moci. V rámci poválečného období navracení demokracie, došlo k obnovení více jak 10-ti tisíc spolků, a neziskové organizace opět zaujaly významné společenské postavení. V roce 1948, kdy se komunistická strana Československa dostala k moci, byl majetek spolků znárodněn a sjednocen do tzv. společenských dobrovolných organizací Národní fronty. Ostatní organizace, které působily v oblasti školství, zdravotnictví a sociální péče přešly kompletně do rukou státu, a proto se má za to, že organizovaná dobročinnost

v období socialismu přestala existovat, a aktivita neziskových organizací byla nahrazena státem. To však neznamená, že by byl neziskový sektor zrušen, ale byl ideologicky přepracován. Tímto vznikl nový typ altruismu, který se vyznačoval obětavostí a motivovanou vírou v socialismus. Socialisté očekávali, že vznikne člověk, který bude s nadšením a uvědoměním budovat socialistickou společnost bez nároku na materiální odměnu. Obnova organizované dobročinnosti nastala v roce 1989, kdy padl socialistický režim a byla opět nastolena demokracie. Jedním z hlavních milníků bylo přijetí zákona o sdružování občanů a dalších právních norem, díky kterým získává soukromě organizovaná dobročinnost své místo ve společnosti a stává se uznávanou aktivitou, která přináší čest a důvěryhodnost (Frič, 2001, s. 23-27).

### **3.2.4 Právní úprava neziskových organizací**

Rozdělení neziskových organizací na území České republiky není v odborné literatuře přesně definováno, a existují různé názory, které se liší podle kritérií jejich členění. Neziskové organizace se v první řadě dělí na státní a nestátní, jak již bylo vysvětleno v předchozí kapitole. Dále je možné neziskové organizace dělit podle právní formy, které jsou vymezeny zákonem č. 586/1992 Sb., o dani z příjmu v platném znění následovně:

- zájmová sdružení právnických osob, pokud není zřízeno za účelem podnikání
- spolek
- odborová organizace
- politické strany a politická hnutí
- registrované církve a náboženské společnosti
- nadace a nadační fondy
- obecně prospěšné společnosti a ústavy
- veřejné vysoké školy a veřejné výzkumné instituce
- školská právnická osoba
- organizace zaměstnavatelů
- organizační složky státu
- obce, kraje, dobrovolné svazky obcí, regionální rada regionů soudržnosti
- příspěvkové organizace, státní fond atd.

Neziskové organizace je také možné rozdělovat podle kritéria globálního charakteru poslání, na organizace veřejně nebo vzájemně prospěšné. Organizace veřejně prospěšné produkují veřejné a smíšené statky, které uspokojují potřeby veřejnosti a společnosti. Organizace vzájemně prospěšné mají za účel podporovat skupiny občanů či právnických osob, které se vyznačují stejným společným zájmem. Tento zájem má uspokojovat nejen členy neziskových organizací, ale veřejnost obecně (Škarabelová, 2005, s. 26).

S nástupem nového občanského zákoníku platného od 1. ledna 2014 se změnily i některé právní předpisy, které upravují neziskové organizace. V rámci této změny došlo ke zrušení obchodního zákoníku, zákona o sdružování občanů, zákona o nadacích a nadačních fondech a zákona o obecně prospěšných společnostech. Část těchto zákonů přešla právě do nového občanského zákoníku a výsledek je ten, že obecná úprava je pro většinu právnických osob pospolu v novém občanském zákoníku (Ryšávková, 2014, s. 278). Nový občanský zákoník (dále jen NOZ) rozděluje právnické osoby, které mají charakter neziskových organizací na dvě základní skupiny. První skupinou jsou korporace, které se vyznačují členskou základnou, tedy sdružováním či spolčováním fyzických i právnických osob. Mezi korporace patří spolky. Druhou skupinu tvoří tzv. fundace, což je právnická osoba vytvořená majetkem vyčleněným k určitému účelu. Mezi fundace patří nadace a nadační fondy (Občanský zákoník, 2014, §210-213). Informace o nestátních neziskových organizacích jsou shromážděny v Informačním systému NNO nebo v Evidenci NNO.

## **Spolek**

Podle NOZ jsou občanská sdružení změněna na spolky. Název občanské sdružení nebyl definičně správný, protože členství ve spolku nijak nesouvisí se státním občanstvím, a členem spolku může být i právnická osoba (Ryšávková, 2014, s. 280). Občanská sdružení byla legislativně upravena v zákoně č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů. Podle tohoto zákona nemohla vznikat sdružení, která mají za cíl omezovat osobní, politická nebo jiná práva občanů kvůli jejich národnosti, pohlaví, rasy, původu, politického nebo jiného smýšlení, náboženského vyznání ani sociálního postavení. Cíle sdružení a jejich dosahování také nesměla porušovat ústavu a zákony České republiky, což platí i pro dnešní spolky (Stejskal, 2010, s. 13). NOZ zrušil zákon o sdružování občanů a nově vzniklé spolky jsou v něm přímo upraveny.

Spolek mohou založit nejméně 3 fyzické nebo právnické osoby, které spojuje jejich společný zájem v dané oblasti. Účast ve spolku je dobrovolná a nikomu nesmí být bráněno ze spolku vystoupit. Pokud spolek vykazuje vedlejší činnost, která je zisková, musí být tento zisk použit pouze pro spolkovou činnost. To znamená, že tento zisk nesmí být rozdělen mezi členy či zakladatele. Pokud se nejméně 3 osoby shodnou na stanovách spolku, je podán návrh na zápis spolku do veřejného rejstříku. Spolek vzniká dnem zapsáním do veřejného rejstříku (Občanský zákoník, 2014, §214-305).

Občanská sdružení, která byla registrována před nástupem nového občanského zákoníku, se také mohou transformovat na ústavy či sociální družstva do 3 let ode dne účinnosti NOZ. Nový občanský zákoník přináší určité změny oproti dřívější úpravě, která se týká především rozhodování kolektivních orgánů a zániku sdružení. Dříve byla občanská sdružení registrována u Ministerstva vnitra, ale dnes jsou spolky registrovány ve spolkovém rejstříku, který vede rejstříkový soud (Občanský zákoník, 2014, §214-305). Nejpočetnější právní formou neziskových organizací byla občanská sdružení, jejichž počet každoročně narůstal (viz Graf 1).

**Graf 1: Počet občanských sdružení v letech 1990-2013**



Zdroj: zpracováno dle [www.neziskovsky.cz](http://www.neziskovsky.cz)

## **Nadace**

Dříve byly nadace legislativně upraveny v zákoně č. 227/1997 Sb., o nadacích a nadačních fondech v platném znění, který byl ale nástupem NOZ zrušen (Stejskal, 2010, s. 23). Jak vyplývá z právní úpravy, nadace vytváří trvalou službu společensky nebo hospodářsky užitečnému účelu, který může být veřejně prospěšný nebo dobročinný (Občanský zákoník, 2014, §306). Jedná se zejména o rozvoj duchovních hodnot, ochranu lidských práv nebo jiných humanitních hodnot, ochranu přírodního prostředí, kulturních památek a tradic, rozvoj vědy, vzdělání, tělovýchovy a sportu (Rektořík, 2010, s. 54). Nadace ve své podstatě shromažďují finanční a nefinanční dary, které přerozdělují fyzickým nebo právnickým osobám podle svého určeného poslání (Stejskal, 2010, 23). Nadace nesmějí podporovat politické strany a hnutí, ani nesmí sloužit výlučně výdělečným cílům. Nadace může v rámci vedlejší činnosti podnikat, ale výtěžky musí sloužit výhradně k podpoře hlavní činnosti. Nadace také mohou převzít vedení obchodní společnosti, ale nesmí být neomezeně ručícím společníkem (Občanský zákoník, 2014, §307-393).

Při založení nadace je nutné vytvořit nadační jistinu v minimální výši 500 000 Kč ve formě peněžních či nepeněžních vkladů. Tuto hranici není možné snížit, a pokud by se nadace dostala do situace, že bude mít nižší nadační jistinu, mohla by být zrušena dle příslušných pravidel, které jsou upraveny v NOZ. Nový občanský zákoník také umožňuje vzít do své správy prostředky od osoby, která nechce zakládat nadaci či nadační fond. Tyto prostředky se pak stanou součástí přidruženého fondu, který je součástí dané nadace či nadačního fondu, přičemž nemá vlastní právní subjektivitu. I tento přidružený fond musí splňovat podmínku veřejné prospěšnosti. Každý rok musí nadace uveřejnit výroční zprávu, která obsahuje účetní závěrku, přehled veškeré činnosti a zhodnocení této činnosti (Občanský zákoník, 2014, §307-393).

## **Nadační fond**

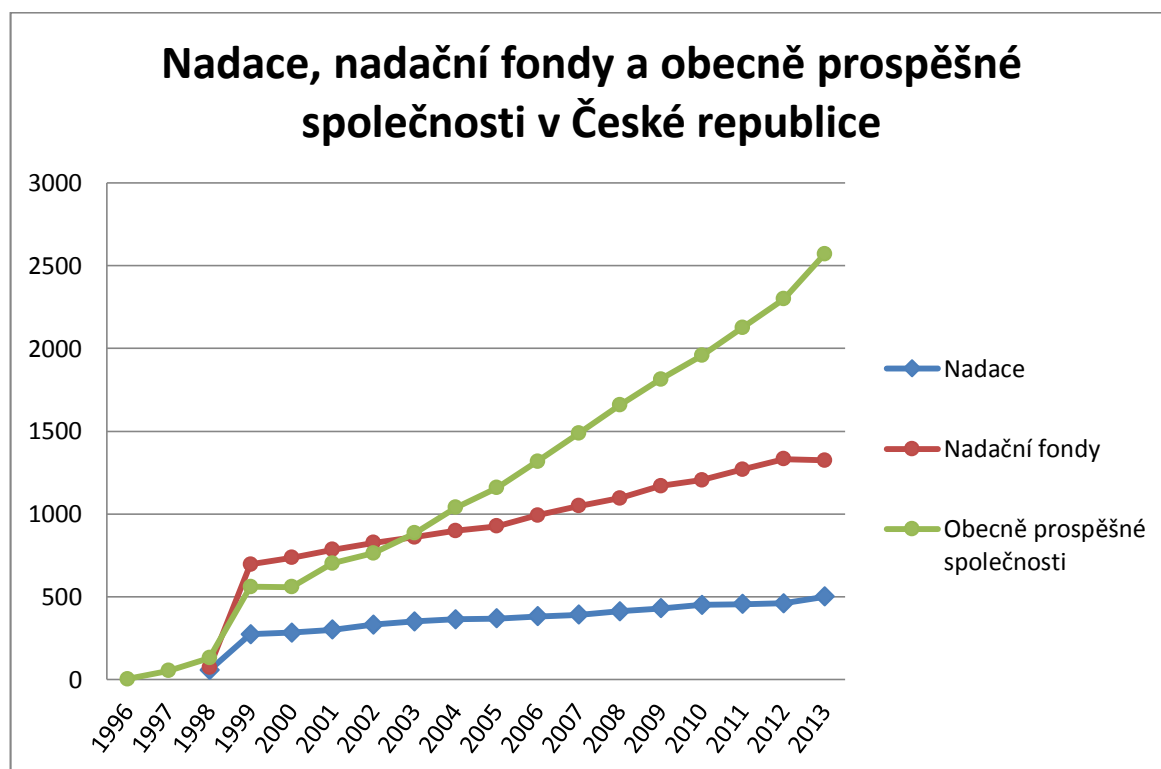
Nadační fond je zakládán ke společensky nebo hospodářsky užitečnému účelu. Na rozdíl od nadace, však nemusí zřizovat nadační jistinu. Dále je také možné, aby nadační fond použil svůj majetek k investici, která „je považována za obezřetnou“, a je v souladu s účelem nadačního fondu. V případě potřeby je možné, aby nadační fond změnil právní formu na nadaci, ale nadace nemůže změnit svou právní formu na nadační fond. V případě,

že nadační fond nemůže trvale plnit svůj účel, nebo pokud jej fakticky neplní, bude zrušen dle příslušných pravidel, které jsou upraveny v NOZ (Občanský zákoník, 2014, §394-401).

### Obecně prospěšná společnost

Právní forma obecně prospěšné společnosti byla ustanovena zákonem č. 248/1995 Sb., o obecně prospěšných společnostech v platném znění. Od 1. 1. 2014 však není možné zakládat nové obecně prospěšné společnosti, a ty které již existují, budou nést název ústav. Nadále se budou řídit výše uvedeným již zrušeným zákonem, což znamená, že půjde o subjekty kombinující osobní a majetkové prvky fungování propojující tak charakteristické rysy spolku a nadace. Nejpozději do tří let musí přizpůsobit své dokumenty nové právní formě ústavu (Boukal a kol, 2013, s. 19). Obecně prospěšné společnosti se také mohou legislativně transformovat na nadace a nadační fondy. Vedle těchto právních forem se mohou obecně prospěšné společnosti legislativně transformovat na nově vzniklou právní formu sociálních družstev ([www.neziskovky.cz](http://www.neziskovky.cz)). Vývoj počtu nadací, nadačních fondů a obecně prospěšných společností znázorňuje Graf 2.

Graf 2: Počet vybraných NNO v letech 1996-2013



Zdroj: zpracováno dle [www.neziskovky.cz](http://www.neziskovky.cz)



## Ústav

Nový občanský zákoník zavádí novou právnickou osobu - ústav, která kombinuje osobní složku (korporace) s majetkovou složkou (fundace). Ústav provozuje činnost společensky nebo hospodářsky užitečnou, jejíž výsledky jsou za předem stanovených podmínek dostupné každému. Ústav může také provozovat závod nebo jinou vedlejší činnost, přičemž zisk z této činnosti může být použit pouze k úhradě nákladů na vlastní správu nebo k podpoře činnosti, pro kterou byl založen. V NOZ není ústav podrobně popsán jako výše uvedené právnické osoby. V § 418 je však uvedeno, že v ostatních právních poměrech ústavu budou použity ustanovení o nadaci, což se ale netýká nadačního kapitálu a nadační jistiny (Občanský zákoník, 2014, §402-419). Ústav funguje spíše na zaměstnaneckém principu a není možné ho považovat za členskou organizaci. Ústav je možné považovat za obdobu obecně prospěšné společnosti ([www.neziskovky.cz](http://www.neziskovky.cz)).

## Sociální družstvo

Družstva představují zvláštní případ hraničních organizací (viz kapitola 3.2.1), jejichž cílová orientace může být zisková i nezisková (Synek a kol., 2006, s. 394). Nový občanský zákoník zavádí novou právní formu sociální družstvo, které je legislativně ustanoveno v zákonu č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích. Tento zákon definuje sociální družstvo jako *„družstvo, které soustavně vyvíjí obecně prospěšné činnosti směřující na podporu sociální soudržnosti za účelem pracovní a sociální integrace znevýhodněných osob do společnosti s přednostním uspokojováním místních potřeb a využíváním místních zdrojů podle místa, sídla a působnosti sociálního družstva, zejména v oblasti vytváření pracovních příležitostí, sociálních služeb a zdravotní péče, vzdělávání, bydlení a trvale udržitelného rozvoje“*. V tomto zákoně je také ustanoveno, že pokud sociální družstvo vyvíjí obecně prospěšné činnosti pro znevýhodněné osoby pouze uspokojováním jejich bytových potřeb, musí být tyto osoby současně jeho členy. Jak již víme, tento zákon by vlastně popíral vlastnost dobrovolnosti, který vyplývá z definice NNO. Oproti výše uvedeným právním formám NNO je sociální družstvo jedinečné, protože umožňuje rozdělit až 33 % zisků mezi své členy, pokud to připouštějí stanovy (Zákon o obchodních korporacích, §758-766). Je nutné podotknout, že sociální družstva nejsou zahrnuta v Evidenci NNO ([www.isnno.cz](http://www.isnno.cz)).

## **Círky a náboženské společnosti**

Círky a náboženské společnosti jsou upraveny zákonem č. 3/2002 Sb., zákon o církvích a náboženských společnostech. Tento zákon zaručuje svobodu náboženského vyznání, kdy každý má právo svobodně projevat své náboženství nebo víru. Zároveň nikdo nesmí být nucen ke vstupu do církve a náboženské společnosti ani k vystoupení z ní, přičemž nikdo nesmí být omezen na svých právech na základě náboženského vyznání. Založit církev a náboženskou společnost mohou nejméně 3 fyzické osoby, které dosáhly věku 18 let a jsou občany České republiky nebo cizinci s trvalým pobytem v České republice (Zákon o církvích a náboženských společnostech, 2014, § 1-10). Tento zákon se žádným zásadním způsobem nezměnil v souvislosti s nástupem NOZ.

### **3.2.5 Finanční zdroje nestátních neziskových organizací**

Jednou z nejdůležitějších složek fungování neziskových organizací a všech ostatních společností jsou finanční prostředky, protože bez nich se jen těžko dosahuje stanovených cílů a rozvoje dané organizace. Co se týče NNO není důležitá pouze výše zdrojů, ale i složení zdrojů. V neziskovém sektoru se vyskytují organizace, které jsou 100 % schopné samofinancování, ale také organizace, které jsou závislé na vnějších zdrojích, jako jsou dary a příspěvky. Pro NNO je důležité, aby využívali princip vícezdrojového financování. Diversifikace zdrojů by měla být dostatečně široká, aby organizace nebyly závislé pouze na jednom zdroji (Synek a kol., 2006, s. 399). Pokud by taková organizace byla závislá pouze na jednom zdroji, vystavovala by se tak velkému riziku zániku v případě, že by o tento zdroj z nějakých důvodů přišla. Každý zdroj má vlastní charakteristiky, a jejich výběr ovlivňuje činnost organizace. Finanční zdroje NNO je možné rozdělit na zdroje vlastní, cizí a potenciální (Stejskal, 2010, s. 148).

**Vlastní zdroje** jsou prostředky, které jsou v kompetenci účetní jednotky dané organizace. Tyto zdroje jsou tvořeny vlastní činností organizace, a je možné je přímým způsobem ovlivňovat. Typickými vlastními zdroji jsou členské příspěvky, účastnické poplatky a výnosy z vlastní činnosti. U vlastních zdrojů je důležité, že organizace není vázána vůlí poskytovatelů, tudíž je může použít dle vlastního rozhodnutí na danou činnost, kterou vytváří. Z těchto prostředků je možné vytvářet fond, kam se umisťují finanční prostředky pro případ potřeby do budoucna. Tyto zdroje jsou důležité zejména z toho důvodu, že kdyby se neziskové organizaci nepodařilo získat jiné zdroje, stále tyto vlastní

zdroje bude mít. Vlastní zdroje jsou také důležité tím, že se nevracejí jako například cizí, a zůstávají tak v organizaci (Stejskal, 2010, s. 148-149). Například v občanských sdruženích byly členské příspěvky základním příjmovým zdrojem, což se dá očekávat i v případě dnešních spolků. Obecně lze konstatovat, že čím vyšší je hodnota majetku, tím nižší je podíl členských příspěvků (Synek a kol., 2006, s. 400).

Za **cizí zdroje** jsou považovány všechny prostředky, které může nezisková organizace získat na určitou dobu, přičemž po sjednané době je nutné tyto prostředky vrátit. Příkladem poskytovatelů těchto zdrojů mohou být banky. K využití cizích zdrojů by se mělo přistupovat v nutných situacích, protože jsou poskytovány za úroky, což znamená, že organizace musí vrátit víc, než si půjčila (Stejskal, 2010, s. 150).

**Potencionální zdroje** představují prostor, který vytváří konkurenční prostředí nestátních neziskových organizací. Tyto prostředky jsou získávány především na základě žádosti či projektu od nejrůznějších jednotlivců, soukromých organizací a veřejných orgánů. Do této skupiny patří především dotace ze státního rozpočtu přímé a nepřímé, příspěvky ze zdrojů Evropské unie, příspěvky územních samospráv (krajů a obcí), příspěvky od nadací a nadačních fondů a individuální i firemní dárcovství. Dotace a příspěvky je možné získávat za určitých okolností, při kterých musí daná organizace splňovat různé podmínky. Tyto okolnosti a podmínky jsou uveřejňovány na určených místech, například na stránkách občanského sdružení Econnect , Informačního centra neziskových organizací nebo Koalice nevládek Pardubicka. Pokud má daná organizace zájem o tyto prostředky, musí o ně zažádat na příslušném orgánu (Stejskal, 2010, s. 150-154). Častým paradoxem bývá, že peníze z veřejných rozpočtů se dostávají do příjmů organizací zprostředkovaně přes nadace a nadační fondy. Nadace a nadační fondy zpravidla poskytují dary na konkrétní předložené projekty. To však může znevýhodňovat NNO, které mají nízký podíl samofinancování, protože v určitém období nemusí mít prostředky na režii sekretariátu, který připravuje nové projekty, což znamená, že takový projekt ani nejsou schopny vytvořit (Synek a kol., 2006, s. 400). V roce 2005 byl uskutečněn výzkum, ve kterém jsou mimo jiné údaje o poskytnutých dotacích neziskovým organizacím poskytujícím výchovně vzdělávací služby ze státního rozpočtu (Prouzová, 2005, s. 22).

Poněkud jiná situace je u individuálního dárcovství. Tyto prostředky jsou získávány aktivním přístupem neziskové organizace, která oslovuje jednotlivce o příspěvek. Individuální dárcovství zahrnuje především drobné dary, které bývají příležitostné, náhodné a dají se jen těžko předem plánovat (Stejskal, 2010, s. 153). Podle zákona č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů v platném znění, je možné odečíst poskytnuté dary od základu daně. Pro odečtení darů je nutné, aby tyto dary splňovaly následující podmínky. Dary musí být poskytnuté obcím, krajům, organizačním složkám státu, právnickým osobám se sídlem v ČR nebo na území Evropské unie, Norska a Islandu. Tyto dary musí být použity na financování vědy a vzdělání, výzkumu a vývoje, školství, policii, požární ochranu, na podporu a ochranu mládeže, na ochranu zvířat a jejich zdraví, na účely sociální, zdravotnické, ekologické, humanitární, charitativní, náboženské, tělovýchovné a sportovní, či dar politickým stranám a hnutím. Dar je možné také poskytnout fyzické osobě v případě, že se jedná o poživatele invalidního důchodu nebo nezletilému dítěti závislému na péči, pouze na zdravotnické prostředky, které nehradí zdravotní pojišťovna. Je možné uplatnit i dary na odstraňování následků živelných pohrom, ke kterým došlo na území ČR nebo Evropské unie, Norska a Islandu. Při splnění výše uvedených podmínek, je možné odečíst hodnotu jednoho nebo všech darů, pokud přesáhnou alespoň 2 % ze základu daně nebo činí alespoň 1 000 Kč. Maximálně je však možné odečíst 10 % ze základu daně (Zákon o daních z příjmů, 2014, §15).

V roce 2010 byl uskutečněn výzkum zaměřený na individuální dárcovství, který byl založen na dotazníkovém šetření s 278 respondenty. Výsledky tohoto výzkumu je nutno brát s určitým odstupem vzhledem ke složení respondentů a dalších faktorů, které výsledky ovlivňují. Z tohoto výzkumu lze konstatovat, že mezi podpořenými organizacemi dominují převážně mediálně známé a větší neziskové organizace. Mezi tyto organizace patří především Liga proti rakovině, Člověk v tísni, Adra, Charita, Červený kříž, Bílá pastelka, Světluška, Pomozte dětem, Unicef a další. O neziskových organizacích se respondenti dozvěděli pomocí médií, především pak z televize, rozhlasu, internetu a časopisů. Nejčastějším důvodem poskytnutí daru dané neziskové organizace byla důvěra v organizaci či její účel. Nejčastěji byly poskytovány finanční dary ve formě hotovosti, převodem na účet organizace a prostřednictvím dárcovských SMS (DMS). Nejvíce preferovanou oblastí jsou sociální a zdravotnické služby. Na základě tohoto výzkumu je také možné konstatovat, že možnost daňového odpočtu nemá vliv na dárcovství. Mezi

hlavní důvody dárcovství patří náboženské přesvědčení, vlastní zkušenost se stavem nouze, prestiž či potřeba něco vrátit společnosti. Naopak nejčastějším důvodem neposkytnutí daru patří nedostatek finančních nebo jiných prostředků, a nedůvěra vůči neziskovým organizacím, přičemž podmínkou pro potenciální poskytnutí daru je využití ke správnému účelu. Zdá se, že daňový odpočet individuálních peněžních darů fyzických osob nemá vliv na dárcovství. Z výsledků vyplývá, že většina respondentů neposkytuje dary, aby z toho měli nějaké výhody, nebo že výše daného daru nepřesáhla zákonem požadovanou výši pro odečet. Jiní respondenti o možnosti odpočtu ani neví. Poskytnutí daru by určitě posílilo, kdyby byl respondent požádán přímo neziskovou organizací nebo nějakou známou osobou, pokud by mu to jeho finanční situace dovolovala. Pokud by byly splněny podmínky respondentů pro poskytnutí daru, pak by ho věnovali na oblast sociálních služeb, zdraví, vzdělání a sport. Nejméně oblíbenou oblastí by pak byla podpora náboženských a církevních organizací. Výzkum se také zabýval profilem potenciačního dárce. Z pohlaví respondentů je zřejmé, že ženy jsou ochotnější přispívat více než muži. Nejvíce dárců by spadalo do věkové kategorie 51 – 60 let nebo 18 – 24 let. Co se týče vzdělání, platí, že s přibývajícím dosaženým vzděláním roste ochota dárcovství. Dary jsou více ochotni poskytovat respondenti, kteří jsou v manželském stavu. Nábožensky založení lidé mají také větší ochotu poskytovat dary. Nejnižší podíl dárců je v profesní kategorii řemeslníků, opravářů a obecně manuálně pracujících lidí (Řežuchová, 2011, s. 7-21).

### **Zdaňování neziskových organizací**

Vzhledem k tomu, že daňové zvýhodnění přináší neziskovým organizacím finanční prostředky je tato kapitola zahrnuta do finančních zdrojů NNO. Zákon o daních z příjmů definuje veřejně prospěšného poplatníka, který jako svou hlavní činnost vykonává činnost, která není podnikáním. U takového veřejně prospěšného poplatníka nejsou předmětem daně příjmy z nepodnikatelské činnosti v případě, že náklady vynaložené v souvislosti s prováděním této činnosti jsou vyšší. Předmětem daně veřejně prospěšného poplatníka nejsou ani dotace, příspěvky, podpora nebo jiná obdobná plnění z veřejných rozpočtů. Předmětem daně jsou vždy příjmy z reklamy, členských příspěvků. Povinností veřejně prospěšného poplatníka je vést účetnictví tak, aby byly vedeny odděleně příjmy, které jsou předmětem daně a příjmy, které předmětem daně nejsou nebo jsou od daně osvobozeny. Od daně jsou také osvobozeny členské příspěvky, které jsou přijaté zájmovým sdružením

právnických osob, spolkem, odborovou organizací, politickou stranou nebo politickým hnutím a profesní komorou s nepovinným členstvím. Osvobozeny od daně jsou i výnosy nadace z majetku vloženého do nadační jistiny a příjem z jeho prodeje, pokud příjem slouží jen k účelu, ke kterému byla nadace zřízena. Existují i další položky, které jsou osvobozeny od daně z příjmu (Zákon o daních z příjmů, 2014, §17-19).

Ve chvíli, kdy je zjištěn základ daně snížený o odečitatelné položky, je možné dále tento základ daně snížit až o 30 %, maximálně však o 1 000 000 Kč, pokud bude tato částka sloužit ke krytí nákladů souvisejících s činnostmi, z nichž získané příjmy nejsou předmětem. Pokud by 30 % snížení činilo méně než 300 000 Kč, je možné odečíst částku ve výši 300 000 Kč, maximálně však do výše základu daně. Takto lze snížit základ daně z příjmů pouze při splnění určitých podmínek, které jsou uvedeny (Zákon o daních z příjmů, 2014, §20).

### **3.3 Spolupráce komerčního a neziskového sektoru**

V první řadě je nutné vymezit pojem spolupráce jako takový. Spolupráce je postavená na konceptu kooperace jako speciálního druhu sociální interakce, která se týká dvou i více jedinců nebo dvou i více skupin lidí. Charakteristické je, že každý z účastníků může lépe dosáhnout cíle činnosti, když se i ostatní účastníci mohou dostat do svých cílových oblastí. Cíl při spolupráci musí být přitažlivý pro všechny účastníky, musí mít obecně uznávanou kladnou hodnotu a její rozdělení mezi všechny účastníky musí být spravedlivé. Pro tuto podmínku se užívá pojem „společné sdílení cíle“ mezi kooperujícími. Podmínkou udržitelnosti spolupráce, která již existuje, je důvěryhodnost jednání všech účastníků. V případě zklamání důvěry by se spolupráce zhroutila, a její opětovné nastolení by bylo těžší než první realizace spolupráce (Petrousek a kol., 1996, s. 1208). Po druhé světové válce se výrazní podnikatelé transformovali na velké akciové společnosti, čímž se stávaly nadnárodními celky. Důsledkem bylo zvýšení konkurence, a podniky se začaly snažit upevnit svou pozici na trhu pomocí image svého podniku, která přesahovala kvalitu nabízených produktů. Postupem času nastala nová éra strategické odpovědnosti firem, která měla zásadní význam pro vývoj společnosti a pro neziskové organizace (Boukal a kol., 2013, s. 110).

### 3.3.1 Společenská odpovědnost firem

V roce 1953 sepsal Howard Bowen knihu *Social Responsibilities of Businessman*, ve které byla definována kategorie „corporate social responsibility“ (společenská odpovědnost firem). Společenská odpovědnost firem je „*koncepte vedení podniku a celkového budování vztahů s partnery, která přispívá ke zlepšení reputace a zvýšení důvěryhodnosti podniku*“ (Boukal a kol., 2013, s. 110-111). Dalo by se říci, že se jedná o závazky podnikatele uskutečňovat postupy, přijímat rozhodnutí nebo následovat směr jednání, který je z hlediska cílů a hodnot naší společnosti žádoucí. V roce 1979 navrhl Archie B. Carroll definici, která se soustředila na čtyři základní oblasti, které zahrnují ekonomickou odpovědnost, zákonnou (legální) odpovědnost, etickou odpovědnost a odpovědnost dobrovolnou. Na základě analýzy celé řady definic společenské odpovědnosti firem je možné vymezit pět základních aspektů, mezi které patří oblast environmentální, oblast sociální, oblast ekonomická, stakeholdery a dobrovolnost. Pojem stakeholder bývá překládán jako zájmová skupina, zainteresovaný jedinec, participující skupina či třetí osoba v podnikání. Stakeholdeři jsou všichni, kteří přímo či nepřímo ovlivňují chod firmy, nebo jsou přímo či nepřímo ovlivňováni jejím působením. Každý stakeholder sleduje své vlastní zájmy, které se tak mohou dostávat do vzájemného vztahu, případně do rozporu se zájmy ostatních. To znamená, že ve firmě, která má za cíl maximalizovat zisk, může být jeden nebo několik takovýchto stakeholderů, kteří se nezajímají jen o maximalizaci zisku, ale například i o rozvoj lidské společnosti či pomoc těm, kteří ji potřebují (Kunz, 2012, s. 14-29). Definice společenské odpovědnosti firem byla dále zpřesňována, přičemž Evropská komise uvádí v tzv. Zelené knize z roku 2001, že „*společenská odpovědnost firem dobrovolně integruje sociální a ekologické ohledy do podnikatelských činností firmy*“ (Boukal a kol., 2013, s. 111).

V zásadě by se dalo říci, že koncept společenské odpovědnosti firem je postaven na třech základních pilířích. Prvním z těchto pilířů je **oblast ekonomická**, do které je možné zařadit různé aktivity. Organizace by se měly v první řadě vyhýbat korupci a chovat se eticky. Správa organizace by měla být přiměřená, aby ochraňovala její tvořivost a svobodu, a zároveň by měla zajišťovat schopnost společnosti vytvářet bohatství a blahobyt, na kterém je občanská komunita závislá. Organizace by měly být transparentní v tom smyslu, aby byly ochotné poskytovat informace všem svým stakeholderům, aby mohly získat patřičný náhled do věcí, které se jich týkají. Do ekonomické oblasti je také možné zařadit

vztahy se zákazníky a dodavateli, kteří by se měli trvale snažit o dodržování dohodnutých podmínek, především včasného dodání výrobků, služeb a také platební morálky (Kunz, 2012, s. 20-21).

Druhý pilíř představuje **oblast sociální**, která souvisí především s péčí firmy o své zaměstnance a pracovními podmínkami. Tato oblast zahrnuje například rozvoj lidského kapitálu, kdy podnik vytváří pro zaměstnance podmínky k dalšímu zvyšování kvalifikace, podporuje vzdělávání a rozšiřování znalostí a dovedností zaměstnanců, nejen v daném oboru působnosti. Důležitá je také zaměstnanecká politika, která řeší otázky přiměřené mzdy, poskytování sociálních a jiných zaměstnaneckých výhod. Obecně lze říci, že sem spadají všechny aktivity, které se týkají rozvoje, spokojenosti, rovnosti, právní a sociální ochrany o zaměstnance (Kunz, 2012, s. 22-23).

Třetím pilířem je oblast environmentální, která se věnuje otázkám v **oblasti životního prostředí**. Vedení firmy by si mělo uvědomit, že odpovědnost firem je třeba uplatňovat nejen uvnitř firmy, ale i vzhledem k vnějšímu prostředí, které firma ovlivňuje svým fungováním. Každá firma by měla omezovat negativní dopady na životní prostředí, dodržovat národní a mezinárodní standardy týkající se životního prostředí. Vedle těchto tří pilířů společenské odpovědnosti firem existuje také oblast, která se zaměřuje na místní komunitu a vládu. Do této oblasti je možné zahrnout rozeznávání a definování stakeholderů, vztah podniku k místní komunitě, firemní filantropii a celkové zohledňování komunitních potřeb ve firemní strategii společenské odpovědnosti firem. Někdy je tato odpovědnost začleňována do oblasti sociální a jindy zase tvoří samostatnou kategorii (Kunz, 2012, s. 23-25).

Dalo by se říci, že společensky odpovědné firmy neusilují jen o naplnění tradičních ekonomických cílů, ale zároveň i o naplnění sociálních a environmentálních aspektů své činnosti tím, že si dobrovolně stanovují vysoké etické standardy, vyhýbají se korupci, snaží se minimalizovat negativní dopady svého podnikání na životní prostředí, usilují o to být dobrým zaměstnavatelem nebo podporují region, ve kterém působí (Kunz, 2012, s. 11).



### 3.3.2 Firemní filantropie

Pod pojmem firemní filantropie se skrývá celá řada aktivit a chování, které vedou firmy k podpoře sociálních či environmentálních oblastí společnosti. Často tuto podporu poskytují různým neziskovým organizacím, které tyto prostředky dále rozdělují. Cílem je přispět k vyšší kvalitě života jednotlivců i celé společnosti a zvýšení veřejného blaha (Kunz, 2012, s. 54). Samotný pojem filantropie je možné chápat jako lásku k člověku. Firemní filantropie pak představuje aktivní zapojení se firem do veřejně prospěšných projektů. V rámci těchto projektů je možné se zapojit jak dárcovstvím, tak i dobrovolnictvím svých zaměstnanců (Kutnohorská, 2013, s. 4).

Firemní dárcovství vyžaduje více úsilí než individuální dárcovství. Základním prvkem úspěchu je pochopení uvažování podnikových manažerů. Vzhledem k tomu, že podnik má za cíl maximalizovat zisk, nemusí pro ně být vždy srozumitelný pojem neziskové organizace, který by ovšem dobrý manažer měl znát. Podniky jsou pro neziskovou organizaci potencionálními dárci nebo sponzory. Nezisková organizace musí tedy přesvědčit podnik nejen o jejich účelu, pro který byly založeny, ale i o možnosti něco získat (Boukal a kol., 2013, s. 113). Z různých průzkumných šetření a jejich analýzy vyplývá, že firemní filantropie slouží k oslovování nových potenciálních zákazníků. Firemní dárci je potřeba více motivovat k dárcovství, přičemž hlavní motivací pro firmy by byly jednoznačně větší daňové úlevy. Ke zvýšení motivace mohou také přispět média, protože některé firmy touží po uznání za vykonávání dobročinných aktivit jak od státu, tak od obchodních partnerů a veřejnosti. Obecně vzato filantropické aktivity dlouhodobě přispívají k prosperitě a úspěchu firmy, a zároveň vylepšují image firmy (Kutnohorská, 2013, s. 4).

V roce 1999 byl uskutečněn výzkum, který se zaměřuje na firemní dárcovství. Výsledky tohoto výzkumu ukazují, že peněžní dary poskytlo 82 % dotazovaných podniků, přičemž nepeněžní dary poskytlo 60 % podniků. Nejčastějšími nepeněžními dary jsou předměty krátkodobé spotřeby jako šatstvo, obuv, knihy, hračky, léky a věci dlouhodobé spotřeby jako nábytek, technické vybavení a jiné. Mezi hodnotou peněžních a nepeněžních darů existuje vztah přímé úměry, což znamená, že čím vyšší jsou peněžní dary konkrétní firmy, tím větší je hodnota nepeněžních darů. Co se týče strategie výběru příjemců darů, tak firemní dárci nejčastěji volí pasivní variantu, kdy si své partnery pro dárcovskou

činnost vybírají z došlých žádostí o podporu. Firmy jsou orientovány spíše na podporu neziskových organizací, než na podporu jednotlivců. Nejčastěji bývá podporována oblast sportu a rekreace, kulturu a umění, zdraví a sociální služby. Celých 79 % firem zaměřuje své dárcovské aktivity výhradně do regionu či města, ve kterém sídlí (Frič, 2001, s. 72-81). Výzkum, který sleduje postoj veřejnosti na určité otázky týkající se dárcovství, byl uskutečněn v roce 2009. Autorky Ing. Marie Hladká a Ing. Tereza Šinkyříková, se zaměřují na otázky týkající se individuální podpory neziskových organizací a důvěry v neziskové organizace (Hladká, 2009).

### 3.3.3 Dělení podnikových dárců

Podniky nabízejí různé možnosti spolupráce s NNO, které nemusí zahrnovat pouze finanční prostředky. Z hlediska NNO je možné rozdělit podniky do čtyř cílových skupin. První skupinou jsou podniky, které **nabízejí peněžní podporu**. Tato podpora může být uskutečňována v podobě jednorázových darů a sponzorských příspěvků nebo trvalou podporou prostřednictvím fondu pomoci, která zpravidla bývá součástí managementu podniku. Některé podniky zakládají podnikové nadace nebo nadační fondy, ale také oceňují různé projekty. Další možností mohou být také podniky, které nakupují produkty NNO, což může být například podpora umělců. Pokud chtějí NNO spolupracovat s podniky, měly by vytvořit databázi podniků, které přicházejí v úvahu jako podporovatelé. Takovouto databázi je možné vytvořit prostřednictvím obchodního rejstříku, kde jsou podle zákona zapsány všechny fyzické osoby. Další možností může být platforma „Byznys pro společnost“, která sdružuje podniky se společenskou odpovědností, firemním dárcovstvím a úsilím o odpovědný přístup ke komunitě či životnímu prostředí. Při výběru vhodného podniku je také možné využít informací, které poskytuje síť regionálních komor Hospodářské komory České republiky (Boukal, 2013, s. 116).

Další skupinou jsou podniky, které **nabízejí různé druhy služeb**, jako jsou například poskytování prostor, nabídka dopravy, nabídka hostinské služby či přenocování, tzv. zapůjčení zaměstnanců, nabídka vlastních produktů. Podniky se snaží vytvořit určitý přínos ze svých veřejně prospěšných aktivit, což mohou být například reklamy na poskytnutém prostoru. Zajímavou složkou může být také firemní dobrovolnictví, kdy zaměstnanci podniku přinášejí své schopnosti, nasazení a čas do NNO. Toto firemní dobrovolnictví může zefektivnit chod NNO a zároveň přinést nové pracovní dovednosti

zaměstnancům NNO. Již zmíněná platforma Byznys pro společnost podporuje firemní dobrovolnictví prostřednictvím různých akcí jako je například Den firemního dobrovolnictví (Give & Gain Day) (Boukal, 2013, s. 117-119).

Podniky mohou také **nabízet věcnou podporu** v podobě technických přístrojů, dopravních prostředků, nábytku, vybavení kanceláří a jiné. V rámci společenské odpovědnosti firem nabízejí některé podniky své produkty za výhodných podmínek nebo jako dar. V tomto případě je důležité sledovat tyto nabídky a vypracovat seriózní žádost, která je strukturovaná podle požadavků podniku (Boukal, 2013, s. 119).

Poslední skupinu představují podniky, které nabízejí **podporu při PR** nestátní neziskové organizace. Tyto podniky mohou nabízet tisk a distribuci pozvánek nebo plakátů, reklamu v novinách, rádiu nebo televizi a také zorganizování recepce. Formou takové podpory je například soutěž Žihadlo, v rámci které se vyhlašují tvůrci nejlepší veřejně prospěšné reklamy. Pro podniky to může být dobrou příležitostí jak zviditelnit svou schopnost navrhnout kvalitní reklamu. Neziskovým organizacím to pomáhá při získávání zdrojů a realizaci projektů (Boukal, 2013, s. 119-120).

### **3.3.4 Daňová motivace podniků**

V případě, že se daný podnik rozhodne věnovat určitý druh daru dané neziskové organizaci, má možnost výběru ze dvou variant. První variantou je poskytnutí daru, které je v zákoně nazýváno jako bezúplatné plnění. Bezúplatné plnění může mít formu peněžního i nepeněžního daru. Druhou variantou je poskytnutí sponzorského příspěvku, který již bezúplatný ve své podstatě není (Stejskal, 2010, s. 202-203).

#### **Podnik jako dárc**

Od základu daně z příjmu právnické osoby lze odečíst hodnotu bezúplatného plnění poskytnutého obcím, krajům, organizačním složkám státu, právnickým osobám, jakož i právnickým osobám, které jsou pořadateli veřejných sbírek podle zvláštního zákona. Tento dar musí být věnován na financování vědy a vzdělání, výzkumných a vývojových účelů, kultury, školství, na policii, na požární ochranu, na podporu a ochranu mládeže, na ochranu zvířat a jejich zdraví, na účely sociální, zdravotnické, ekologické, humanitární, charitativní, náboženské pro registrované církve a náboženské společnosti, tělovýchovné a sportovní, a

politickým stranám a politickým hnutím na jejich činnost. Dále je také možné odečíst hodnotu bezúplatného plnění, které je poskytováno osobám v invalidním důchodu nebo nezletilým dětem, která jsou dlouhodobě těžce zdravotně postižená, a vyžadují mimořádnou péči podle zvláštních právních předpisů (Zákon o daních z příjmů, 2014, §).

V případě že hodnota jednoho daru nebo všech darů jedné organizací bude činit alespoň 2 000 Kč, je možné tyto dary odečíst od základu daně z příjmu, maximálně však do výše 5 % základu daně. V případě poskytnutí bezúplatného plnění vysokým školám, veřejným vysokým školám a veřejným výzkumným institucím, lze základ daně snížit o dalších 5 % (Zákon o daních z příjmů, 2014, §20). Dříve dovolovala právní úprava právnickým osobám odepsat ze základu daně hodnotu darů do výše pouze 2 % (Frič, 2000, s. 80).

### **Podnik jako sponzor**

V kontextu se sponzoringem bývá často uváděn pojem „sponzorský dar“, který je v zásadě chybný, protože se nejedná o dar, ale o standardní právní akt, ve kterém se jedna strana zaváže, že dá peníze, když ta druhá strana udělá to, na čem se domluví. Správně se tedy úhrada za reklamu formou sponzoringu nazývá sponzorský příspěvek (Stejskal, 2010, s. 202-203).

Podnik přichází v úvahu spíše jako sponzor než dárcem, protože tím pro sebe získá reálný přínos, který bude naplňovat cíl maximalizace zisku. Jedná se tedy o podporu ze strany podniku, kdy podporovatel očekává na rozdíl od daru určitou protihodnotu, která určitým způsobem zviditelní daného sponzora. Vztah sponzora a sponzorované organizace je vytvořen na základě sponzorské smlouvy, ve které jsou uvedeny informace týkající se výše sponzorského příspěvku a způsobu zviditelnění sponzora. První možností jak zviditelnit daného sponzora je viditelná reklama v médiích. Existuje mnoho variant jak zviditelnit sponzora v médiích, jako například jmenování sponzorů v tiskových prohlášeních nebo na tiskových konferencích, uvedení jména sponzora jako součást jména realizované akce, inzerce v materiálech NNO nebo také uvedení loga sponzora na oblečení. Často bývají sponzoři uvedeni na internetových stránkách dané neziskové organizace nebo také v e-mailech, které jsou odesílány jménem NNO. Další možností jak zviditelnit sponzora je reklama viditelná na místě svého uvedení. Tato forma reklamy není celoplošně

dostupná, ale pouze pro účastníky vybraných akcí nebo na konkrétním místě. Nejčastěji bývá uváděno logo sponzora na plakátech, vstupenkách či brožurách. Často také bývá vyčleněna reklamní plocha pro daného sponzora. Někdy je také možné umístit reklamu například na automobily či jiná zařízení neziskových organizací. Nezanedbatelnou možností zviditelnění firmy jsou osobní kontakty. Osobní prezentace sponzora může být stejně efektivní, či dokonce efektivnější než klasická forma reklamy. Neziskové organizace tak osobně jmenují sponzora na určitých akcích. Na některých akcích je také možné vytvořit prostor pro sponzora, sponzorské stany, létající balony nebo také skákací hrady, které jsou nejčastěji na akcích zaměřených pro děti (Boukal, 2012, s. 121-123).

Ze strany státu existuje určitá daňová motivace pro firmy, aby poskytovaly sponzorský příspěvek. Sponzorský příspěvek je pro firmu náklad na reklamu, který je daňově uznatelný, což znamená, že je možné tímto způsobem snížit základ pro výpočet daně z příjmu právnických osob. Na rozdíl od daru tak sponzorský příspěvek snižuje základ daně v plné výši. V případě, že je nezisková organizace plátcem DPH, musí cena za reklamu obsahovat DPH, které se musí odvést státu. Pro neziskovou organizaci je sponzorský příspěvek výnos z reklamy, který je v každém případě předmětem daně z příjmů právnických osob, přičemž neexistuje žádné osvobození od daně (Stejskal, 2010, s. 203).

### **3.4 Charakteristika prostředí**

Tato kapitola charakterizuje základní prvky komerčních společností a neziskových organizací, které byly vybrány pro další šetření v kapitole terénní šetření. U jednotlivých právnických osob bude stručně popsán vznik, historie, činnost organizace a jiné.

#### **Diakonie Broumov**

Ve Velkém sociologickém slovníku je uvedeno, že pojem diakonie vyjadřuje organizovanou pomoc nemocným a chudým, přičemž tento termín byl původně používán v raném křesťanství pro pomocníky v oblasti charity, kteří pečovali o nemocné a chudé (Petroušek a kol., 1996, s. 203-204). Toto označení dnes používají reformované církve, které poskytují sociální služby, přičemž každá organizace k tomuto pojmu přidává vlastní přívlastek. Aktivita Diakonie Broumov vznikla v rámci Československé církve husitské

v roce 1990. V důsledku rozrůstání této činnosti byla roku 1993 založena soukromá nezisková organizace Diakonie Broumov ve městě Úpice jako občanské sdružení.

V současnosti provozuje Diakonie Broumov komplexní zajištění osob z okraje společnosti. V rámci této činnosti poskytují pro své klienty ubytování, ošacení, hygienu, placenou práci, sociálně-právní poradenství a jiné. Cílem je tyto osoby začlenit do společnosti. Dále se Diakonie Broumov zabývá sběrem použitého oblečení, textilu a dalších použitelných věcí. Po celé České republice je umístěno více jak 600 kusů sběrných kontejnerů, do kterých je možné vhazovat vybrané věci po celý rok. Tyto sběrné kontejnery se v pravidelných intervalech vyprazdňují pomocí nákladních automobilů. Další způsob, kterým shromažďují výše uvedené věci, jsou sbírky, které organizují obce, města, církve a církevní společnosti, spolky či jiné organizace. Diakonie Broumov také organizuje některé sbírky, mezi které patří např. sbírka „do vagonu“ nebo „do auta“. Tyto sbírky probíhají tak, že na určitém místě je přistaven železniční vagon či auto, do kterých je možné dané věci odložit. Dále jsou také pořádány „sbírky v ulicích“, kdy stačí vynést před vchod domu označené pytle, které jsou postupně nakládány do nákladních aut. Takto vybrané věci se nakládají do železničních vagonů, pomocí kterých jsou převáženy do dočasných skladů nebo přímo na hlavní provoz do Broumova, kde jsou tyto věci tříděny na základě použitelnosti a daného materiálu do několika skupin. Lidé z okraje společnosti (klienti) jsou v rámci sběru a třídění oblečení zaměstnáváni, čímž získávají finanční prostředky pro život. První skupinu tvoří nositelné oděvy, které jsou umísťovány do výdejních středisek, kde jsou přidělovány potřebným. Část nositelných oděvů je poskytována na humanitární pomoc do zemí mimo ČR, jako je Slovensko, Maďarsko, Ukrajina i Afrika. Další skupinu tvoří poškozený materiál, který je dále průmyslově zpracováván. Z některých těchto materiálů se v rámci recyklace vyrábí například zátěžové koberce, izolační lepenky či jiné průmyslové a strojírenské výrobky. Poslední skupinu tvoří nepoužitelný materiál, který je nutné likvidovat. Tento materiál pak končí na komunálních skládkách.

Vzhledem k tomu, že Diakonie Broumov bylo vedené jako občanské sdružení, bylo nutné reagovat na legislativní změnu v roce 2014. Diakonie Broumov se v souvislosti s touto změnou přeměnila na sociální družstvo. V roce 2014 vykázala Diakonie Broumov finanční obrát ve výši 56 milionů Kč.

## Charita České republiky

Pojem charita je ve Velkém sociologickém slovníku vysvětlen jako výraz pro dobročinnost, praktickou lásku k bližnímu podle křesťanských představ. Charitativní činnost je možné charakterizovat jako sociální péči zajišťující podmínky života jedince (Petroušek a kol., 1996, s. 401). Charita České republiky navazuje na historickou péči křesťanů a katolické církve o chudé a trpící. Počátky Charity lze datovat od roku 1919, přičemž v roce 1922 byl založen Svaz Charity jako sdružení katolických spolků a organizací pomáhajícím bližním v nouzi. Po druhé světové válce pečovaly o navrátilce z koncentračních táborů. Roku 1960 přešly všechny provozované ústavy do správy komunistické strany Československa a jejich činnost byla centrálně řízena. Po pádu komunistické strany Československa docházelo k obnovování původního poslání Charity. Po vyhlášení amnestie prezidentem Václavem Havlem vznikají šatníky a další zařízení na pomoc lidem bez domova. V roce 1991 vznikají diecézní a arcidiecézní charity, v rámci kterých vzniká síť farních, městských i oblastních charit. V současné době nabízí pomoc lidem v nouzi u nás i v zahraničí, provozuje širokou síť sociálních a zdravotních služeb a funguje jako sdružení více než 300 oblastních, městských a farních Charit. Charita České republiky funguje jako nestátní nezisková organizace, která je součástí římskokatolické církve. Charita Česká republika je součástí celosvětové sítě Caritas Internationalis a Caritas Europa. Posláním Charity České republiky je pomoc lidem v tísní, ohrožení a nouzi bez ohledu na jejich rasu, národnost, náboženství nebo státní a politickou příslušnost.

V České republice provozuje Charita nejrůznější druhy služeb, mezi které patří sociální poradenství, služby sociální péče a prevence, zdravotní služby, hospicovou péči a ostatní služby jako šatníky, půjčovny zdravotních pomůcek, rodinná dobrovolnická centra, chráněné dílny a jiné. V roce 2013 evidovala Charita České republiky 91 191 klientů, a tisícům dalším byla poskytnuta pomoc anonymně, přičemž roční obrat se pohyboval okolo 2,9 miliard Kč.

Charita České republiky každoročně pořádá celorepublikovou dobročinnou akci s názvem Tříkrálová sbírka. Skupinky koledníků, kteří chodí se zapečetěnými kasičkami, jsou organizovány ve spolupráci s farnostmi, školami či různými mládežnickými organizacemi, jejichž počet čítá přibližně 50 tisíc dobrovolníků. Celkový výtěžek této sbírky je procentuálně rozdělen, přičemž 65 % jde do daného regionu, 15 % do diecézní a

arcidiecézní Charity ČR, 10 % do zahraničí a 5 % jde na náklady sekretariátu Charity České republiky. Zbýlých 5 % výtěžku je použito na úhradu režijních nákladů spojených se sbírkou, v souladu se zákonem č. 117/2001 Sb., zákon o veřejných sbírkách v platném znění. V roce 2013 bylo pomocí této sbírky vybráno celých 78 milionů Kč. V zahraničí se Charita České republiky zaměřuje především na humanitární pomoc, obnovu zdrojů obživy, sociální a zdravotní péči, pomoc dětem a pomoc seniorům, jejichž činnost je realizována ve 29 zemích světa.

Charita České republiky sdružuje také farní charitu Stodůlky, která je registrovaná ministerstvem kultury od roku 1996 jako církevní organizace, jejímž zřizovatelem je Arcibiskupství pražské. Charita Stodůlky realizuje charitativní poslání církve na území římskokatolické farnosti u kostela sv. Jakuba Staršího ve Stodůlkách, a působí zejména na území Prahy 13. Hlavní činností je charitní ošetrovatelská služba, která je poskytována formou domácí zdravotní péči lidem chronicky i akutně nemocným, jejichž stav nevyžaduje pobyt ve zdravotnickém zařízení a nachází se ve svém domácím prostředí. Cílem je podporovat zdraví pacientů, rozvíjet jejich soběstačnost, pomáhat při zvládnutí bolesti a zmírňovat jejich utrpení, případně zajištění důstojného a klidného umírání v kruhu rodiny. Tato péče je poskytována na základě písemné indikace ošetřujícího lékaře. Charita Stodůlky také půjčuje kompenzační pomůcky, jako antidekubitní matrace, polohovací lůžka, invalidní vozíky, WC židle, chodítka apod. Další službou je služba dobrovolníků pro jejich klienty, kterým zprostředkovávají lidský kontakt, předčítají, naslouchají, doprovází je při procházkách apod. Vedle těchto aktivit provozuje charitní šatníky v Nových Butovicích a na Velké Ohradě, kde přijímají čisté oblečení, obuv, školní a sportovní potřeby a předávají je sociálně slabším spoluobčanům ([www.charita.cz](http://www.charita.cz)).

## **Ahold**

V roce 1887 založil Albert Heijn stejnojmennou společnost v Nizozemsku, která byla průkopníkem ve vývoji moderního supermarketu, jejichž inovace zahrnují vytvoření prvních formátů samoobslužných obchodů v Nizozemsku. Kromě Evropy působí tato firma i v Americe, kde vlastní obchody s názvem Stop&Shop a Gigant Food. Na český trh vstoupila tato společnost v roce 1990 s názvem Morava food jako akciová společnost. V roce 1991 otevřela svůj první supermarket Mana v Jihlavě. Název této společnosti byl nejdříve změněn v roce 1996 na Euronova a dále v roce 1999 na Ahold, Czech republic.



V roce 1999 provozovala tato společnost hypermarkety Hypernova a supermarkety, které se přejmenovali na Albert. V roce 2005 převzala tato společnost 57 prodejen Julius Meinl, čímž upevnila svou pozici na českém trhu. V roce 2014 převzala kontrolu nad společností SPAR Česká obchodní společnost s.r.o., která provozovala supermarkety Interspar. S účinností od 1. ledna 2015 došlo ke sloučení obou těchto společností, čímž přešel veškerý majetek, smluvní vztahy, práva a závazky do rukou společnosti Ahold. V současnosti je realizována přeměna supermarketů Interspar na supermarkety Albert. Společnost Albert Heijn provozuje více než 930 prodejen po celém světě. V roce 2012 vykázala společnost Ahold na českém a slovenském trhu tržby ve výši 404 milionů euro, přičemž celosvětový čistý zisk v tomto roce činil 827 milionů euro ([www.ahold.com](http://www.ahold.com)).

Co se týče společenské odpovědnosti firem má společnost Ahold vypracovaný strategický plán, v rámci kterého jsou realizovány různé projekty. V roce 2009 byl založen Nadační fond Albert, který sjednotil sociálně odpovědné aktivity řetězce Albert. Tento nadační fond v rámci grantových výzev finančně podporuje projekty neziskových organizací, které se týkají dvou hlavních oblastí. Mezi tyto oblasti patří sociální sféra, do které spadá vzdělávání, integrace a rozvoj sociálně znevýhodněných dětí a sféra zdravého životního stylu dětí. V rámci zdravého životního stylu dětí realizuje Nadační fond Albert projekt Zdravá 5, jež se zaměřuje na výukové programy, které seznamují děti se zásadami zdravého životního stylu včetně zdravého stravování. Dále také spolupracují s neziskovou organizací Potravinová banka, která shromažďuje, skladuje a přiděluje potraviny humanitárním nebo charitativním organizacím, které tyto potraviny poskytují potřebným lidem. Nadační fond Albert každoročně přerozdělí několik milionů korun neziskovým organizacím ([www.albert.cz](http://www.albert.cz)).

## **Ikea**

V roce 1943 založil Ingvar Kamprad společnost IKEA, která zpočátku prodávala levné a dobře prodejné zboží jako peněženky, pera, obrázky, hodinky či punčochy. V roce 1948 začíná firma IKEA prodávat nábytek od místních výrobců a v roce 1953 otevírá první předváděcí sklad, kde si zákazníci mohli zboží předem prohlédnout, čímž získala větší popularitu a výhodu před konkurencí. V roce 1956 začali dodavatelé nábytku bojkotovat firmu IKEA, čímž byla prakticky donucena navrhovat a vyrábět vlastní nábytek. V rámci této výroby začala tato společnost vyrábět specifický nábytek pro plochá balení, který si

zákazníci sami smontovali, čímž si společnost IKEA výrazně usnadnila skladování a přepravu zboží zákazníkům. Na český trh vstoupila tato společnost v roce 1991, s názvem IKEA HANIM, spol. s r.o. jako společnost s ručením omezeným. V tomto roce byl otevřen obchodní dům v Praze na Zličíně. V roce 2003 byl změněn název této společnosti na IKEA Česká republika. V současnosti provozuje více jak 315 obchodních domů ve 27 zemích a další výrobní a obchodní jednotky, které jsou rozmístěny ve 42 zemích. Většina z těchto jednotek je součástí společnosti IKEA Group, kterou vlastní Nadace Stichting INGKA. Cílem této nadace je financovat charitu a znovu investovat do IKEA Group. V roce 2012 vykázala společnost IKEA na českém trhu čistý zisk ve výši 235 milionů korun, přičemž celosvětový čistý zisk činil v roce 3,3 miliardy euro.

V roce 2000 začíná IKEA ČR spolupracovat s organizací UNICEF na projektech, které se soustředily na Kosovo a Indii. IKEA se také začíná více věnovat ekologickým projektům na ochranu životního prostředí, především v oblasti lesního hospodářství. Ze zprávy společenské odpovědnosti firem z roku 2013 vyplývá, že tato společnost v rámci své činnosti šetří a zároveň vyrábí energii pomocí solárních panelů, nakupuje suroviny (dřevo, bavlna) z trvale udržitelných zdrojů a podporuje práva dětí po celém světě. V roce 2013 darovala nadace IKEA Foundation na programy na podporu dětských práv 101 milionů eur. IKEA ČR se v roce 2015 stala členem Asociace společenské odpovědnosti. Celosvětově je IKEA členem několika neziskových organizací, které sdružují společensky odpovědné firmy ([www.ikeacz.cz](http://www.ikeacz.cz)).

### **Nadace České spořitelny**

V roce 2002 byla založena nadace České spořitelny s cílem pomáhat potřebným a slabším a přispívat tak k rozvoji společnosti. Od svého založení pomáhá při řešení závažných společenských témat, jako jsou problémy seniorů, prevence a boj s drogovou závislostí, rozvoj komunit a od roku 2014 i péče o lidi s mentálním a kombinovaným postižením. S neziskovými organizacemi věnuje nadace systematickou péči a finanční podporu stěžejním společensky prospěšným projektům ve všech těchto oblastech. Od roku 2013 se cíleně zaměřuje tam, kde je nedostatek dárců, zejména na pomoc lidem vyloučeným ze společnosti z důvodu sociálního postavení, duševního zdraví nebo věku. V roce 2013 Nadace české spořitelny rozdělila přes 17 milionů Kč, přičemž za celých 12

let své existenci přispěla tato nadace na rozvoj české společnosti více jak 210 milionů Kč ([www.csas.cz](http://www.csas.cz)).

Nadace České spořitelny realizuje řadu projektů, mezi které patří cena Floccus, která je určena jednotlivcům i organizacím za celkový přínos týkající se znevýhodněných osob. Mezi další projekty patří Aktivní život seniorů, v rámci kterého jsou podporovány vybrané organizace, které se tímto tématem zabývají. Mezi další projekty patří Prevence a léčba drogové závislosti a Péče o lidi s mentálním postižením. V rámci projektu Přátelská místa bylo vytvořeno 36 poboček s certifikátem, který označuje místo přizpůsobené lidem s handicapem. Od roku 2004 je Nadace České spořitelny generálním partnerem Charity České republiky. V rámci projektu Den pro charitu mohou zaměstnanci České Spořitelny využít dva pracovní dny k dobrovolnickým aktivitám, přičemž v roce 2014 proběhlo takových dnů více jak 1600 ([www.nadacecs.cz](http://www.nadacecs.cz)).

## 4 Terénní šetření

V rámci terénního šetření byly realizovány 3 odlišné přístupy, ke zpracování dané problematiky. První přístup zahrnuje kvantitativní hodnocení dvou neziskových organizací Charita České republiky a Diakonie Broumov formou komparativního posouzení jejich efektů na bázi modelu multikriteriální analýzy. Dále je provedeno dotazníkové šetření pro vybraný okruh respondentů, které sleduje postoj k individuálnímu dárcovství a spolupráci komerčních a neziskových organizací. V rámci kvalitativního šetření jsou komparovány rozhovory se skupinou respondentů evokujících znalostní bázi v oblasti analyzované problematiky.

### 4.1 Kvantitativní šetření

#### Multikriteriální analýza

Princip multikriteriální analýzy (dále jen MCA) je založen na dualitní komparaci vztahů mezi jednotlivými variantami příjmových zdrojů finančního a materiálního typu, a jejich užitím dle strategií chování obou charitativně orientovaných organizací. U obou organizací je definováno 8 základních zdrojově strategických variant:

- V1 - hmotné dary
- V2 - přímé finanční dary
- V3 - nepřímé finanční dary
- V4 - převažující investice do domácího spotřebitelského prostoru
- V5 - zahraniční pomoci finančního trhu
- V6 - zahraniční vazby na materiální pomoc
- V7 - společné mezinárodní zahraniční akce
- V8 - ostatní zahraniční akce.

Těchto 8 variant je rozčleněno na základě 8 kritérií, dle kterých jsou jednotlivé organizace hodnoceny. Tato kritéria byla volena s maximální možnou mírou komparability, tj. vzájemné srovnatelnosti. Vlastní kritéria byla zvolena v počtu 8, přičemž tento počet není náhodný. Vzhledem k tomu, že u metod multikriteriální analýzy musí platit, že součet vah těchto kritérií je menší nebo roven 1. Z hlediska přijatého teoremu vzájemné logické komparability jde tudíž o princip konstantní váhy v hodnotě 0,125, přičemž 0,125 krát 8 se rovná jedné. Z tohoto principu vyplývá, že klasifikovaná a kvantifikovaná kritéria mají stejnou váhu pro komparativní analýzu obou zkoumaných charitativních organizací. U obou organizací je definováno následujících 8 kritérií:

- míra očekávaných zdrojů
- stupeň důvěry
- konkurence humanitárních organizací
- zdůvodnění míry renomé charitativní organizace
- průchodnost – výkonnost fungování organizace
- ekonomická situace národohospodářského systému
- publishment - veřejná informovanost.

Zvolené varianty možného zaměření vývoje organizací Diakonie Broumov a Charita České republiky se v současném strukturálním stavu pokouší kvalitativně a kvantitativně odlišit. Zaměření objemu působnosti těchto organizací, když Diakonie Broumov je zaměřena z hlediska struktury své vnitřní organizace na služby v rámci regionálního uspořádání ČR a disponuje strukturou svých výsadků v řadě krajských a okresních měst v rámci ČR. Charita České republiky je zaměřena více na součinnost s celosvětovou organizací organizovanou pod tímto názvem jako formou všeobecné charitativní pomoci v celosvětovém měřítku. Tyto dva základní aspekty byly základem koncipování kvantitativně orientovaných škálových ukazatelů v rámci MCA.

S ohledem na relativně významnou odlišnost působení obou charitativních organizací nebyl model koncipován jako jeden, ale byly při stejných kritériích a stejných vahách hodnoceny dopady strategií v rámci individuálních pohledů na Diakonii Broumov a Charitu České republiky. Cílem kvantitativního modelu zpracovaného v rámci běžných verifikovaných metod MCA je posoudit zaměření perspektivních strategií obou charitativních organizací, s ohledem na škálové hodnocení jejich stávajícího systému.

Počátečním krokem analýzy jsou kvantifikované tabulky MCA pro dva objekty. Tyto tabulky jsou uvedeny v přílohách jako modely MCA s názvy Svoboda Diakonie a Svoboda Charita. Tyto obě tabulky při 8 variantách působnosti a 8 komparativních kritériích jsou z důvodu vzájemného porovnání koncipovány při stejných typech váhy kritérií a stejných typech minimalizačního nebo maximalizačního typu komparativního kritéria.

Při algoritmu MCA je nezbytné volit následující postup. V programu Microsoft Excel je nutné u konkrétních tabulek povolit makra a zvolit jazyk, který je v tomto případě čeština. Dále je nutné pomocí programu MCA COSA vybrat vhodné metody MCA. Mezi vybrané metody patří vážený součet, TOPSIS, ORESTE, MAPPAC a AGREPREF. U

metody ORESTE, je dále nutné zvolit práh preference kritéria, indiference kritéria a práh nesrovnatelnosti. U metody AGREPREF se vyžaduje zadání prahu preference  $\alpha$  a prahu indiference  $\beta$ . Vzájemný poměr mezi těmito prahy, který byl dlouhodobě analyzován na katedře systémového inženýrství České zemědělské university v Praze, indikuje vztah, který lze charakterizovat jako  $\alpha > \beta$ , což znamená, že  $\alpha$  je větší než  $\beta$ . Pro daný soubor byly zvoleny hodnoty 0,6  $\alpha$  a 0,4 $\beta$ .

Doplňkové analýzy s ohledem na přesvědčivost výsledků jsou v katalogu příloh, ale dokumentují pouze míru oprávněnosti těchto pořadových vazeb mezi variantami a zvolenými kritérii vybraných organizací. Vybrané metody této kvantitativní analýzy jsou všeobecně chápány pouze jako nástroj komparativní analýzy kvantifikující systém objektivně orientovaných vazeb. Z tohoto důvodu a na základě doporučení nebyly zahrnuty do metodologie a struktury literární řešerše.

Při aplikaci modelu MCA byla věnována pozornost na základě osobních rozhovorů problematice volby variant, tj. strategií Diakonie Broumov a Charita Česká republika. Ve snaze dodržet homogenitu souboru parametrických kvantitativních dat byla volena kritéria tak, aby umožňovala škálovou kvantifikaci vazeb. Získané výsledky ukázaly, že volba 8 typů kritérií, které umožnily strukturu kvadratického maticového modelu  $m \times m$ , přičemž  $m$  se rovná 8, odráží i dopady informací získaných z rozhovorů. Z tohoto hlediska lze získané výsledky obou vypočtených variant (viz Příloha 1) souhrnně označit jako relativně homogenní. Jestliže obecně platí, že jednotlivé metody mohou vykazovat různé pořadí variant, s odlišností metody MAPPAC, která vymezuje tzv. třídu, což je ovšem logickým ekvivalentem pořadí. Z tohoto hlediska lze odlišnosti výsledku této metody považovat za specifická.

U Diakonie Broumov se na prvním pořadí ukázala varianta V3 – nepřímé finanční dary, která vyšla z 5 metod tři krát na 1. místě a jednou na 3. místě, u metody AGREPREF, kde ovšem index  $D_h$  je nulový pro pět variant. Na druhém místě v pořadí lze označit variantu V4 - převažující investice do domácího spotřebitelského prostoru, kde tato varianta byla dva krát na 2. místě, dva krát na 3. místě a metodou MAPPAC na 5. místě. Na třetím místo v pořadí lze zařadit variantu V1 – hmotné dary, která byla dva krát na 2. místě, jednou na 3. místě a dva krát na 4. místě. Objektivně však lze konstatovat, že u metody váženého součtu míra užítka vykazuje varianty tři jako nejlepší hodnotu 0,544.

V její těsné blízkosti jsou však varianty s hodnotami V1 – 0,508, V2 – 0,514, V4 – 0,5238. Nejhorší varianty V8, V7 měly hodnotu V8 – 0,327 a V7 – 0,322. Z uvedeného výsledku je zjevné, že logická metoda váženého součtu vykazuje vysoký stupeň příbuznosti míry užítku v intervalu  $\langle 0,54-0,50 \rangle$ , což je pouze 4% diference. Obdobné výsledky lze zjistit i u metody TOPSIS, kde je pořadí variant doplněno o indexovanou hodnotu vzdálenosti od bazální (nejhorší) varianty. Jestliže na prvním místě se umístila varianta s hodnotou V5 – 0,509, na druhém místě V4 – 0,508, na třetím místě V3 – 0,506, na čtvrtém místě V1 – 0,502, tak z toho lze vyvodit, že rozdíly vzdáleností jsou pouze v promilových hodnotách. Při dvojciferném zaokrouhlení jsou čtyři shodné hodnoty 0,50.

Obdobně lze kvantifikovat i ostatní metody. Při analýze výsledku však lze konstatovat celkovou objektivitu a homogenitu souboru výsledků jako celku. Logickým závěrem je, že mezi klíčové strategie činností Diakonie Broumov patří strategické varianty V1, V2, V3, V4.

Pokus o komparaci strategických odlišností Diakonie Broumov a Charity České republiky je zřejmý z výsledků uvedených v Příloze 1. Při stejné volbě struktury kritérií a stejném typu zvolených kritérií, při použití konstantní váhy 0,125 jsou výsledky Charity ČR odlišné. Jednoznačně na 1. místě v pořadí u Charity ČR vychází varianta V6, kde se z pěti metod tato varianta čtyři krát umísťuje na 1. místě, a pouze u metody TOPSIS je na druhém místě. Na 2. místě v pořadí je volba strategie V5 – zahraniční pomoci finančního trhu, která vykazuje jednou 1. pořadí, tři krát 2. pořadí, pouze u metody TOPSIS jedenkrát 3. pořadí s tím, že odlišnost vzdálenosti od bazální varianty je pouze necelá 3 %. Na třetím místě se teprve objevuje varianta V4, která je ovšem v rámci jednotlivých metod výrazně rozptýlena, když u metody váženého součtu je na 3. místě, u MAPPAC na 6. místě a AGREPREF na 4. místě. Obdobnou charakteristiku vykazují i ostatní varianty.

### **Dotazníkové šetření**

V rámci dotazníkového šetření bylo shromážděno celkem 120 zodpovězených dotazníků. Respondenty je možné charakterizovat jako osoby žijící v Praze, starší 18 let, které byli v daných časových úsecích a místech přítomni a ochotni zodpovědět dotazník. Z tohoto důvodu není možné považovat tento vzorek respondentů za náhodný a reprezentativní. První část dotazníku se zaměřuje na individuální přístup k dárcovství.

Další část dotazníku se snaží sledovat postoj respondentů ke spolupráci komerčních a neziskových organizací. V poslední části jsou uvedeny základní identifikační údaje respondentů. Pro účely analýzy byly zvoleny uzavřené otázky nabízející soubor alternativ, ze kterých si respondent vybere jednu či více vhodných odpovědí. Po realizaci tzv. sondy byly otázky i jejich možné odpovědi upraveny tak, aby byly srozumitelné a co nejvíce představovaly soubor vyčerpávající všechny možné alternativy. V rámci kvantitativní analýzy jsou testovány hypotézy na kumulovaných datech jedinců, která jsou totožná. Pokud by alespoň stimuly (otázky) nebyly totožné, nebylo by možné realizovat testování hypotéz (Disman, 2011).

Respondenti jsou složeni ze 47,5 % mužů a 52,5 % žen (viz Tabulka 9). Vzhledem k tomu, že na základě obecných statistik žije na světě 49% mužů a 50% žen, lze tento vzorek respondentů na základě pohlaví považovat za reprezentativní. Složení respondentů je dále charakterizováno na základě věku a dosaženého vzdělání (viz Tabulka 10 a 11).

Z výsledků otázky, která se zabývá pocitem potřeby humanitárně založeného dárcovství v současném období světového vývoje, lze konstatovat, že 72,5 % respondentů pociťuje tuto potřebu, 9,2 % nepociťuje tuto potřebu a 18,3 % uvedlo, že neví (viz Graf 3).

V průběhu posledních několika let i v současnosti poskytlo 88,9 % respondentů nějaký druh daru a 11,1 % neposkytlo (viz Graf 4). V rámci této otázky byly kladeny filtrační otázky, které se týkaly pouze jedné z těchto skupin. Je nutné podotknout, že respondenti měli možnost výběru více odpovědí. Nejčastěji jsou poskytovány finanční dary (47,5 %) a hmotné materiální dary 1. skupiny (41,1 %), přičemž za hmotné materiální dary lze považovat oblečení, hračky, boty, zařízení domácnosti a jiné. Dále jsou také poskytovány hmotné materiální dary 2. skupiny (5,7 %) a vlastní volný čas v rámci dobrovolnických činností (5,7 %), přičemž za hmotné dary 2. skupiny lze považovat balenou vodu, potraviny, zdravotnické potřeby a jiné (viz Graf 5). Naopak u těch, kteří dar neposkytlí, byly zjišťovány důvody neposkytnutí. Mezi nejčastější uváděné důvody patří vlastní zdrojová nedostatečnost (51,5 %) a nedůvěra v organizaci užití daru (31,4 %). Dále byly uváděny důvody jako nedostatečná informovanost o chování příjemce daru (5,7 %), neznalost teritoria a skupin určených materiálních a finančních darů (5,7 %). Dále 5,7 % respondentů uvedlo, že nemůže definovat důvod neposkytnutí daru (jde o osobní pocit). Je



zajímavé, že žádný z respondentů není přesvědčený, že o charitativní činnost se má starat zejména stát (viz Graf 6).

Vzhledem k tomu, že dvě organizace, na které je tato práce zaměřena vykazují činnost sběru použitého oblečení a dalších věcí je zahrnuta i otázka, která zjišťuje, jak dlouhodobě nakládají respondenti s předměty (oblečení, boty, hračky, zařízení domácnosti, lůžkoviny atd.), které nezbytně vyžadují nějaký způsob odložení (likvidace). U této otázky mohli respondenti také vybrat více možných odpovědí. Nejčastější uváděnou možností je, že respondenti využívají sběrných kontejnerů dle návodu na tříděný humanitárně organizovaný materiál (38,2 %). Dále respondenti dávají tyto předměty k dispozici známým (27 %) a zúčastňují se organizovaných humanitárně orientovaných sbírek (15,2 %). Další uváděnou možností je, že se zúčastňují organizovaných akcí na školách či jiných institucích formou bazaru (5 %), přičemž je nutné podotknout, že tuto možnost uváděly pouze ženy. Dále respondenti uváděli, že vyhazují tyto předměty do popelnic či intervalových kontejnerů na směsný odpad (15,2 %) (viz Graf 7).

Co se týče spolupráce komerčního a neziskového sektoru, tak 54,2% respondentů se domnívá, že tento vztah, který vede ziskové organizace ke spolupráci neziskovými organizacemi je neutrální, tudíž je závislý na konkrétní výzvě pro řešení konkrétní situace. Že jsou ziskové společnosti ochotné poskytovat finanční nebo materiální dar (kladný vztah), se domnívá 28,3% respondentů. Jen 11,7 % respondentů se domnívá, že je tento vztah záporný, tj. ziskové organizace nejsou ochotny poskytovat dary. Nakonec 5,8 % respondentů se domnívá, že je tento vztah náhodný, tj. neurčitý bez omezení výše daru a příjemce daru (viz Graf 8).

Dále byla položena otázka, která zjišťovala důvody, proč ziskové organizace poskytují dary humanitárního typu (finanční i materiální), u které bylo možné uvést více možných odpovědí. Nejčastěji respondenti uváděli, že z důvodu zlepšení image podniku na trhu v případě, že dárcce je zvolenou formou veřejně prezentován (42,1 %) nebo z důvodu finanční neutrality, kdy výše finanční dárcovské aktivity na humanitární účely umožňuje odpočet v daňovém priznání (33,9 %). Další uváděnou možností je, že tento důvod vychází z morálního přesvědčení managementu firmy (12,9 %). V 11,1 % jsou uvedeny ostatní důvody (viz Graf 9).

Otázka, která slouží, jako podklad k návrhu další spolupráce zjišťuje ochotu poskytnout dárcovský příspěvek s konkrétním určením tohoto příspěvku v případě, že je k tomu v rámci zaměstnání vyzván. Příspěvek by poskytlo 27,5 % respondentů vždy bez výhrad. I přes to, že by si respondenti nebyli jisti o účelu, by nepovinný příspěvek poskytlo v dostatečné disponibilní výši 25 %. V minimální výši by dar poskytlo 22,5 % respondentů. I přes to, že by měli respondenti pochybnosti o příspěvku, by se dané akce zúčastnili (9,2 %). Z různých důvodů by příspěvek odmítlo poskytnout 15,2 % respondentů (viz Graf 10).

#### Testování hypotéz:

1. Poskytl jste v průběhu posledních několika let a v současnosti nějaký druh daru?

**Tabulka 4: Asociační tabulka poskytnutí daru (muži a ženy)**

	<b>Ano</b>	<b>Ne</b>	<b>Celkem</b>
<b>Muži</b>	35	22	<b>57</b>
<b>Ženy</b>	56	7	<b>63</b>
<b>Celkem</b>	<b>91</b>	<b>29</b>	<b>120</b>

Zdroj: vlastní zpracování

$H_0$ : Neexistuje statisticky významný rozdíl v poskytnutí daru v několika posledních letech a v současnosti mezi ženami a muži.

$A$ : Existuje statisticky významný rozdíl v poskytnutí daru v několika posledních letech a v současnosti mezi ženami a muži.

$$\chi^2 = \frac{120(245 - 1232)^2}{(35 + 22)(56 + 7)(35 + 56)(22 + 7)}$$

$K$ :  $1\,480,27 > 1\,074,679$ , platí podmínka  $\chi^2 > \chi^2_{\alpha(1)} = 1\,074,679$ , a proto zamítáme nulovou hypotézu a bude proveden test pomocí koeficientu závislosti.

$$V = \frac{245 - 1232}{\sqrt{(35 + 22)(56 + 7)(35 + 56)(22 + 7)}}$$

$$V = -0,32$$

Z tohoto výsledku lze konstatovat, že existuje statisticky významný rozdíl v poskytování darů mezi muži a ženami v posledních několika letech a v současnosti, přičemž ženy darovaly ve více případech než muži. Vzhledem ke koeficientu závislosti lze říci, že tato závislost je středně silná. Tento výsledek se shoduje s výsledkem výzkumu Markéty Řežuchové z roku 2011 v publikaci *Dárcovství v Číslech*.

## **4.2 Kvalitativní šetření**

V rámci kvalitativního šetření bylo uskutečněno 6 rozhovorů se zástupci vybraných společností a organizací. S organizacemi Diakonie Broumov a Charita České republiky byly voleny semistandardizované rozhovory, při kterých bylo možné pokládat doplňující otázky. S ostatními organizacemi byly realizovány standardizované rozhovory z důvodů časových dispozic. Na základě realizace rozhovorů lze konstatovat, že komunikace s neziskovými organizacemi funguje lépe než komunikace s komerčními společnostmi, především v reakci na žádosti a ochotě poskytnout rozhovor.

Při realizaci rozhovoru se zástupkyní Diakonie Broumov byl získán kontakt na pracovníka společnosti Ahold, který se podílel na tvorbě smlouvy o spolupráci. Tento pracovník však neměl k dispozici potřebné informace týkající se dané problematiky, tudíž bylo nutné kontaktovat jiného pracovníka, který měl již dostatek informací pro zodpovězení daných otázek. Na základě rozhovoru se zástupkyní finančního oddělení Charity České republiky byl získán kontakt na šatník Charity Nové Butovice, který spolupracuje s Diakonií Broumov. I přes to, že se práce zabývá spoluprací komerčních společností s neziskovými organizacemi, byl realizován rozhovor, na jehož základě bude charakterizována mezi těmito organizacemi.

Konkrétní otázky byly rozděleny do dvou kategorií dle vztahu vůči dané organizaci. První kategorie byla tvořena pro společnosti, které poskytují daný druh dárcovství a druhá pro neziskové organizace, které dárcovství přijímají. V souvislosti s tím nelze brát níže uvedené otázky jako doslovné při realizaci rozhovorů. Jsou uvedeny dva souhrny rozhovorů s neziskovými organizacemi pro účely této práce (viz Příloha 4). Ostatní souhrny rozhovorů nejsou v přílohách uvedeny, ale jsou komparativně shrnuty v následujícím textu.

## **Jakým způsobem vznikla spolupráce mezi vybranými organizacemi?**

Z výsledků rozhovorů lze konstatovat, že tato spolupráce mezi komerčními a neziskovými organizacemi vzniká na základě kontaktování ze strany neziskové organizace, která tuto spolupráci vyžaduje. Prvním krokem pro získání spolupráce s určitou komerční či neziskovou organizací je vytvoření seznamu potenciálních dárcovských společností a organizací. Tento seznam je vytvářen na základě různých internetových či jiných zdrojů. Dále je tento seznam tvořen na základě vlastních či získaných kontaktů na jiné společnosti a organizace, které by mohly přistoupit na daný druh spolupráce. Tento seznam je filtrován na základě určitých kritérií. V případě Charity České republiky jsou vyškrtuty společnosti, které již podporují nějakou oblastní či místní Charitu, aby nedocházelo ke konkurenci mezi Charitami. Dále jsou vyškrtuty společnosti, které se zabývají výrobou a prodejem alkoholu, tabákových výrobků a zbraní, protože by to mohlo být považováno za neetické.

Aby spolupráce mohla vzniknout, je nutné vyhledat příslušného zaměstnance či stakeholdera, který návrh prosadí ve vedení firmy. V případě spolupráce Charity České republiky a Nadace České spořitelny je vznik spolupráce spojen s oboustranným zájmem obou organizací. Pokud se podaří prosadit návrh spolupráce v dané organizaci, je dále nutné vytvořit smlouvu o spolupráci, ve které budou definovány jednotlivé principy této spolupráce. Tento proces může být časově nenáročný, pokud se jedná o jednoduchou spolupráci, která nezahrnuje složitě propracovaný systém. Příkladem může být spolupráce Diakonie Broumov se společnostmi Ahold a IKEA, která zahrnuje bezplatný pronájem vybraných prostor. Spolupráce může také vzniknout bez smlouvy jako v případě Diakonie Broumov a Charity Nové Butovice. V případě, že se jedná o složitější spolupráci, jako je například generální partnerství, může tento proces trvat déle než jeden rok. Také se může stát, že po dlouhodobém vyjednávání daná spolupráce vůbec nevznikne. Dalo by se říci, že vyhledávání a navazování kontaktů s komerčními společnostmi je nikdy nekončící proces, který je potřeba neustále zdokonalovat a rozšiřovat. Úspěšnost při oslovování komerčních společností se v případě Charity České republiky pohybuje mezi 1 – 3 %, přičemž platí, že oslovování firemních dárců je náročnější než oslovování individuálních dárců.

## **Jakým způsobem tato spolupráce probíhá?**

Existují různé možnosti spolupráce mezi komerčními a neziskovými organizacemi, které jsou popsány v teoretické části této práce. Spolupráce organizace Diakonie Broumov a IKEA je založena na bezplatném pronájmu prostor pro umístění sběrných kontejnerů na textil a jiné věci. Tato spolupráce byla stanovena celoplošně, což znamená, že pro Diakonii Broumov byly vyhrazeny prostory ve všech střediscích společnosti IKEA v České republice i na Slovensku, na kterých jsou umístěny sběrné kontejnery. Spolupráce vznikla již před 10 lety a společnost IKEA byla vůbec první komerční společnost, která poskytla Diakonii Broumov bezplatný pronájem prostor. Nevyžaduje žádné další opatření, tudíž funguje bez nutnosti dalšího jednání. Bezplatný pronájem prostor poskytuje Diakonii Broumov i společnost Ahold, která vlastní a spravuje supermarkety Albert a Interspar. V případě této spolupráce však nebylo rozhodnutí o spolupráci celoplošné, což znamená, že Diakonie Broumov musí kontaktovat jednotlivé supermarkety, se kterými dále jedná o konkrétních podmínkách. U některých supermarketů je dostatek místa a to tedy znamená, že nebyl problém umístit sběrný kontejner. Naopak u některých supermarketů není dostatek místa, tudíž nemohl být sběrný kontejner umístěn na jejich pozemcích. Tato spolupráce je tedy poněkud náročnější, protože je nutné dále kontaktovat jednotlivé supermarkety, u kterých chce Diakonie Broumov umístit své sběrné kontejnery. Ve většině případů není nutné dále jednat o podmínkách a dohoda je brána jako uzavřená. Pokud však byly rekonstruovány a reorganizovány prostory pozemků supermarketu Albert, bylo nutné sběrný kontejner přemístit. V některých případech tento přesun realizovala společnost Ahold na vlastní náklady, protože v rámci rekonstrukce měla k dispozici potřebnou techniku pro přemístění. Tímto tedy vznikla další spolupráce, na základě které ušetřila Diakonie Broumov finanční prostředky. V jiných případech však musela Diakonie Broumov toto přemístění zajistit na vlastní náklady.

V rámci umísťování sběrných kontejnerů spolupracuje Diakonie Broumov se zhruba 3 500 městy v České republice, které ji poskytují bezplatně či za zlevněnou cenu pronájem prostor. Díky tomu města ušetří náklady na likvidaci komunálního odpadu, ve kterém by mohly tyto věci skončit. V minulosti nakoupila některá města sběrné kontejnery na vlastní náklady, v rámci humanitární a environmentální podpory. Před několika lety však vstoupily na trh některé komerční společnosti, které hradí pronájem prostor pro

sběrné kontejnery. V důsledku toho přestala města nakupovat kontejnery, a v některých případech byla změněna dohoda z bezplatného pronájmu na zlevněný pronájem, který činí zhruba o 400 Kč méně, než mají komerční společnosti. V důsledku toho se zvýšily náklady na provozování činnosti Diakonie Broumov a zároveň se snížil objem vybraného materiálu, což představuje hrozbu pro chod této organizace. Komerční společnosti se ne vždy zaměřují na humanitární pomoc a vybraný textil prodávají do průmyslové výroby. V případě, že dané město potřebuje ošacení pro některé své občany, vychází jim Diakonie Broumov vstříc a na vlastní náklady zašle vybrané ošacení na příslušný úřad.

Diakonie Broumov je v konkurenčním vztahu s Charitou České republiky v oblasti získávání dotací a grantů. Šatník Charity Nové Butovice však spolupracuje s Diakonií Broumov. Pokud je v šatníku Charity Nové Butovice nějaký přebytečný textil, je poskytován výhradně Diakonii Broumov, přičemž je dva krát do roka svážen nákladními automobily na náklady Diakonie Broumov. Někdy se také stává, že v šatníku Charity Nové Butovice či jiné Charitě není dostatek potřebného oblečení či příslušná velikost tohoto oblečení. Na základě žádosti pak připraví Diakonie Broumov odpovídající oblečení a na vlastní náklady doručí do příslušné Charity.

Nadace České spořitelny je generálním partnerem Charity České republiky, což znamená, že spolupracují ve více oblastech. V první řadě poskytuje Nadace České spořitelny nemalé finanční prostředky, pomocí kterých realizuje Charita České republiky své projekty. Nadace České spořitelny také pořádá tzv. Dny pro Charitu, kdy mohou zaměstnanci České spořitelny vykonávat dobrovolnické práce v některých místních, oblastních či jiných Charitách. V rámci tohoto dobrovolnictví mohou zaměstnanci také poskytnout kontakty na potenciální dárce či určité know-how, které by mohlo zvýšit efektivitu fungování příslušné Charity.

Diakonie Broumov i Charita České republiky dále spolupracují s jinými komerčními i neziskovými organizacemi. Obě tyto organizace spolupracují s různými organizacemi v oblasti mediální reklamy. Zdarma tvoří reklamu Charitě České republiky pouze Katolické listy, které jsou však součástí katolické církve. Když si Diakonie Broumov zaplatila inzerát v časopisu 5+2, byl k tomu zdarma otisknut celý článek týkající se jejich činnosti. Ve většině případů však mediální společnosti poskytují pouze slevu na daný druh reklamy.

Diakonie Broumov spolupracuje některými společnostmi a podniky jako například MEVA Roudnice, Spalovna Liberec, Cementárna Prachovice a jiné. Ve spolupráci se společností MEVA Roudnice byly navrženy sběrné kontejnery, které byly vyrobeny touto společností za sníženou cenu. Jako dar poskytla tato společnost jeden kontejner zdarma, ale vzhledem k tomu, že šlo o objednávku více jak 100 kusů kontejnerů, jde spíše o množstevní slevu či dar. Spalovna Liberec a Cementárna Prachovice zase odkupují poškozený materiál, ze kterého vyrábějí zátěžové koberce, lepicí pásy a jiné průmyslové výrobky, čímž získává Diakonie Broumov finanční prostředky pro svou činnost.

### **Jaké jsou výhody a nevýhody a plynoucí z této spolupráce?**

Co se týče výhod ze strany neziskových organizací, které dar přijímají, jsou zřejmé. Dá se jen podotknout, že pro neziskové organizace je z účetního hlediska výhodnější přijetí daru než sponzorského příspěvku. Dar je totiž možné do zákonem stanovené výše odečíst ze základu daně z příjmů v plné výši, ale ze sponzorského příspěvku je nutné odvést výši DPH. Komplikace může nastat v případě, že se v dané společnosti změní vedení a často je tak nutné ujednat novou smlouvu či dohodu o spolupráci. Někdy se také může stát, že nové vedení má jiné strategické cíle v oblasti společenské odpovědnosti firem a spolupráce zanikne. Další nevýhodou může být rekonstrukce pozemků, která vyžaduje přesunutí kontejnerů na vlastní náklady Diakonie Broumov. Většinou však spolupracují s příslušným městským úřadem či jiným známým kontaktem, který zařídí přesun za minimální náklady.

Pro společnosti Ahold a IKEA Česká republika nepřináší spolupráce s Diakonií Broumov žádné zásadní výhody, ale podmínky této spolupráce pro ně nepředstavují žádné finanční ani jiné náklady. Zároveň tím naplňují společenskou odpovědnost firem, kterou mají obě tyto společnosti strategicky rozpracovanou. Komplikace nastala v případě, kdy byl kontejner přeplněný, a tašky s oblečením se hromadily v okolí kontejneru. Tento problém byl však po telefonické dohodě vyřešen a bylo přijato opatření, aby se podobná situace již neopakovala. Co se týče spolupráce Nadace České spořitelny a Charity České republiky je tento vztah těžké posoudit, protože obě tyto společnosti jsou neziskové a vzájemně se podporují. Vzhledem k tomu, že Nadace České spořitelny disponuje velkým množstvím finančních prostředků a jedním z jejích cílů je podporovat Charitu České republiky, nedá se hovořit o nevýhodách či výhodách. Je však možné, že toto generální

partnerství s Charitou České republiky může mít vliv na rozhodování potenciálních klientů banky České spořitelny.

### **Jakým způsobem uplatňují daňové zvýhodnění plynoucí ze spolupráce?**

V případě bezplatného pronájmu prostor společností Ahold a IKEA není uplatňováno žádné daňové zvýhodnění. Vzhledem k tomu, že obě tyto společnosti podporují i jiné neziskové organizace uplatňují daňové zvýhodnění v rámci jiných humanitárních a environmentálních aktivit. Výměnná aktivita oblečení Diakonie Broumov a Charity Nové Butovice také není zahrnuta do daňového přiznání, protože není určena hodnota směňovaného oblečení a textilu. Co se týče ostatních neziskových organizací, uplatňují daňové zvýhodnění v maximální možné výši, protože je to jeden ze zdrojů finančních prostředků, které jsou nezbytné a u některých organizací i nedostatečné.

## **5 Výsledky a diskuse**

Při souhrnu výsledků multikriteriální analýzy lze objektivně konstatovat, že model MCA objektivně odráží reálnou situaci cílově orientovaných předmětů zájmů obou organizací, které představují těžiště činností těchto organizací. U Charity České republiky je těžiště zaměřeno spíše na zahraniční vztahy charitativní pomoci, naopak u Diakonie Broumov je těžiště zaměřeno spíše na potřeby řešení sociálních podmínek uvnitř České republiky.

Z výsledků dotazníkového šetření uvedených v Příloze 3 lze konstatovat, že většina respondentů cítí potřebu humanitárně založeného dárcovství v současném období světového vývoje (72,5 %), čemuž také odpovídá počet respondentů, kteří poskytli v průběhu několika posledních let a v současnosti nějaký druh daru (88,9 %). Současnou podobu darů tvoří v drtivé většině finanční dary (47,5 %) a materiální dary 1. skupiny, mezi které lze zařadit oblečení, boty, hračky, zařízení domácnosti, deky, lůžkoviny a jiné (41,1 %). Naopak v nižší míře jsou poskytovány materiální dary 2. skupiny (5,7%) a vlastní volný čas věnovaný dárcovství a dobrovolnickým činnostem (5,7 %). Mezi nejuváděnější důvody neposkytnutí daru patří vlastní zdrojová nedostatečnost (51,5 %) a nedůvěra v organizaci užití daru (31,4 %). Velice zajímavý výsledek přináší možnost odpovědi, která zahrnuje přesvědčení, že o charitativní činnost se má starat zejména stát,



kteřá nebyla zaškrtnuta ani jedním ze 120 respondentů. Co se týče dlouhodobého nakládání s předměty (oblečení, boty, hračky, zařízení domácnosti, lůžkoviny atd.), které nezbytně vyžadují nějaký způsob odložení je zřejmé, že nejčastější uváděnou možností jsou sběrné kontejnery na tříděný humanitárně organizovaný materiál (38,2 %). Z tohoto výsledku lze konstatovat, že sběrné kontejnery na tříděný humanitárně organizovaný materiál jsou relativně úspěšné a díky nim je snižován objem komunálního odpadu. Zajímavý výsledek také přináší možnost účasti na organizovaných akcích ve školách či jiných institucích formou bazaru (5 %), přičemž tuto možnost uváděli pouze ženy. Co se týče postoje respondentů vůči vztahu komerčních společností k neziskovým, nejvíce respondentů zaujímá neutrální postoj, tj. závislý na konkrétní výzvě pro řešení konkrétní situace (54,2 %) a kladný postoj, tj. ochotu k poskytnutí finančního nebo materiálního daru (28,3). Záporný postoj tj. neochotu k poskytnutí daru zaujímá pouhých 5,8 % respondentů. Nejčastějším důvodem spolupráce komerčních společností s neziskovými organizacemi je zlepšení image podniku na trhu v případě, že dárcem je zvolenou formou veřejně prezentován (42,1 %). Druhým nejčastějším uváděným důvodem je finanční neutralita, kdy výše finanční dárcovské aktivity na humanitární účely umožňuje odpočet v daňovém priznání (33,9 %). Důvod, který vychází z morálního přesvědčení firmy, byl označen pouze ve 12,9 %. Z tohoto výsledku lze konstatovat, že respondenti se přiklánějí spíše k důvodům, které přinášejí dárcovské společnosti určitý druh zisků či výhod. Na základě statistického testování vybrané hypotézy lze konstatovat, že ženy darovaly v několika posledních letech a v současnosti dar ve více případech než muži, přičemž statisticky významný rozdíl vykazuje střední sílu závislosti. Tento výsledek se shoduje s výsledkem Markéty Řežuchové v publikaci *Dárcovství v číslech*, což zvyšuje platnost tohoto tvrzení.

Z výsledků rozhovorů lze konstatovat, že spolupráce komerčních a neziskových organizací vzniká především žádostí ze strany neziskových organizací. Úspěšnost těchto žádostí se může pohybovat okolo 3 %, přičemž doporučení od nějaké jiné společnosti či instituce může ovlivnit výsledný efekt. V zásadě by se dalo říci, že kvalitní a efektivní fundraiser by měl mít kontakty, které lze využít pro získávání obchodních partnerů a dárců. Existuje několik způsobů financování neziskových organizací a je zřejmé, že je důležité diversifikovat tyto zdroje pro případ, že spolupráce s určitým subjektem zanikne. Vytváření seznamu kontaktů či potenciálních dárců je dlouhodobý a nikdy nekončící proces, protože na trhu se objevují stále nové firmy, které mohou připadat v úvahu jako

dárci. Je důležité najít takového zaměstnance či jiného stakeholdera, který se pokusí tuto spolupráci prosadit ve vedení dané společnosti. Konkrétní spolupráce pak může být výsledkem jednoduché dohody nebo dlouhodobého jednání a příprav. Často je sepsována smlouva, ve které jsou definovány principy dané spolupráce, což ale není podmínkou. Spolupráce může být jednorázová či dlouhodobá.

Konkrétní spolupráce vybraných organizací funguje na základě určitých principů. V případě Diakonie Broumov a společností Ahold a IKEA lze říci, že je daná spolupráce založena na bezplatném pronájmu prostor pro sběrné kontejnery. Pokud se nevyskytují zvláštní okolnosti, mezi které patří rekonstrukce pozemků či změna vedení společnosti, nevyžaduje tato spolupráce nějakou zásadní aktivitu. V případě generálního partnerství Nadace České spořitelny s Charitou České republiky je daná spolupráce založena na dlouhodobém plánování konkrétních cílů charitativní pomoci. Toto partnerství je velice rozsáhlé a v porovnání s ostatními druhy spolupráce vykazuje vyšší úroveň propojení a kooperace. V případě spolupráce Diakonie Broumov a Charity Nové Butovice lze konstatovat, že je založena na vzájemné podpoře v oblasti oblečení a jiného. Tato spolupráce je oboustranně výhodná, protože Diakonie Broumov získá textil, který může dále využít. V případě, že má Charita Nové Butovice či jiná Charita nedostatek potřebného oblečení, Diakonie Broumov jim na základě žádosti dopraví vybrané oblečení na vlastní náklady.

## **Diskuse**

Z výše uvedeného vyplývá, že neziskový sektor je v dnešní době neodlučitelnou součástí národního hospodářství České republiky a vyplňuje mezery, které se z různých důvodů vytvářejí na trhu. Podle teorie státu blahobytu se zdá, že by se měl neziskový sektor postupně zmenšovat do doby, kdy stát a trh bude schopen zajišťovat všechny potřebné funkce, které momentálně vykonávají neziskové organizace. Ze statistických údajů však vyplývá, že neziskový sektor se stále rozšiřuje a rozvíjí. Znamená to tedy, že stát a trh stále více selhává v určitých oblastech, které vykonávají neziskové organizace. Nebo to znamená, že sektor domácností a jednotlivci upřednostňují neziskové organizace, protože jsou pro ně důvěryhodnějším a vhodnějším zprostředkovatelem? Je situace, kdy v národním hospodářství neexistují NNO vůbec žádoucí?

Právní úprava týkající se obchodních společností, neziskových organizací a daňových pravidel se postupem času mění. Nabízí se tedy otázka, jestli jsou tyto změny a novely prospěšné či žádoucí? Vzhledem k tomu, že velká část zákonů upravujících neziskové organizace přešla do nového občanského zákoníku zdá se, že současná podoba je přehlednější. Co se týče přehlednosti lze namítnout, že pro některé neziskové společnosti je použita úprava jiných neziskových organizací. V praxi to znamená, že ústavy budou ve vybraných případech vycházet z právní úpravy nadace. Co se týče právní úpravy obchodních společností zdá se, že nová úprava je otevřenější živnostníkům a drobným podnikatelům, protože požadavky základního kapitálu byly sníženy. U společnosti s ručením omezeným byl základní kapitál snížen dokonce na pouhou 1 Kč. Co se týče právní úpravy neziskových organizací lze tyto změny označit za zásadní. Pro Diakonii Broumov je zavedení sociálního družstva velice pozitivní změna. Konkrétní definice sociálního družstva totiž plně odpovídá činnosti Diakonie Broumov. Zrušení občanských sdružení je dle Ryšávkové správné, protože tento název byl nesprávně použit vzhledem k tomu, že členství v občanském sdružení nijak nesouviselo se státním občanstvím. Vzhledem k tomu, že v roce 2013 bylo evidováno více jak 96 tisíc občanských sdružení je otázkou, jak se to projeví ve statistických údajích za rok 2014. Lze se totiž domnívat, že název spolek může budít matoucí dojem a neziskové organizace se transformují na jinou právnickou osobu. Stejně tak tomu může být u obecně prospěšných společností, které sice stále existují, ale do roku 2017 musí upravit své vnitřní dokumenty tak, aby odpovídaly ústavu či jiné právnické osobě. Je zřejmé, že statistické údaje o počtu neziskových organizací budou vykazovat určitou odchylku od trendů, které vykazovaly do roku 2013.

Z výsledků dotazníkového šetření vyplývá, že celých 75 % respondentů by poskytlo příspěvek alespoň v minimální výši, pokud by byli vyzváni k dárcovství v rámci svého zaměstnání. Na základě tohoto výsledku, který si zajisté žádá další výzkum, je možné uvažovat o možnosti spolupráce, která by zahrnovala motivaci zaměstnanců v podnicích k podpoře vybraných neziskových organizací. V případě Diakonie Broumov by mohly být organizovány zaměstnanecké sbírky oblečení ve společnostech Ahold a IKEA. Co se týče spolupráce Charity České republiky a České spořitelny je firemní dobrovolnictví jednou z aktivit, přičemž při povodních uspořádali zaměstnaneckou sbírku pro oběti katastrofy.

Vzhledem k tomu, že Diakonie Broumov provozuje sociální služby, v rámci kterých zajišťuje ubytování pro sociálně slabé lze uvažovat o možnosti spolupráce se společností IKEA, která by mohla být založena na darování určitého nábytku, který sloužil jako výstavní nebo vykazuje určitý druh poškození. S ohledem na obrat společnosti IKEA a vysokou míru společenské odpovědnosti firem se zdá, že by tato spolupráce mohla být realizovatelná. Vzhledem k tomu, že byly spojeny supermarkety Albert a Interspar lze uvažovat i o možnosti pronájmu prostor na více místech této společnosti.

Obecně lze konstatovat, že by měl být kladen důraz na zaměstnanecký potenciál v oblasti dárcovství. Lze se domnívat, že v rámci zaměstnání by mohli být někteří zaměstnanci ochotni poskytnout určitý druh daru. Tento důraz by měl být kladen především ve velkých podnicích, které mají více zaměstnanců a strategický plán společenské odpovědnosti firem.

## **6 Závěr**

Cílem bakalářské práce bylo zjistit, jaké jsou možnosti spolupráce komerčních a neziskových organizací. Ze studia dokumentů vyplývá, že existují různé možnosti této spolupráce. Podnikové dárce je možné rozdělit na ty, kteří nabízejí peněžní podporu, různé druhy služeb, věcnou podporu, podporu při PR či firemní dobrovolnictví. Další možností spolupráce je tzv. generální partnerství, které lze charakterizovat jako komplexní podporu dané organizace. Tato podpora pak může zahrnovat více druhů výše uvedených aktivit.

Legislativní úprava obchodních společností a neziskových organizací se zásadním způsobem změnila. Z výsledků lze konstatovat, že nová právní úprava obchodních společností je otevřenější drobným živnostníkům, protože požadavky základního kapitálu byly sníženy. Co se týče změny legislativní úpravy neziskových organizací lze konstatovat, že je tato právní úprava přehlednější a v rámci zrušení občanského sdružení přesnější. Zároveň však přináší nutné úpravy ve vnitřních dokumentech některých neziskových organizací, což může být časově i finančně nákladné.

Spolupráce mezi vybranými právními subjekty probíhá na základě dohody či smlouvy. V případě Diakonie Broumov a společností IKEA a Ahold je tato spolupráce založena na bezplatném pronájmu prostor pro umístění sběrných kontejnerů na ošacení.

Pokud nevzniknou nečekané okolnosti jako rekonstrukce pozemků či změna vedení podniku, nevyžaduje tato spolupráce další jednání. Generální partnerství Nadace České spořitelny a Charity České republiky vyžaduje vzájemnou kooperaci a častější jednání.

Z výsledků multikriteriální analýzy, pomocí které byly porovnávány organizace Diakonie Broumov a Charita České republiky, lze konstatovat, že u Diakonie Broumov je těžiště zaměřeno spíše na potřeby řešení sociálních podmínek uvnitř České republiky, naopak u Charity České republiky je těžiště zaměřeno spíše na zahraniční vztahy charitativní pomoci.

Dalším cílem bylo zjistit, jaký postoj zaujímá veřejnost vůči spolupráci mezi komerčním a neziskovým sektorem. Z výsledků dotazníkového šetření vyplývá, že většina respondentů zaujímá neutrální (závislý na konkrétní výzvě pro řešení situace) a kladný (ochota poskytnutí finančního nebo materiálního daru) postoj. Respondenti se zároveň přiklánějí k důvodům spolupráce, které přinášejí dané komerční společnosti určitý druh zisku, tj. zlepšení image podniku na trhu v případě, že je touto formou veřejně prezentován.

Závěrem této práce lze konstatovat, že spolupráce komerčních a neziskových organizací může mít nejrůznější podoby. Pro dobro celé společnosti je důležité, aby obchodní společnosti rozvíjely společensky odpovědné aktivity a pomáhaly tak zlepšit podmínky pro život. Je zřejmé, že tato spolupráce vyžaduje více úsilí než v případě individuálních dárců, ale zdá se, že výsledky mohou být velice prospěšné. Také lze konstatovat, že je důležité, aby byla rozvíjena motivace v podobě zákonných opatření týkajících se daňových zvýhodnění, nařízení ze strany státu či v podobě různých certifikací o společensky odpovědných podnicích.

## 7 Seznam použitých zdrojů

### Odborné publikace:

- BOUKAL, Petr. *Fundraising pro neziskové organizace*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013, 260 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4487-2.
- DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost: příručka pro uživatele*. 4., nezměn. vyd. Praha: Karolinum, 2011, 372 s. ISBN 978-80-246-1966-8.
- FRIČ, Pavol. *Dárcovství a dobrovolnictví v České republice: (výsledky výzkumu NROS a Agnes)*. Vyd. 1. Praha: Agnes, 2001, 115 s. ISBN 80-902-6337-2.
- HLADKÁ, Marie. *Dárcovství v očích veřejnosti*. Brno: Společnost pro studium neziskového sektoru, 2009, 20 s. ISBN 978-80-904150-4-1.
- HYÁNEK, Vladimír. *Neziskové organizace: teorie a mýty*. Vyd. 1. Brno: Masarykova univerzita. Ekonomicko-správní fakulta, 2011, 131 s. ISBN 978-802-1056-510.
- KUNZ, Vilém. *Společenská odpovědnost firem*. 1. vyd. Praha: Grada, 2012, 201 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3983-0.
- PETROUSEK, Miloslav. *Velký sociologický slovník: II. svazek. P-Ž*. 1. vyd. Praha: Univerzita Karlova, 1996, s. 749-1627. ISBN 80-7184-310-5.
- PETROUSEK, Miroslav. *Velký sociologický slovník: I. svazek. A-O*. 1. vyd. Praha: Univerzita Karlova, 1996, 747 s. ISBN 80-7184-164-1.
- PROUZOVÁ, Zuzana. *Ekonomické výsledky neziskových organizací v oblasti vzdělávání v roce 2005*. Brno: CVNS - Centrum pro výzkum neziskového sektoru, 2006, 24 s. ISBN 80-239-8448-9.
- REKTOŘÍK, Jaroslav. *Organizace neziskového sektoru: základy ekonomiky, teorie a řízení*. 3., aktualiz. vyd. Praha: Ekopress, 2010, 188 s. ISBN 978-80-86929-54-5.
- RIEGEL, Karel. *Ekonomická psychologie*. Vyd. 1. Praha: Grada Publishing, 2007, 247 s. ISBN 978-80-247-1185-0.

RYŠÁVKOVÁ, Veronika. *Nový občanský zákoník úplně pro všechny*. 1. vyd. Praha: Grada, 2014, 304 s. Právo pro každého (Grada). ISBN 978-80-247-5157-3.

ŘEŽUCHOVÁ, Markéta. *Dárcovství v číslech*. Brno: Společnost pro studium neziskového sektoru, 2011, 28 s. ISBN 978-809-0415-065.

STEJSKAL, Jan. *Ekonomika neziskové organizace*. 1. vyd. Praha: Junák - svaz skautů a skautek ČR, Tiskové a distribuční centrum, 2010. ISBN 978-808-6825-557.

SYNEK, Miloslav. *Podniková ekonomika*. 4. přeprac. a dopl. vyd. Praha: C. H. Beck, 2006, 475 s. ISBN 80-717-9892-4.

ŠKARABELOVÁ, Simona. *Definice neziskového sektoru: sborník příspěvků z internetové diskuse CVNS*. Brno: Centrum pro výzkum neziskového sektoru, 2005, 52 s. ISBN 80-239-4057-0.

VLČEK, Josef. *Ekonomie a ekonomika*. 3. vyd. Praha: ASPI, 2005, 559 s. ISBN 80-735-7103-X.

WAGNER, Antonin. Reframing "Social Origins" Theory: The Structural Transformation of the Public Sphere. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*. 2000-12-01, vol. 29, issue 4, s. 541-553. DOI: 10.1177/0899764000294004. Dostupné z: <http://nvs.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/0899764000294004>

### Legislativní dokumenty:

Zákon č. 3/2002 Sb., o církvích a náboženských společnostech, ve znění pozdějších předpisů

Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů

Zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích, ve znění pozdějších předpisů

Zákon č. 117/2001 Sb., o veřejných sbírkách, ve znění pozdějších předpisů

Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů

Zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů, ve znění pozdějších předpisů

## Internetové zdroje:

*Ahold* [online]. 2015 [cit. 2015-02-06]. Dostupné z: <https://www.ahold.com/>

*Albert* [online]. 2015 [cit. 2015-02-06]. Dostupné z: <http://www.albert.cz/>

Co je neziskový sektor. *Neziskovky* [online]. 2014 [cit. 2015-01-19]. Dostupné z: [http://www.neziskovky.cz/clanky/511\\_538\\_540/fakta\\_neziskovky-v\\_co-to-je-neziskovy-sektor-/](http://www.neziskovky.cz/clanky/511_538_540/fakta_neziskovky-v_co-to-je-neziskovy-sektor-/)

*Česká spořitelna* [online]. 2015 [cit. 2015-02-06]. Dostupné z: <http://www.csas.cz/>

Evidence nestátních neziskových organizací. In: *Portál veřejné správy* [online]. 2013 [cit. 2015-01-23]. Dostupné z: <http://www.isnno.cz/evidencennov10001/DesignPages/oevidenci.aspx>

*Charita Česká republika* [online]. 2015 [cit. 2015-01-06]. Dostupné z: <http://www.charita.cz/>

CHLADA, Jaromír. Snížení základního kapitálu s.r.o. účetně a daňově. *Portál pohoda* [online]. 2014 [cit. 2015-01-19]. Dostupné z: <http://portal.pohoda.cz/dane-ucetnictvi-mzdy/dan-z-prijmu/snizeni-zakladniho-kapitalu-s-r-o-ucetne-a-danove>

*IKEA* [online]. 2015 [cit. 2015-02-06]. Dostupné z: <http://www.ikea.com/cz/cs/>

KUTNOHORSKÁ, Jana. Metodika zavádění firemní filantropie pro firmy. In: *spcsr* [online]. 2013 [cit. 2015-01-19]. Dostupné z: [http://www.spcsr.cz/files/Methodika\\_zavadeni\\_firemni\\_filantropie\\_pro\\_firmy\\_65-2013.pdf](http://www.spcsr.cz/files/Methodika_zavadeni_firemni_filantropie_pro_firmy_65-2013.pdf)

*Nadace České spořitelny* [online]. 2015 [cit. 2015-02-06]. Dostupné z: <http://www.nadacecs.cz/>

Statistika počtu nestátních neziskových organizací v letech 1990 - 2013. In: *Neziskovky.cz* [online]. 2014 [cit. 2015-01-19]. Dostupné z: [http://www.neziskovky.cz/sdata/stat\\_NNO\\_tabulka\\_1990\\_2013\\_619.pdf](http://www.neziskovky.cz/sdata/stat_NNO_tabulka_1990_2013_619.pdf)



## **Seznam obrázků:**

Obrázek 1: Členění národního hospodářství podle principu financování.....	12
Obrázek 2: Členění národního hospodářství dle Pestoffa.....	16

## **Seznam tabulek:**

Tabulka 1: Čtyři modely neziskových režimů .....	18
Tabulka 2: Institucionální struktura a struktura veřejné správy .....	20
Tabulka 3: Konceptuální rámec institucionální analýzy.....	21
Tabulka 4: Asociační tabulka poskytnutí daru (muži a ženy).....	53
Tabulka 5: Model MCA Diakonie Broumov .....	70
Tabulka 6: Výsledky vybraných metod MCA Diakonie Broumov .....	70
Tabulka 7: Model pro MCA Charita České republiky .....	I
Tabulka 8: Výsledky vybraných metod MCA Charita České republiky .....	I
Tabulka 9: Struktura respondentů podle pohlaví .....	V
Tabulka 10: Struktura respondentů podle věku .....	V
Tabulka 11: Struktura respondentů podle dosaženého vzdělání.....	V
Tabulka 12: Pocit potřeby humanitárně založeného dárcovství .....	V
Tabulka 13: Poskytnutí daru v několika posledních letech .....	VI
Tabulka 14: Druhy poskytnutých darů .....	VII
Tabulka 15: Důvody neposkytnutí daru.....	VII
Tabulka 16: Nakládání s předměty vyžadující odložení.....	VIII
Tabulka 17: Vztah komerčních a neziskových organizací .....	IX
Tabulka 18: Důvody spolupráce komerčních a neziskových organizací.....	IX
Tabulka 19: Ochota poskytnout dar v rámci vyzvání zaměstnavatele.....	X

## **Seznam grafů:**

Graf 1: Počet občanských sdružení v letech 1990-2013 .....	25
Graf 2: Počet vybraných NNO v letech 1996-2013 .....	27
Graf 3: Pocit potřeby humanitárně založeného dárcovství .....	VI
Graf 4: Poskytnutí daru v několika posledních letech .....	VI
Graf 5: Druhy poskytnutých darů .....	VII
Graf 6: Důvody neposkytnutí daru .....	VIII
Graf 7: Nakládání s předměty vyžadující odložení .....	VIII
Graf 8: Vztah komerčních a neziskových organizací .....	IX
Graf 9: Důvody spolupráce komerčních a neziskových organizací .....	X
Graf 10: Ochota dárcovství v rámci vyzvání ze strany zaměstnavatele .....	X

## 8 Přílohy

### Příloha 1: Multikriteriální analýza

Tabulka 5: Model MCA Diakonie Broumov

Svoboda Diakonie	MOS	SD	EU	KON	MR	PRU	ESIT	PUB
Strat. Var.	k1	k2	k3	k4	k5	k6	k7	k8
v1 - HD	4	3	8	3	2	6	3	5
v2 - PFD	3	2	1	2	4	5	2	4
v3 - NFD	5	3	3	1	1	3	3	3
v4 - DOM	3	6	7	3	4	7	4	5
v5 - Z1	2	3	3	1	1	2	2	1
v6 - Z2	3	2	2	1	2	1	3	2
v7 - SZA	2	1	1	2	2	2	3	2
v8 - OUZ	3	1	3	1	2	3	4	1
<b>Typ</b>	<b>MAX</b>	<b>MAX</b>	<b>MAX</b>	<b>MIN</b>	<b>MAX</b>	<b>MIN</b>	<b>MIN</b>	<b>MAX</b>
<b>Váha</b>	<b>0,125</b>	<b>0,125</b>	<b>0,125</b>	<b>0,125</b>	<b>0,125</b>	<b>0,125</b>	<b>0,125</b>	<b>0,125</b>

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 6: Výsledky vybraných metod MCA Diakonie Broumov

	Mca - Dia-Svoboda Metoda váženého součtu		Mca - Dia-Svoboda Metoda TOPSIS		Mca - Dia-Svoboda Metoda ORESTE		Mca - Dia-Svoboda Metoda MAPPAC		Mca - Dia-Svoboda Metoda AGREPREF	
	Užitek	Pořadí	Vzdálenost od bazální varianty	Pořadí	Hodnoty	Pořadí	Sigma	Třída	Index Dh	Pořadí
v1 - HD	0,508333	4	0,502277	4	214,5	2	3,625701	2	0	3
v2 - PFD	0,514583	3	0,489143	5	260	6	2,412835	4	1	1
v3 - NFD	0,544048	1	0,506372	3	211	1	4,320631	1	0	3
v4 - DOM	0,52381	2	0,50894	2	239,5	3	1,878577	5	0	3
v5 - Z1	0,439881	6	0,50993	1	253	4	1,283808	6	0	3
v6 - Z2	0,46994	5	0,479243	6	253	4	3,226917	3	1	1
v7 - SZA	0,302083	8	0,366528	8	339	8	0	8	-2	8
v8 - OUZ	0,327381	7	0,369812	7	310	7	0,520833	7	0	3

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 7: Model pro MCA Charita České republiky

Svoboda Charita	MOZ	SD	EU	KON	MR	PRU	ESIT	PUB
Strat. Var.	k1	k2	k3	k4	k5	k6	k7	k8
v1 - HD	3	5	8	4	3	5	4	5
v2 - PFD	2	4	9	4	4	5	5	6
v3 - NFD	5	4	6	3	3	5	5	5
v4 - DOM	2	5	5	1	2	3	2	3
v5 - Z1	4	5	6	3	3	4	3	4
v6 - Z2	5	3	5	4	5	3	3	6
v7 - SZA	2	2	3	5	4	5	6	4
v8 - OUZ	3	3	2	4	3	4	7	2
<b>Typ</b>	<b>MAX</b>	<b>MAX</b>	<b>MAX</b>	<b>MIN</b>	<b>MAX</b>	<b>MIN</b>	<b>MIN</b>	<b>MAX</b>
<b>Váha</b>	<b>0,125</b>	<b>0,125</b>	<b>0,125</b>	<b>0,125</b>	<b>0,125</b>	<b>0,125</b>	<b>0,125</b>	<b>0,125</b>

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 8: Výsledky vybraných metod MCA Charita České republiky

	MCA-Char-Svoboda Metoda váženého součtu		MCA-Char-Svoboda Metoda TOPSIS		MCA-Char-Svoboda Metoda ORESTE		MCA-Char-Svoboda Metoda MAPPAC		MCA-Char-Svoboda Metoda AGREPREF	
	Užitek	Pořadí	Vzdálenost od bazální varianty	Pořadí	Hodnoty	Pořadí	Sigma	Třída	Index Dh	Pořadí
v1 - HD	0,515476	5	0,412824	5	236,5	4	3,251288	3	1	4
v2 - PFD	0,497917	6	0,402369	6	242	6	2,686846	4	1	4
v3 - NFD	0,527679	4	0,434372	4	233	3	2,180053	5	2	1
v4 - DOM	0,584821	3	0,68542	1	237	5	1,562171	6	1	4
v5 - Z1	0,608929	2	0,573682	3	196,5	2	4,317961	2	2	1
v6 - Z2	0,726488	1	0,60246	2	171	1	5,183605	1	2	1
v7 - SZA	0,18869	8	0,189023	8	396	8	0	8	-5	8
v8 - OUZ	0,21875	7	0,275151	7	368	7	0,535567	7	-4	7

Zdroj: vlastní zpracování

## Příloha 2: Vzor dotazníku

### **Dotazník**

Vážený respondente,

obracím se na Vás jako student vysoké školy České zemědělské university v Praze, který řeší problematiku dárcovství jako projev spolupráce komerčního a neziskového sektoru. Z hlediska potřeby získání podkladových údajů, které zahrnují firemní i individuální dárcovství, si Vás dovoluji požádat o anonymní vyplnění přiloženého dotazníku. Vzhledem k tomu, že jde o anonymní údaje, věřím, že následující dotazník, který Vám zabere minimum času, vyplníte věrohodně. Děkuji za vstřícnost a zpracování.

Matěj Svoboda

**Pocítujete potřebu humanitárně založeného dárcovství v současném období světového vývoje?**

- Ano
- Ne
- Nevím

**Poskytli jste v průběhu posledních několika let a v současnosti nějaký druh humanitárního daru?**

- Ano
- Ne

**Pokud byla Vaše odpověď u předchozí otázky ano, co konkrétního jste darovali?**

- Finanční příspěvek
- Hmotný dar 1 skupiny (oblečení, boty, hračky, zařízení domácnosti, deky, lůžkoviny atd.)
- Hmotný dar 2 skupiny (balená voda, potraviny, zdravotnické potřeby atd.)
- Vlastní volný čas věnovaný dárcovství a dobrovolnickým činnostem

**Pokud byla Vaše odpověď ne, tak z jakého důvodu?**

- Vlastní zdrojová nedostatečnost
- Nedůvěra v organizaci užití daru
- Nedostatečná informovanost o chování příjemce daru (zejména finančního daru)
- Přesvědčení, že o charitativní činnost se má starat zejména stát
- Neznalost teritoria a skupin určení materiálních a finančních darů
- Nemohu definovat důvod neposkytnutí daru (jde o osobní pocit)

**Jak dlouhodobě nakládáte s předměty (oblečení, boty, hračky, zařízení domácnosti, lůžkoviny atd.), které nezbytně vyžadují nějaký způsob odložení (likvidace)?**

- Vyhazují do popelnic popř. intervalových kontejnerů na směsný odpad
- Vhazují do sběrných kontejnerů dle návodu na tříděný humanitárně organizovaný materiál
- Darují prostřednictvím organizovaných humanitárně orientovaných sbírek
- Dávám k dispozici známým nebo příbuzným pro další využití
- Zúčastňuji se organizovaných akcí na školách či jiných institucích formou bazaru

**Pokuste se prosím definovat vztah mezi ziskovým a neziskovým sektorem. Domníváte se, že tento vztah, který vede ziskové organizace ke spolupráci s neziskovými humanitárně orientovanými organizacemi je spíše?**

- Kladný – ochota k poskytnutí finančního nebo materiálního daru
- Záporný – neochota k poskytnutí daru
- Neutrální – závislý na konkrétní výzvě pro řešení konkrétní situace
- Náhodný – neurčitý bez omezení výše daru a příjemce daru

**Pokuste se definovat jeden nebo více důvodů proč ziskové organizace poskytují dary neziskovým organizacím (finanční i materiální).**

- Z morálního přesvědčení managementu firmy
- Zlepšení image podniku na trhu v případě, že dárci je zvolenou formou veřejně prezentován
- Z důvodu finanční neutrality, kdy výše finanční dárcovské aktivity na humanitární účely umožňuje odpočet v daňovém priznání
- Ostatní důvody

**V případě, že jste jako zaměstnanec v rámci svého zaměstnání vyzván k dárcovskému příspěvku s konkrétním určením tohoto příspěvku, vycházíte danému problému vstříc s následujícím pocitem:**

- Příspěvek poskytnu vždy bez výhrad
- Nejsem si jist o účelu, ale nepovinný příspěvek poskytnu v dostatečné disponibilní výši
- Příspěvek poskytnu v minimální výši
- O příspěvku mám pochybnosti, ale dané akce se zúčastním
- Příspěvek odmítnu poskytnout z různých důvodů

**Pohlaví respondenta:**

- muž
- žena

**Věk respondenta:**

- 18 – 25 let
- 26 – 35 let
- 36 – 45 let
- 46 – 60 let
- 61 let a více

**Vaše nejvyšší dosažené vzdělání:**

- základní
- vyučen
- vyučen s maturitou
- středoškolské
- vyšší odborné
- vysokoškolské
- další akademický titul

Velice Vám děkuji za Váš čas a vstřícnost při vyplňování tohoto dotazníku. Pokud máte zájem, můžete uvést své jméno, které nebude nikde uveřejněno.

### Příloha 3: Výsledky dotazníkového šetření

**Tabulka 9: Struktura respondentů podle pohlaví**

<b>Pohlaví</b>	<b>Počet (abs.)</b>	<b>Podíl (v %)</b>
muž	57	47,5
žena	63	52,5
<b>Celkem</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 10: Struktura respondentů podle věku**

<b>Věk</b>	<b>Počet (abs.)</b>	<b>Podíl. (v %)</b>
18 - 25	28	23,3
26 - 35	33	27,5
26 - 45	27	22,5
46 - 60	21	17,5
60 a více	11	9,2
<b>Celkem</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 11: Struktura respondentů podle dosaženého vzdělání**

<b>Vzdělání</b>	<b>Počet (abs.)</b>	<b>Podíl (v %)</b>
základní	11	9,2
vyučen	3	2,5
vyučen s maturitou	8	6,6
středoškolské	48	40
vyšší odborné	5	4,2
vysokoškolské	41	34,2
další akademický titul	4	3,3
<b>Celkem</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 12: Pocit potřeby humanitárně založeného dárcovství**

<b>Potřeba Dárcovství</b>	<b>Počet (abs.)</b>	<b>Podíl (v %)</b>
ano	87	72,5
ne	11	9,2
nevím	22	18,3
<b>Celkem</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

Zdroj: vlastní zpracován



**Graf 3: Pociť potřeby humanitárně založeného dárcovství**



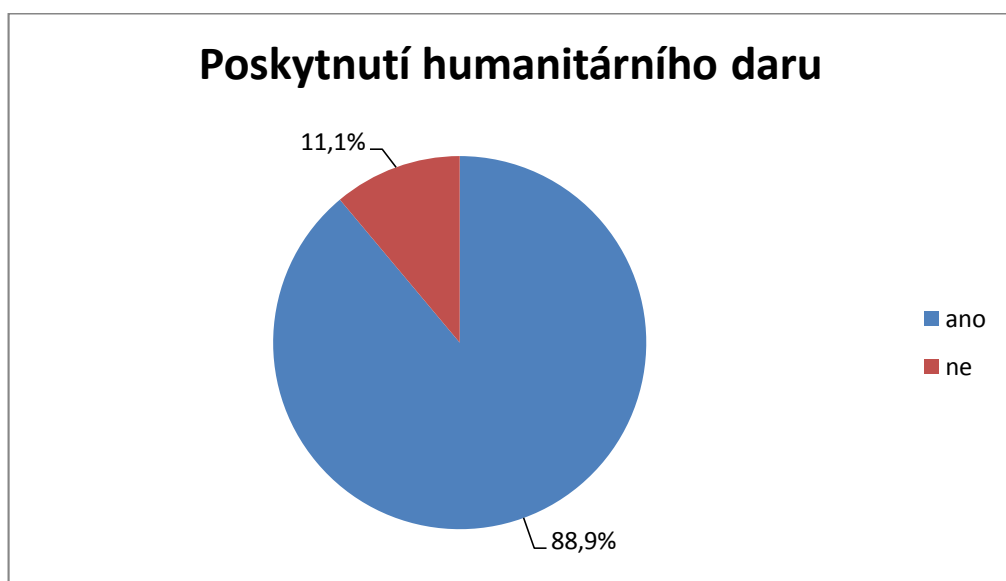
Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 13: Poskytnutí daru v několika posledních letech**

Poskytnutí daru	Muži	Ženy	Počet (abs.)	Podíl (v %)
ano	35	56	91	88,9
ne	22	7	29	11,1
<b>Celkem</b>	<b>57</b>	<b>63</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

Zdroj: vlastní zpracování

**Graf 4: Poskytnutí daru v několika posledních letech**



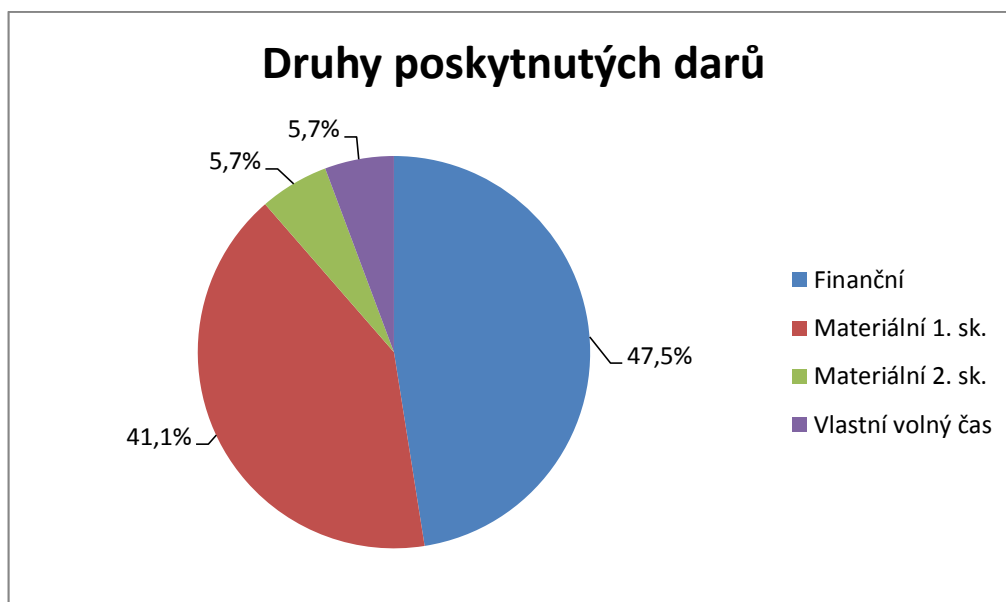
Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 14: Druhy poskytnutých darů**

Druhy daru	Počet (abs.)	Počet (v %)
finanční	67	47,5
materiální 1. sk.	58	41,1
materiální 2. sk.	8	5,7
vlastní čas	8	5,7
<b>Celkem</b>	<b>141</b>	<b>100</b>

Zdroj: vlastní zpracování

**Graf 5: Druhy poskytnutých darů**



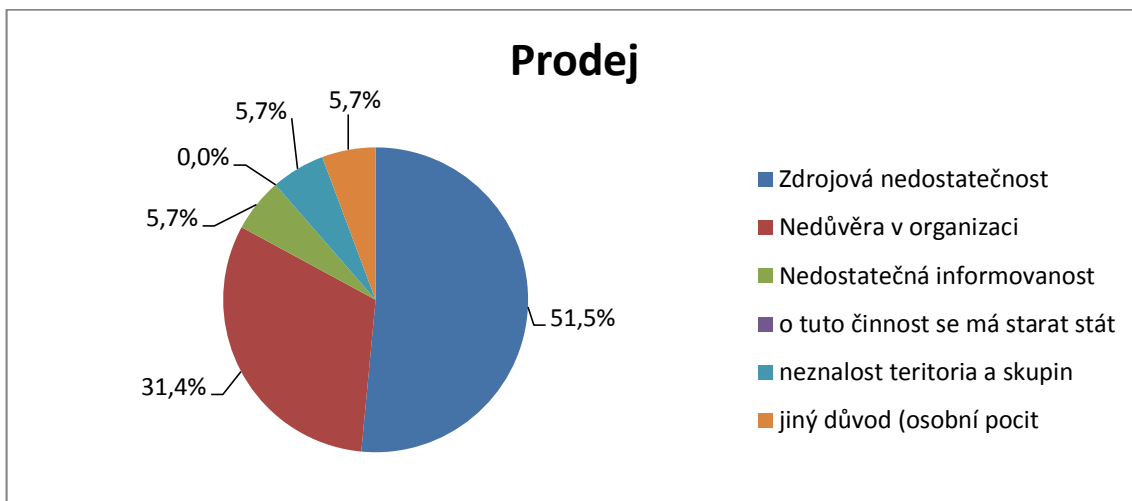
Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 15: Důvody neposkytnutí daru**

Důvody neposkytnutí daru	Počet (abs.)	Podíl (v %)
zdrojová nedostatečnost	18	51,5
nedůvěra v organizaci	11	31,4
nedostatečná informovanost	2	5,7
o tuto činnost se má starat stát	0	0
neznalost	2	5,7
jiný důvod (osobní pocit)	2	5,7
<b>Celkem</b>	<b>35</b>	<b>100</b>

Zdroj: vlastní zpracování

**Graf 6: Důvody neposkytnutí daru**



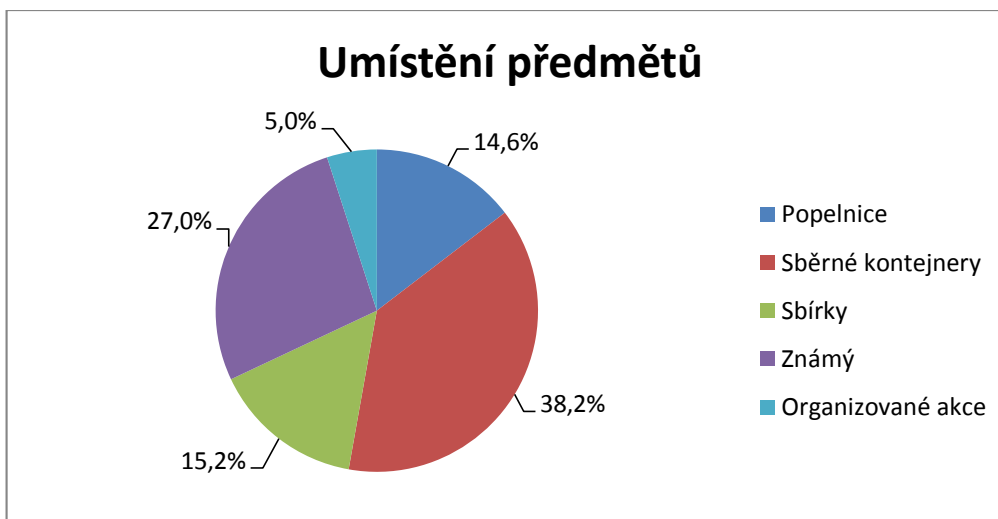
Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 16: Nakládání s předměty vyžadující odložení**

Nakládání s předměty	Počet (abs.)	Podíl (v %)
popelnice	26	14,6
sběrné kontejnery	68	38,2
organizované sbírky	27	15,2
známý a příbuzní	48	27
organizované akce	9	5
<b>Celkem</b>	<b>178</b>	<b>100</b>

Zdroj: vlastní zpracování

**Graf 7: Nakládání s předměty vyžadující odložení**



Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 17: Vztah komerčních a neziskových organizací**

Postoj veřejnosti	Počet (abs.)	Podíl (v %)
kladný	34	28,3
záporný	14	11,7
neutrální	65	54,2
náhodný	7	5,8
<b>Celkem</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

Zdroj: vlastní zpracování

**Graf 8: Vztah komerčních a neziskových organizací**



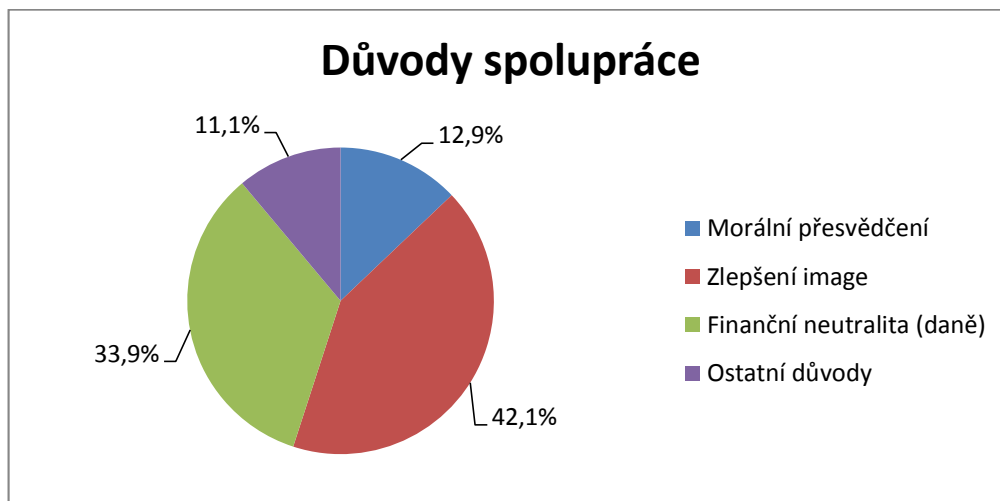
Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 18: Důvody spolupráce komerčních a neziskových organizací**

Důvody spolupráce	Počet (abs.)	Podíl (v %)
morální přesvědčení	22	12,9
zlepšení image	72	42,1
finanční neutralita (daně)	58	33,9
ostatní důvody	19	11,1
<b>Celkem</b>	<b>171</b>	<b>100</b>

Zdroj: vlastní zpracování

**Graf 9: Důvody spolupráce komerčních a neziskových organizací**



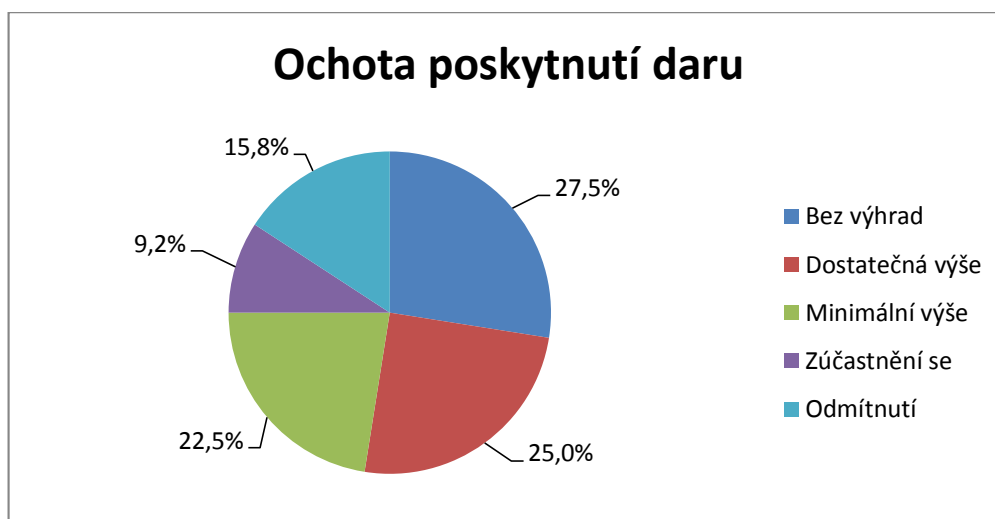
Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka 19: Ochota poskytnout dar v rámci vyzvání zaměstnavatele**

Dárcovství v rámci zaměstnání	Počet (abs.)	Podíl (v %)
bez výhrad	33	27,5
dostatečná výše	30	25
minimální výše	27	22,5
zúčastní se dané akce	11	9,2
odmítnutí	19	15,8
<b>Celkem</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

Zdroj: vlastní zpracování

**Graf 10: Ochota dárcovství v rámci vyzvání ze strany zaměstnavatele**



Zdroj: vlastní zpracování

## Příloha 4: Souhrn rozhovorů

### **Diakonie Broumov**

Aktivita Diakonie Broumov vznikla v rámci Československé církve husitské v roce 1990. Tehdejší farář začal vybírat věci, které sloužily humanitární pomoci. V průběhu času se tato činnost rozrůstala a v důsledku toho byla 15. 9. 1993 založena soukromá nezisková organizace Diakonie Broumov ve městě Úpice jako občanské sdružení, čímž se oddělila tato aktivita od církve. Jedním z důvodů tohoto oddělení byla snaha o usnadnění a zefektivnění rozhodovacího a řídicího procesu společnosti. V rámci této změny byla také založena dceřiná společnost Diakonie Broumov, s. r. o., aby byla oddělena ekonomická a charitativní činnost, přičemž zisky z této společnosti s ručením omezeným podporovaly humanitární činnost občanského sdružení. Označení Diakonie používají reformované církve, které poskytují sociální služby, přičemž každá organizace k tomuto pojmu přidává vlastní přívlastek.

V dnešní době provozuje Diakonie Broumov komplexní zajištění osob z okraje společnosti, kterým poskytují ubytování, ošacení, hygienu, práci a sociálně-právní poradenství. V podstatě se tyto osoby snaží začlenit do společnosti, což je náročný a dlouhodobý proces, jehož úspěšnost je maximálně 10 %. Tato organizace zaměstnává okolo 160 zaměstnanců a 60 klientů. Klienti představují skupinu lidí, kteří jsou na okraji společnosti, kterým zajišťují výše uvedené služby a také jim zajišťují pracovní pozice, aby se určitým způsobem začlenili do společnosti. Nejčastěji jsou tito klienti vybíráni v rámci výběrových řízení, ale ve speciálních případech i jinak. S těmito klienty je velice náročná spolupráce, protože vždy musí podléhat určité kontrole z řad zaměstnanců, kteří dohlížejí na to, aby vykonávali svou práci svědomitě a v dostatečné míře. Komplikovanost těchto vztahů také dokládá fakt, že tito klienti často lžou nebo dokonce i kradou. Klienti vykonávají méně kvalifikované a odpovědné práce jako je svážení, třídění, lisování a převoz vybraného materiálu. Klienty nelze vnímat jako „levnou pracovní sílu“, neboť vyžadují velkou míru péče a kontroly, což je také nákladové.

Jednou z hlavních činností, kterou Diakonie Broumov vytváří je sběr oblečení, textilu a jiných věcí. Tento sběr je uskutečňován pomocí různých charitativních sbírek a svozem z umístěných kontejnerů. Po celé České republice je umístěno okolo 600 kusů

sběrných kontejnerů, do kterých je možné vhadzovat letní a zimní oblečení, lůžkoviny, prostěradla, ručníky, utěrky, záclony, látky, péřové i vatované příkrývky, polštáře, spacáky, obuv, plyšové hračky, funkční tašky, kabelky, batohy po celý rok. Tyto sběrné kontejnery pak vyprazdňují pomocí nákladních automobilů, ve kterých jsou jak zaměstnanci, tak i klienti Diakonie Broumov. Mají vypracovaný logistický plán, tak aby byli schopni vybrat všechny kontejnery, než budou přeplněny. Tento logistický plán zahrnuje vyznačené trasy, po kterých jezdí nákladní automobily. Na základě statistických analýz je také stanovena doba, po kterou je nutné daný kontejner vyprázdnit. Sběrné kontejnery jsou umístovány především do větších měst z důvodů komplikované organizace sbírek.

Další způsob, kterým shromažďují výše uvedené věci, jsou sbírky, které se organizují především v menších městech. Tyto sbírky mohou pořádat obce, města, církve a církevní společnosti, spolky či jiné organizace. Takovouto sbírku může iniciovat i jednotlivec nebo více občanů. Tyto sbírky fungují tak, že daný subjekt zařídí určité prostory, na které jsou svázeny všechny vybrané věci, pro které si následně Diakonie Broumov přijede a na vlastní náklady odveze. Diakonie Broumov také organizuje sbírky „do vagonu“ nebo „do auta“, což znamená, že na určitém místě je auto či železniční vagon, do kterých je možné odvést určené věci. Dalším druhem sbírky je „sbírka v ulicích“, což znamená, že v určitý den stačí vynést před vchod domu označené pytle, které jsou pak postupně vybírány do nákladních aut. Problémem sbírky v ulicích je potenciální hrozba, že se k oděvům dostane někdo jiný dříve než Diakonie Broumov. Aby zvýšili efektivitu těchto sbírek, jsou vyhlašovány v rozhlase, místních novinách nebo na informačních letácích.

Takto vybrané věci se nakládají do vagonů, pomocí kterých jsou převáženy do dočasných skladů nebo přímo na hlavní provoz do Broumova. V Broumově jsou pak tyto věci tříděny na základě použitelnosti a daného materiálu do několika skupin. První skupinu tvoří **nositelné oděvy** a použitelné věci, které je možné po vyčištění dále použít. Tyto věci jsou buď umístovány do výdejních středisek, kterých je celkem 30 v celé České republice. Část těchto věcí je také poskytována na humanitární pomoc do některých zemí mimo ČR, jako je Slovensko, Ukrajina, ale i Afrika.

Další skupinu tvoří **poškozený materiál**, který je dále průmyslově zpracováván. Z některých materiálů se totiž vyrábí například zátěžové koberce, izolační lepenky či jiné

průmyslové a strojírenské výrobky. Tento materiál pak odkupují různé podniky, které ho spalují, čímž Diakonie Broumov získává finanční prostředky na provoz. Mezi tyto podniky patří například spalovna Liberec, cementárna Prachovice a jiné. Statistiky ukazují, že nositelné oděvy a poškozený materiál činí zhruba 90 % vybraných věcí. Poslední skupinu tvoří **nepoužitelný materiál**, který je nutné likvidovat. Tento materiál je likvidován na skládkách. Poměr tohoto nepoužitelného se pohybuje okolo 5–10 % z celkového počtu vybraných věcí.

Aby byla Diakonie Broumov schopná uhradit všechny náklady spojené s jejich činností, musí podle ekonomických výpočtů nasbírat alespoň 10 000 tun materiálu, který bude recyklován. Bohužel v posledních několika letech se na trh dostalo několik komerčních společností či konkurenčních organizací, což má za důsledek menší objem vybraného materiálu. V roce 2013 vybrala Diakonie Broumov pouze 8 000 tun materiálu, což mělo za důsledek propuštění dvou zaměstnanců, na které nezbyly finanční prostředky.

Nástupem platnosti nového občanského zákoníku v roce 2014 se změnila i právní subjektivita Diakonie Broumov. V rámci této změny bylo spojeno občanské sdružení se společností s ručením omezeným v jedno sociální družstvo. Tato změna byla velice náročná, protože z účetního a daňového hlediska bylo nutné provést velké množství operací, přičemž některé byly velice finančně nákladné. Celkově však tuto legislativní změnu přijali velice pozitivně, protože právní úprava sociálního družstva nejpřesněji charakterizuje jejich činnost.

V rámci sběru oděvů spolupracuje Diakonie Broumov s komerčními organizacemi, mezi které patří především Albert, Interspar, IKEA a Olympia. Tyto komerční společnosti jim v některých lokalitách umožňují umístit sběrné kontejnery na některých svých pozemcích zadarmo. Konkrétně se společností IKEA spolupracují již 10 let a tato společnost patří mezi první z komerčních společností, která jim umožnila umístění kontejnerů na jejich pozemcích v České republice i na Slovensku.

Velká část měst a obcí poskytuje Diakonii Broumov také bezplatné umístění kontejnerů, případně za zlevněnou cenu jako je tomu například v centru města Louny. Pokud nějaké město nebo obec potřebuje ošacení pro jednotlivce či skupinu svých obyvatel, Diakonie Broumov jim ho bezplatně poskytne, čímž je zachována zpětná vazba.



Z rozhovoru vyplývá, že pronájem místa pro komerční společnost za jeden kontejner se pohybuje okolo částky 1 000 – 1 500 Kč za rok, ale například v Lounech Diakonie Broumov uhrazuje zlevněnou částku 600 Kč. Dříve si některá města tyto kontejnery kupovala na vlastní náklady, což vyšlo na zhruba 10 000 Kč. Vzhledem k tomu, že Diakonie Broumov dnes disponuje zhruba 600 kontejnery, ušetří velké množství peněz. Dnes již existují komerční firmy, které se také zabývají sběrem ošacení pomocí formou kontejnerů, a proto už města tyto kontejnery nekupují na vlastní náklady. Města tímto způsobem snižují náklad na komunální odpad, ve kterém by tyto věci skončili, a zároveň se starají o ekologii.

Diakonie Broumov také spolupracuje s některými neziskovými organizacemi, mezi které patří především Charita, Armáda spásy, Naděje a jiné. V případě, že mají výše uvedené organizace přebytek oděvů či jiného materiálu, je tento materiál poskytnut Diakonii Broumov k odvezení. Naopak když tyto organizace potřebují pro určitou osobu či skupinu osob konkrétní oblečení, Diakonie Broumov jim ze svého skladu vybere dle určených parametrů vhodné oblečení a materiál, přičemž ho zdarma dopraví dané organizaci.

Ve spolupráci se společností MEVA Roudnice byl vyvinut sběrný kontejner na použitý materiál, který byl svého druhu první v České republice. MEVA Roudnice jim při platbě za vyvinuté kontejnery poskytla určitou slevu, což ušetřilo Diakonii Broumov nějaké finanční prostředky, přičemž jeden tento kontejner v ceně zhruba 10 000 Kč byl věnován Diakonii Broumov jako dar. Co se týče sponzorských příspěvků, na bezdomovce nikdo sponzoring dávat nechce.

Dříve dostávala Diakonie Broumov dotace na klienty, což mělo za důsledek, že klienti měli pevnou hodinovou mzdu, přičemž srážky ze mzdy byly pouze v případě, že klient odpracoval méně hodin. Důsledkem tohoto systému byl fakt, že se klienti nevěnovali plně práci, kterou měli vykonávat a „flákali se“. To zapříčinilo celkový pokles pracovní morálky ostatních pracovníků, kteří svou práci vykonávali také méně efektivně. Tato dotace vlastně kazila celkovou pracovní morálku, protože klienti nebyli motivováni k větším pracovním výkonům. V důsledku toho byl zaveden tonážní systém, kdy každý klient dostane mzdu na základě zpracovaného objemu materiálu. V dnešní době by

Diakonie Broumov měla nárok na dotace od úřadu práce, ale z výše uvedených důvodů jich téměř nevyužívá.

Některá média jako Česká televize, Nova, Český rozhlas a různé druhy časopisů a jiných médií se snaží Diakonii Broumov také pomoci. Televize Nova jim do vysílacího času začlenila reportáž, která upozorňuje na přítomnost soukromých firem, které nevykonávají humanitárně organizovanou činnost a vybrané ošacení slouží převážně k dosažení zisku. Když si Diakonie Broumov zaplatila inzerci v časopisu 5+2, byl vytištěn celý článek týkající se sběru oblečení, který vrhal na Diakonii Broumov pozitivní světlo.

O finanční zdroje a fundraising se stará oddělení, které sídlí v Praze. Toto oddělení se stará především o logistiku svozu ošacení a její optimalizaci, získávání sběrných míst, jednání s mediálními společnostmi. Co se týče vyhledávání a navazování spolupráce s komerčními společnostmi je to velice složitý proces. V zásadě je nutné vytvořit seznam potenciálních komerčních společností, které jsou následně jednotlivě kontaktovány. Dále je zapotřebí přesvědčit danou společnost ke spolupráci a vytvořit odpovídající návrh smlouvy. Co se týče finančních prostředků, jako jsou dary a sponzorské příspěvky, je pro Diakonii Broumov velice náročné vyhledat ochotnou společnost, která by určitý dar či sponzoring poskytla. Ohledně poskytnutí prostoru na sběrný kontejner je již situace poněkud jednodušší a komerční společnosti vycházejí Diakonii Broumov často vstříc, ať už se jedná o zlevněný či bezplatný pronájem prostor.

## **Charita České republiky**

Aktivita Charity České republiky začala roku 1919. V období komunismu byla tato aktivita přerušena, přičemž obnovena byla v roce 1989. Charita České republiky vlastně funguje jako sdružení všech charit v České republice, do kterých patří arcidiecézní a diecézní Charity, které pod sebou mají oblastní a místní Charity. Jako první vznikaly jednotlivé místní a oblastní Charity, a až pak vznikly arcidiecézní a diecézní Charity. Nakonec pak vznikla Charita České republiky, která tyto jednotlivé Charity sdružuje. Charita České republiky tvoří různé internetové stránky a letáky pro ostatní Charity, přičemž poskytují metodologické poradenství, které jednotlivé Charity mohou nebo nemusí využít. Charita České republiky je dobrovolně součástí Caritas Europa a Caritas Internationalis. Tyto celosvětové organizace sdružují všechny Charity po celém světě a řeší

mezinárodní problematické situace. Charita České republiky slouží jako prostředník mezi těmito nadnárodními Charitami a jednotlivými místními, oblastními Charitami. V Charitě České republiky mohou pracovat i ateisté či lidé jiného než katolického vyznání. Zároveň poskytují pomoc bez ohledu na náboženské vyznání, věk, rasu atd.

Charita České republiky pravidelně žádá o dotace a granty na zahraniční i domácí projekty na příslušných úřadech. Vzhledem k tomu, že jsou tyto projekty vytvářeny jednotlivými charitami, není potřeba, aby Charita České republiky vytvářela nové projekty. V této oblasti jsou velice úspěšní a dostávají různé dotace a granty od státu i jiných institucí na zdravotní a sociální služby. Dále je každoročně pořádána Tříkrálová sbírka, v rámci které chodí skupinky koledníků se zapečetěnými kasičkami, pomocí kterých vybírají dary od individuálních dárců v daných regionech. Vzhledem k tomu, že dárci tuto sbírku již znají a vědí, na jaké účely jsou dary použity, je tato sbírka velice úspěšná. Individuální dárci mají také možnost darovat pomocí DMS, které poskytuje Fórum dárců, což je společnost, na kterou jsou zaslány DMS. Pomocí dárcovské SMS je možné poskytnout jednorázový dar nebo trvalý příkaz, na základě kterého se bude každý měsíc strhávat určitá částka z účtu dáorce. Takové předplatné je možné kdykoliv zrušit. Z 30 Kč je 1,5 Kč použito na úhradu nákladů Fóra dárců a zbylých 28,5 Kč je připsáno na účet Charity České republiky. Pokud vybírá nezisková organizace dary od neidentifikovatelného dáorce, musí mít podle zákona o veřejných sbírkách zřízený sbírkový účet. Podle tohoto zákona je možné použít pouze 5% na úhradu nákladů a zbylých 95% musí být použito na konkrétní účely dané charitativní pomoci. Charita České republiky má zřízené 3 sbírkové účty, přičemž jeden je zaměřen na pomoc uvnitř ČR, druhý je zaměřen na pomoc do zahraničí a třetí je zřízen pro vybrané prostředky z Tříkrálové sbírky. Také mají zřízený dárcovský účet, který je určen pro konkrétní identifikovatelné dáorce. Z těchto darů si mohou ponechat 20 % na rozvoj organizace a zbylých 80 % je použit na konkrétní projekty. Toto procentuální rozdělení není striktní a závisí na konkrétní dohodě s daným dárcem. V rámci individuálních dárců je důležité, aby byla zachována zpětná vazba. To znamená, že je nutné poděkovat těm, kteří darovali a také je po nějakém čase oslovit k dalšímu daru. Důležitou složkou, díky které jsou individuální dary tak úspěšné je fakt, že si dáorce může vybrat, do jaké oblasti jeho dar bude poskytnut.

Charita České republiky spolupracuje s několika komerčními i neziskovými organizacemi. V případě, že komerční společnost poskytne Charitě ČR sponzorský příspěvek, je vypracována určitá forma reklamy jako protislužba. Vzhledem k tomu, že sponzoring je brán jako výnos z reklamy, je nutné uhradit výši DPH finančnímu úřadu. V případě, že komerční společnost poskytne dar, je vytvořena darovací smlouva, na základě které může komerční společnost výši daného daru odečíst ze základu daně z příjmů při splnění zákonných podmínek. Komerční společnosti poskytují dary spíše v určitých krizových situacích například při povodních. Dlouhodobě a pravidelně však poskytuje dárcovství jen několik málo firem. Komerční společnosti dávají nejen finanční dary, ale i materiální jako například nádobí, kancelářský nábytek a jiné. Některé komerční společnosti umísťují kasičky Charity České republiky do svých prodejen, pomocí kterých mohou zákazníci přispět určitou výší. Také však prodávají určité produkty, ze kterých jde určité procento na Charitu ČR. Některé společnosti také poskytují firemní dobrovolnictví, v rámci kterého pracují a pomáhají zaměstnanci komerčních společností Charitě ČR či nějaké místní a oblastní Charitě. V rámci firemního dobrovolnictví spolupracují především s Nadací České spořitelny, která pořádá tzv. Dny pro charitu. V těchto dobrovolnických dnech mohou zaměstnanci České spořitelny pracovat v určité Charitě, přičemž se nesníží jejich základní mzda. V rámci dobrovolnictví mohou zaměstnanci České spořitelny vykonávat určitý druh práce, poskytnout kontakty potřebné pro získání finančních prostředků či poskytnout tzv. Know-how potřebné pro efektivnější fungování Charity. Tato spolupráce je pro Charitu velice přínosná. Nadace České spořitelny je od roku 2004 generálním partnerem Charity České republiky což znamená, že kromě firemního dobrovolnictví komplexně podporují činnost Charity České republiky. Některá média jako například Katolické listy propagují Charitu České republiky. Pokud chtějí reklamu v televizních médiích, dostanou pouze nějakou slevu, ale zadarmo tuto reklamu nezískají. Toto představuje problém především před Vánoci v rámci Tříkrálové sbírky, kdy jsou náklady na reklamu relativně vysoké.

Korporátní dárci tvoří zhruba 3 % z celkového počtu dárců, což není zrovna velké procento. Charita České republiky disponuje velkým množstvím individuálních dárců (2-10 tisíc dárců za rok). V posledních třech letech se Charita ČR zaměřuje na spolupráci s komerčními organizacemi. V první fázi je nutné vytvořit seznam korporátních dárců na základě obrátů a jiných kritérií. Tento seznam je filtrován na základě konkurence tak, aby

neoslovovali dárce, kteří již podporují určitou místní či oblastní Charitu. Dále jsou filtrovány společnosti, jejichž činnost je zaměřená na výrobu či prodej alkoholu, tabáku, zbraní a podobných statků. Vzhledem k tomu, že se Charita ČR snaží pomáhat i bezdomovcům, kteří pijí alkohol a kouří, by nebylo vhodné, aby přijímali dary od výrobců těchto výrobků. Podle konkrétní potřeby jsou pak kontaktovány vybrané společnosti. V případě, že potřebují kopírku, kontaktují společnosti, které se zabývají prodejem kopírek a snaží se vyjednat co nejlepší cenu. Dále je nutné zjistit, jaký konkrétní zaměstnanec či společník má na starost tuto aktivitu a s tím se pak dále jedná o možné spolupráci. Je to soubor, který má úspěšnost mezi 1 – 3 %. Je jednodušší kontaktovat společnost, se kterou již mají zkušenosti či se kterou již spolupracovali v minulosti. Někdy je příprava této spolupráce časově nenáročná, ale někdy to může trvat déle jak jeden rok. Problém může vzniknout ve chvíli, kdy je změněno vedení dané komerční společnosti, protože pak je většinou nutné vytvořit novou dohodu, na základě které bude tato spolupráce dále probíhat. Daná komerční společnost pak může přímo podpořit danou Charitu nebo poskytnout kontakt na společnost, která by určitou pomoc mohla poskytnout. Tímto způsobem se rozšiřuje seznam potenciálních dárců. Co se týče možnosti odečtení darů více jak polovina zaměstnanců komerčních společností, se kterými jednala Charita ČR o spolupráci ani nevěděla, že tato možnost existuje. To však nemusí znamenat, že účetní oddělení, které se zabývá touto problematikou, již možnosti odečtení darů ze základu daně z příjmů nevyužívá. Stejně jako u individuálního dárcovství je nutné zachovat zpětnou vazbu a poděkovat či poslat určitý certifikát o poskytnutí nějakého druhu daru či pomoci.

Na internetových stránkách Charity České republiky v kategorii „podporují nás“ jsou uvedeni jen velcí dárce, kteří zásadně pomohli. Zatím však neexistují přesná kritéria, pro získání prostoru v této sekci. Ostatní dárce jsou uváděni ve výročních zprávách, pokud to chtějí. Některé společnosti totiž ani nechtějí, aby byly uváděny jako dárce, protože to cítí jako povinnost a nechtějí tím získat nějaké výhody.

Vzhledem k tomu, že v České republice je 23 % katolíků má Charita velké portfolio dárců, protože katolíci přispějí raději církvi a Charitě České republiky než jiným neziskovým organizacím. Více než finanční prostředky tedy potřebuje Charita České republiky know-how, týkající se fundraisingových aktivit. Dále také potřebují nové kontakty na komerční společnosti, se kterými by mohli spolupracovat.