

**UNIVERZITA MATEJA BELA V BANSKEJ BYSTRICI
EKONOMICKÁ FAKULTA**

**PODNIKATEĽSKÁ FILANTROPIA VERZUS
DARCOVSTVO
BAKALÁRSKA PRÁCA
992edfc0-de9d-4554-bc0c-9f06fef849e4**

**UNIVERZITA MATEJA BELA V BANSKEJ BYSTRICI
EKONOMICKÁ FAKULTA**

PODNIKATEĽSKÁ FILANTROPIA VERZUS DARCOVSTVO

Bakalárska práca

992edfc0-de9d-4554-bc0c-9f06fef849e4

Študijný program: Verejná ekonomika a manažment

Študijný odbor: Verejná ekonomika a služby

Pracovisko: Katedra verejnej ekonomiky a regionálneho rozvoja

Vedúci bakalárskej práce: Ing. Mária Murray Svidroňová, PhD.

ZADANIE ZÁVEREČNEJ PRÁCE

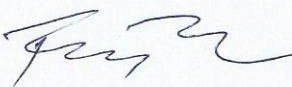
Meno a priezvisko študenta: Miriam Kozová
Študijný program: verejná ekonomika a manažment (Bakalársky I. st., denná forma)
Študijný odbor: verejná ekonomika a služby
Typ záverečnej práce: Bakalárska záverečná práca
Jazyk záverečnej práce: slovenský
Sekundárny jazyk: anglický

Názov: Podnikateľská filantropia verzus darcovstvo

Anotácia: Bakalárska práca sa venuje povahu filantropie vychádzajúcej z podnikateľských princípov. Analyzuje rozdiely medzi filantropiou a tradičnými darcovskými princípmi. Hodnotí spoločenský prínos podnikateľskej filantropie. Jedným z cieľov je skúmať spoločensky zodpovedné podnikanie (CSR) ako nástroj podnikateľskej filantropie

Vedúci: Ing. Mária Murray Svidroňová, PhD.
Katedra: KVEaRR-EF - Katedra verejnej ekonomiky a regionálneho rozvoja
Vedúci katedry: Ing. Katarína Vitálišová, PhD.
Dátum zadania: 01.09.2015

Dátum schválenia smerovej katedry: 26.10.2015



Ing. Filip Flaška, PhD.
vedúci katedry

Čestné vyhlásenie

Vyhlasujem, že som celú bakalársku prácu vypracovala samostatne s použitím uvedenej odbornej literatúry.

Banská Bystrica, 26. apríl 2016

.....
vlastnoručný podpis

Pod'akovanie

Na tomto mieste by som veľmi rada poďakovala mojej vedúcej bakalárskej práce Ing. Márii Murray Svidroňovej, PhD. za cenné informácie, rady a komentáre, ale predovšetkým za trpezlivosť a ochotu pomáhať pri spracovaní bakalárskej práce.

ABSTRAKT

KOZOVÁ, Miriam: Podnikateľská filantropia verzus darcovstvo. [Bakalárska práca] / Miriam Kozová. - Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici. Ekonomická fakulta; Katedra verejnej ekonomiky a regionálneho rozvoja. - Vedúci: Ing. Mária Murray Svidroňová, PhD. - Stupeň odbornej kvalifikácie: Bakalár. - Banská Bystrica : Ekonomická fakulta UMB, 2016. 48 s.

Bakalárska práca skúma financovanie neziskového sektora prostredníctvom darcovstva a filantropie zo strany podnikov. Cieľom práce je definovať filantropiu a tradičné darcovské princípy, analyzovať ich rozdiely, zhodnotiť spoločenský prínos podnikateľskej filantropie, vrátane spoločensky zodpovedného podnikanie. Predmetom skúmania bakalárskej práce je využívanie filantropie a darcovstva ako zdroja financovania neziskových organizácií a taktiež fungovanie spoločensky zodpovedného podnikania. Objektom skúmania bakalárskej práce je formou dotazníka analyzovať využívanie filantropie v neziskových organizáciách a spoločensky zodpovedného podnikania vo firmách v Banskobystrickom kraji. Prvá časť je venovaná teoretickým východiskám, ktoré poskytujú bakalárskej práci základ pre nasledujúcu praktickú časť. Druhá praktická časť sa zakladá na kvantitatívnom výskume realizovaného pomocou dvoch dotazníkov, ktoré zisťovali, či sú firmy spoločensky zodpovedné, akou formou podporujú neziskové organizácie a či neziskové organizácie majú dostatočnú podporu od firemného sektora. V závere sa druhá kapitola zaoberá celkovým vyhodnotením dotazníkov a formulovaním odporúčaní pre posilnenie filantropie.

Kľúčové slová: filantropia, spoločensky zodpovedné podnikanie, neziskové organizácie, financovanie, dar, firmy, dobrovoľníctvo, fundraising.

ABSTRACT

KOZOVÁ, Miriam: Entrepreneurial philanthropy versus donation. [Bachelor thesis] / Miriam Kozová. – Matej Bel University, Banská Bystrica. Faculty of Economics, Department of Public Economics and Regional Development– Supervisor: prof. Ing. Mária Murray Svidroňová, PhD.. – Qualification degree: Bachelor. – Banská Bystrica: Faculty of Economics, MBU, 2016. 48 p.

The bachelor thesis studies financing of non-profit sector through donation and philanthropy from entrepreneurs. The aim of the work is to define philanthropy, traditional principles of donation, analysis differences between them, and to evaluate social benefits of entrepreneurial philanthropy including socially responsible entrepreneurship. The subject of study is the use of philanthropy and donation as a source of financing of non-profit organizations as well as functioning of socially responsible entrepreneurship. The object of study is to analysis the use of philanthropy in non-profit organizations and socially responsible entrepreneurship in companies of Banská Bystrica region. The first part is dedicated to theory, which provides background for following practical part. The secondary part is based on quantitative research realized by two questionnaires, which study whether companies are socially responsible, what means they use to support non-profit organizations and whether these organizations have sufficient financial aid from business sector. The secondary chapter deals with an overall evaluation of questionnaires, and with formulating suggestions for reinforcing philanthropy.

Keywords: philanthropy, corporate social responsibility, non-profit organization, financing, donation, companies, volunteering, fundraising

OBSAH

ABSTRAKT	5
ABSTRACT.....	6
OBSAH	7
ZOZNAM TABULIEK A ILUSTRÁCIÍ	8
ZOZNAM SKRATIEK A ZNAČIEK	9
ÚVOD	10
1. TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ SKÚMANEJ PROBLEMATIKY	12
1.1. Zdroje financovania neziskového sektora	12
1.1.1. Neziskový sektor	12
1.1.2. Zdroje financovania neziskového sektora	15
1.2. Darcovstvo	16
1.3. Firemná filantropia	19
1.3.1. Nástroje firemnej filantropie	20
1.4. Spoločensky zodpovedné podnikanie	23
1.4.1. Prínosy vyplývajúce z CSR.....	25
1.4.2. Vzťah spoločensky zodpovedného podnikania a filantropie	26
2. Analýza filantropie a spoločensky zodpovedného podnikania	27
2.1. Metodika výskumu	27
2.2. Vyhodnotenie dotazníka pre neziskové organizácie.....	28
2.3. Vyhodnotenie dotazníka pre firmy	34
2.4. Zhrnutie	41
ZÁVER	43
SUMMARY	45
ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY	46
PRÍLOHY	49

ZOZNAM TABULIEK A ILUSTRÁCIÍ

Tabuľka 1:Oblasti zahrnuté v koncepte spoločenskej zodpovednosti firmy	24
Tabuľka 2:Existencia neziskových organizácií v Banskobystrickom kraji	29
Tabuľka 3:Najväčší dar od podnikateľského sektora	33
Tabuľka 4:Ročný obrat firiem v tisícoch €	37
Tabuľka 5:Výhody pri podpore neziskových organizácií.....	38
Tabuľka 6:Neziskové organizácie podporované firmami.....	39
Graf č. 1: Právna forma neziskovej organizácie	28
Graf č. 2: Počet zamestnancov v neziskovej organizácii	29
Graf č. 3: Zapojenie dobrovoľníkov do budúcnosti.....	30
Graf č. 4: Cieľová skupina neziskových organizácií	31
Graf č. 5: Vykonávanie podnikateľskej činnosti	31
Graf č. 6: Najčastejšie formy oslovenia verejnosti	32
Graf č. 7: Využívanie agendy spoločensky zodpovedného podnikania firiem.....	34
Graf č. 8: Sídlo firmy	35
Graf č. 9: Pôsobenie firiem v sektoroch.....	36
Graf č. 10: Veľkosť firmy podľa počtu zamestnancov.	36
Graf č. 11: Preferované podpory firiem pre neziskový sektor	38
Graf č. 12: Poskytnutie podpory neziskovým organizáciám	38
Graf č. 13: Oblasti pôsobenia neziskových organizácií, ktoré by firmy podporili	39
Graf č. 14: Reakcia na e-maily so žiadosťou o finančnú pomoc.	41

ZOZNAM SKRATIEK A ZNAČIEK

NS – Neziskový sektor

MNO – Mimovládne neziskové organizácie

PO – Právnické osoby

FO – Fyzické osoby

NS – Neziskový sektor

CSR – Corporate Social Responsibility (spoločensky zodpovedné podnikanie)

NO – Neziskové organizácie

ÚVOD

Neziskový sektor je vytvorený z veľkého množstva neziskových organizácií, ktoré sa snažia zabezpečovať finančné prostriedky pre svoju činnosť, sú preto odkázané na súkromný sektor, štát a širokú verejnosť. Mimovládne neziskové organizácie sa odlišujú od ostatných organizácií tým, že pri ich financovaní využívajú darcovstvo a filantropiu. Súkromný sektor si uvedomuje výhody z vytvárania pozitívnych vzťahov s verejnosťou. Jednou z hlavných ciest k vytvoreniu pozitívnych vzťahov je podpora neziskových organizácií. Hľadajú sa spoločné ciele neziskového a súkromného sektora, pričom sa osvojovanie podpory neziskových organizácií stáva súčasťou spoločenskej zodpovednosti firiem.

Pojmy podnikateľská filantropia a darcovstvo sa v modernej spoločnosti na Slovensku ešte stále zamieňajú. Namiesto filantropii sa hovorí o darcovstve, čo je zrozumiteľnejšie, no tento pojem nemusí vystihovať celú podstatu filantropie. Firemné darcovstvo je jednou z konkrétnych foriem podnikateľskej filantropie, ide o dobrovoľnú angažovanosť firiem vo verejnoprospešných projektoch s cieľom dosiahnuť blaho celej spoločnosti. Podnik, ktorý vystupuje filantropicky má zároveň aj spoločensky zodpovedný prístup, znamená to, že sa snaží prispievať k rozvoju spoločnosti v ktorej pôsobí.

Cieľom našej bakalárskej práce je na základe teoretických poznatkov definovať filantropiu vychádzajúcu z podnikateľských princípov a identifikovať tradičné darcovské princípy, analyzovať ich rozdiely a zhodnotiť spoločenský prínos podnikateľskej filantropie, vrátane spoločensky zodpovedného podnikania.

Bakalárska práca je rozdelená na dve časti, v ktorých rozoberie danú tému. Prvá časť je zameraná na teoretické východiská, ktoré poskytujú bakalárskej práci základ pre nasledujúcu praktickú časť. Vysvetlíme si, čo je neziskový sektor, aké sú jeho zdroje financovania, ďalej rozoberieme darcovstvo a podnikateľskú filantropiu a spomenieme aj neodmysliteľnú súčasť filantropie a to spoločensky zodpovedné podnikanie. Predmetom skúmania bakalárskej práce je využívanie filantropie a darcovstva ako zdroja financovania neziskových organizácií a taktiež fungovanie spoločensky zodpovedného podnikania. Objektom skúmania bakalárskej práce je formou dotazníka analyzovať využívanie filantropie v neziskových organizáciách a spoločensky zodpovedného podnikania vo firmách v Banskobystrickom kraji.

Druhá praktická časť sa zakladá na kvantitatívnom výskume realizovaného pomocou dvoch dotazníkov, ktoré zisťujú, či sú firmy spoločensky zodpovedné, akou formou podporujú neziskové organizácie a či neziskové organizácie majú dostatočnú podporu od firemného sektora. V závere sa druhá kapitola zaoberá celkovým vyhodnotením dotazníkov a naši názormi ako zlepšiť danú situáciu.

1. TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ SKÚMANEJ PROBLEMATIKY

Ekonomovia aj politici sa zhodli na tom, že problémy súčasnosti nemožno riešiť len podporou súkromného podnikateľského sektora a pôsobením štátu. Preto vedľa podnikateľského sektora a štátneho sektora postupne rastie tretí sektor neziskový. V modernej spoločnosti sa pojem neziskový sektor alebo tiež dobrovoľnícky tretí sektor začína čoraz viac spomínať. Je vnímaný ako komplement štátu pri poskytovaní verejných služieb z verejných statkov.

V poslaní neziskovej organizácie sa väčšinou o peniazoch nehovorí, všeobecne je známe, že nie sú určené na dosiahnutie zisku. Aj verejnoprospešné organizácie potrebujú z niečoho žiť, existujú v prostredí trhovej ekonomiky a bez finančných prostriedkov by nemohli svoju činnosť vykonávať.

V tejto časti charakterizujeme neziskový sektor ako prijímateľa financií získaných filantropiou, definujeme základné pojmy ako darcovstvo, filantropia, spoločensky zodpovedné podnikanie, aby sme s týmito pojmami mohli následne pracovať v analytickej časti našej bakalárskej práce.

1.1. Zdroje financovania neziskového sektora

Hlavným problémom neziskových organizácií je zabezpečenie finančných prostriedkov na svoju činnosť. V tomto smere sú mimovládne organizácie odkázané na súkromný sektor, štát, ale aj širokú verejnosť. Skôr, ako budeme definovať jednotlivé možnosti získavania financií, objasníme, čo sú neziskové organizácie a neziskový sektor, aké je ich postavenie v spoločnosti.

1.1.1. Neziskový sektor

„Mimovládne organizácie robia to, čo nechce alebo nemôže robiť vláda a nerobia to, čo chcú a musia robiť podnikatelia.“

(DOC. DR. IVAN ŽÁRY, PHD., APR, Tretí sektor)

Pojem neziskový sektor (NS) môžeme pomerne ľahko zadefinovať. Do neziskového tretieho sektora nepatria organizácie, ktoré patria do ziskového. Tvoria

ho teda registrované neziskové organizácie špecifického typu. Neziskové sú preto, že finančné prostriedky, ktoré im zostanú po úhrade všetkých nákladov, sa nerozdelia medzi zriaďovateľov, členov, zamestnancov, ale reinvestujú sa do hlavnej činnosti. Definícia síce vyznieva jednoducho, neziskový sektor je však tvorený veľkým množstvom neziskových organizácií rôznej veľkosti a rôzneho charakteru, ktoré sú zakladané za rozličnými účelmi. Základným účelom je poskytovanie spoločenského úžitku.

Mimovládne neziskové organizácie (ďalej len MNO) patria do súkromného neziskového sektora. Ak sa na ich založení zúčastňoval štát, mimovládny charakter je daný tým, že štát a ani jeho predstavitelia nemôžu riadiť, ovplyvňovať a zasahovať do činností týchto organizácií. (Brozmanová Gregorová, 2009)

Neziskové organizácie sú organizácie, ktoré neboli založené alebo zriadené s cieľom dosahovať zisk. Sú to organizácie, ktoré kladú veľký dôraz na hlavnú činnosť a rozvoj pri poskytovaní verejnoprospešných služieb. Vystupujú tam, kde štát a súkromný podnikateľský sektor nedokáže pomôcť. Sú to právnické osoby ktoré majú svojho zriaďovateľa, zakladajú sa podľa rôznych právnych predpisov, vznikajú na základe verejného a súkromného práva, podliehajú registrácií na miestach určených zákonom. Patria sem rôzne právnické osoby (ďalej aj PO) ako sú príspevkové či rozpočtové organizácie, záujmové združenia PO, spolky, politické strany a hnutia, registrované cirkvi a náboženské spoločnosti, nepodnikateľské obchodné spoločnosti, občianske združenia, neziskové organizácie poskytujúce verejnoprospešné služby, nadácie, verejnoprávne inštitúcie. (Kuvíková, 2004)

Keďže druhov neziskových organizácií je naozaj veľa, uplatňuje sa aj svetovo uznávaná definícia, ktorú sformulovali Salamon a Anheier (1998). Podľa tejto štruktúrálno-operačnej definície sa NO vyznačujú inštitucionalizáciou, nezávislosťou, neziskovosťou, dobrovoľnosťou a samosprávnosťou. Z existujúcich NO v Slovenskej republike podľa Salamonovej a Anheierovej definície sem zaraďujeme:

- *Občianske združenia* (upravuje Zákon č. 83/1990 Zb. o združovaní občanov)

Sú to združenia osôb, ktoré zakladajú občania za účelom uspokojovania vlastných záujmov. Majú právo uskutočňovať podnikateľskú činnosť. Zákon o združovaní občanov neobmedzuje občianske združenia vo výške majetku, taktiež ich výdavky nie sú limitované.

- *Nadácie* (upravuje Zákon č. 35/2002 Z. z. o nadáciách)

Nadácie sú účelovým združením majetku. Ide o majetok tvorený nadačným imaním v minimálnej výške 6638 €, nadačným fondom a ostatným majetkom ako sú peňažné prostriedky, nehnuteľnosti, hnutel'né veci, cenné papiere, majetkové práva a iné. Nadácia nemôže vykonávať podnikateľskú činnosť s výnimkou spoločenských, kultúrnych a vzdelávacích, športových činností ak využije majetok na tieto činnosti.

- *Neinvestičné fondy* (upravuje Zákon č. 147/1997 Z z. o neinvestičných fondoch)

Neinvestičný fond je združením výlučne peňažných prostriedkov určených na plnenie verejnoprospešného účelu alebo individuálnej humanitnej pomoci. Môžu podnikat', ale finančné prostriedky nesmú byť použité na financovanie činností politických strán. Majetok je tvorený peňažnými vkladmi zriaďovateľov a inými peňažnými prostriedkami ako sú peňažné dary, príspevky od právnických a fyzických osôb, dedičstvo v peňažnej forme, verejné zbierky, príjmy z predaja vlastnej literatúry podporujúcej účel fondu, z organizovania kultúrnych vzdelávacích, či športových akcií a iné.

- *Neziskové organizácie poskytujúce všeobecne prospešné služby*(upravuje Zákon č. 35/2002 Z z. o neziskových organizáciách poskytujúce všeobecne prospešné služby)

Nezisková PO, ktorá poskytuje všeobecne prospešné služby za vopred stanovených podmienok a každému používateľovi rovnomerne. Môžu uskutočňovať podnikateľskú činnosť pod tou podmienkou, že dosiahnutý zisk bude použitý na zlepšenie hlavného účelu. Majetok tvoria vklady zakladateľov, príjmy z vlastnej činnosti, z podnikateľskej činnosti po zdanení, dedičstvo, dary, príspevky, dotácie.

Vyššie uvedené neziskové organizácie patria do súkromného neziskového sektora a preto ich označujeme aj ako mimovládne neziskové organizácie. MNO poskytujú verejnoprospešné služby. Typické oblasti pre činnosť MNO sú: sociálne služby, zdravotníctvo, vzdelávanie, kultúra, životné prostredie, šport, deti a mládež, ochrana ľudských práv atď. Medzi úlohy MNO zaraďujeme: poskytovanie tovarov a služieb, poskytovanie pomoci vláde pri dosiahnutí vymedzených cieľov rozvoja, pomoc občanom pri vyjadrení ich ambícií, obáv a alternatív, pomáha posilniť zodpovednosť a transparentnosť programov vlády regionálnej a miestnej samosprávy (Kuvíková, Stejskal a Svidroňová, 2014)

Mimovládne neziskové organizácie sú odlišné od ostatných neziskových organizácií. Ich rozdiel spočíva vo využití darcovstva a filantropie pri ich financovaní, ktoré sú predstavené v ďalšej časti práce.

1.1.2. Zdroje financovania neziskového sektora

Pre financovanie neziskového sektora je charakteristická jeho viaczdrojovosť. Nezisková organizácia sa nemôže spoliehať len na jeden zdroj financovania. Darca nemôže neziskovej organizácii poskytnúť 100% pokrytia jej nákladov, preto vyhladáva aj iné alternatívy.

Nezisková organizácia môže získavať finančné zdroje cez fundraisingové metódy. Fundraising môžeme zadefinovať ako strategicky naplánovanú, organizovanú činnosť mimovládnych organizácií s cieľom získavania finančných a nefinančných zdrojov pre aktivity neziskových organizácií. Existujú dva typy fundraisingu. Interný fundraising sa orientuje do vnútra organizácie, snaží sa získať zdroje od svojich zamestnancov ako sú členské poplatky, dary, príspevky a dôležité je aj využitie personálnych a finančných zdrojov. Externý fundraising je orientovaný na okolie neziskovej organizácie, kladie väčšie nároky na množstvo a kvalitu foriem fundraisingu. Jeho cieľovou skupinou sú PO, FO, organizácie štátnej správy a samosprávy, nadácie a tiež podnikateľské subjekty. (Majdúchová, 2010)

Zdroje financovania NS sa rozdeľujú na interné a externé. Ak si vie nezisková organizácia vytvoriť svoj vlastný zdroj financovania, hovoríme o samofinancovaní, ktoré zapadá do interných zdrojov. Pod samofinancovaním rozumieme činnosti, ktoré umožňujú rôznorodé typy príjmov, ktoré organizácie získavajú mimo grantov. Zaraďuje sa sem získavanie zdrojov z poplatkov členov, či predaja výrobkov (umelecké diela), a predaja služieb (predaj vzdelávacích kurzov). Iným zdrojom je aj využívanie majetku, či už hmotných alebo nehmotných statkov. Komerčná činnosť neziskovej organizácie sem patrí tiež. (Marček, 2010)

Pri externých zdrojoch financovania súkromného neziskového sektora sú k dispozícii prostriedky od verejnosti alebo jednotlivcov, preto sa členia na súkromné a verejné. Do súkromných zdrojov možno zaradiť dary a príspevky od fyzických aj právnických osôb, rôzne granty dary a príjmy zo sponzoringu na medzinárodnej alebo národnej úrovni, finančná pomoc od cirkví, zdroje z verejných zbierok, z výhier, z lotérií, no zaraďuje sa sem aj práca dobrovoľníkov. (Kuvíková a kol., 2014)

Verejné zdroje financovania sa vyznačujú buď priamou podporou zo strany štátu alebo nepriamou. Ak štát poskytuje finančnú podporu zo štátnych zdrojov prostredníctvom rozpočtov, hovoríme o priamej podpore. Ide o poskytovanie dotácií a grantov z verejných prostriedkov, prerozdelenie výnosov z lotérií, verejných zbierok a iných hier, uzatváranie kontraktov a zmlúv, v rámci ktorých MNO poskytuje svoje služby verejnému sektoru. Dôležité sú aj prostriedky zo štrukturálnych fondov napr. od Európskej únie.(Marček, 2010)

Ak sa štát vzdáva v prospech neziskových organizácií dopredu príjmov, ktoré by mohol získať a tieto príjmy prechádzajú na MVO, definujeme nepriamu podporu štátu. Formy majú rôznu podobu(Dluhá, 2002):

- Oslobodenie od daní a ciel - štát sa teda vzdáva príjmov z daní a ciel. Príjmy neziskových organizácií, ktoré sú určené na presne vymedzené účely, nie sú predmetom dane, alebo sú len oslobodené.
- Asignácia 2% dane z príjmov fyzických a právnických osôb – FO a PO môžu uplatniť príspevok vo forme percentuálneho podielu zaplatenej dane z príjmov. Na Slovensku funguje už od roku 2001, je charakteristická svojou pravidelnosťou.

Priblížili sme základy neziskového sektora aj jeho financovanie. V ďalšej podkapitole samostatne definujeme dva druhy zdrojov, ktoré sú pre potreby práce významné a to darcovstvo a filantropia.

1.2. Darcovstvo

"Rozdávať peniaze len tak je jednoduché a dokáže to každý. Ale rozhodnúť sa, komu dať peniaze, koľko, kedy a prečo, to nevie každý a už vôbec to nie je jednoduché."(Aristoteles)

Problémom neziskových organizácií je finančná udržateľnosť, hlavne čo sa týka nezávislých zdrojov. Verejné zdroje sú často obmedzované a čo súkromné zdroje, nestačia pokryť potreby MNO. Preto sa pozornosť obracia na iné formy financovania a tou je darcovstvo.

Darcovstvo je alternatívna súčasť podpory súkromných neziskových organizácií. Predstavuje jednu z možných podôb dobročinnosti. Môže mať formu

peňažných a nepeňažných darov, ktoré sa poskytujú priamo občanom alebo na verejnoprospešné účely. (Ondrušek, Zelenková, 2000)

Nezisková organizácia prijíma dary cez individuálne darcovstvo, ktoré v dnešnej modernej spoločnosti stále nie je rozvinuté a cez firemné darcovstvo.

Individuálne darcovstvo je jednou z najčistejších foriem podpory práce MNO verejnosťou. Ľudia majú možnosť si vybrať neziskovú organizáciu, ktorá je im sympatická, s ktorou zdieľajú hodnoty. Nie je rozvinuté tak ako v zahraničí, no v posledných rokoch na Slovensku vďaka vzrastu individuálnych darcov, sa čoraz vo väčšej miere naplňujú rozpočty organizácií. Organizácie vypracovávajú rôzne projekty, ktoré môže darca podporiť.

Zaujímavým príkladom rastúceho darcovstva jednotlivcov na Slovensku v poslednej dobe je úspešný projekt Dobrý anjel. V roku 2010 sa počet darcov pohyboval okolo 83 000, do roku 2015 ich počet stúpol až na 171 500 prispievateľov. Od začiatku projektu v roku 2008 sa dodnes vyzbieralo 30 378 036.78 EUR.(www.dobryanjel.sk)

Individuálny darca prispieva častejšie finančným spôsobom. Môže poskytnúť dary vo forme materiálnych (vecné dary) aj nemateriálnych vecí (know-how, poradenstvo, služby). Popri verejných zbierkach, ktoré často získavajú zdroje tvárou v tvár a v hotovosti, v posledných rokoch individuálnych darcov oslovujú aj nové nástroje využívajúce SMS (darcovská SMS), internet (www.dakujeme.sk, www.dobrakrajina.sk, www.ludialudom.sk), či ATM (bankomaty) ako nástroje platby, ktorý sú používané u nás zatiaľ iba v malom množstve. (Strečanský,2010)

Existuje aj nefinančná forma podpory činností neziskovej organizácie a tou je dobrovoľníctvo. Dobrovoľníctvo je aktivita, ktorá nie je vykonávaná prvotne pre finančný zisk. Dobrovoľnícke aktivity sú realizované dobrovoľne, na základe individuálnej slobodnej vôle, prinášajú úžitok inému človeku ako dobrovoľníkovi alebo sú prospešné pre spoločnosť. Zároveň sú zdrojom skúseností, zážitkov a príležitostí pre osobný rast dobrovoľníkov. (Mračková, 2009)

Dobrovoľníctvo reprezentuje jeden zo základných pilierov fungujúcej spoločnosti. V našej kultúre predstavuje dobrovoľníctvo cielenú, uvedomelú aktivitu vykonávanú z vlastnej vôle, v rámci ktorej bez nároku na odmenu človek vynakladá svoj čas, vedomosti, schopnosti pre dobro (v prospech) iných. Touto činnosťou teda nezískava finančný prospech, ale osobné zadosťučinenie. Vyjadruje aktivity slobodne zvolené, založené na vlastnej, osobnej motivácii a slobodnom rozhodnutí každého

človeka, čím sa prejavuje občianska iniciatíva a zainteresovanosť dobrovoľníkov. Predstavuje bezplatnú prácu ľudí, ktorým nie je ľahostajné, čo sa okolo nich deje, čím sa podtrháva filantropická charakteristika dobrovoľníctva. (<http://itretisektor.sk/dobrovolnictvo>)

Podľa paragrafu 2 zo Zákona o dobrovoľníctve č. 406/2011 Z. z je dobrovoľníkom fyzická osoba, ktorá na základe svojho slobodného rozhodnutia bez nároku na odmenu vykonáva pre inú osobu s jej súhlasom v jej prospech alebo vo verejný prospech dobrovoľnícku činnosť založenú na svojej schopnosti, zručnosti alebo vedomosti a spĺňa podmienky ustanovené týmto zákonom, ako dobrovoľnícku činnosť.

Dobrovoľník vykonáva dobrovoľnícku činnosť najmä:

- a) pre osoby so zdravotným postihnutím, cudzincov a osoby bez štátnej príslušnosti, osoby počas výkonu trestu odňatia slobody alebo ochrannej výchovy a po prepustení z výkonu trestu odňatia slobody, z výkonu väzby a z výkonu ochrannej výchovy, drogovu a inak závislé osoby, nezaopatrené deti, osoby odkázané na starostlivosť iných osôb, seniorov, osoby trpiace domácim násilím a nezamestnané osoby alebo pri poskytovaní verejnoprospešných činností a ďalších činností v oblasti sociálnych vecí a zdravotníctva,
- b) v neformálnom vzdelávaní v práci s mládežou a v špecializovaných činnostiach v oblasti práce s mládežou,
- c) pri odstraňovaní následkov prírodných katastrof, ekologických katastrof, pri humanitárnej pomoci, záchrane života a zdravia, v civilnej ochrane, ochrane pred požiarmi a pri uskutočňovaní rozvojových programov v rámci projektov domácich, zahraničných a medzinárodných organizácií,
- d) pri tvorbe, ochrane, udržiavaní alebo zlepšovaní životného prostredia, pri starostlivosti o ochranu a zachovanie kultúrneho dedičstva a pri organizovaní kultúrnych, športových, telovýchovných, charitatívnych, vzdelávacích a osvetových podujatí,
- e) pri odstraňovaní foriem sociálneho a ekonomického znevýhodnenia a znevýhodnenia vyplývajúceho z dôvodu veku a zdravotného postihnutia, ktorého cieľom je zabezpečiť rovnosť príležitostí v praxi podľa osobitného zákona),

- f) pri začleňovaní osôb žijúcich v sociálne vylúčenom spoločenstve do spoločnosti, najmä pri odstraňovaní všetkých foriem ich znevýhodnenia,
- g) pri administratívnych prácach pre verejnú správu. (Zákon o dobrovoľníctve č. 406/2011 Z. z. §2)

Firemné darcovstvo je dobrovoľná angažovanosť firiem vo verejnoprospešných projektoch s cieľom presadiť všeobecné blaho v celej spoločnosti. Ide o aktivity nad rámec komerčnej činnosti firmy, ktoré firmy najčastejšie realizujú spoločne s neziskovými organizáciami. (Fórum darců, 2006)

„Pre firemné darcovstvo je charakteristické bezplatné prenechanie materiálnych hodnôt a služieb firmy. Tie sú ponúkané ako dary za účelom podpory, zväčša sú tiež súčasťou bežného firemného chodu.“ (Nešporová a Kolektív autorov, 2005, s. 125)

Darcovstvo firiem zo sebou nesie objavovanie a nachádzanie spoločenskej zodpovednosti podnikateľských subjektov. Darcovstvo pomáha firmám budovať ich spoločenskú pozíciu v určitej lokalite alebo v regióne a taktiež sa podieľa na tvorbe imidžu firmy v očiach klientov aj ostatnej verejnosti. (Kroupa, 2004)

Firemné darcovstvo je jednou z konkrétnych foriem filantropie. Priblížime si ho v ďalšej kapitole o firemnej filantropii, kde rozoberieme formy firemného darcovstva.

1.3. Firemná filantropia

„Firemná filantropia je jedným z najprirodzenejších spôsobov, ako môže firma pomôcť svojej komunite a spoločnosti“. Andrew Carnegie

Filantropia pochádza z gréckeho slova *philein* (milovať) a *anthropos* (človek). Tento pojem sa dostáva do našich slovníkov čoraz častejšie, používa sa v nadáciách, podnikoch ale aj v neziskových organizáciách, menej však medzi širšou verejnosťou. Je vysvetlená ako súhrn činností, ktoré vedú k podpore druhých osôb. Pokúša sa riešiť problémy slabších či handicapovaných, má dosah na širšie okolie. Cieľom filantropie je dosiahnuť vyššie kvality života jednotlivcov ako aj celej spoločnosti.

Podnikateľská filantropia je často uvádzaná pod pojmom firemné darcovstvo. Označuje dobrovoľné činnosti podnikateľských subjektov, ktorými podporujú rôzne verejnoprospešné ciele, najčastejšie prostredníctvom neziskových organizácií alebo nadácií, pričom nevyžadujú za túto podporu žiadnu protihodnotu. Vyznačuje sa ako

jedna z novších foriem darcovstva, ktorá sa usiluje riešiť problémy podporou vzdelávania, inovácií a rozvojom schopností ľudí, aby si boli schopní sami pomôcť a neboli odkázaní na almužny. (Brozmanová Gregorová, 2009)

Podnikateľská filantropia v oblasti spoločensky zodpovedného podnikania sa najviac spája so sociálnym prostredím, v ktorom firma podniká. Význam a rozsah podnikateľskej filantropie všeobecne tiež narastá. Podnikateľská filantropia je jednou z možností ako preukázať zodpovedný prístup podniku. Podnik, ktorý vystupuje filantropicky, si uvedomuje svoju úlohu v spoločnosti, znamená to, že okrem činností zameraných na dosahovanie zisku sa snaží zlepšovať etické normy a prispievať k rozvoju spoločnosti, v ktorej pôsobí. (Strečanský, 2000)

Firemná filantropia je vcelku považovaná za vysoko efektívny nástroj public relations, ktorý jednoznačne vytvára aj identitu firmy. Poskytuje veľa komunikačných príležitostí pre budovanie dobrého mena stability, zodpovednosti, schopnosti inovácie a chápanie širších súvislostí.

Existujú dva základné prístupy k firemnej filantropii. Podľa Jozefa Majchráka a Lýdií Marošiovej (2004) sa proaktívny prístup zakladá na tom, že firma používa vypracovanú darcovskú stratégiu, má v nej určené podporované oblasti a pravidlá pre poskytovanie príspevkov. Sama vyhľadáva subjekty, ktoré budú naplňovať jej darcovské ciele, lebo prijíma grantové žiadosti. Reaktívny prístup znamená, že firma nemá spracovanú firemnú stratégiu darcovstva, ale čaká na žiadosti o dary, ktoré prijíma alebo zamietá podľa vlastného uváženia.

1.3.1. Nástroje firemnej filantropie

Existuje celý rad možností a spôsobov, ako sa môžu firmy zapájať do verejne prospešných projektoch. V zahraničí aj v Slovenskej republike je najčastejším spôsobom daru finančná podpora, kedy firma priamo daruje finančné prostriedky na podporu verejne prospešného projektu.

Ako uvádza Bartošová vo svojej publikácii, delíme nástroje na peňažné a nepeňažne darcovstvo.

Peňažné darcovstvo je najčastejší spôsob podpory. Je to aj najjednoduchší a najrýchlejší spôsob ktorý je poskytovaný cez tieto formy :

1. *Priama podpora* sa realizuje prostredníctvom vecného či finančného daru. Firma jednorazovo alebo opakovane daruje prostriedky na podporu

verejnoprospešného účelu. Z hľadiska obdarovaného je opakovaná podpora prínosnejšia, umožňuje efektívnejšie dar využívať a plánovať. Pre firmu je dlhodobejšia podpora tiež efektívnejšia z hľadiska sledovania prínosu darov.

2. *Zbierka medzi zamestnancami a matchingový fond* môže zorganizovať firma alebo priamo zamestnanci medzi sebou. Často sa využíva cez matching, kedy firma navýši sumu vyzbieranú zamestnancami o určitý násobok. Zbierku možno zrealizovať aj tzv. payroll giving, čo sú vlastne pravidelné zrážky zo mzdy. Firma podporuje darcovstvo cez pravidelné strhávanie zo mzdy v prospech vybranej neziskovej organizácie.
3. *Firemný nadačný fond* firma zakladá, ak sa chce dlhodobejšie venovať darcovstvu. Ide o samostatné právne subjekty, ktoré fungujú na rovnakom princípe ako akákoľvek iná nadácia. Firemná nadácia je samostatný právny subjekt ktorý funguje tak isto ako iná nadácia. Zakladateľom je firma poskytujúca väčšinu prostriedkov na podporu verejnoprospešných projektov aj na prevádzku nadácie. Firma si založí nadačný fond, ktorý sa zakladá pri už existujúcej nadácii a nesie meno darcu. Firma takýmto spôsobom podporí aktivity nadácie a zverí jej svoje prostriedky na spravovanie a prerozdelenie.
4. *Charitatívne aukcie a výstavy* sú organizované firmou pre zamestnancov alebo obchodných partnerov aj klientov. Finančný zisk bude prerozdelený na dobročinné účely.
5. Centrum pre filantropiu uvádza *Cause related marketing*, tzv. zdieľaný marketing, ktorého princípom je, že komerčný a neziskový subjekt sa spoja pri propagácii nejakého produktu - výrobok tým získa pridanú hodnotu, pretože podporuje dobrú vec, a nezisková organizácia získa vopred určenú čiastku z predaných výrobkov.

Nepeňažné darcovstvo sleduje väčší záujem firiem. Správne zvolená forma nefinančnej podpory môže priniesť benefity neziskovej organizácií i firme. Typickým príkladom je podpora, ktorú firmy poskytujú prostredníctvom vlastného majetku a výrobkov, podporia neziskovú organizáciu, no zároveň môžu takto propagovať svoju značku. Nepeňažné darcovstvo má tieto formy:

1. *Školenia, vzdelávanie a odborná pomoc* môže významne pomôcť neziskovým organizáciám. Odborné znalosti firiem môžu prispieť k

rozvoju týchto projektov a úspore nákladov v prípade, že firmy poskytnú neziskovým organizáciám svoje poradenské služby či know-how zadarmo alebo lacnejšie.

2. *Poskytnutie zázemia.* Všetko to , čo potrebuje firma pre svoje fungovanie, potrebujú aj neziskové organizácie. Firma môže podporiť neziskovú organizáciu zaplatením nájomného, poskytnutím priestorov, vybavením taktiež poskytnutím techniky, plochy na propagáciu. Najčastejšie sú to výrobky, ktorými sami disponujú.
3. *Poskytnutie služieb,* ktoré sú predmetom činnosti firmy. Napr. telekomunikačná firma môže poskytnúť mimovládnej organizácii zdarma telefón, firma ktorá vyvíja softvér ho môže poskytnúť neziskovej organizácii zdarma, alebo audítorská firma môže audit zrealizovať nadácii grátis.
4. *Firemné dobrovoľníctvo* je v dnešnej dobe veľmi rozšírené. Firma môže „požičať“ zamestnancov a odborníkov na dobrovoľné práce buď jednorázovo alebo na dlhodobejšiu spoluprácu. Firemné dobrovoľníctvo sa spája s poskytnutím času, energie, znalostí a schopností, ktorými firma disponuje. Pre firmu je výhodnejšie keď pošle svojich zamestnancov naraz. MVO môžu týchto firemných dobrovoľníkov využívať na čisto charitatívne pomocné práce, napr. v oblasti priamej pomoci s deťmi, starými ľuďmi, sociálne znevýhodnenými a pod. Dobrovoľníctvo môže mať formu secondementu, kedy firma dočasne prideli zamestnanca do neziskovej organizácie najmenej na šesť mesiacov. V zahraničí je secondement samozrejmosťou, v SR to ešte nie je častá zaužívaná forma. Na Slovensku je veľmi pozitívnym prínosom Nadácia Points, ktorou cieľom je spájať ľudí, firmy, organizácie a krajiny , aby v našej krajine ale aj v zahraničí dosiahli pozitívnu zmenu. Z výročných správ z roku 2014 sa napríklad do projektu najväčšieho firemného dobrovoľníctva na Slovensku Naše mesto zapojilo 80 spoločností, čo predstavuje 6 500 dobrovoľníkov. Práca zamestnancov v prospech komunit prináša prínosy okoliu, ako aj zamestnancom aj firme samotnej.
5. Centrum pre filantropiu popisuje aj *účasť v správnych radách a grantových komisiách* neziskových organizácií. Zástupcovia firiem

prinášajú do neziskovej organizácie uhol pohľadu profesionála z druhej strany a zároveň prispievajú k dôveryhodnosti organizácie v očiach verejnosti.

6. *Firma vytvorí mechanizmus alebo produkt, ktorým podporuje verejnoprospešné činnosti. Tento produkt, alebo služba je "ušitá na mieru" neziskovým organizáciám a vychádza im v ústrety.*

Firma má aj iné zvyčajné spôsoby ako prejavíť filantropický prístup. Filantropiu spája so svojimi komerčnými aktivitami. Jednou z foriem je dobročinný marketing (cause related marketing) iným slovom aj sociálny marketing. Pri propagácii výrobku sa spojí ziskový subjekt s neziskovým. Výrobok tak získava pridanú hodnotu, tým že podporuje dobré účely a zabezpečuje prostriedky pre neziskovú organizáciu, ktorej prevedie vopred dohodnutú čiastku z predaných výrobkov. Druhou formou sú nové produkty s využitím nových technológií. Firma vytvorí akýsi mechanizmus na uľahčenie podpory verejnoprospešného účelu. Celý princíp je založený na získavaní finančných prostriedkov od jednotlivcov prostredníctvom SMS správ. Každý držiteľ mobilného telefónu môže podporiť istou finančnou čiastkou konkrétnu verejnoprospešnú aktivitu (Čihovská, 1999)

V modernej spoločnosti sa využíva aj ďalšia forma a tou je sponzoring. Sponzorstvo je cesta k osloveniu veľkého množstva jednotlivcov prostredníctvom podpory verejnoprospešných činností. Firma pomáha ostatným a súčasne dosahuje špeciálne definované komunikačné zámery. Základným princípom sponzorstva je poskytnutie finančnej pomoci na základe či inej podpory za protislužbu. Pre neziskové organizácie je sponzoring nevýhodou, pretože je upravený zmluvou o reklame. Príspevok je poskytnutý z príjmov reklamy , ktoré podliehajú dani. (Lipianska 1996)

Každá firma ktorá je aktívna vo firemnom darcovstve je vždy spoločensky zodpovedná, preto firemná filantropia a spoločensky zodpovedné podnikanie neodmysliteľne k sebe patria. V nasledujúcej kapitole si o ňom povieme viac.

1.4. Spoločensky zodpovedné podnikanie

Spoločenská zodpovednosť podnikov vychádza z anglického slova corporate social responsibility (CSR). Existuje mnoho definícií, interpretácií a názorov na

spoločensky zodpovedné podnikanie. Podľa Európskej Zelenej knihy z 2001 znamená CSR „dobrovoľné integrovanie sociálnych a ekologických záujmov do každodenných firemných činností a interakcií s firemnými stakeholdermi“. (Stakeholder možno z angličtiny voľne preložiť ako zainteresovaný aktér).

Spoločenská zodpovednosť predstavuje moderný koncept podnikania. Spoločensky zodpovedná firma nemá za cieľ len maximalizáciu zisku, ale jej ciele vychádzajú z potrieb vnútorného a vonkajšieho prostredia a zahŕňajú aj sociálne a environmentálne aspekty jej činnosti. Ciele takejto organizácie sa od krátkodobých posúvajú skôr k dlhodobým cieľom, prispievajú k schopnosti dlhodobo vytvárať zisk a trvalo udržateľnému rozvoju celej spoločnosti. Znamená to, že organizácie na tieto aktivity nepotrebnú právne požiadavky alebo iné záväzky. Nekonajú na základe povinnosti a príkazu, ale z presvedčenia a vôle robiť verejnoprospešné veci. Dôležitá je ochota podporovať celkové zlepšenie stavu spoločnosti. (Bunčák, 2005)

Podľa definícií sa CSR pohybuje v troch oblastiach, ktoré uvádza Ján Greškovo vo svojej publikácii na webovej stránke www.ekologia.sk z roku 2012 (tabuľka 1).

Tabuľka 1: Oblasť zahrnuté v koncepte spoločenskej zodpovednosti firmy

Oblasť CSR	Ukazovatele
Ekonomická oblasť	• kódex podnikateľského správania sa firmy, • etický kódex a transparentnosť, • princípy dobrej správy firmy (corporate governance), • boj proti korupcii a podplácaniu, vzťahy s akcionármi, • správanie sa voči zákazníkom, dodávateľom a investorom, ochrana duševného vlastníctva, • inovatívnosť a udržateľnosť rastu

Environmentálna oblasť	• environmentálna politika firmy, • minimalizácia environmentálnych vplyvov, • znižovanie materiálovej a energetickej náročnosti procesov, • odpadové hospodárstvo, • environmentálne manažérske systémy riadenia procesov, • ochrana zdrojov, • pracovné prostredie a pod.
Sociálna oblasť	• zdravie a bezpečnosť zamestnancov, • komunikácia, • firemná filantropia, • riadenie a rozvoj ľudských zdrojov, • ochrana špeciálnych skupín zamestnancov, • vyváženosť pracovného a osobného života zamestnancov (work-lifebalance), • rovnosť príležitostí a zákaz diskriminácie, • ľudské práva, • pomoc prepusteným zamestnancom a pod.

Prameň: vlastné spracovanie podľa Greško, 2012.

Podľa autorky Zdražilovej (2010) sú tieto oblasti vzájomne prepojené a môžeme ich nájsť pod pojmom tripple bottom line, ktorý vysvetľuje koncept CSR.

1.4.1. Prínosy vyplývajúce z CSR

Spoločenská zodpovednosť môže prispieť k lepším výsledkom organizácie. Firma si uvedomuje, že využívaním zodpovedného podnikania získava len samé výhody, finančné aj nefinančné prínosy, ktoré sú pre jej chod veľmi podstatné.

Z pohľadu firmy

Spolupráca firmy a neziskového subjektu zvyšuje povedomie o firme, podporuje pozicioning značky, ktorý vedie ku konkurenčným výhodám, taktiež

publicita firmy vedie k pozitívnemu vzťahu zákazníkov. Motivácia a pracovná morálka a pozitívny vzťah k zamestnávateľovi, to priťahuje nových kvalitnejších zamestnancov, čiže sa šetria náklady na ich získanie a zaškolenie, zamestnanci získavajú nové skúsenosti.

Z pohľadu neziskovej organizácie

Podpora firiem znamená pre neziskové subjekty získanie nových zdrojov , ktoré potrebuje pre svoju činnosť. Získavať nové vedomosti od partnera, skúsenosti , know-how technológie, zaviesť nové stratégie, plne sa venovať spoločenským problémom a efektívnejšie ich riešiť, osloviť novú skupinu a tým rozšíriť povedomie o určitej neziskovej organizácii. (Marček, 2005)

1.4.2. Vzťah spoločensky zodpovedného podnikania a filantropie

Ako sme už uviedli v predchádzajúcej kapitole, filantropia a spoločensky zodpovedné podnikanie úzko spolu súvisia, teda sú to neoddeliteľné súčasti. Ak sa chce podnik správať spoločensky zodpovedne vždy pri tom bude využívať filantropiu. Oba termíny sa často zamieňajú. Firemné darcovstvo sa viac venuje podpore verejnoprospešných oblastí a projektov pričom spoločenská zodpovednosť je koncept, ktorý sa zameriava na celkové pôsobenie firmy na spoločnosť, a to na úrovni národnej i globálnej. Takže môžeme skonštatovať, že firemná filantropia je súčasťou spoločensky zodpovedného podnikania.

V teoretickej časti sme charakterizovali neziskový sektor ako prijímateľa financií získaných filantropiou a definovali základné pojmy, môžeme prejsť na hlavnú časť bakalárskej práce. V nasledujúcej časti sa budeme zaoberať využívaním filantropie v praxi v rôznych firmách a neziskových organizáciách.

2. ANALÝZA FILANTROPIE A SPOLOČENSKY ZODPOVEDNÉHO PODNIKANIA

Na základe teoretických poznatkov bude hlavná časť našej bakalárskej práce zameraná na kvantitatívny výskum formou dvoch dotazníkov, ktoré sú určené pre neziskové organizácie a firmy so špecifickými otázkami. Zaujímať nás bude ako podporujú firmy neziskové organizácie, či sú spoločensky zodpovedné firmy, a tiež nám dotazníkový prieskum ukáže z pohľadu neziskových organizácií ich financovanie a spoluprácu s podnikmi. Po detailnej analýze dotazníkov si zhrnieme získané poznatky a konečné poznatky rozoberieme v závere.

2.1. Metodika výskumu

Cieľom našej bakalárskej práce je na základe teoretických poznatkov definovať filantropiu vychádzajúcu z podnikateľských princípov a identifikovať tradičné darcovské princípy, analyzovať ich rozdiely a zhodnotiť spoločenský prínos podnikateľskej filantropie, vrátane spoločensky zodpovedného podnikania.

Predmetom skúmania bakalárskej práce je využívanie filantropie a darcovstva ako zdroja financovania neziskových organizácií a taktiež fungovanie spoločensky zodpovedného podnikania.

Objektom skúmania bakalárskej práce je formou dotazníka analyzovať využívanie filantropie v neziskových organizáciách a spoločensky zodpovedného podnikania vo firmách v Banskobystrickom kraji.

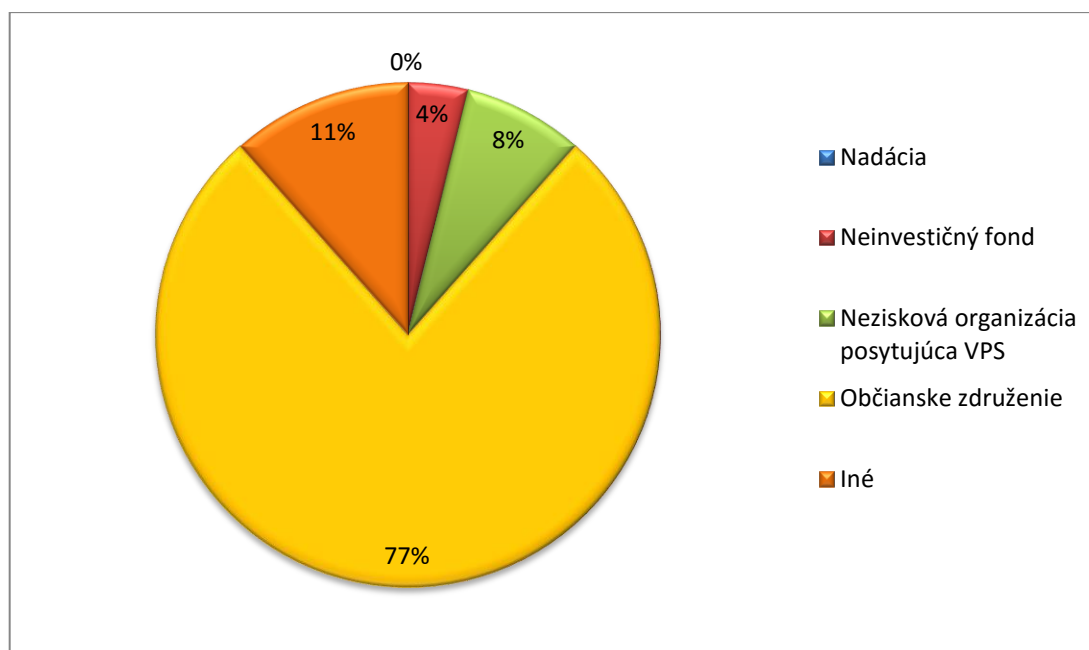
Pri výskume sme využil dotazníkovú metódu. Dotazníková metóda nám prišla najvhodnejšia z hľadiska získania objektívnych údajov. Nebol potrebný osobný kontakt s každým respondentom, ušetrili sme čas organizáciám a vyzbieralo sa dostatočne veľa odpovedí. Dotazníky boli vytvorené cez Google Forms, čo predstavovalo najľahšiu formu vytvorenia dotazníkov. Organizácie a firmy sme oslovovali prostredníctvom mailu. Tieto subjekty boli vybrané náhodne z databázy firiem a organizácií.

2.2. Vyhodnotenie dotazníka pre neziskové organizácie

Z celkového počtu oslovených organizácií, ktorých bolo osemdesiat, sa zúčastnilo dvadsaťšesť organizácií, čo predstavuje 32,5 %. Do stanoveného termínu, sa nám bohužiaľ nepodarilo získať väčší počet odpovedí. Zbieranie odpovedí sme museli uzavrieť, aby bolo možné údaje vyhodnotiť v druhej časti práce.

Prvá otázka zisťovala, z ktorého okresu Banskobystrického kraja pochádzajú organizácie. Z trinástich okresov Banskobystrického kraja sa zúčastnilo dotazníka devätnásť organizácií z okresu Banská Bystrica (73,1 %), šesť organizácií z okresu Zvolen (23,1 %) a jedna organizácia z okresu Banská Štiavnica (3,8 %).

Druhá otázka bola tiež identifikačného typu a týkala sa právnej formy organizácií. V odpovediach sa vyskytli takmer všetky hlavné právne formy organizácií. Najväčší počet oslovených organizácií bolo s právnou formou občianskeho združenia (graf č. 1). Z opýtaných neziskových organizácií ani jedna organizácia nemala právnou formu nadácie.



Graf č. 1: Právna forma neziskovej organizácie

Prameň: vlastné spracovanie na základe výskumu, 2016.

Otázka číslo 3 zisťovala, ako dlho organizácia pôsobí v Banskobystrickom kraji (tabuľka č. 2). Ani jedna z opýtaných NO nemá kratšiu dobu existencie ako 5 rokov. Jedna nezisková organizácia, zúčastnená na výskume, odpovedala, že existuje na našom území už neuveriteľných 86 rokov, pri čom sa musela nanovo registrovať v roku 1994.

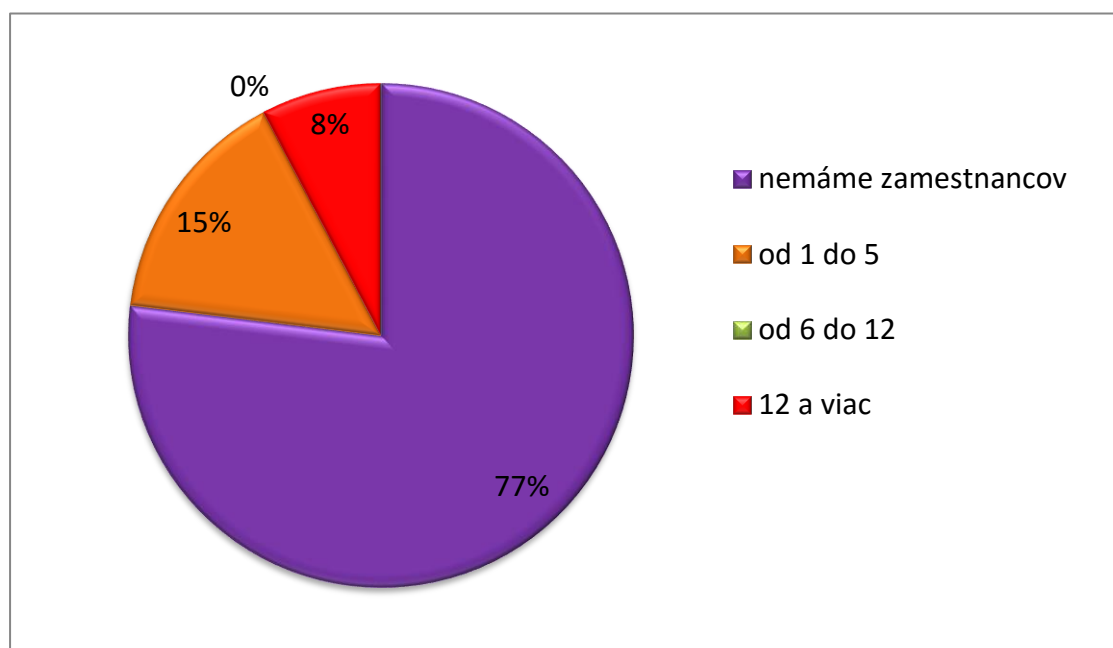
Tabuľka 2:Existencia neziskových organizácií v Banskobystrickom kraji

Počet rokov	Počet organizácií
Od 1 do 10	10
Od 11 do 20	4
Od 21 do 30	6
Od 31 a viac	6

Prameň: vlastné spracovanie na základe výskumu, 2016.

V štvrtej otázke nás zaujímalo, v akej oblasti pôsobia respondenti. Vymenovali sme 12 rôznych možností, z ktorých si organizácie mohli vybrať viacero. Najčastejšou oblasťou, kde NO pôsobia, sú kultúra a umenie (38,5 %), druhou najčastejšou oblasťou je oblasť deti a mládež (34,6 %), vzdelávanie a výskum je tiež často zaužívanou činnosťou pre NO (23,1 %). Na štvrtom mieste s hodnotou 15,4 % sa vyskytli oblasti: sociálne služby, náboženstvo ochrana ľudských práv a záujmov a šport. Ochranu životného prostredia, rozvoj komunity a bývania a zdravotníctvo nezvolila vo svojich odpovediach ani jedna z 26 oslovených organizácií.

Ďalšou otázkou č. 5 sme skúmali, koľko zamestnancov majú organizácie (graf č. 2). Najčastejšou odpoveďou (77 %) bola odpoveď, že neziskové organizácie nemajú zamestnancov. Odpoveď na počet zamestnancov v rozpätí od 6 do 12, sa nevyskytla.

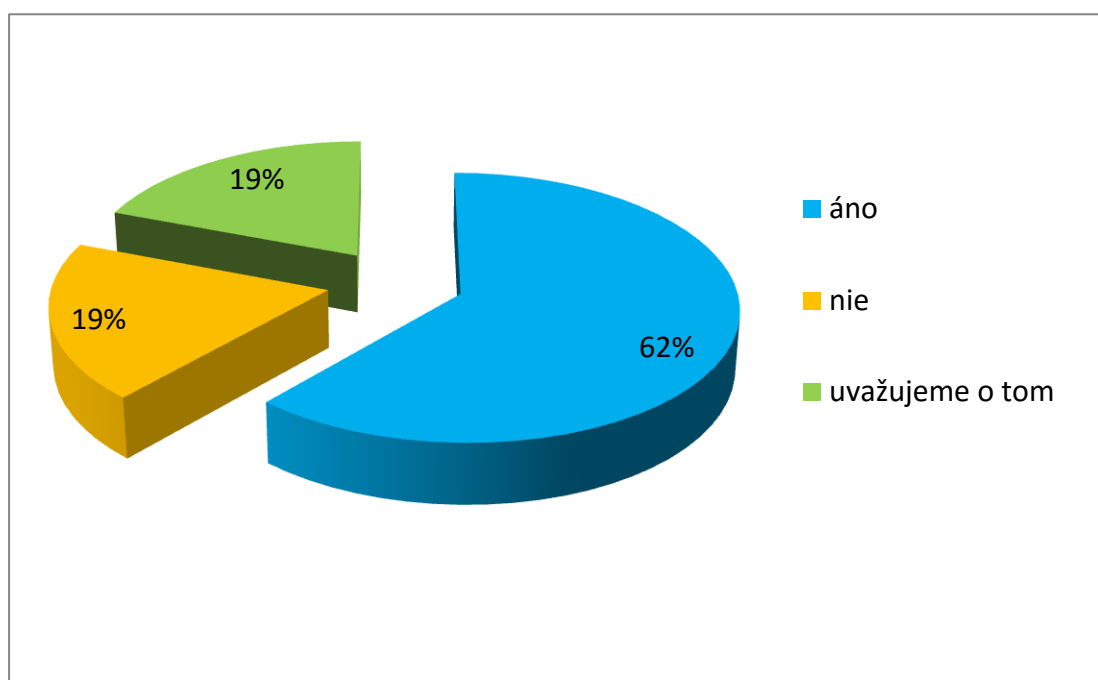


Graf č. 2: Počet zamestnancov v neziskovej organizácii

Prameň: vlastné spracovanie na základe výskumu, 2016.

Keďže veľa neziskových organizácií využíva dobrovoľnícku prácu, v otázkach 6, 7 a 8 sme sa zaoberali touto tematikou. Dvadsať organizácií dopovedalo na otázku „Sú do Vašej činnosti zapojení dobrovoľníci?“ áno, čo predstavuje 76,9 %. Zvyšných šesť organizácií odpovedalo nie. Organizácie, ktoré zapájajú do svojej činnosti dobrovoľníkov mali uviesť ich počet. Osem organizácií pracuje s menej ako 10 dobrovoľníkmi. Ďalších osem organizácií má do 20 dobrovoľníkov. Zvyšné dve organizácie uviedli vysoké počty, a to až nad 40 dobrovoľníkov.

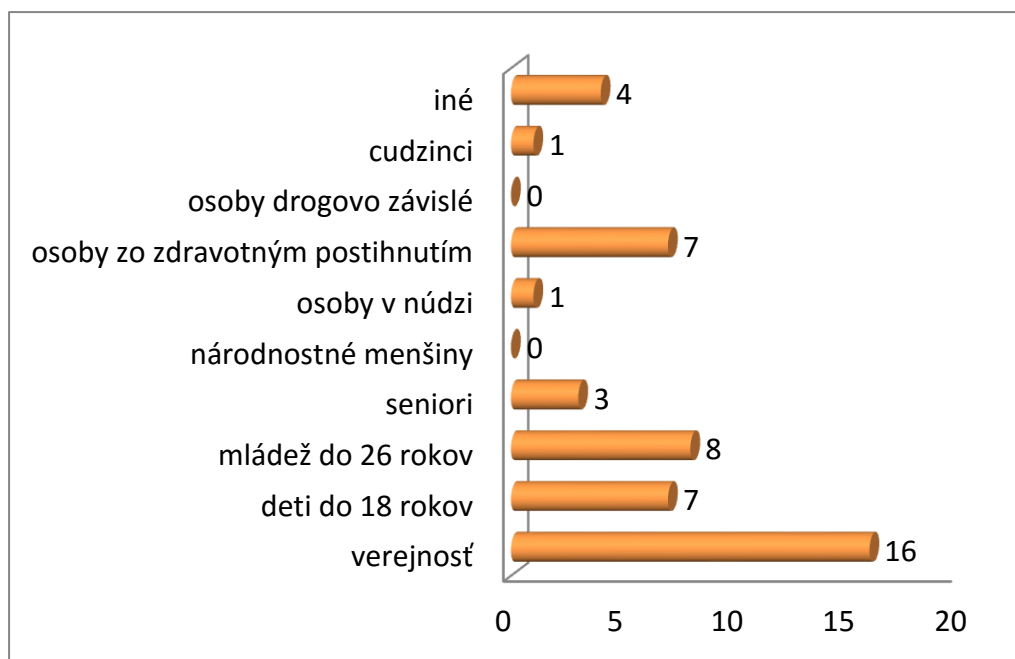
V ôsmej otázke sme sa respondentov opýtali, či zapoja dobrovoľníkov aj v budúcom roku(vid' graf. č. 3).



Graf č. 3: Zapojenie dobrovoľníkov do budúca

Prameň: vlastné spracovanie na základe výskumu, 2016.

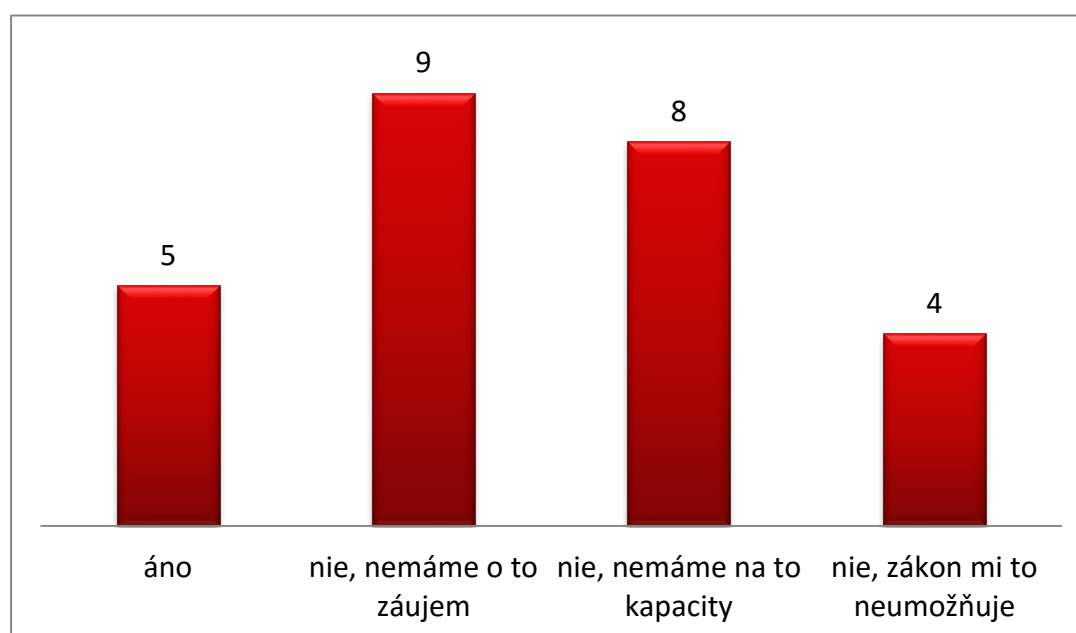
Deviatou otázkou sme sa organizácií pýtali, aká je ich cieľová skupina. Na výber bolo viacero možností. Pre oslovené NO nie sú zaujímavé národnostné menšiny a drogovu závislé osoby (graf č. 4).



Graf č. 4: Cieľová skupina neziskových organizácií

Prameň: vlastné spracovanie na základe výskumu, 2016.

Každá nezisková organizácia má svoju hlavnú činnosť, no popri nej niektoré organizácie môžu vykonávať aj podnikateľskú činnosť. V otázke č. 10 nás zaujímalo, či opýtaní vykonávajú aj podnikateľskú činnosť (graf č.5)



Graf č. 5: Vykonávanie podnikateľskej činnosti

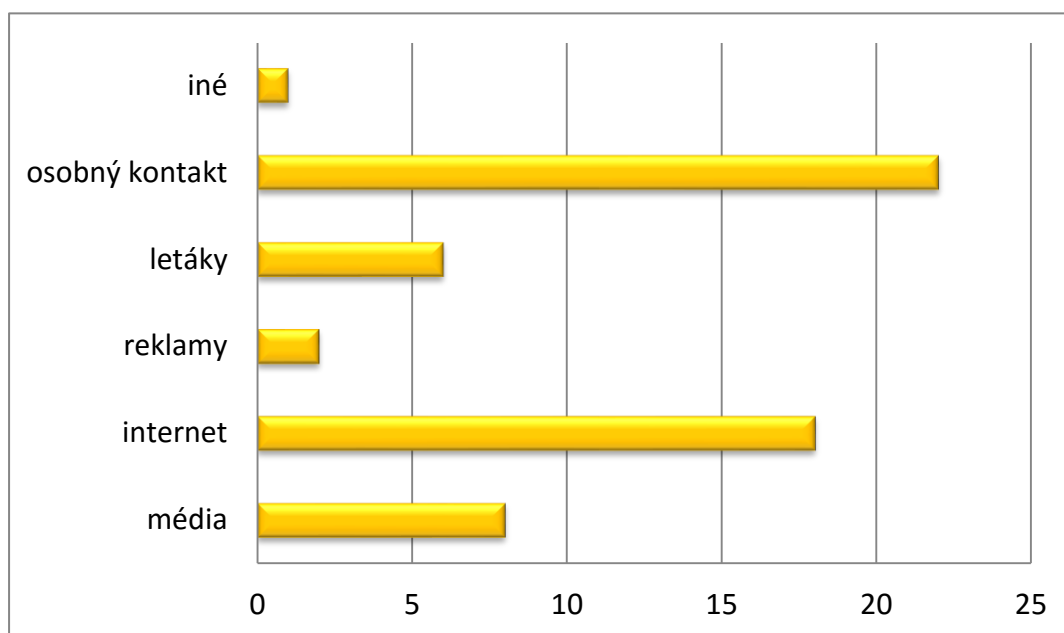
Prameň: vlastné spracovanie na základe výskumu, 2016.

Neziskových organizácií, ktoré odpovedali na hore uvedenú otázku áno, sme sa opýtali, koľko im táto podnikateľská činnosť vynáša za jeden rok. Z piatich organizácií, ktoré podnikajú, nám odpovedali tri. Ročný zisk v jednej z opýtaných NO predstavuje 4 000€ z prenájmu reklám. Ďalšou odpoveďou bol ročný zisk 2 000€. A tretia organizácia uviedla, že sa len rozbieha.

Na ďalšiu otázku „Žiadali ste za posledné dva roky pomoc od štátu vo forme grantov a dotácií?“, desať z opýtaných organizácií odpovedalo nie (38,5 %). Väčší počet organizácií odpovedal áno, čo predstavuje 16 NO (61,5 %).

Na predchádzajúcu otázku nadviazala ďalšia, či NO uspeli v tejto žiadosti. 42,3 %, čo predstavuje 11 organizácií, uspelo v žiadosti a zvyšný počet 57,7 %, teda 15 organizácií neuspelo v žiadosti.

V poradí štrnástá otázka sa zaoberala najčastejšou formou oslovenia verejnosti. V grafe č. 6 môžeme vidieť, ktoré formy oslovenia NO preferujú.



Graf č. 6: Najčastejšie formy oslovenia verejnosti

Prameň: vlastné spracovanie na základe výskumu, 2016.

Neziskové organizácie majú skúsenosti s pozitívnymi, ale aj s negatívnymi ohlasmi pri oslovení darcov. My sme sa pýtali, na tie negatívne skúsenosti. Sedemnáť respondentov (65,4 %) nám odpovedalo, že negatívnu skúsenosť majú. Deväť organizácií (34,6 %) počas svojho pôsobenia malo len pozitívnu skúsenosť.

V teoretickej časti sme sa zaoberali aj zdrojmi financovania neziskových organizácií. V nasledujúcich otázkach nás preto zaujímala podpora NO od prispievateľov finančným alebo materiálnym, či iným darom. V otázkach sme sa pýtali, či majú NO stálych prispievateľov a či pri ich financovaní využívajú aj fundraisingové metódy. Stálych prispievateľov má 19 organizácií a len 4 využívajú fundraisingové metódy financovania.

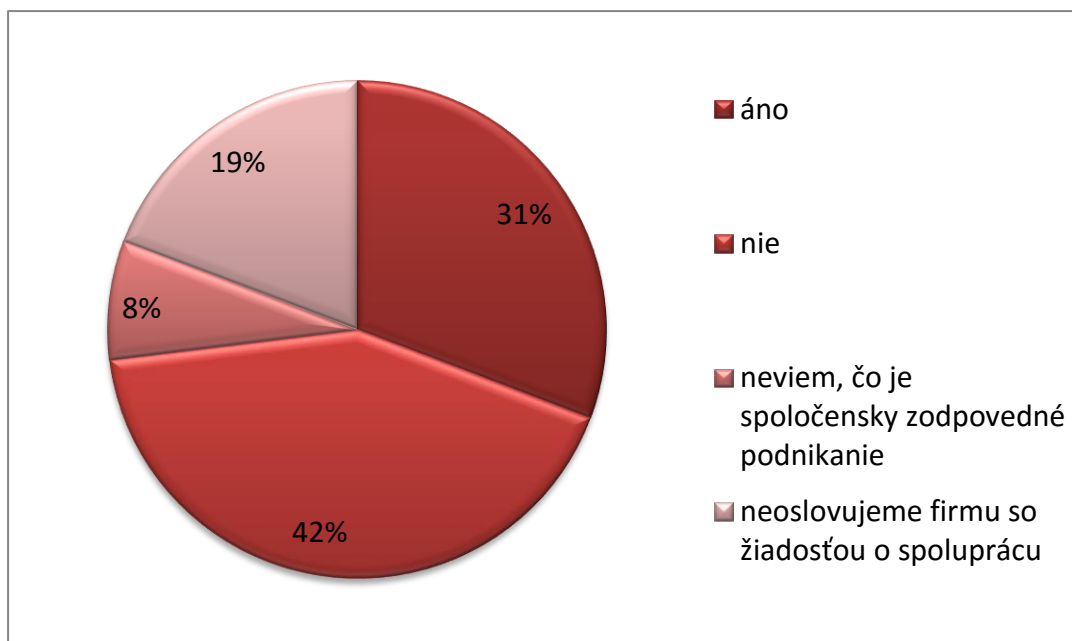
Firemný sektor je tiež dôležitou zložkou pri podpore neziskových organizácií, preto sme sa pýtali na najväčší získaný dar od firiem. Odpovede sú uvedené v tabuľke č. 3.

Tabuľka 3: Najväčší dar od podnikateľského sektora

Finančný dar v €	Počet neziskových organizácií
Žiadny dar	10
Od 1000 do 2000	11
Od 2001 do 5000	3
Nad 5000	2

Prameň: vlastné spracovanie na základe výskumu, 2016.

„Ak oslovujete firmy na spoluprácu, využívate pri tom ich agendu spoločensky zodpovedného podnikania? (tzn. ak firma deklaruje, že sa zaujíma o okolie, v ktorom pôsobí a chce prispievať k rozvoju komunity, oslovili ste takúto firmu s možnosťou spolupráce, aby ste spolu prispievali k rozvoju v komunite?)“, sme sa pýtali v 19. otázke. Odpovede boli rôzne (viď graf č. 7).



Graf č. 7: Využívanie agendy spoločensky zodpovedného podnikanie firmami

Prameň: vlastné spracovanie na základe výskumu, 2016.

Poslednou dvadsiatou otázkou sme zisťovali, na čom je založená spolupráca neziskových organizácií s firmami. Na odpoveď, že firma poskytne finančný dar a nezisková organizácia zrealizuje aktivity, na ktorých propaguje firmu odpovedalo najviac až 12 NO (46,2 %). Možnosť, že firma poskytne materiálny dar, a realizujú sa aktivity, ktoré NO propaguje, si zvolilo 9 neziskových organizácií (34,6 %). Na odpoveď, či firma na výzvu organizácie zapojí svojich zamestnancov ako dobrovoľníkov pri realizácii aktivít odpovedali 3 NO (11,5 %) a osem NO vybralo odpoveď, že nemajú spoluprácu s firmami (30,8 %).

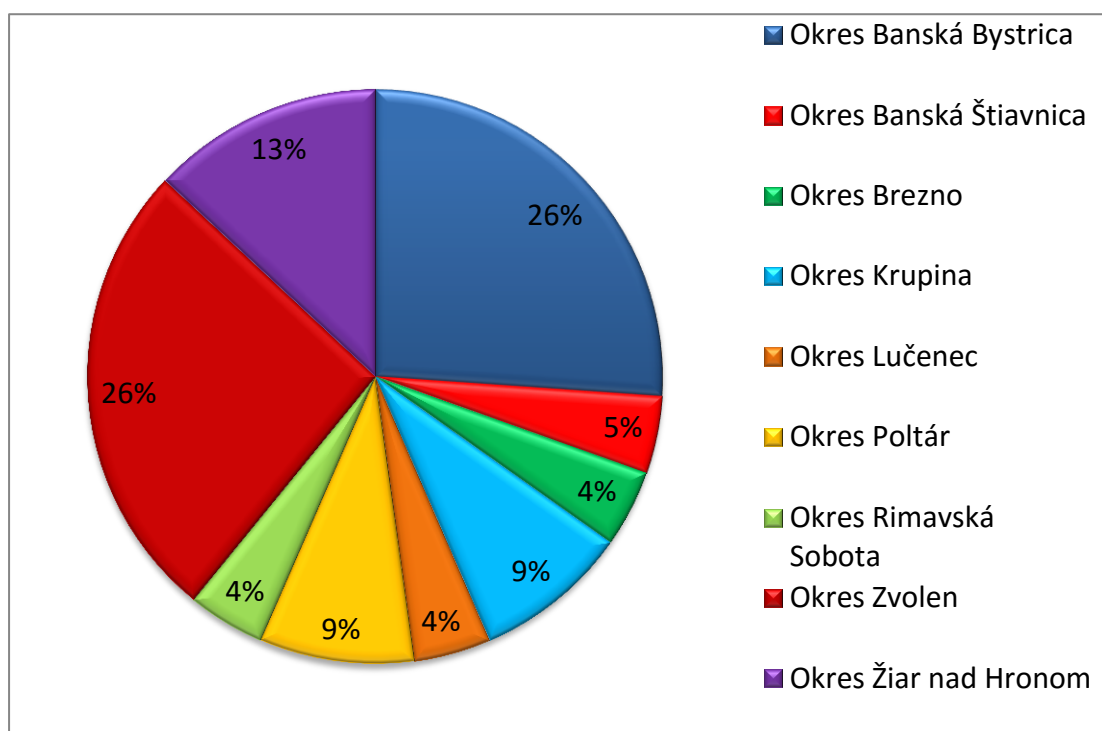
Z uvedeného je zrejmé, že respondenti takmer v jednej tretine prípadov nevyužívajú spoluprácu s firmami, či už na získanie finančnej a materiálnej podpory, alebo na angažovanie dobrovoľníkov z radu zamestnancov. Ďalšie závery a zistenia zhrňame v podkapitole 2.4.

2.3. Vyhodnotenie dotazníka pre firmy

Naša bakalárska práca sa zaoberá podporou neziskového sektora, filantropiou a spoločensky zodpovedným podnikaním, preto sme oslovili dvestodesať firiem s dotazníkom „Filantropia a firmy“. Z oslovených firiem sa zúčastnilo nášho

dotazníka 23 firiem, čo predstavuje 10,95 % z celkového počtu. Návratnosť bola veľmi nízka aj na základe opakovaných výziev sa nám nepodarilo získať viac odpovedí.

Zúžili sme okruh respondentov na Banskobystrický kraj a v prvej otázke sme sa pýtali firiem, v ktorom okrese sídlia. Odpovede môžeme vidieť v grafe č. 8. Subjekty nepochádzali z okresov Detva, Revúca, Veľký Krtíš a Žarnovica.

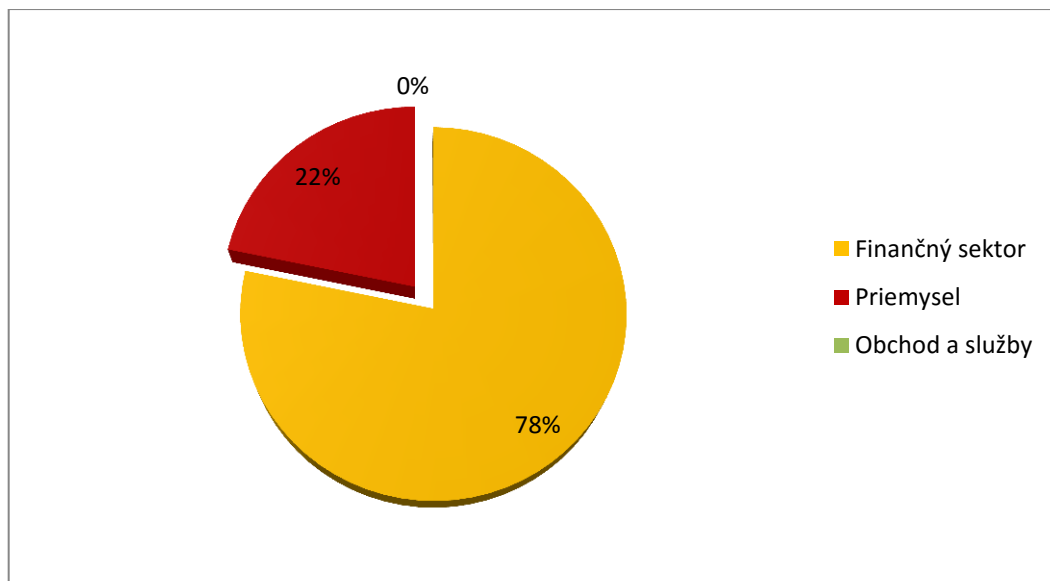


Graf č. 8: Sídlo firmy

Prameň: vlastné spracovanie na základe výskumu, 2016.

Druhá otázka predstavuje firmy z hľadiska právnej formy. Spoločností s ručením obmedzeným bolo 19, čiže 82,6 %, akciové spoločnosti uviedli 3 firmy (13 %), komanditná spoločnosť sa vyskytla 1-krát (4,3 %) a verejné obchodné spoločnosti sa nášho dotazníkového výskumu nezúčastnili.

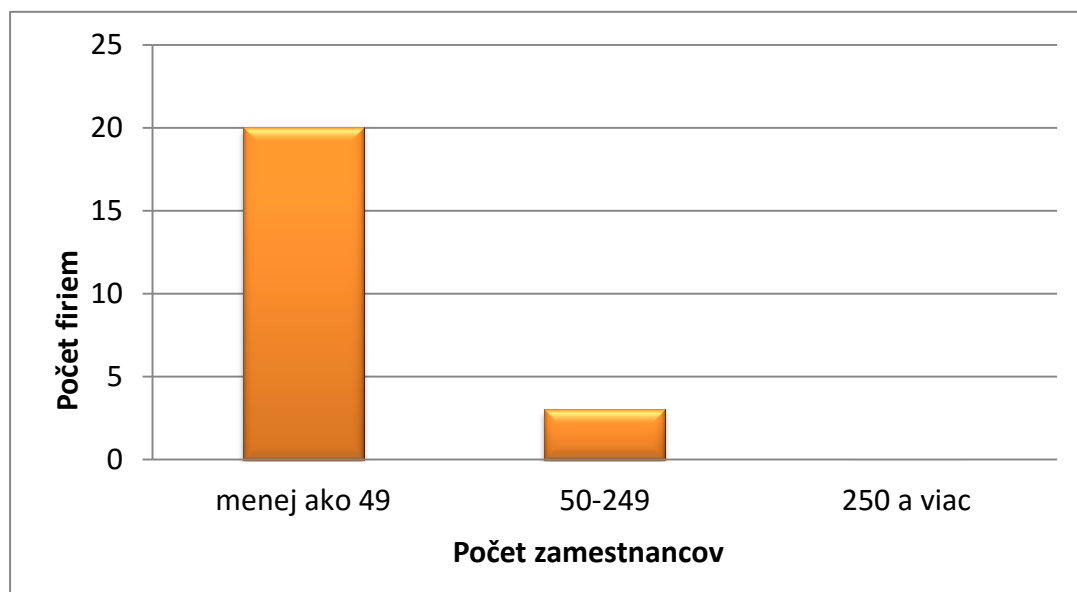
Tretia otázka sa zaoberala sektorom, v ktorom firma pôsobí. Odpovede sme zúžili na finančný sektor, priemysel, obchod a služby (graf č. 9). Oslovené firmy nepôsobili vo finančnom sektore.



Graf č. 9: Pôsobenie firiem v sektoroch

Prameň: vlastné spracovanie na základe výskumu, 2016.

Vo štvrtej otázke sme zisťovali veľkosť firmy podľa počtu zamestnancov. Odpovede sme vyjadrili v grafe č. 10.



Graf č. 10: Veľkosť firmy podľa počtu zamestnancov.

Prameň: vlastné spracovanie na základe výskumu, 2016.

Piata otázka tiež skúma veľkosť firmy, ale z hľadiska ročného obrátu firmy, ktorý je udávaný v tisícoch eur (tabuľka 4). Táto otázka bola pre niektoré firmy

zrejme príliš „osobná“, a napriek tomu, že dotazník bol anonymný, bolo uvedených menej odpovedí.

Tabuľka 4: Ročný obrat firiem v tisícoch €

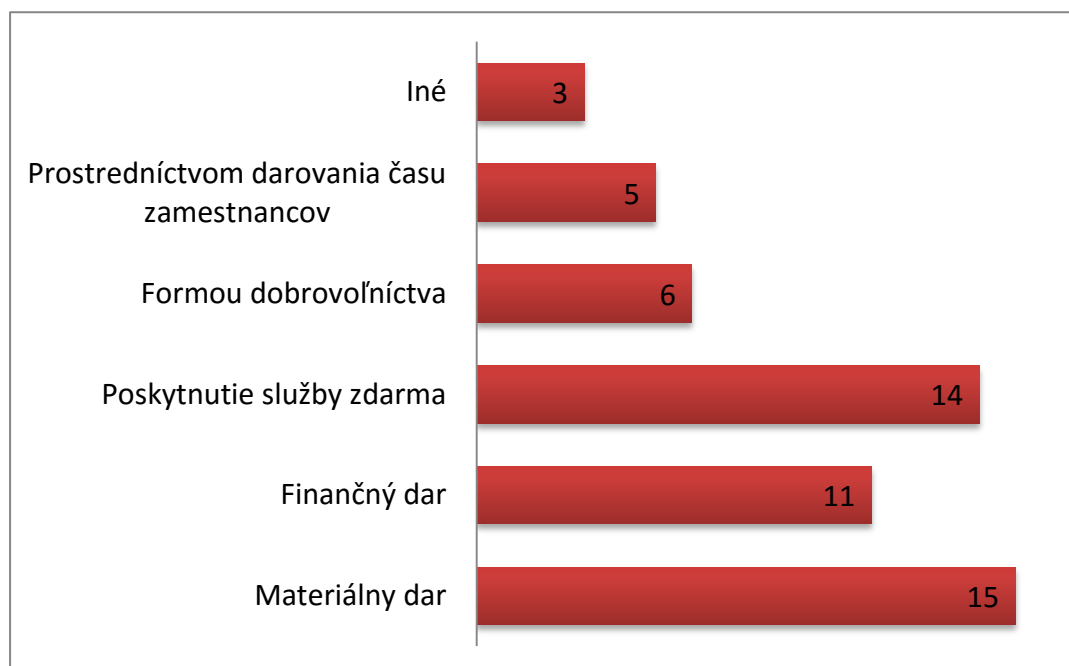
Ročný obrat v tisícoch eur	Počet firiem
Od 0 po 150	10
Od 200 po 500	5
Od 500 po 1 000	2
Od 1 000 a viac	4

Prameň: vlastné spracovanie na základe výskumu, 2016.

V nasledujúcich otázkach sme sa zaoberali už priamo filantropiou a spoločensky zodpovedným podnikaním. Otázka číslo 6 bola zameraná na zisťovanie, či sa respondenti považujú za spoločensky zodpovedné firmy. Sedemnást firiem odpovedalo áno (73,9 %), dve firmy z 23 odpovedali možnosťou nie (8,7 %) a štyri firmy nevedeli posúdiť, či sú spoločensky zodpovednou firmou.

Nasledujúca otázka sa týkala podpory neziskových organizácií, či má podnik skúsenosť s materiálnou alebo peňažnou podporou pre NO. Až štrnásť firiem odpovedalo pozitívne áno, čo predstavuje 60,9 % z celkového počtu opýtaných subjektov. A deväť firiem, čiže 39,1 %, nepodporuje neziskové organizácie.

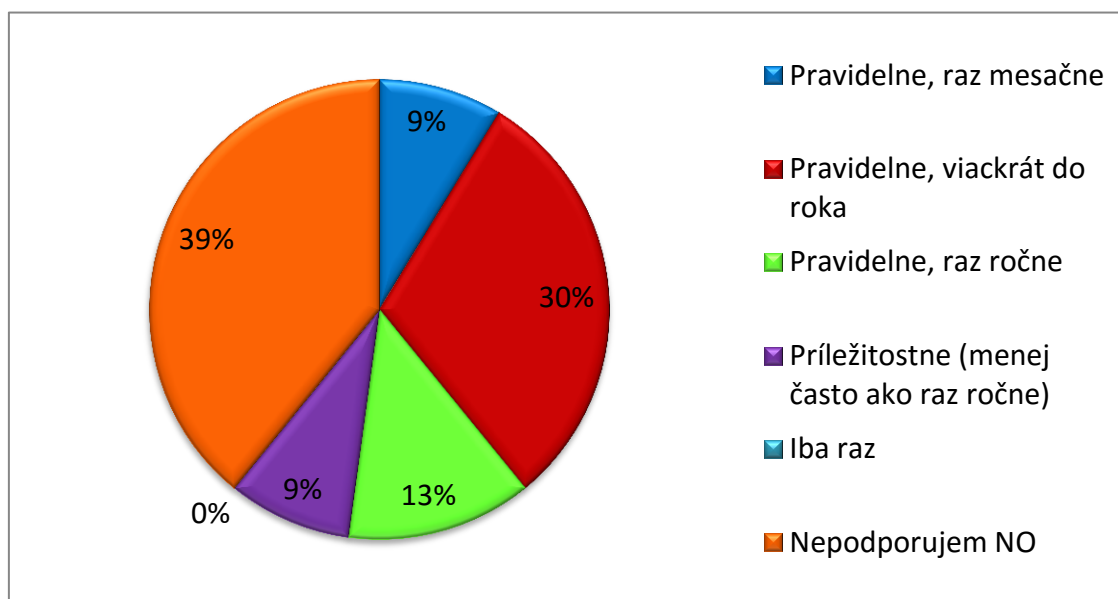
Ďalej nás zaujímalo, ktorú podporu preferujú firmy. Mali na výber viacero možností (viď graf č. 11).



Graf č. 11: Preferované podpory firiem pre neziskový sektor

Prameň: vlastné spracovanie na základe výskumu, 2016.

Otázkou číslo 9 sme sa pýtali, ako často poskytujú firmy podporu NO. Odpovede môžeme vidieť v grafe č. 12, možnosť ani raz nezvolila ani jedna firma.



Graf č. 12: Poskytnutie podpory neziskovým organizáciám

Prameň: vlastné spracovanie na základe výskumu, 2016.

Na otázku „Je pre Vás podpora neziskových organizácií súčasťou agendy spoločensky zodpovedného podnikania?“ odpovedalo „áno“ 14 firiem (39,1 %) a „nie“ 9 firiem (60,9 %).

Jedenástou otázkou sme sa pýtali, aké najväčšie výhody firmám prináša podporovanie neziskových organizácií. Firmy mali na výber viacero možností, preto je súčet väčší ako počet respondentov (viď tabuľku č. 5).

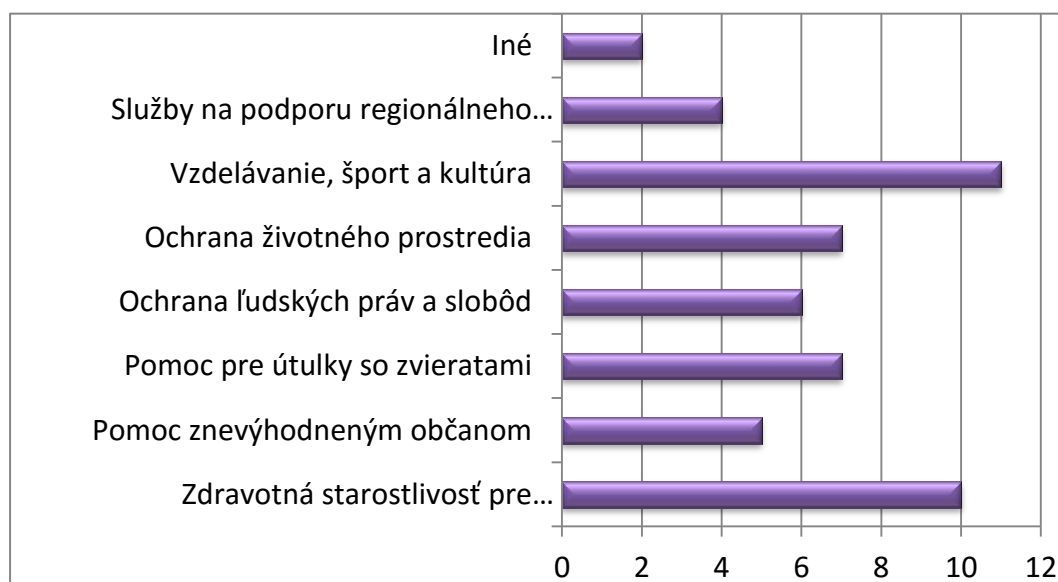
Tabuľka 5: Výhody pri podpore neziskových organizácií

Odpoveď	Počet odpovedí
Zlepšenie imidžu firmy	11
Zvýšenie produktivity a kvality	3
Zvýhodnenie pred konkurenciou	6

Zlepšenie vzťahov s verejným sektorom	5
Možnosti zapájať sa do projektov neziskových organizácií	5
Zvýšenie schopnosti získať a udržať kvalitných zamestnancov	1

Prameň: vlastné spracovanie na základe výskumu, 2016.

Otázka č. 12 bola zameraná na oblasti pôsobenia neziskových organizácií, ktorým by v prípade poskytnutia finančnej pomoci dali firmy prednosť. Z grafu č. 13 môžeme vyčítať, že najväčší záujem by bol o vzdelávanie, šport, kultúru a zdravotnú starostlivosť pre handicapovaných ľudí. Druhou oblasťou s veľkým záujmom by bola pomoc pre útulky so zvieratami a ochrana životného prostredia. Najmenej by boli podporované služby na podporu regionálneho rozvoja a zamestnanosti.



Graf č. 13: Oblasti pôsobenia neziskových organizácií, ktoré by firmy podporili

Prameň: vlastné spracovanie na základe výskumu, 2016.

V nasledujúcej trinástej otázke sme sa zaoberali neziskovými organizáciami, ktoré zaujali z hľadiska poskytnutia daru oslovené firmy. Firmy si mohli vybrať až tri neziskové organizácie, niektoré si nevybrali ani jednu. Tabuľka č.6 znázorňuje, neziskové organizácie, ktoré oslovili firmy natoľko, že sa ich rozhodli podporiť.

Tabuľka 6: Neziskové organizácie podporované firmami

Názov neziskovej organizácie	Počet firiem, ktoré ju podporujú
Svetielko nádeje	3

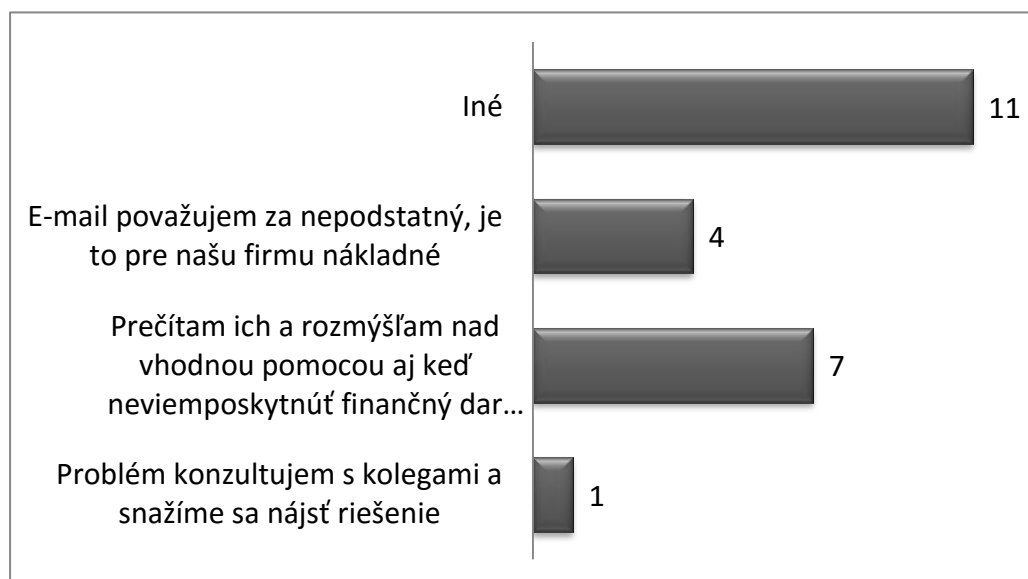
Svetielko pomoci	2
Unicef	2
Pontis	2
Športové kluby	2

Prameň: vlastné spracovanie na základe výskumu, 2016.

Medzi ďalšie podporované organizácie patrí napr.: Dobrý anjel, Divadlo Štúdia tanca, Hokejový klub mesta Zvolen, Vypestuj dobro, Letecký športový klub Dobrá Niva, Nadácia Markíza, SOS mačky, Túlavá labka, Združenie Slatinka.

Na otázku číslo 14, aká maximálna čiastka je pre firmy prijateľná pri peňažnej podpore neziskovej organizácie, bolo podobne, ako pri otázke ohľadom rozpočtu firmy, menej odpovedí. Najčastejšími odpoveďami, ktorých bolo osem, boli sumy pohybujúce sa od 100 do 300 €. Nad sumu 3 000€ sa nedostala žiadna odpoveď, sumy v rozpätí od 1 000 do 3 000€ by poskytli pre NO len tri firmy.

Poslednou otázkou nás zaujímala reakcia firiem na e-maily so žiadosťou o finančnú pomoc. Len jedna firma z 23, čo predstavuje 4,3 % si vybrala odpoveď, problém konzultujem s kolegami a snažíme sa nájsť riešenie. Sedem firiem odpovedalo, že si maily prečíta a rozmýšľa nad vhodnou pomocou, aj keď nevie poskytnúť finančný dar obratom. Štyri firmy považujú maily za nepodstatné a jedenásť firiem sa vyhlo odpovedi tak, že si vybrali odpoveď „iné“, kde mali dopísať svoje reakcie, no ani jeden respondent nič nedoplnil, čo predstavuje 47,8 % odpovedí (viď graf č. 14)



Graf č. 14: Reakcia na e-maily so žiadosťou o finančnú pomoc.

Prameň: vlastné spracovanie na základe výskumu, 2016.

Z hľadiska vyhodnotenia firemnej filantropie a spoločensky zodpovedného podnikania firiem, ktoré pôsobia v BBSK možno konštatovať, že tieto formy podpory tretieho sektora nie sú ešte veľmi rozvinuté. Pri finančnej podpore sa respondenti vyhýbali odpovedi, celkovo však možno povedať, že výška darov pohybuje v rozpätí 100 – 300 €. Pri vyššom počte odpovedí by malo zmysel aj zistiť koreláciu medzi veľkosťou firmy a výškou daru, v našom prípade to však nebolo zo štatistického hľadiska možné.

2.4. Zhrnutie

Na základe výskumu väčšina oslovených neziskových organizácií mali formu občianskeho združenia, ktoré najčastejšie pôsobili v oblasti kultúry a umenia. Tri štvrtina NO nezamestnávala zamestnancov, využívali možnosť pomoci dobrovoľníkov. Niektoré organizácie vykonávajú aj podnikateľskú činnosť, z ktorej financujú svoju hlavnú činnosť, najväčším zárobkom pre tieto NO je prenájom reklám, ktorý im ročne vynáša okolo 4 000 eur. Pri svojom financovaní viac ako polovica organizácií žiadala o pomoc vo forme grantu od štátu, ale v tejto žiadosti neuspeli, preto sa niektoré organizácie so žiadosťou o pomoc pri financovaní obracali na firmy. Najčastejšou formou oslovenia je osobný kontakt a využitie internetu, no trištvrte organizácií má skúsenosť s negatívnymi ohlasmi. Pozitívum je, že neziskové organizácie majú aj stálych prispievateľov, no väčšinou ide o priateľov alebo rodinu. Takmer tretina NO nevyužíva spoluprácu s firmami, preto odporúčame, aby aj tieto NO oslovili firmy lokálne, v rámci Banskobystrického kraja, lebo z analýzy vyplýva, že veľké percento firiem podporuje NO a organizácie by to mali využiť.

Z výstupu druhého dotazníka sme zistili, že väčšina firiem pôsobí v sektore obchodu a služieb a sú to malé firmy, ktoré zamestnávajú menej ako 50 zamestnancov. Tieto firmy sa považujú za spoločensky zodpovedné firmy, ktoré podporujú neziskové organizácie. Podpora spočíva v materiálnych a finančných daroch, niektoré firmy poskytujú zdarma aj služby. Podpora NO im prináša rôzne výhody, no na základe odpovedí je najdôležitejšou výhodou pre firmy - respondentov zlepšenie imidžu firmy. Vzhľadom k tomu, že firmy neposkytli údaje o výške zisku za minulý rok,

nemôžeme tvrdiť, či je táto sumy veľa alebo málo. Prekvapivou informáciou pre nás bolo to, že firmy z Banskobystrického kraja podporujú veľké neziskové organizácie ako Nadácia Markíza, Unicef, či Pontis, čo je síce logické, pretože tieto firmy sú dobre známe verejnosti, ale je na škodu, že firmy nepodporujú miestne neziskové organizácie.

Problémom môže byť, že neziskové organizácie z Banskobystrického kraja oslovujú firmy cez e-maily, ktoré väčšinou idú do spamu, firma na ich čítanie nemá čas, alebo neziskovú organizáciu nepozná a považuje ju za nepodstatnú. Preto odporúčame NO viac zviditeľniť svoju činnosť, poprípade firmám ponúknuť nejaké služby, ktoré by boli pre firmy prospešné a mali z toho benefity ako napríklad spomínané posilnenie imidžu či iné zvýhodnenia pred konkurenciou.

Z analýzy tiež vyplynulo, že firmy deklarujú, že sú spoločensky zodpovedné, ale tento fakt využíva len málo neziskových organizácií. Odporučili by sme preto neziskovým organizáciám, aby pri žiadostiach o podporu, zistili a našťudovali, v akej oblasti je firma, ktorú oslovujú, angažovaná ako spoločensky zodpovedná. Ak by napr. firma na svojich webových stránkach mala uvedené, že jej záleží na ochrane životného prostredia, mali by ju oslovovať organizácie, ktoré pôsobia v tejto oblasti alebo pripravujú projekt, ktorý s ochranou životného prostredia súvisí. Môžu tak ponúknuť firme, že jej vlastne naplnia CSR agendu.

ZÁVER

V bakalárskej práci sme v prvej časti vysvetlili, čo sa rozumie pod pojmom filantropia, ktorá vychádzala z podnikateľských princípov, identifikovali sme tradičné darcovské princípy, definovali spoločenský prínos podnikateľskej filantropie, vrátane spoločensky zodpovedného podnikania. Vysvetlili sme, ako sa financujú súkromné neziskové organizácie.

V hlavnej časti sme využili kvantitatívny výskum formou dvoch dotazníkov, kde sme oslovili firmy a neziskové organizácie. Dotazníky sa zaoberali využitím filantropie v praxi, a spoluprácou medzi firmami a neziskovými organizáciami.

V rámci analýzy sme dospeli k záveru, že väčšina firiem sa považuje za spoločensky zodpovedné firmy, no podporujú len veľké neziskové organizácie, ktoré sú mediálne známe, ale nenachádzajú sú v Banskobystrickom kraji. Z analýzy tiež možno usúdiť, že súkromné firmy nemajú záujem znižovať svoj zisk, preto ak podporujú neziskové organizácie, poskytujú im relatívne nízku finančnú sumu. Ďalším problém je, že organizácie sa snažia získať finančné prostriedky pre svoje pôsobenie v neziskovom sektore, no neoslovujú dostatok firiem. Majú zlé skúsenosti a preto sa nesnažia svoju činnosť tak spropagovať pre malé ako aj veľké firmy. Rozumieme tomu, že financie na propagáciu sú tiež potrebné, ale niekde treba začať.

Spolupráca medzi firemným a neziskovým sektorom by mohla byť jednoduchá, keby sa obidve strany pochopili význam tejto spolupráce. Firme to poskytuje neskutočne veľa výhod ako zlepšenie podmienok na podnikanie, ktoré vedie ku konkurenčným výhodám a tie majú veľký význam aj v medzinárodnom kontexte. Z výskumu sme zistili, že neziskové organizácie sa sústreďujú len na imidž firmy a nevnímajú ostatné výhody, ktoré im z podpory neziskového sektora môžu plynúť. Pre neziskové organizácie táto spolupráca prináša tiež veľa výhod, ktoré sme už spomenuli v teoretickej časti.

Myslíme si, že je potrebné osloviť nové skupiny firiem, ponúknuť im služby, opísať výhody, ktoré môžu mať z tejto spolupráce a zdvihnúť povedomie o určitých neziskových organizáciách. Taktiež, neziskové organizácie by nemali žiadať len o finančné príspevky, ale aj o materiálne dary, ktoré prispievajú k chodu činností, prípadne hľadať spôsoby, ako zapojiť zamestnancov firmy ako dobrovoľníkov, veď aj poskytnutie času je dar.

Na základe uvedeného možno konštatovať, že cieľ bakalárskej práce sme splnili, za hlavný prínos považujeme návrhy, ktoré by mohli pomôcť neziskovým

organizáciám zvýšiť výšku financií získaných od podnikov cez filantropiu a darcovstvo.

SUMMARY

In the first part of the bachelor thesis we explained the meaning of a notion philanthropy, which is based on business principles, we identified traditional donation principles and defined social contribution of entrepreneurial philanthropy, including socially responsible entrepreneurship. We explained how private non-profit organizations are financed.

In the main part of the thesis we applied quantitative research using two questionnaires to be filled by companies and non-profit organizations. Questionnaires dealt with the practical use of philanthropy and with cooperation between companies and non-profit organizations.

After analysing the questionnaires we concluded that the majority of the companies find themselves socially responsible; however, they support just big non-profit organizations, which are well known, and which are not situated in Banská Bystrica region. We found out that private companies are not interested in reducing their profit, so even if they support non-profit organizations, they provide them with relatively low amount of money.

Cooperation between enterprises and non-profit sector could be simple, if the both sides understood its importance. It has many advantages for enterprises, as for example improving conditions for business, which lead to competitive benefits, which are very important in international context. The research showed that non-profit organizations focus only on image of enterprises and do not see other benefits, which they can gain by cooperation with non-profit sector. We mentioned the advantages of this cooperation for non-profit organizations in the theoretical part.

We think that it is necessary to appeal to new companies, offer them a service, and describe advantages which they can get as well as to raise their awareness of non-profit organizations. Furthermore they should not ask just for financial aid, but for material donation, which contribute to its activity as well as to find different ways to involve employees of an enterprise as volunteers.

We can conclude that the aim of the bachelor thesis was fulfilled, and we consider the suggestions that could help non-profit organizations to increase an amount of financial aid through philanthropy and donation, as the main contribution of the work.

ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY

1. BARTOŠOVÁ, Z. 2006, *Sprievodca firemnou filantropiou*. [online]. Bratislava: Fórum donorov, 2006. [cit. 2015-09-29]. Dostupné na internete: [uinz:<http://www.jasr.sk/files/Sprievodca_firemnou_filantropiou.pdf>](http://www.jasr.sk/files/Sprievodca_firemnou_filantropiou.pdf).
2. BOUKAL, P., VÁVROVÁ, H. a kolektiv. *Ekonomika a financování neziskových organizací. 1. vydání*, Praha, 2007, Oeconomica, ISBN 978-80-245-1293-9
3. BUNČÁK, M. 2005. *Spoločensky zodpovedné podnikanie. Definícia a história*. In Kolektív autorov. 2005. *Spoločensky zodpovedné podnikanie. Prehľad základných princípov a príkladov*. Bratislava : Nadácia INTEGRA, 5-19 s. (ISBN nie je uvedené)
4. ČÍHOVSKÁ, V. –HANULÁKOVÁ, E. 1999, *Marketing neziskových organizácií*. Bratislava: EUROUNION, 1999. ISBN 80-88984-04-1.
5. GUŠTAFÍK, P. 2000. Tretí sektor a biznis. In Kolektív autorov. 2000. *Čítanka pre pokročilé neziskové organizácie*. Bratislava : Centrum prevencie a riešenia konfliktov, PDCS, 125-151 s. ISBN 80-968095-3-9.
6. http://dobrovolnictvo.sk/_subory/PDCS_Analyza_dobrovolnictva_SK.pdf
7. http://itretisektor.sk/dary_a_granty
8. <http://www.ekologika.sk/spolocenska-zodpovednost-firmy.html>
9. http://www.jaslovensko.sk/files/Sprievodca_firemnou_filantropiou.pdf
10. <http://www.masmedialne.info/ivan-zary-public-relations-10-treti-sektor/>
11. <http://www.ngdofundraising.net/uploads/SV-Slovakia-Darcovstvo-na-Slovensku.pdf>
12. IL'ANOVSKÁ, L. 2010. *Spoločne a zodpovedne. Ako úspešne spolupracovať pri miestnom rozvoji?* [online]. Košice : Karpatská nadácia, 2010. 64 s. ISBN 978-80-970429-3-6. [citované 29. 7. 2013]. Dostupné na internete: http://www.npoa.sk/uploads/File/kniznica/KNSaZ_ako_spolupracovat_na_miestnom_rozvoji.pdf 15.
13. KUVIKOVÁ, Helena. 2004. *Neziskové organizácie v Európskej únii*. Banská Bystrica : UMB, 110 s. ISBN 80-8055-937-6.
14. LIPIANSKA, J. 1996. *Sponzoring*. Bratislava : EKONÓM, 73 s. ISBN 80-225-0822-5.
15. MAJCHRÁK, J., MAROŠIOVÁ, L. 2004. *Firemná filantropia na Slovensku, analýza – názory – prípadové štúdie*. Bratislava : IVO, 111 s. ISBN 80-88935-62-8.

16. MARČEK, E. – DLUHÁ, M. 2002. *Podniky a neziskové organizácie. Analýza vzájomnej spolupráce na Slovensku*. [on line]. Bratislava : PANET (Partnersfor Networking), 2002. 54 s. ISBN 80-968881-1-0. [citované 31. 5. 2013]. Dostupné na internete: http://www.panet.sk/download/1_publikacia.pdf
17. MARČEK, E. – VAKULOVÁ, L. 2005. *Medzisektorová spolupráca na Slovensku. Súhrnný materiál z realizácie programu v rokoch 2002 – 2005*. [on line]. Bratislava : 19 PANET (Partnersfor Networking) a Nadácia pre deti Slovenska, 2005. 42 s. [citované 29. 7. 2013]. Dostupné na internete: http://www.panet.sk/download/4_synteza.pdf
18. MARČEK, E. 2005. Spoločensky zodpovedné podnikanie a podpora komunity. In Kolektív autorov. 2005. *Spoločensky zodpovedné podnikanie. Prehľad základných princípov a príkladov*. Bratislava : Nadácia INTEGRA, 63-80 s. (ISBN nie je uvedený).
19. MARČEK, E. *Dobrovoľníctvo a právna úprava*. Bratislava: Nadácia otvorenej spoločnosti, 2008. ISBN 978-80-969271-6-6.
20. MARKUŠ, M. 2005. Spoločensky zodpovedné podnikanie v prostredí malých a stredných podnikov. In Kolektív autorov. 2005. *Spoločensky zodpovedné podnikanie. Prehľad základných princípov a príkladov*. Bratislava : Nadácia INTEGRA, 33-50 s. (ISBN nie je uvedený).
21. NEŠPOROVÁ, M., SCHMIDT, H. 2005. Firemní dobrovolnictví. In Kolektív autorov. 2005. *Napříč společenskou odpovědností firem*. Kladno : AISIS, 42-125s. ISBN 80-239-6111-X. Dostupné na internete: <http://www.sof.cz/download/Napric-SOF.pdf>.
22. REMIŠOVÁ, A. 1999. *Podnikateľská etika v praxi – cesta k úspechu*. Bratislava : EPOS, 1999, 288 s. ISBN 80-8057-106-6.
23. REMIŠOVÁ, A. 1999. *Podnikateľská etika v praxi – cesta k úspechu*. Bratislava : EPOS, 1999, 288 s. ISBN 80-8057-106-6.
24. SALAMON, L. M., & ANHEIER, H. K. (1998). Socialoriginsof civil society: Explainingthenonprofitsectorcross-nationally. *Voluntas: International journal of voluntary and nonprofit organizations*, roč. 9, č.3, s. 213-248
25. STREČANSKÝ, B. 2000. *Filantropia vo svete a na Slovensku*. In Kolektív autorov. 2000. *Čítanka pre pokročilé neziskové organizácie*. Bratislava : Centrum prevencie a riešenia konfliktov, PDCS, 27-49 s. ISBN 80-968095-3-9.

26. ŠANCOVÁ, V. et al., 2005. *Napříčspolečenskou odpovědností firem*. Kladno: AISIS, 2005. ISBN 80-239-6111-X.
27. TRNKOVÁ, A., 2004, *J. Společenská odpovědnost firem, kompletní průvodce tématem a závěry z průzkumu v ČR*. [online]. Praha: Business Leaders Forum, 2004. [cit. 2014-09.29]. Dostupné na internete: <www.blf.cz/csr/cz/vyzkum.pdf>.
28. www.cpf.sk
29. www.fundraising.sk
30. www.ivo.sk
31. www.panet.sk
32. www.zodpovednepodnikanie.sk
33. ZADRAŽILOVÁ Dana a kol., 2010. *Spoločenská odpovednosť podniku : transparentnosť a etika podnikání*, 2010 1. Vydanie Praha, ISBN :978-80-7400-192-5
34. Zákon č. 147/1997 Z z. o neinvestičných fondoch
35. Zákon č. 35/2002 Z z. o nadáciách
36. Zákon č. 35/2002 Z z. o neziskových organizáciách poskytujúce všeobecne prospešné služby
37. Zákon č. 83/1990 Zb. o združovaní občanov
38. Zákon o dobrovoľníctve č. 406/2011 Z. z. §2

PRÍLOHY

Príloha 1 Dotazník pre neziskové organizácie

Príloha 2 Dotazník pre firmy

Príloha 1 Dotazník pre neziskové organizácie

Podpora neziskových organizácií

Dobrý deň,

som študentkou tretieho ročníka Ekonomickej Fakulty Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici.

Obraciam sa na Vás s prosbou o vyplnenie výskumného dotazníka pre moju bakalársku prácu s názvom PODNIKATEĽSKÁ FILANTROPIA VERZUS DARCOVSTVO. Cieľom dotazníka je zistiť, ako sú financované neziskové organizácie na Slovensku a či majú dostatočnú podporu z okolia.

Dotazník je anonymný a jeho vyplnenie Vám zaberie maximálne 5 minút. Získané údaje budú použité výhradne za účelom spracovania bakalárskej práce.

Za Vašu ochotu a čas strávený vyplňaním vopred veľmi pekne ďakujem.

*** Povinné**

1. V ktorom okrese sídli Vaša organizácia? *

Označte iba jednu elipsu.

- ☐ Okres Banská Bystrica
- ☐ Okres Banská Štiavnica
- ☐ Okres Brezno
- ☐ Okres Detva
- ☐ Okres Krupina
- ☐ Okres Lučenec
- ☐ Okres Poltár
- ☐ Okres Revúca
- ☐ Okres Rimavská Sobota
- ☐ Okres Veľký Krtíš
- ☐ Okres Zvolen
- ☐ Okres Žarnovica
- ☐ Okres Žiar nad Hronom
- ☐ Iný okres

2. Aká je právna forma Vašej organizácie? *

Označte iba jednu elipsu.

- ☐ Nadácia
- ☐ Neinvestičný fond
- ☐ Nezisková organizácia poskytujúca všeobecne prospešné služby
- ☐ Občianske združenie
- ☐ Iné:

3. Ako dlho existuje Vaša organizácia? (uved'te počet rokov) *

.....

4. V akej oblasti pôsobíte? *

Začiarknite všetky vyhovujúce možnosti.

- ☐ sociálne služby
- ☐ zdravotníctvo
- ☐ ochrana ľudských práv a záujmov
- ☐ vzdelávanie a výskum
- ☐ kultúra a umenie
- ☐ šport
- ☐ deti a mládež
- ☐ medzinárodné aktivity
- ☐ náboženstvo
- ☐ ochrana životného prostredia
- ☐ rozvoj komunity a bývania
- ☐ Iné: _____

5. Koľko máte zamestnancov? *

Označte iba jednu elipsu.

- ☐ nemáme zamestnancov
- ☐ 1- 5
- ☐ od 6 do 12
- ☐ 12 a viac

6. Sú do vašej činnosti zapojení dobrovoľníci? *

Označte iba jednu elipsu.

- ☐ áno
- ☐ nie

7. Ak áno, prosím uveďte približný počet dobrovoľníkov:

8. Ak nie, zvažujete do budúcnosti zapojiť do vašej činnosti dobrovoľníkov? *

Označte iba jednu elipsu.

- ☐ áno
- ☐ nie
- ☐ uvažujeme o tom

9. Aká je Vaša cieľová skupina? (max. 3 možnosti) *

Začiarknite všetky vyhovujúce možnosti.

- ☐ verejnosť
- ☐ deti do 18 rokov
- ☐ mládež do 26 rokov
- ☐ seniori
- ☐ národnostné menšiny
- ☐ osoby v núdzi
- ☐ osoby zo zdravotným postihnutím
- ☐ osoby drogovu závislé
- ☐ cudzinci
- ☐ Iné: _____

10. Vykonávate okrem hlavnej činnosti aj podnikateľskú činnosť? *

Označte iba jednu elipsu.

- ☐ áno
- ☐ nie, nemáme o to záujem
- ☐ nie, nemáme na to kapacity
- ☐ nie, zákon mi to neumožňuje

11. Ak áno, koľko tisíc eur Vám vynesie podnikateľská činnosť ročne?

12. Žiadali ste v posledných rokoch pomoc od štátu vo forme grantov a dotácií? (za posledné 2 roky) *

Označte iba jednu elipsu.

- ☐ áno
- ☐ nie

13. Uspeli ste v tejto žiadosti? *

Označte iba jednu elipsu.

- ☐ áno
- ☐ nie

14. Aká je Vaša najčastejšia forma oslovenia verejnosti? (vyberte všetky relevantné) *

Začiarknite všetky vyhovujúce možnosti.

- ☐ média
- ☐ internet
- ☐ reklamy
- ☐ letáky
- ☐ osobný kontakt
- ☐ Iné: _____

15. Máte skúsenosti aj s negatívnymi ohlasmi pri oslovení darcov? *

Označte iba jednu elipsu.

☐ áno

☐ nie

16. Má Vaša organizácia stálych prispievateľov (podporujú vás 2 a viac rokov)? *

Označte iba jednu elipsu.

☐ áno

☐ nie

17. Pri financovaní Vašej organizácie využívate aj fundraisingové metódy? *

Označte iba jednu elipsu.

☐ áno

☐ nie

18. Aký najväčší dar Vám poskytol darca z firemného sektora za posledné dva roky (v tisícoch eur, v prípade, že ste nemali firemného darcu, uveďte 0) *

19. Ak oslovujete firmy na spoluprácu, využívate pri tom ich agendu spoločensky zodpovedného podnikania? (tzn. ak firma deklaruje, že sa zaujíma o okolie, v ktorom pôsobí a chce prispievať k rozvoju komunity, oslovili ste takúto firmu s možnosťou spolupráce, aby ste spolu prispievali k rozvoju v komunite?) *

Označte iba jednu elipsu.

☐ áno

☐ nie

☐ neviem, čo je spoločensky zodpovedné podnikanie

☐ neoslovujeme firmu so žiadosťou o spoluprácu

20. Spolupráca s firmami je založená na (vyberte všetky relevantné): *

Začiarknite všetky vyhovujúce možnosti.

☐ Firma poskytne finančný dar, my realizujeme aktivity, na ktorých propagujeme firmu

☐ Firma poskytne materiálny dar, my realizujeme aktivity, na ktorých propagujeme firmu

☐ Firma zapojí svojich zamestnancov ako dobrovoľníkov pri realizácii aktivít

☐ Nemáme spoluprácu s firmami

☐ Iné: _____

Používa technológiu



Príloha 2 Dotazník pre firmy

Filantropia a firmy

Dobrý deň,

som študentkou tretieho ročníka Ekonomickej Fakulty Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici

Obraciam sa na Vás s prosbou o vyplnenie výskumného dotazníka pre moju bakalársku prácu s názvom PODNIKATEĽSKÁ FILANTROPIA VERZUS DARCOVSTVO. Cieľom dotazníka je zistiť názory a postoje ľudí vo firmách a neziskových organizáciách v Banskobystrickom kraji sú spoločensky zodpovedné firmy a zapájajú sa do sociálneho podnikania.

Dotazník je anonymný a jeho vyplnenie Vám zaberie maximálne 5 minút. Získané údaje budú použité výhradne za účelom spracovania bakalárskej práce.

Za Vašu ochotu a čas strávený vyplňaním vopred veľmi pekne ďakujem. :)

* Povinné

1. V ktorom okrese sídli Vaša firma *

Označte iba jednu elipsu.

- ☐ Okres Banská Bystrica
- ☐ Okres Banská Štiavnica
- ☐ Okres Brezno
- ☐ Okres Detva
- ☐ Okres Krupina
- ☐ Okres Lučenec
- ☐ Okres Poltár
- ☐ Okres Revúca
- ☐ Okres Rimavská Sobota
- ☐ Okres Veľký Krtíš
- ☐ Okres Zvolen
- ☐ Okres Žarnovica
- ☐ Okres Žiar nad Hronom

2. Akú právnu formu má Vaša firma *

Označte iba jednu elipsu.

- ☐ a.s.
- ☐ s.r.o.
- ☐ v.o.s.
- ☐ iné

3. Firma pôsobí v nasledujúcom sektore *

Označte iba jednu elipsu.

- ☐ Finančný sektor
- ☐ Priemysel
- ☐ Obchod a služby

4. Uveďte veľkosť firmy podľa počtu zamestnancov: *

Označte iba jednu elipsu.

- ☐ menej ako 49
- ☐ 50-249
- ☐ 250 a viac

5. Váš ročný obrat v tisícoch € : *

.....

6. Považujete Vašu organizáciu za "spoločensky zodpovednú firmu"? *

Označte iba jednu elipsu.

- ☐ áno
- ☐ nie
- ☐ neviem posúdiť

7. Má Vaša firma skúsenosť s materiálnou alebo peňažnou podporou pre neziskové organizácie? *

Označte iba jednu elipsu.

- ☐ áno
- ☐ nie

8. Ktorú podporu preferujete?(vyberte všetky relevantné možnosti) *

Začiarknite všetky vyhovujúce možnosti.

- ☐ Materiálny dar
- ☐ Finančný dar
- ☐ Poskytnutie služby zdarma
- ☐ Formou dobrovoľníctva
- ☐ Prostredníctvom darovania času našich zamestnancov
- ☐ Iné:

9. Ako často poskytujete podporu neziskovým organizáciám (NO)? *

Označte iba jednu elipsu.

- ☐ Pravidelne, raz mesačne
- ☐ Pravidelne, viackrát ročne
- ☐ Pravidelne, raz ročne
- ☐ Príležitostne (menej často ako raz ročne)
- ☐ Iba raz
- ☐ Nepodporujem NO

10. Je pre Vás podpora neziskových organizácií súčasťou agendy spoločensky zodpovedného podnikania? *

Označte iba jednu elipsu.

- ☐ áno
- ☐ nie

11. Aké najväčšie výhody Vám prináša podporovanie neziskových organizácií?(vyberte všetky relevantné možnosti) *

Začiarknite všetky vyhovujúce možnosti.

- ☐ Zlepšenie imidžu firmy
- ☐ Zvýšenie schopnosti získať a udržať kvalitných zamestnancov
- ☐ Zvýšenie produktivity a kvality
- ☐ Zvýhodnenie pred konkurenciou
- ☐ Zlepšenie vzťahov s verejným sektorom
- ☐ Možnosti zapájať sa do projektov neziskových organizácií
- ☐ Iné: _____

12. V prípade poskytnutia finančnej pomoci, ktorej oblasti pôsobenia neziskových organizácií by ste dali prednosť? *

Začiarknite všetky vyhovujúce možnosti.

- ☐ Zdravotná starostlivosť pre handicapovaných ľudí
- ☐ Pomoc znevýhodneným občanom
- ☐ Pomoc pre útulky so zvieratami
- ☐ Ochrana ľudských práv a slobôd
- ☐ Ochrana životného prostredia
- ☐ Vzdelávanie, šport a kultúra
- ☐ Služby na podporu regionálneho rozvoja a zamestnanosti
- ☐ Iné: _____

13. Ktorá nezisková organizácia Vás najviac zaujala z hľadiska poskytnutia daru? (napíšte názov konkrétnej organizácie, maximálne tri) *

14. Aká maximálna čiastka je pre Vás prijateľná pri peňažnej podpore neziskovej organizácie? *

15. Aká je Vaša reakcia na e-mailly so žiadosťou o finančnú pomoc? *

Označte iba jednu elipsu.

- ☐ Problém konzultujem s kolegami a snažíme sa nájsť riešenie
- ☐ Prečítam ich a rozmýšľam nad vhodnou pomocou aj keď neviem poskytnúť finančný dar obratom
- ☐ E-mail považujem za nepodstatný, je to pre našu firmu nákladné
- ☐ Iné: _____

Používa technológiu

