

Stěžejní myšlenkou této práce je představa spolupráce neziskových organizací s komerčními firmami při realizaci společensky prospěšných projektů. Jedná se však o spolupráci, ve které je vzájemný vztah obou stran vyvážený a partnerský. Pro neziskové organizace, které oslovují potenciálního komerčního partnera, je nezbytné, aby působily profesionálně, důvěryhodně a přinášely zajímavé projekty, kterými dokáží oslovit co nejširší auditorium. Aby těchto kvalit dosáhly, musí se vyhnout chybným krokům, které uvádím v kapitolách o slabých místech neziskových organizací a o překážkách ve vzájemné spolupráci. Ovšem klíčem k úspěchu je zároveň i pochopení a motivace ze strany komerčních organizací a firem. V tomto ohledu, i přes některé již fungující partnerské programy a projekty, se ve srovnání se státy západní Evropy (Německo, Rakousko, Skandinávské země...) nachází ČR zatím ve stavu dospívání. Aby se situace ve firemním dárcovství a spolupráci komerčních a neziskových subjektů u nás obrazně řečeno dospěla, tzn. aby snesla západoevropská měřítko, je podle mého názoru nutné, aby došlo k následujícím změnám a vývoji:

1. Paradoxně si myslím, že neziskové organizace mají trochu navrch, protože si uvědomují, že finanční zdroje od komerčních partnerů mohou významně přispět k realizaci různých projektů. Mnohé NNO dnes působí jako dobré firmy s dobrým jménem a nechávají za sebou viditelné výsledky. Pokud budou NNO reflektovat výše zmíněné slabiny a budou pracovat na jejich odstranění, stane se jejich výchozí pozice pro partnerskou spolupráci s komerční firmou velice slibná.

2. Domnívám se, že stále ještě existuje málo neziskových organizací, které se zabývají čistě jen popularizací občanství a občanských iniciativ, potažmo neziskového sektoru.