

# Měření účinků firemního dárcovství a podpory firem do komunity jako součást společenské odpovědnosti firem

## oponentský posudek diplomové práce

diplomantka: Bc. Zuzana Bartošová

Fakulta humanitních studií UK Praha, obor Občanský sektor

Když se na půdě katedry Občanský sektor před třemi lety konala obhajoba první diplomové práce na téma Corporate Social Responsibility (CSR), mluvili jsme o tematickém novátorství a perspektivnosti tématu. Od té doby se na téma CSR v České republice uskutečnilo několik výzkumů, diskusí a konferencí. V centru pozornosti již drahnou dobu není opodstatnění této otázky a osvětlení jejího významu jak pro firmy, tak pro jejich partnery participující na činnostech realizovaných v rámci CSR. Téma se posunulo dále a ukázala se potřeba identifikovat nástroje pro jeho minucióznější, detailnější a přesnější analýzu.


Jedním z těchto nástrojů je, jak už stojí v názvu diplomové práce, měření účinků firemního dárcovství a podpory firem do komunity. Jde o metodiku Standard odpovědná firma, kterou zpracovalo Fórum dárců za podpory zahraničního partnera a kterou začalo implementovat v českém prostředí. Na obou těchto procesech se autorka diplomové práce podílela.

Autorka zasadila práci do širšího výkladového kontextu firemní filantropie, jejích metod, možností a forem a obohatila tak téma CSR o řadu nových údajů a dat. I tuto úvodní část práce považuji za přínosnou, byť téma práce leckdy přesahuje. (Např. kapitola Zdroje pro nestátní neziskové organizace, str. 21 an. Zde autorka např. přináší sice zajímavé, ale příliš fragmentární údaje o individuálním dárcovství.)

Autorka popisuje implementaci metody Standard odpovědná firma v zahraničí a její pilotní ověřování na desítku firem působících v ČR. Jen několik drobných poznámek k samotné metodice. Není zúžení sponzoringu na „sociální sponzoring“ příliš limitující? Řada firem aplikuje formu sponzoringu pouze z toho důvodu, že ji vnitřní předpisy darování neumožňují. Přitom v zásadě nežádají jinou protislužbu než formu poděkování (str. 42). Finančním ekvivalentem pro darování formou času a dobrovolné práce je buď průměrná hrubá roční mzda ve firmě nebo celostátní roční průměr. Záleží na firmě, kterou možnost si vybere (str. 67). Proč tento nejednotný postup v rámci metodiky, jejíž charakteristikou je jednotnost a srovnatelnost.

Práce je postavena na solidních informačních zdrojích. Škoda, že ne všechny zveřejňuje (dotazník pro firmy – str.68, angažovanost zaměstnanců – str. 72). Metodice hlásající transparentnost (firemní filantropie) by to slušelo. Práce je metodicky „čistá“. Škoda, že předkládaná textová verze je nedbalá a čtenářsky nevlídná (vypadávají slova, části vět, někdy se naopak opakují).

Práci Zuzany Bartošové doporučuji k obhajobě s orientačním návrhem udělení kreditů odpovídajícím známce 1.

  
PhDr. Marcela Bergerová, CSc.  
V Praze dne 10. 10. 2006