

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA HUMANITNÍCH STUDIÍ

Katedra studií občanské společnosti

Bc. Veronika Hoffmannová

Transparentnost firemních nadací v České republice

Diplomová práce

Vedoucí práce: **PhDr. Tereza Pospíšilová, PhD.**

Praha 2017

Prohlášení

„Prohlašuji, že jsem tuto diplomovou práci vypracovala samostatně a s použitím pramenů a literatury řádně citovaných a uvedených v seznamu literatury. Práci jsem nevyužila k získání jiného nebo stejného titulu.“

„Souhlasím s tím, že tato diplomová práce může být zveřejněna v elektronické knihovně FHS UK a může být využita i jako studijní text.“

V Praze dne 30. 6. 2017

.....

Podpis

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala především PhDr. Tereze Pospíšilové, PhD. za laskavé vedení mé diplomové práce, vstřícný přístup a cenné rady, které mi po celou dobu poskytovala.

Abstrakt

Tato diplomová práce pojednává o tématu transparentnosti firemních nadací v České republice. Tento aspekt fungování firemních nadací je důležitý zejména pro získání a udržení důvěry veřejnosti a legitimacy ve společnosti. Transparentnost je zde definována a následně zkoumána jako zveřejnění a dostupnost informací o nadaci na internetu. Cílem práce je zjistit jaká je úroveň transparentnosti firemních nadací a jak tato úroveň souvisí s vybranými charakteristikami nadací a firem. První teoretická část práce popisuje teoretická východiska firemních nadací a transparentnosti včetně jejich indikátorů a determinant. Druhá empirická část popisuje provedený výzkum, jeho výsledky a závěry. Výzkum je proveden na souboru všech nadací, které mají firemního zakladatele a byly založeny do roku 2014 včetně. Zkoumány byly dva typy transparentnosti; finanční transparentnost a transparentnost související s činností, které byly vytvořeny pomocí vybraných indikátorů. Jako možné determinanty transparentnosti byly zvoleny velikost nadace, stáří nadace, velikost správní rady nadace, zahraniční působení zakladatelské firmy a velikost zakladatelské firmy. K testování hypotéz o vztahu úrovně transparentnosti a jejich možných determinantů byla zvolena korelační analýza a test porovnání nezávislých výběrů. Z výsledků vyplývá vyšší úroveň transparentnosti v oblasti transparentnosti související s činností než v oblasti finanční transparentnosti. Pokud jde o souvislost mezi transparentností a charakteristikami nadací a firem, významně se projevila zejména velikost nadace, resp. počet zaměstnanců, dále velikost správní rady a velikost zakladatelské firmy. Souvislost mezi stářím organizace a rozdíl v transparentnosti v souvislosti se zahraničním působením firmy se neprokázaly.

Klíčová slova: transparentnost, firemní nadace, determinanty transparentnosti, indikátor transparentnosti, internet, zveřejnění

Abstract

This thesis discusses the topic of transparency of corporate foundations in the Czech Republic. This aspect of corporate foundations' activity is important mainly for gaining public trust and legitimacy in the society. The transparency is defined and subsequently researched as disclosure and accessibility of information about foundation on the internet. The purpose of this work is to analyse the level of corporate foundations' transparency and the association of the level of transparency with selected characteristics of foundations and their founding firms. The first, theoretical part describes theoretical background of corporate foundations and transparency including its indicators and determinants. The second, empirical part describes the research, its results and conclusions. The research population consists of all corporate foundations founded in the Czech Republic up to 2014. Two types of transparency were analysed; financial and performance transparency, which were made up of selected indicators. Analysed determinants of transparency were foundation size, foundation age, foundation board size, firm's foreign activity, firm size. Correlation analyses and independent samples tests were used to test the hypothesis. The results suggest higher level of performance transparency in comparison with financial transparency. In terms of the association between the level of transparency and characteristics of foundations and firms, the results suggest the association between transparency and foundation size, foundation board size and firm size. There was no significant association between transparency and foundation age and firm's foreign activity.

Key words: transparency, corporate foundations, determinants of transparency, indicators of transparency, internet, disclosure

Obsah

I. Úvod	13
II. Teoretická část	16
1. Firemní nadace v kontextu společenské odpovědnosti firem	16
1.1 Společenská odpovědnost firem (CSR)	16
1.2 Firemní nadace v České republice	19
1.3 Standardy a podpora společenské odpovědnosti firem	22
2. Transparentnost: definice, vývoj a význam	26
2.1 Indikátory transparentnosti	32
2.2 Determinanty úrovně transparentnosti	37
I. Empirická část	45
3. Výzkum transparentnosti firemních nadací	45
3.1 Cíle práce	45
3.2 Výzkumné otázky	45
3.3 Hypotézy	45
3.4 Metodologie	47
3.5 Analýza dat	59
4. Výsledky výzkumu	62
4.1 Deskripce populace	62
4.2 Testování hypotéz	74
4.3 Další výsledky	81
5. Diskuze	87
5.1 Limity výzkumu	92
6. Závěr	93
Seznam použitých zdrojů	95
Seznam tabulek	108
Seznam grafů	109

Seznam příloh	110
---------------------	-----

I. Úvod

Firemní nadace se v současné době v České republice stávají významnou součástí občanské společnosti. Roste jejich počet i množství prostředků, které tyto subjekty každoročně přerozdělí. Nejsou ale pouze součástí občanské společnosti, k níž je váže jejich právní forma, ale rovněž součástí oblasti tzv. společenské odpovědnosti firem (CSR), konkrétně firemní filantropie, která spočívá ve společensky účelném rozdělování finančních a jiných prostředků firmami. Prostřednictvím těchto aktivit se firmy snaží chovat odpovědně a eticky k prostředí, v němž působí, a některé z nich si zvolily právě možnost založit firemní nadaci a jejím prostřednictvím být společensky odpovědné.

Firemní nadace jsou subjekty, které se nacházejí na pomezí neziskového a komerčního sektoru. Svou právní formou se řadí mezi neziskové organizace, právní forma jejich zakladatele, nebo alespoň jednoho ze zakladatelů, kterým je obchodní společnost, je nicméně částečně váže k ziskovému sektoru už z toho důvodu, že firemní nadace jsou svým zakladatelem často finančně i jinak podporovány a jejich chod často zabezpečují zaměstnanci zakladatelské firmy.

S rostoucím počtem nejen firemních nadací, ale i dalších typů organizací občanské společnosti se tak objevují požadavky na jejich fungování, které by tyto organizace proto, aby si ve společnosti udržely legitimitu, měly splňovat. Jedním z těchto požadavků a aspektů ve fungování nadací, který je akcentován v zahraničí i v českém prostředí, je jejich transparentnost. Koncept transparentnosti nemá pouze jedno pojetí a jeho vnímání se měnilo rovněž v čase, v této práci je ale definován jako zveřejňování informací na internetu. Toto pojetí se vyskytuje i ve výzkumech, z nichž tato práce čerpá. Transparentnost firemních nadací je významná zejména z důvodu získání a udržení důvěry veřejnosti a dalších zúčastněných aktérů a má do značné míry roli kontrolního mechanismu, který u jiných právních forem představují jejich členové nebo podílníci. Koncept transparentnosti je součástí mezinárodních dokumentů a zásad společenské odpovědnosti firem, ale jeho význam je již vnímán i v samotném neziskovém sektoru. Jeho význam tkví zejména v umožnění kontroly subjektů, které jej přijmou, občany. Iniciativy související s transparentností organizací občanské společnosti se objevily i v České republice, a proto považují za důležité se jím zabývat. Transparentnost neziskových organizací byla již v České republice předmětem výzkumu, výhradně firemní nadace ale zatím zkoumány nebyly.

Právě transparentnost jakožto jeden z aspektů fungování nadací je předmětem výzkumu v této práci. Výzkum je proveden na celém souboru firemních nadací v České republice, které byly založené do roku 2014 včetně. Roli zde hraje nikoliv pouze zkoumání úrovně transparentnosti, ale i faktory, které mohou s touto úrovní souviset. Těmito faktory jsou vybrané charakteristiky nadací a charakteristiky zakladatelských firem, které byly stanoveny na základě teoretických východisek a předchozích výzkumů, z nichž tato práce čerpá.

První část teoretického rámce práce tvoří koncept společenské odpovědnosti firem, který je dále zaměřen na oblast firemní filantropie, jejíž součástí jsou firemní nadace. Firemním nadacím je věnována samostatná kapitola, jejímž cílem je nejen popsat základní aspekty fungování nadací v českém prostředí, ale která se rovněž soustředí na detailnější popis specifik nadací firemních. Zaměřuje se na popis vztahu firemní nadace a jejího firemního zakladatele a na způsoby, kterými na sebe tyto dva subjekty působí. Právě tento vztah je jedním z předpokladů pro hledání možných determinant transparentnosti firemních nadací.

Další částí teoretického zakotvení práce je představení konceptu transparentnosti a jeho zasazení do prostředí společenské odpovědnosti firem i nadačního sektoru. Na základě poznatků z odborné literatury, která je v tomto případě zejména zahraniční, je vymezen pojem transparentnosti včetně odůvodnění jeho relevance pro neziskový sektor zahrnující i firemních nadace a dále jsou stanoveny indikátory pro dvě oblasti transparentnosti, které jsou předmětem výzkumu, a to finanční transparentnost a transparentnost související s činností nadace. Do těchto dvou oblastí jsou zahrnuty informace, jež musí nadace zveřejňovat povinně, a informace, které nadace zveřejňuje dobrovolně. Tento způsob složení indikátorů vychází z ve výzkumech často zmiňovaného aspektu transparentnosti, totiž že se jedná nejen o povinný, ale i dobrovolný závazek organizací poskytovat o sobě informace veřejnosti.

Cílem práce není pouze zjistit, kolik z vybraných indikátorů nadace zveřejnily, ale také zda úroveň transparentnosti souvisí s vybranými charakteristikami nadací a zakladatelských firem. Charakteristiky zakladatelské firmy jsou do výzkumu zařazeny z důvodu specifity firemních nadací z hlediska jejich zakladatele a možných vazeb, které může nadace se svou zakladatelskou firmou mít. Zkoumána je souvislost úrovně transparentnosti a velikosti firmy a dále možná rozdílná úroveň transparentnosti podle toho, zda zakladatelská firma působí

kromě České republiky i v zahraničí. Mezi charakteristiky nadací, jejichž souvislost s úrovní transparentnosti je zkoumána, patří velikost nadace, velikost správní rady a stáří nadace.

Práce si neklade za cíl hodnotit, zda je úroveň transparentnosti firemních nadací dostatečná nebo ne, jejím cílem je podat informace o tom, zda firemní nadace vybrané indikátory zveřejňují a hledat faktory, s nimiž úroveň transparentnosti souvisí.

II. Teoretická část

1. Firemní nadace v kontextu společenské odpovědnosti firem

Cílem teoretické části práce je popsat kontext firemních nadací v rámci společenské odpovědnosti firem a jejich význam mezi subjekty neziskového sektoru s důrazem na aspekty jejich fungování, které jsou klíčové pro téma této práce – transparentnost. Dále se bude teoretická část zabývat právě tématem transparentnosti, jejím pojetím v této práci, významem pro oblast firemních nadací, konkrétními kritérii, která transparentní organizace zveřejňuje, a faktory, které úroveň transparentnosti ovlivňují a které budou zároveň východisky pro její zkoumání.

1.1 Společenská odpovědnost firem (CSR)

Společenská odpovědnost firem (dále jen CSR) je koncept, který začal být výrazněji diskutován od druhé poloviny dvacátého století, a to především ve Spojených státech amerických. Nicméně již předtím se setkáváme s literaturou i praktickými zkušenostmi, které bychom jako CSR mohli označit (Carroll, 1999). Definice CSR není jednotná a její pojetí se mění rovněž v čase (Blowfield, 2005; Carroll, 1999). Garriga a Melé (2004) uvádějí ve své studii čtyři teoretické přístupy k CSR – instrumentální, politické, integrační a etické - a poukazují na potřebu syntetizovat tyto přístupy do jednotné teorie, jež by se vypořádala s nedostatky existujících pojetí. Stejně jako nahlížení na CSR se v praxi liší i oblasti a problémy, na něž se firmy v různých regionech v zahraničí i v České republice zaměřují (Trnková, 2004).

Jak uvádí Trnková (2004: 7) v publikaci, kterou vydalo Business Leaders Forum, společensky odpovědná firma by se měla místo zaměření pouze na maximalizaci zisku začít orientovat na oblast tzv. „tří P“ – people, planet, profit – a všechny tři kategorie – společenskou, environmentální a ekonomickou, zahrnout do své činnosti. CSR zahrnuje velkou škálu aktivit a principů, které společensky odpovědný podnik dobrovolně dodržuje. Množství těchto činností a principů uvádí Trnková (2004).

CSR není prospěšná pouze pro společnost a prostředí, ale jak napovídá princip „tří P“, i pro samotnou firmu. Mezi výhody, které firmě společensky odpovědné chování přináší,

patří větší loajalita zákazníků, zaměstnanců a dalších stakeholderů, růst zisku nebo efektivnější hospodaření firmy (Kunz, 2012: 33-38, Bartošová, 2005: 38-39). Přijetí principů CSR může firmě pomoci dosáhnout dobré reputace a udržitelnosti, neboť tím roste její hodnota v očích veřejnosti a klíčových stakeholderů (Čech, Dohnalová, 2015). Jak ale upozorňuje Kunz (2012), CSR není jednoznačně pozitivně přijímána a v odborné literatuře se objevuje rovněž její kritika. Podle Milтона Friedmana (1970) je argumentem proti společenské odpovědnosti firem zejména fakt, že požadavek společenské odpovědnosti není vůči firmám legitimní, neboť účel, k němuž jsou primárně zakládány, je generování zisku, a tudíž od nich nelze požadovat převzetí odpovědnosti, kterou principy CSR deklarují.

Oblast CSR je velmi široká a rozmanitá. Společensky odpovědná firma by měla při své činnosti dbát na nepoškození životního prostředí, zajistit dobré pracovní podmínky pro své zaměstnance nebo jednat v souladu s etickým kodexem. Protože se tato práce zabývá jednou z oblastí společenské odpovědnosti firem, bude zde tento koncept chápán v souladu s široce pojatou definicí, kterou uvádí Business Leader Forum Česká republika, podle něhož je CSR „dobrovolný závazek firem chovat se v rámci svého fungování odpovědně k prostředí i společnosti, ve které podnikají“ (Business Leaders Forum, nedat.). Tuto definici volím proto, že firemní filantropii nepovažují za jedinou společensky odpovědnou činnost podniku, nýbrž je zde vnímána jako jedna z oblastí společenské odpovědnosti. V dalším textu se proto dále zaměřím na problematiku firemní filantropie, resp. firemních nadací, které jsou předmětem této práce.

1.1.2 Firemní filantropie

Pro tuto práci je klíčová jedna z podoblastí společenské odpovědnosti firem, a to firemní filantropie. Filantropie je v obecné rovině chápána jako „*láska k člověku, bližnímu, projevovaná činem.... Dnes zahrnuje koncept dobrovolného poskytování všeobecného blaha jednotlivci či celými skupinami*“ (Dohnalová, Malina, Müller, 2003: 218). Firemní filantropie je jedna z forem filantropie, jejíž význam ve společnosti nelze přehlížet.

Historie firemní filantropie nezačíná ve dvacátém století. Od poloviny dvacátého století se dostala do popředí zejména ve Velké Británii a Spojených státech amerických a stala se diskutovaným tématem, nicméně ve Velké Británii se objevovala již ve viktoriánské době (Marrinetta, 1999). Jak uvádí Smith (1994: 107-108), ve Spojených státech amerických se už od sedmnáctého století stávají podnikatelé významnými dárci a od šedesátých let 20.

století zde vznikají také firemní nadace a postupně se začínají rozvíjet vztahy mezi komerčním, veřejným a neziskovým sektorem, které jsou do značné míry strategické a prospěšné pro všechny strany.

Mezi způsoby, jakými se firmy filantropicky angažují, uvádí Bartošová (2005) peněžní a nepeněžní dárcovství, firemní nadace a firemní nadační fondy, cause related marketing, matchingový fond, školení, vzdělávání a odborná pomoc, firemní dobrovolnictví. Dalším prostředkem je sbírka mezi zaměstnanci firmy pořádaná buď samotnou firmou, nebo neziskovou organizací, kterou se firma tímto způsobem rozhodne podpořit (Kalousová, nedat.).

Firemní filantropie v českém prostředí

I v českém prostředí můžeme najít již v předválečném období významné společensky odpovědné podnikatele a filantropy. Mezi nejvýznamnější patří Tomáš Baťa (Kunz, 2012: 70-74). Významným propagátorem a podporovatelem firemní filantropie v České republice je v současné době organizace Fórum dárců, které v roce 2004 zrealizovalo ve spolupráci s Agnes výzkum firemní filantropie mezi 557 firmami z celé České republiky (Fórum dárců, 2004). Nejčastější forma filantropie, kterou zkoumané firmy uplatňují, je peněžní dárcovství (87% dotazovaných), druhou nejčastější pak nepeněžní dary (77% dotazovaných). Nejčastěji podporovanou cílovou skupinu jsou děti a mládež.

Růst významu firemní filantropie je zřejmý i z rozvoje dalších akcí spojených s touto oblastí, jakými jsou například soutěže a ankety. Od roku 2004 probíhá vyhlašování soutěže Top Filantrop, kde jsou oceněni největší firemní dárci za uplynulý rok. Firmy nicméně nejsou oceňovány pouze za firemní filantropii, ale v dalších kategoriích i za prosazování jednotlivých prvků CSR (Byznys pro společnost, nedat.).

Popis této podoblasti CSR je do práce zahrnut z toho důvodu, že do ní spadají i firemní nadace, které budou v této práci zkoumány, a jejichž bližšímu popisu se bude věnovat následující podkapitola.

1.2 Firemní nadace v České republice

„Firemní nadace jsou samostatné právní subjekty, které fungují na stejném principu jako jakákoliv jiná nadace“ (Bartošová, 2005: 36). V dalším textu budou nejprve uvedeny základní charakteristiky nadací obecně a následně budou popsána specifika nadací firemních. Právě povaha této právní formy bude hrát roli i v tématu transparentnosti, na které se tato práce zaměřuje.

1.2.1 Definice nadace a její základní charakteristiky

Firemní nadace je fundace neboli sdružení majetku (§ 303 NOZ) určené k naplňování společensky nebo hospodářsky užitečného účelu. Nadace mohou v České republice sloužit veřejně prospěšnému nebo dobročinnému účelu. Principem veřejně prospěšného účelu je trvalá služba k dosažení obecného blaha, principem dobročinného účelu je podpora určité vymezené skupiny osob (§ 306 NOZ). V České republice také platí, že pro založení nadace musí být do nadace vložena nadační jistina v hodnotě alespoň 500 000 Kč (§336). Nadační majetek je dvousložkový a skládá se z nadační jistiny, jejíž hodnota nesmí klesnout pod 500 000 Kč, a ostatního majetku.

V obecné rovině lze na nadace podle Anheiera (2001: 2 - 4) aplikovat modifikaci strukturně operacionální definice a charakterizovat je jako nečlenské organizace, jejichž poslání a cíle udávají zakladatelské dokumenty a které mají institucionalizovanou formu. Dále jsou to subjekty soukromé, samosprávné, nerozdělující zisk a jsou zřízeny k veřejnému účelu.

Orgány nadace

Zákon v českém prostředí upravuje mimo jiné i orgány, které musí nadace proto, aby mohla fungovat, zřídit. Nadace musí mít statutární orgán ve formě správní rady (§ 362 - § 367 NOZ) a dozorčí orgán, kterým je buď dozorčí rada, nebo revizor (§ 368 - § 375 NOZ). Oba orgány jsou klíčové zejména proto, že u nadace nefunguje kontrolní mechanismus ve formě vlastníků či podílníků, jako je tomu u firem. Tyto orgány tak mohou do značné míry ovlivňovat fungování nadace.

V zahraniční literatuře lze najít rozdělení nadací podle způsobu jejich činnosti na grantující, operující a smíšené. Grantující nadace dávají granty neziskovým organizacím a jednotlivcům, operující nadace provozují samy své vlastní projekty a programy a smíšené nadace činí obojí (Anheier, 2001: 5). Firemní nadace mohou být všech třech typů, setkáme se tedy s grantujícími, operujícími i smíšenými firemními nadacemi (Anheier, 2001: 6). Toto rozdělení ale není v české legislativě nijak reflektováno a pravidla, která nastavuje grantujícím i operujícím nadacím, se neliší. Všechny nadace tak fungují shodně podle Zákona č. 89/2012 Sb,

1.2.2 Firemní nadace

Od ostatních nadací odlišuje firemní nadace v České republice pouze osoba zakladatele, kterým je obchodní společnost, s níž mají tyto subjekty často pevné vazby. Podle Rey García et al. (2012:79) jsou firemní nadace subjekty založené firmou, jejíž název je často obsažen i v názvu nadace. Její příjem z velké části zajišťuje zakladatelská firma a v jejích orgánech působí lidé, kteří jsou rovněž spojeni s firmou. Toto propojení může vést ke stavu závislosti či podřízenosti nadace zakladateli. Právě vztah nadace a zakladatelské firmy je významným aspektem ve fungování nadace a pro nadaci může být obtížné prosadit se jako samostatný subjekt. Navzdory těmto vazbám na firmu ale Alberg-Seberich (2009) poukazuje na to, že firemní nadace je samostatná právní entita.

První nadace tohoto typu začaly vznikat ve Spojených státech amerických ve čtyřicátých a padesátých letech dvacátého století. Byly a jsou také klíčovou součástí firemní strategie, která prostřednictvím firemní nadace vstupuje mezi občany a pomáhá tak utvářet kladný obraz firmy. Firemní nadace jsou často profesionalizované, tj. jsou řízeny a spravovány profesionály (Alberg-Seberich, 2009).

Rostoucí význam firemních nadací

Význam firemních nadací se na první pohled projevuje především v růstu množství příspěvků poskytnutých těmito typy nadací v celkovém objemu nadačních příspěvků poskytnutých celým nadačním sektorem. Ve Spojených státech amerických se od roku 2007 do roku 2012 zvýšil odhadovaný objem poskytnutých prostředků o 0,8 miliardy amerických dolarů, což bylo rovněž doprovázeno i růstem počtu grantujících firemních nadací, jejichž počet vzrostl ve Spojených státech mezi lety 2006 a 2010 o 170 nadací

(Foundation Center, 2008; Foundation Center, 2012). I v České republice byl podle údajů Fóra dárců zaznamenán nárůst počtu firemních nadací z 96 firemních nadací v roce 2015 (Fórum dárců, 2015: 3) na 106 firemních nadací v roce 2016 (Fórum dárců, 2016).

Vztah nadace a zakladatelské firmy

Jak bylo uvedeno výše, vztah nadace a firmy, která ji založila, je často diskutovaným tématem. Zakladatelské firmy se snaží mít nadace pod kontrolou tak, aby kromě společenské prospěšnosti prospívaly rovněž zejména reputaci svého zakladatele. Často se hovoří o stavu závislosti, kdy je nadace řízena lidmi z prostředí firmy, kteří jejím prostřednictvím realizují firemní zájmy (Alberg-Seberich, 2009; Rey García et al., 2012). Firemní zdroje, ať už finanční i nefinanční, zaměstnanci či vedení firmy ve vedení nadace a z toho pramenící možná závislost ale může být vnímána i jako konkurenční výhoda firemní nadace vůči nadacím nefiremním (Minciullo, Pedrini, 2015: 2016). Ve Spojených státech amerických byly tyto nadace podle zprávy Foundation Center (2012) schopny lépe než nezávislé a komunitní nadace reagovat na zhoršení ekonomické situace a inflaci a přizpůsobit jim i své příspěvky. To může být důsledkem propojenosti zakladatelské firmy a nadace a poskytnutí jak zdrojů, tak profesionálního zázemí, díky němuž je nadace následně schopna lépe reagovat na změny v prostředí, v tomto případě zejména ekonomické.

Integrace versus nezávislost

Britští výzkumníci Varcoe a Sloane (2003: 8-9), kteří zpracovali výzkum britských firemních nadací, charakterizovali dva typy vztahu nadace a její zakladatelské firmy. Podle nich se může jednat o integraci, kterou charakterizuje zastoupení zaměstnanců firmy v radě nadace, spojení nadace a firmy z hlediska firemní strategie a lokality působení, zajišťování fungování nadace prostřednictvím zaměstnanců firmy, financování závislé na firmě. Oproti tomu druhý typ vztahu, nezávislost, je typický vlastním plánem financování, členové orgánů nejsou zaměstnanci firmy, nebo je jejich počet jen omezený, aktivity nadace nejsou spojeny s aktivitami ani místem působení firmy a ani zaměstnanci nadace nejsou rekrutováni ze zakladatelské firmy. Nejlepší variantou je podle autorů tzv. hybridní model nadace, který je mezistupněm mezi integrací a nezávislostí, je částečně spojen s firmou, ale zároveň ponechává nadaci určitý stupeň nezávislosti, aby mohla o své činnosti samostatně rozhodovat. Kontakty s firmou mohou nadaci zároveň pomoci při řešení problémů a poskytnout potřebné zdroje (Varcoe a Sloane, 2003: 12-13).

Přenos znalostí

Podle Minciullo a Pedrini (2015) dochází mezi zakladatelskou firmou a její nadací rovněž k přenosu znalostí. Tito autoři testovali modely přenosu znalostí mezi firmou a nadací za účelem zjistit, jaký vliv mají dané formy přenosu na efektivitu nadace. Přenos znalostí a vztah mezi těmito subjekty je specifický díky povaze aktivit, které nadace vykonává. Autoři ve svém výzkumu identifikovali tři způsoby přenosu znalostí, a to poradní, vertikální a vzájemný¹ přenos (2015: 221). Z výsledků plyne, že modely vzájemného přenosu znalostí mají pozitivní vliv na fungování nadace a zvyšují její efektivitu. Podle autorů je však klíčové, který model přenosu znalostí zakladatelská firma zvolí, aby u své nadace dosáhla takové efektivitu, jakou si stanovila (2015: 227).

Z výše uvedeného je zřejmé, že nelze jasně stanovit, zda je propojení nadace a firmy jednoznačně pozitivním nebo negativním faktorem. Přestože by se mohlo zdát, že spojení neziskové organizace a ziskového subjektu jaksi kazí reputaci nadace, vidíme, že expertní znalosti nebo jistota zdrojů mají na schopnost firemních nadací plnit své poslání pozitivní vliv.

1.3 Standardy a podpora společenské odpovědnosti firem

Společenská odpovědnost firem, do níž patří i sektor firemních nadací, se stává významnou součástí fungování mnoha podniků, a proto bylo nutné stanovit pro úsilí firem být odpovědné vůči společnosti určité standardy tohoto aspektu činnosti. Objasnění důležitých faktorů pro adekvátní realizaci CSR je také důležité pro ukotvení hlavního tématu této práce do širšího kontextu. Jak se ukazuje, koncept transparentnosti je součástí mezinárodních i národních nástrojů pro podporu a stanovení standardů společenské odpovědnosti firem.

ISO 26000

Jedním z hlavních dokumentů, který určuje některé parametry společenské odpovědnosti firem, je ISO² norma 26000. Tento dokument poukazuje na potřebu motivovat

¹ V originálu článku jsou způsoby pojmenovány counselling knowledge transfer, vertical knowledge transfer a mutual knowledge transfer.

² ISO je zkratka názvu The International Organization for Standardization (Mezinárodní organizace pro standardizaci).

organizace k přijímání prvků společenské odpovědnosti a k posunutí této aktivity nad rámec povinností, které jim ukládá zákon (ISO 26000:1). Zároveň uvádí, které okolnosti a trendy společenskou odpovědnost firem utvářejí a poukazuje na to, že navzdory místním specifikům organizací, by měly tyto subjekty přijmout univerzálně uznávané hodnoty, které se do CSR promítají.

Hlavním cílem konceptu společenské odpovědnosti je přispívat k udržitelnému rozvoji a blahu společnosti. K dosažení těchto cílů by měla být společenská odpovědnost realizována v souladu s následujícími principy: odpovědností³, transparentností, etickým chováním, respektováním zájmů zainteresovaných aktérů, respektováním zákonů, respektováním mezinárodních norem a v souladu s lidskými právy (ISO 26000: 10-13). Všechny tyto principy jsou komplexně propojeny a měly by být v rámci společenské odpovědnosti zahrnuty. Pro tuto práci je významný především princip transparentnosti a odpovědnosti, o jejichž souvislosti bude pojednáno v následující kapitole. Zahrnutí transparentnosti do mezinárodní ISO normy pro společenskou odpovědnost firem je zároveň důkazem jejího významu i v případě firemních nadací, které jsou jednou z variant, jak může být společenská odpovědnost firmy realizována.

Zelená kniha⁴: evropský rámec pro společenskou odpovědnost firem

Dalším významným dokumentem je tzv. Zelená kniha (2011) zabývající se společenskou odpovědností firem v evropském kontextu. Zelené knihy jsou vydávány Evropskou komisí a vždy pojednávají o aktuálním tématu nebo problému v rámci Evropské unie a navrhují, jak k situaci přistupovat a řešit ji. Stejně tak přistupuje Zelená kniha k tématu společenské odpovědnosti firem, kde nejprve uvádí východiska pro její realizaci, popisuje aspekty této realizace a navrhuje, jakou roli by měla zastávat Evropská unie v oblasti podpory společenské odpovědnosti firem. Snaží se rovněž definovat, jakým způsobem by měla být společenská odpovědnost firem podporována, aby dopomohla realizovat cíle Lisabonské smlouvy, mezi které patří vytvoření konkurenceschopné ekonomiky v rámci Evropské unie (Zelená kniha, 2011).

³ V originále ISO 26000 „accountability“

⁴ V originále: GREEN PAPER: promoting a European framework for corporate social responsibility

Přestože Zelená kniha explicitně neuvádí transparentnost jako kritérium společenské odpovědnosti, zmiňuje její úlohu, zejména vůči stakeholderům, kteří chtějí mít přehled o společenském a environmentálním dopadu činnosti dané firmy.

Politika vůči CSR v evropských zemích

Výše zmíněné dokumenty týkající se společenské odpovědnosti a toho, jakým způsobem by měla být realizována, jsou pojaty jako mezinárodně platné. Další úrovní, na níž jsou ustavovány parametry a témata společenské odpovědnosti firem, je úroveň národní.

Touto úrovní se ve své práci zabývají Steurer, Martinuzzi, Margula (2012). Autoři zdůrazňují, že pojetí CSR není v rámci Evropy jednotné a poukazují na to, že podoba CSR je výsledkem působení stakeholderů včetně vlády daného státu. Zároveň identifikovali pět nástrojů, které jednotlivé státy vůči CSR využívají a které nesou prvky povinné (právní nástroje) i dobrovolné (možnost partnerství a spolupráce) regulace společenské odpovědnosti (Steurer, Martinuzzi, Margula, 2012: 207-209). Dále se zaměřili na nejvýznamnější témata, která se v evropských zemích v rámci CSR politik vyskytují. Mezi tato témata patří: zvyšování povědomí o CSR, společensky odpovědné investice, vláda jdoucí příkladem společensky odpovědným podnikům a v neposlední řadě transparentnost a zveřejňování informací, které jsou důležité pro stakeholdery.

Jedním z cílů výzkumu bylo srovnání míry podpory CSR ve státech západní Evropy v porovnání se státy střední a východní Evropy. Výsledky tohoto výzkumu ukazují, že společenská odpovědnost firem je výrazně více podporována ve státech západní Evropy než ve státech Evropy střední a východní. Tyto výsledky jsou zejména pro státy západní Evropy do značné míry překvapivé. Navzdory odlišným socioekonomickým systémům ve skandinávských zemích, anglosaském světě a kontinentální západní Evropě, jsou si tyto země v politice vůči CSR blízké. Země střední a východní Evropy se od nich nízkou podporou a zájmem o CSR naopak velmi liší (Steurer, Martinuzzi, Margula, 2012: 216).

Společenská odpovědnost firem a její podpora v České republice

Podpora společenské odpovědnosti firem v jednotlivých zemích je předmětem publikace vydané Evropskou komisí, která nese název „Společenská odpovědnost firem –

Národní veřejné politiky v Evropské unii“⁵. Tato publikace rozebírá stav CSR v jednotlivých zemích včetně České republiky z hlediska třech oblastí: podpory CSR, transparentnosti a rozvoje dalších podpůrných opatření pro její rozvoj (European Comission, 2007).

Při podpoře CSR v České republice je významná spolupráce s mezinárodními organizacemi a na národní úrovni vytvoření tripartity, která podporuje spolupráci aktérů veřejného, ziskového i neziskového sektoru. Z hlediska transparentnosti je to přijímání norem a známek, zejména těch, které podporují environmentální rozměr činnosti firem jako je k prostředí šetrná výroba nebo prodej výrobků šetrných k životnímu prostředí. Mezi další kroky a politiky k podpoře CSR patří přijetí Strategie udržitelného rozvoje a jejích cílů, environmentální politiky a politiky týkající se obchodu a exportu (European Comission, 2007: 14-16).

⁵ V originále „Corporate Social Responsibility – National public policies in European Union“, překlad autorka.

2. Transparentnost: definice, vývoj a význam

Definice transparentnosti

Na tomto místě bych ráda objasnila, jak bude pojem transparentnost chápán v této práci a zároveň jak bude konceptualizován jako předmět výzkumu. Vnímáním a pojetím transparentnosti ve sféře vládních i nevládních organizací se zabývá Carolyn Ball (2009). Ta ve svém výzkumu identifikovala tři etapy, během nichž se vnímání transparentnosti proměňovalo. Prvním z nich je transparentnost nahlížená jako společenská norma, díky níž lze předcházet korupci. V druhém případě je chápána jako dostupnost informací a otevřenost organizace vůči veřejnosti. Ve třetím pojetí je transparentnost komplexní fenomén, který zahrnuje proces rozhodování i způsob řízení (Ball, 2009: 302-303).

V této práci bude transparentnost chápána v souladu s druhým pojetím, jako dostupnost informací o organizaci veřejnosti. Protože v současné době je základním médiem pro získávání informací internetová síť, bude se práce zaměřovat na dostupnost informací na internetu. Jedním z kritérií transparentnosti je i to, aby informace byly rychle a snadno dostupné (ISO 26000: 10-11). Právě ke splnění tohoto požadavku je podle mého názoru nejvhodnější, když organizace zveřejňuje informace na internetu.

Přestože cílem této práce je zaměřit se na transparentnost jako na zveřejňování a dostupnost informací na internetu, je důležité uvést, že transparentnost nemá pouze aspekt viditelnosti neboli zveřejnění, ale i aspekt věrohodnosti či výpovědní hodnoty informace (Michener, Bersch, 2011). Nejde tedy pouze o zveřejnění dokumentu, ale i o jeho kvalitu a o to, aby v něm obsažené informace byly přesné. To, zda uveřejněná informace přesně odpovídá realitě, ale nebude předmětem tohoto výzkumu. Nicméně i první aspekt transparentnosti – zveřejnění, by měl, jak uvádí Michener a Bersch (2011: 9-11), splňovat určitá kritéria. Informace by měla být kompletní, snadno dostupná, základní/neupravená („raw“), zjednodušená⁶ a ověřená. Aspekt věrohodnosti (inferability) je podle mě budoucí výzvou ve výzkumu transparentnosti. Jeho výsledky by mohly vést ke zvýšení důvěry v neziskové organizace, popřípadě by výzkum mohl odkrýt slabá místa, která by měly organizace proto, aby si důvěru získaly, eliminovat.

⁶ Podle Michenera a Bersche by měly být informace pochopitelné pro širokou veřejnost, např. výroční zprávy by měly obsahovat názorné grafy, tabulky (2011: 11).

Východiska pro transparentnost

Předtím než se zaměřím na obsah transparentnosti, na její indikátory, jevy, které mohou souviset s její úrovní a s tím související teorie, je třeba poukázat na dva aspekty, které hrají v problematice transparentnosti neziskových organizací klíčovou roli. Těmito aspekty jsou **povinnost** a **dobrovolnost**. Obdobně jako u transparentnosti lze tyto aspekty zachytit u širšího pojmu odpovědnosti. Ebrahim (2003: 814) v této souvislosti hovoří o externích mechanismech, neboli povinnosti plnit předepsané standardy, a interních mechanismech, které jsou vyvolány pocitem odpovědnosti jedince.

Dobrovolnost

Ne všechny údaje, které transparentní organizace zveřejňuje, má povinnost zveřejňovat. Některé organizace se rozhodly jít o krok dále a zpřístupnit veřejnosti více informací, než které jim nařizuje legislativa. V zahraniční literatuře se o tomto dobrovolném úsilí činit organizaci transparentnější a odpovědnější mluví jako o tzv. „self-regulation“ (Bothwell, 2001; Rey-Garcia et al., 2012) a je zmíněno i v definici transparentnosti, kterou se své publikaci o odpovědnosti a transparentnosti nadací uvádí European Foundation Centre, když definuje transparentnost jako „povinnost a ochotu veřejně prospěšných nadací zveřejňovat informace...“ (2011: 43). Podle Bothwella (2011: 2) se tímto způsobem snaží neziskové organizace zabránit skandálům, které by je očernily v očích veřejnosti, i potenciálním zatěžujícím požadavkům vlády. Tento aspekt transparentnosti a celkového fungování neziskových organizací se prosazuje i v českém prostředí. Jednou z těchto iniciativ je zformulování „Minima transparentnosti neziskových organizací“ (Nadační fond Via Vitae, nedatováno) a také Znamka kvality Fóra dárců (Fórum dárců, 2012). Cílem známky kvality je zdůraznit dobrovolné úsilí nadací a nadačních fondů jednat nad rámec povinností uložených zákonem.

Jak ale poukazuje Bothwell (2001: 12), ani dobrovolné zveřejnění informací nad rámec zákona není zárukou adekvátní úrovně a kvality transparentnosti, neboť i v takovém případě se mohou organizace dopouštět chyb.

Povinnost

Určitá míra transparentnosti může být dána i zákonem. Informace, které musí nadace zveřejňovat, se v jednotlivých zemích liší (European Foundation Centre, 2011: 16-18), nicméně podle výzkumu odpovědnosti a transparentnosti nadací, který European Foundation Centre provedlo, není důvod nastolovat parametry pro jednotnou evropskou regulaci. Problémem rozdílných právních úprav v různých zemích je ale obtížná srovnatelnost mezi jednotlivými státy (Wagner, 2013).

Neziskové organizace mají podle české legislativy povinnost zveřejňovat určité minimum údajů. Klíčovým zdrojem pro jejich identifikaci v českém prostředí je Rejstříkový zákon (Zákon č. 304/2013 Sb.) a Nový občanský zákoník (Zákon 89/2012, Sb) účinný od 1. 1. 2014., který stanovuje podmínky zveřejňování jednotlivých údajů o jednotlivých právních formách neziskových organizací včetně nadací.

Transparentnost a odpovědnost⁷

S konceptem transparentnosti souvisí i koncept odpovědnosti či vykazatelnosti organizací (accountability). V některých případech lze pojem transparentnosti vnímat jako podmnožinu odpovědnosti, kdy je zveřejňování informací o organizaci součástí širšího spektra aktivit k dosahování odpovědnosti, jako je tomu ve výzkumu, který provedli Saxton a Guo (2011). Transparentnost jakožto uveřejňování informací o fungování může být i prostředkem odpovědného jednání organizace (Keating, Frumkin, 2003). V jiných případech je transparentnost od odpovědnosti oddělena a oba pojmy jsou chápány jako rovnocenné principy správného fungování organizací (ISO 26000: 10-11). Takovým způsobem definuje pojmy transparentnost a odpovědnost norma ISO 26000, podle níž je principem odpovědnosti skutečnost, že „organizace by měla být zodpovědná za dopady na společnost, hospodářství i životní prostředí“ (ISO 26000: 10).

V této práci je transparentnost vnímána jako jeden z prostředků odpovědného jednání organizace, kdy organizace prostřednictvím zveřejňování informací o svých aktivitách a svou otevřeností dokazuje, že je připravena nést odpovědnost za své fungování. Transparentnost ale zároveň umožňuje, aby mohla veřejnost organizace volat

⁷ V anglicky psané literatuře je užíván termín accountability, který bývá v českém prostředí překládán jako odpovědnost nebo vykazatelnost.

k odpovědnosti za své jednání. Odpovědnost ve fungování neziskových organizací nemá pouze jeden aspekt, ale zahrnuje množství principů a činností, mezi které patří zveřejňování informací a dokumentů, hodnocení činnosti, spolupráce a účast veřejnosti, seberegulace, sociální kontrola (Ebrahim, 2013).

Vývoj konceptu transparentnosti

Koncept transparentnosti se začal výrazněji rozvíjet především ve Spojených státech amerických ve druhé polovině 20. století a směřoval zejména ke zvýšení transparentnosti veřejného sektoru prostřednictvím legislativních úprav (Ball, 2009). Nezávislý český neziskový sektor se začal oproti západním zemím vyvíjet se zpožděním až po roce 1989, proto lze očekávat, že z hlediska prosazování konceptu transparentnosti nebude v porovnání s nimi na stejné úrovni. Transparentnost v oblasti výzkumu neziskového sektoru je podle Ball (2009: 298-299) relativně novým tématem, jehož vznik je motivován zejména poklesem důvěry v neziskové organizace ve Spojených státech amerických v důsledku nedostatku odpovědnosti a problémů v jejich fungování. Transparentnost se tak stala prostředkem k vytvoření důvěryhodných organizací, přičemž jedním z motivů pro její implementaci bylo udržení daňového zvýhodnění, kterého se neziskovým organizacím dostává.

Význam transparentnosti firemních nadací

Cílem této podkapitoly je objasnit, jaké faktory zapříčiňují, že je transparentnost významným aspektem fungování firemních nadací a proč považují za důležité se jí zabývat.

Povaha zakladatele

Téma transparentnosti firemních nadací je zásadní z toho důvodu, že se tyto subjekty nacházejí na pomezí dvou sektorů; neziskového a komerčního. Jakožto právní forma nadace patří firemní nadace mezi neziskové organizace, nicméně povaha jejího zakladatele, ziskového subjektu, ji pojí s komerčním sektorem. Právě blízké spojení se zakládající firmou zvyšuje potřebu transparentnosti (Rey-Garcia et al., 2012). V tomto smyslu jsou firemní nadace jakousi hybridní formou, neboť jejich prostřednictvím firma, která působí v tržním sektoru, začíná působit i v sektoru neziskovém.

Ekonomický význam nadací

Význam tohoto aspektu fungování roste také společně s ekonomickým významem nadačního sektoru i sektoru firemních nadací, které přerozdělují významné množství finančních prostředků. Přestože v roce 2016 působilo v České republice pouze 106 firemních nadací, tvořil objem jimi poskytovaných peněz významnou část financí rozdělovaných nadačním sektorem. Firemní nadace a fondy přerozdělily v roce 2015 přes 526 milionů korun, což je podle informací Fóra dárců zhruba polovina všech prostředků přerozdělených celým nadačním sektorem, který celkově v roce 2015 přerozdělil 1,1 mld. korun. Přestože podíl firemních nadačních subjektů byl v této kategorii neziskových organizací v roce 2015 pouze 12,3%, přerozdělují firemní nadace a fondy značný podíl prostředků (Fórum dárců, 2015b). Nejvýznamnějším firemním subjektem co do množství přerozdělených prostředků je Nadace ČEZ, která rozdělila více než 186 milionů korun (Fórum dárců, 2016).

Daňové úlevy

Jedním z atributů neziskových organizací včetně nadací je zvýhodnění v oblasti daní. Proto, aby potvrdily nárok na tento status, by měly nadace usilovat o co nejtransparentnější hospodaření a informovat o něm veřejnost (European Foundation Centre, 2011: 10). I v České republice jsou nadace a další neziskové subjekty daňově zvýhodněny. Podmínky tohoto zvýhodnění určuje Zákon č. 586/1992 Sb., podle něhož jsou nadace⁸ a nadační fondy tzv. veřejně prospěšnými poplatníky (§ 17a). Podle § 19 odst. 1 písm. r) je od daně z příjmu osvobozen „výnos nadace, která je veřejně prospěšným poplatníkem, z majetku vloženého do nadační jistiny a příjem z jeho prodeje, pokud tento příjem slouží jen k účelu, ke kterému byla nadace zřízena, a pokud se nejedná o příjem, který byl nadací použit v rozporu se zákonem“.

Kontrolní mechanismus

Další důvodem, proč bychom se tímto tématem měli zabývat, je, že transparentnost zároveň slouží jako kontrolní mechanismus, který u jiných právních forem nebo ziskových

⁸ Vyjma nadace „1. která dle svého zakladatelského jednání slouží k podpoře osob blízkých zakladateli nebo 2. jejíž činnost směřuje k podpoře osob blízkých zakladateli“ (§ 17a).

společností představují vlastníci či podílníci, kteří kontrolují činnost vedení subjektu (European Foundation Centre, 2011). U nadací tento kontrolní mechanismus manažerů ze strany vlastníků či podílníků neexistuje, neboť nadace nemá členy ani vlastníky. Je sdružením majetku, nikoliv osob.

Důvěra a tlak veřejnosti

Klíčovou motivací pro zveřejňování informací je důvěra (Gandía, 2009: 2). Dodržování principů transparentního fungování vede k důvěře veřejnosti a důležitých stakeholderů a jak uvádí Müller (2007), eliminuje negativní pohled na neziskové organizace, podle kterého slouží tyto subjekty k prosazování soukromých zájmů. Navzdory tomu, že jedním z principů jejich fungování je nerozdělování zisku, není tento předpoklad v současné době dostatečně silným předpokladem pro vytvoření důvěry klíčových stakeholderů vůči neziskovým organizacím (Tremblay-Boire, Prakash, 2015: 699). Podle Anheiera (2014: 239) je zveřejňování informací o organizaci rovněž jedním z důležitých ukazatelů odpovědnosti dané organizace. Požadavek transparentnosti je také důsledkem nedůvěry spojené se skandály některých neziskových organizací (Rey-García et al., 2012: 81).

Transparentnost jako téma výzkumu

Transparentnost je v této práci chápána jako zpřístupnění informací veřejnosti prostřednictvím webu neboli zveřejňování informací na internetu. Téma zveřejňování informací neziskovými organizacemi včetně nadací již bylo předmětem výzkumu v zahraničí (Lee, Joseph, 2013; Saxton, Guo, 2011; Rey-Garcia et al., 2012, Gazzola, et al., 2014, Behn, Devries, Lin, 2010) i v České republice, kde se transparentností v tomto významu zabývali Bachmann (2012) a Stránský (nedatováno). Transparentnost je rovněž předmětem zájmu mezinárodních organizací. Výzkum odpovědnosti a transparentnosti nadací v evropských zemích uskutečnilo European Foundation Centre (2011). Přestože se toto téma v odborné literatuře, a dokonce i v rámci evropské politiky vůči neziskovému sektoru objevuje, v České republice zatím výzkum zaměřený na transparentnost výhradně firemních nadací proveden nebyl. I to je důvodem, proč je podle mě důležité se tímto aspektem jejich fungování zabývat.

V další části této kapitoly bude objasněno, jaké konkrétní informace by neziskové subjekty respektive firemní nadace měly zveřejňovat a jaké faktory mohou hrát v úrovni transparentnosti roli.

2.1 Indikátory transparentnosti

Konkrétní údaje, které by měla transparentní nezisková organizace, včetně nadace, zveřejňovat, lze dle provedených výzkumů rozdělit do dvou skupin. Jednu skupinu tvoří informace o činnosti a druhou informace o finančním hospodaření (Saxton, Guo, 2011; Rodríguez, Pérez, Godoy, 2012; Lee, Joseph, 2013; Stone, Wilbanks, 2012). Údaje, které jednotliví autoři ve svých výzkumech považují za indikátory transparentnosti, se liší. Odlišnosti lze najít i v tom, do které skupiny (informace o činnosti nebo o hospodaření) dané údaje zahrnují. Tyto odlišnosti mohou být důsledkem teoretického zakotvení transparentnosti u daných výzkumů a souvisejí rovněž s prostředím, v němž zkoumané subjekty působí, především odlišnou legislativní úpravou. V tuto chvíli bych ráda uvedla, jaké indikátory transparentnosti jsou ve výzkumech využívány a které jsou relevantní pro prostředí českých firemních nadací.

2.1.1 Informace o finančním hospodaření

Potenciální nedůvěra veřejnosti v neziskové organizace úzce souvisí s nedůvěrou v jejich hospodaření a využívání prostředků, které získávají nejen od soukromých dárců ale i veřejných institucí (Bothwell, 2001).

Finanční transparentnost zahrnuje ve výzkumu, který provedli Saxton, Guo (2011), informace o rozpočtu organizace, způsobu jakým jsou využívány její zdroje, náklady a výnosy organizace, informace o růstu kapitálu, auditované a neauditované finanční zprávy, formulář IRS 990⁹, náklady na lidské zdroje, výroční zprávu. Výroční zpráva bude ve výzkumu provedeném v této práci mezi indikátory transparentnosti s ohledem na její obsah a účel zařazena do kategorie informací o činnosti organizace. Část výroční zprávy, která informuje o hospodaření – účetní závěrka – bude zařazena do indikátorů finanční transparentnosti samostatně.

⁹ Formulář IRS 990 je dokument, který veřejnosti poskytuje informace o činnosti i hospodaření neziskových organizací ve Spojených státech amerických.

V rámci Evropy provedl výzkum zveřejňování informací o finančním hospodaření Wagner (2013). V následující části budou popsána východiska pro finanční transparentnost, která jsou relevantní také pro české firemní nadace.

Přehled o finančním hospodaření

Jak již bylo uvedeno, finanční transparentnost je jednou z oblastí fungování neziskových organizací, které jsou častým předmětem výzkumu. Zveřejnění informací o finančním hospodaření má pozitivní vliv na pohlížení na organizace ze strany veřejnosti a legitimizuje jejich činnost, včetně výhod, které jsou jim poskytovány. Touto výhodou je, jak již bylo zmíněno, i daňové zvýhodnění, kterého se jim dostává ze strany státu.

Dokumenty spojené s daňovým zvýhodněním neziskových organizací jsou častým předmětem výzkumu především v zahraničí (Saxton, Guo, 2011; Lee, Joseph, 2013;). Aby potvrdily oprávněnost těchto výhod, informují nadace o svých nákladech a výnosech a dokládají, že své prostředky využívají na veřejně prospěšné účely (European Foundation Centre, 2011: 13-15). V českém prostředí lze souhrnné údaje o hospodaření nejlépe zjistit v účetní závěrce za dané účetní období. Účetní závěrka by měla obsahovat údaje o celkovém majetku nadace a jejích nákladech a výnosech.

Kontrola nezávislou stranou

Jak už bylo řečeno, nadace není tak jako jiné organizace kontrolována prostřednictvím podílníků nebo vlastníků, a tak je v jejím případě nutné nahradit tyto mechanismy jinými prostředky. Transparentnost sama o sobě nestačí, pokud není jasné, zda nadace informuje řádně o svém hospodaření. Možností, jak ověřit tuto skutečnost představuje audit. Právě přítomnost auditu neboli ověření třetí nezávislou stranou bylo jedním z indikátorů transparentnosti i ve výzkumech českých nadací (Bachmann, 2012; Stránský, nedat.). Nadace má povinnost nechat svou účetní závěrku ověřit auditorem v případě, že její nadační kapitál nebo obrat za daný rok přesáhl 5 000 000 Kč nebo pokud se podle ní rozhoduje o změně nadačního kapitálu nebo přeměně nadace (§341 NOZ). „*Audit je jedním z nástrojů veřejné kontroly. Přispívá ke zvýšení transparentnosti účetních jednotek a k vyšší věrohodnosti údajů v účetních závěrkách. Pro tyto účetní jednotky, které si na své transparentnosti zakládají a pro něž je nezbytná, je audit vítaným pohledem odborníka*

zvenčí, který dodává zveřejněným údajům věrohodnost a zpravidla pomáhá zdokonalovat vnitřní účetní systém“ (Couf, 2010: 275-276).

Vlastní činnost a správa

Náklady na chod organizace patří mezi diskutované položky v hospodaření neziskových organizací. V českém prostředí byly tyto náklady limitovány povinností nadace zvolit si vždy pravidlo omezující náklady na správu nadace, se zrušením Zákona č. 227/1997 Sb., který zajišťoval toto omezení, ale nyní náklady na správu nadace upraveny nejsou. V současné době určuje zákon českým nadacím, aby účtovaly o nákladech na svou správu odděleně (§357 NOZ), nezabývá se však už jejich výší. Význam nákladů na správu je zřejmý i z výsledků výzkumu European Foundation Centre (2011: 28), z něhož plyne, že informace o těchto nákladech je důležitá proto, aby si nadace udržely svůj status a s ním spojené zejména daňové výhody a aby neztrácely důvěru veřejnosti. European Foundation Centre (2011: 14) dále poukazuje na tendenci limitovat množství správních nákladů organizace v některých zemích tak, aby tyto náklady byly co možná nejnižší.

Naplnění účelu

Účel nadace je naplňován prostřednictvím poskytování nadačních příspěvků, případně realizací vlastních programů a aktivit (u tzv. operujících nadací) (Anheier, 2001: 4-5). K podpoře dosahování svého účelu mohou nadace v České republice také využít zisk ze své podnikatelské činnosti (§307 NOZ), pokud se k této aktivitě rozhodnou a pokud to umožňuje zakladatelské právní jednání. Informace o tom, jak nadace naplňuje účel, patří mezi důležité ukazatele transparentnosti. Proto by nadace měly uvádět, jak velkou finanční částku přerozdělily, ideálně jaké konkrétní částky poskytly, komu a za jakým účelem (Bothwell, 2011: 12). Stejně jako celkový přehled formou účetní závěrky a informace o nákladech na správu organizace, i tyto informace jsou důležité nejen pro veřejnost, ale i pro potenciální i současné dárcy, kteří požadují informace o využití svých darů. Neměly by chybět ani údaje o přijatých darech. Finanční transparentnost může být také realizována prostřednictvím transparentního bankovního účtu (Bachmann, 2012: 72-89).

Výše uvedené oblasti a východiska jsou často akcentovanými a zjišťovanými údaji z hlediska finanční transparentnosti. Některé z nich jsou nadacemi v České republice

zpracovávají povinně, jiné mohou zveřejnit dobrovolně. V další části kapitoly budou uvedeny indikátory transparentnosti, které souvisejí s činností organizace.

2.1.2 Informace o činnosti

Organizace by měla zveřejňovat alespoň určité množství údajů o své činnosti. V současné době nejjednodušší možnost, jak tyto údaje zveřejnit, poskytuje internet. Zveřejnění informací na internetu umožňuje široký přístup, a tudíž zaručuje, že je organizace transparentní vůči všem stakeholderům (Rey-Garcia et al., 2012). Pokud se rozhodne nadace informovat o své činnosti na internetu, v ideálním případě by měla mít vlastní aktuální webové stránky (Bachmann, 2012).

České nadace mají povinnost informovat o své činnosti formou výroční zprávy. Náležitosti výroční zprávy a údaje, které musí obsahovat, jsou stanoveny zákonem (§358 NOZ). Výroční zpráva je uveřejněna ve veřejném rejstříku, sídle nadace nebo na jejích webových stránkách. Výroční zpráva byla jako jeden z indikátorů transparentnosti zahrnuta i v zahraničních výzkumech (Rodríguez, Pérez, Godoy, 2012; Lee, Joseph, 2013; Saxton, Guo, 2011).

Poslání a vize

Jednou z nejčastěji uváděných informací o činnosti, které by měla organizace podle autorů zveřejnit, patří poslání a vize (Lee, Joseph, 2013; Saxton, Guo, 2011; Bothwell, 2011:12; Gandía, 2009). Zveřejnění těchto údajů umožňuje všem stakeholderům určit, o co organizace usiluje, a porovnat její poslání s jejími konkrétními aktivitami. Poslání i podmínky, za kterých je ho dosahováno, bývá často poznávacím znakem neziskových organizací.

Aktivity a činnost organizace

Organizace by měla veřejnosti poskytovat rovněž informace o svých aktivitách včetně cílů a výsledků této činnosti (Saxton, Guo, 2011). K tomuto účelu slouží nejlépe výroční zpráva organizace. Činnost nadace a poskytování nadačních příspěvků je omezeno účelem nadace a podmínkami pro poskytování nadačních příspěvků, které určí nadační listina (§358 NOZ), pořízení pro případ smrti, jímž je založena (§311 NOZ), případně statut nadace (§314 NOZ). Nadace nesmí tyto podmínky porušovat a poskytovat příspěvky osobám, které

tyto podmínky nesplňují. Podmínky pro poskytování nadačních příspěvků mohou doplnit grantová pravidla, která rovněž stanoví okruh potenciálních příjemců příspěvků i způsob jejich výběru (Stránský, nedat.)

Informace o organizaci, její struktuře a lidských zdrojích

Další kategorií informací, kterou by měla nadace zveřejnit, jsou kontaktní informace, organizační struktura a informace o zaměstnancích a členech jejích orgánů (Bachmann, 2012; Rey-Garcia et al., 2012). České nadace mají povinnost zveřejnit své kontaktní informace, jako je sídlo a identifikační číslo, a údaje o členech správní, dozorčí rady a revizorovi ve veřejném rejstříku (Bachmann, 2012). Orgány nadací v České republice jsou správní rada (§362 NOZ) a dozorčí rada (§368 NOZ). Pokud není dozorčí rada zřízena, vykonává její funkci revizor (§373 NOZ).

2.2 Determinanty úrovně transparentnosti

Výše uvedené informace jsou často využívanými indikátory transparentnosti v případech, že je transparentnost chápána jako dostupnost a zveřejňování informací na internetu. Pro splnění cílů a zodpovězení výzkumných otázek stanovených v této práci je ale potřeba zmínit další aspekt, a to úroveň transparentnosti a faktory, které ji ovlivňují.

Především v zahraničí vznikly standardy a principy tzv. dobré praxe, které organizacím radí, jak zvýšit svou transparentnost prostřednictvím webu (Lee, Joseph, 2013: 2219). Tito autoři zároveň poukazují na potřebu pochopit rozdíly v úrovni transparentnosti mezi jednotlivými organizacemi. Právě hledáním determinant transparentnosti pro různé typy neziskových organizací se již zabývali výzkumníci ve Spojených státech amerických (Lee, Joseph, 2013; Saxton, Guo, 2011; Behn, Devries, Lin, 2010) i v Evropě (Rodríguez, Pérez, Godoy, 2012). Mezi faktory, které byly zkoumány v souvislosti s úrovní transparentnosti, patří velikost a stáří organizace, veřejné příspěvky, právní forma, mezinárodní působení, velikost rady, činnost rady (Rodríguez, Pérez, Godoy, 2012). Saxton a Guo (2011) zkoumali, zda zveřejňování informací souvisí se strategií (využívání prostředků, územní rozsah působení), kapacitou (velikost a stáří organizace), řízením (činnost rady, správa financí) a prostředím (bohatství regionu, hustota organizací). V následující části budou popsány faktory, které jsou relevantní v souvislosti s transparentností firemních nadací. Ne všechny faktory, které byly využity při zkoumání jiných typů neziskových organizací lze pro nadace vzhledem k jejich specifikům použít.

2.2.1 Zainteresovaní aktéři (stakeholderi)

Transparentnost organizace je významná zejména pro její vztah s jejími stakeholdery, neboli zainteresovanými aktéry, na které svou činností nějakým způsobem působí nebo kteří se na její činnosti podílejí. Jejich význam je spojen zejména s otázkou legitimacy organizace, která je založena právě na vztahu se stakeholdery a na reputaci, která je jeho výsledkem (Tremblay-Boire, Prakash, 2015).

Teorie spojená s rolí stakeholderů ve fungování organizace vznikla v prostředí ziskových organizací a nese název teorie stakeholderů¹⁰. Tato teorie zdůrazňuje roli hodnot,

¹⁰ Původní název v anglicky psané literatuře je *stakeholder theory*.

kteří má firma budovat a předávat a které také spojují její stakeholdery (Freeman, Wicks, Parmar, 2004). Teorie stakeholderů dala zároveň základ pro další teorie a koncepty v řízení a fungování organizací. Klíčovým principem, který přináší, je, že ve svém fungování musí firma proto, aby dlouhodobě přežila, budovat a udržovat vztahy s klíčovými stakeholdery a zároveň zdůrazňuje význam etického chování ve světě firem (Freeman, McVea, 2001). Prostřednictvím transparentnosti si pak může firma udržovat důvěru a přízeň stakeholderů, kteří, jak bylo uvedeno, jsou zásadní pro její životaschopnost.

Role stakeholderů není významná pouze v sektoru firem, nýbrž i v neziskovém sektoru, kde by rovněž měly organizace dbát na vztahy s aktéry, které svou činností ovlivňují nebo kteří se na jejich činnosti podílejí. Jak ale uvádí Anheier (2014: 226), „neziskové organizace sledují spíše než zisk své poslání“. Právě zisk je u firem podstatou¹¹, podle které lze i hodnotit její činnost. Podstata neziskových organizací je ovšem problematičtější a Anheier (2014: 227-229) uvádí, že mohou mít podstat několik. Patří mezi ně poslání, dualita řízení ve formě rady a vedení organizace, způsob fungování uvnitř organizace, mezi které patří zejména sdílené hodnoty a přesvědčení mezi zaměstnanci, dobrovolníky a členy rady. Stakeholderi neziskových organizací sledují některý z těchto podstatných, základních prvků organizace, přičemž pro organizace může být obtížné určit důležitost jednotlivých prvků pro stakeholdery. Právě z těchto důvodů bývá řízení a vedení neziskových organizací složité a komplexní.

Uspokojení zájmů stakeholderů, kteří chtějí vidět splnění pro ně klíčové podstaty organizace, tak může organizace podle mého názoru dosáhnout právě prostřednictvím transparentnosti formou zveřejňování důležitých informací. Pozitivní vliv transparentnosti na vztah se stakeholdery potvrzuje ve svém výzkumu Gandía (2009: 19), dle něhož zvyšuje implementace tzv. informativní¹² transparentnosti pravděpodobnost budoucího dárcovství ve prospěch organizace. Transparentnost vede ke zmírnění informační asymetrie mezi organizací a stakeholdery a zvyšuje tím jejich důvěru (Good, Borba, Maragno, 2015: 144). Neziskové organizace včetně nadací jsou ze své podstaty závislé na vnějších aktérech, kteří je podporují, a proto by měly prostřednictvím poskytování informací usilovat o to, aby si jejich přízeň získaly a udržely. Saxton a Guo (2011) ve své práci zkoumali úroveň

¹¹ V originálu „bottom line“

¹² Ke zvýšení informativní transparentnosti využívá organizace web tak, že „poskytuje stakeholderům ekonomické informace, informace o finančním hospodaření a o řízení organizace“ (Gandía, 2009: 4).

odpovědnosti v souvislosti s geografickým působením. Autorům šlo o to, zda se liší úroveň odpovědnosti nadací, které působí pouze na malém území a slouží specifické komunitě (stakeholderům), a nadací, které slouží širokému spektru osob na větším území. Přestože toto geografické kritérium nelze při zjišťování úrovně transparentnosti u českých firemních nadací využít, lze podle mě využít myšlenku rozsahu působení, který je určen tím, jaké množství prostředků nadace rozdělí a jak velkou oblast a jaké množství stakeholderů může potenciálně svou činností ovlivnit. S rozsahem působení ve smyslu objemu poskytnutých příspěvků může souviset i úroveň transparentnosti, která podporuje důvěru stakeholderů. Dalším aspektem může být i pozornost vnějších stakeholderů, kterou si nadace, která přerozděluje velké množství finančních prostředků, získá a bude se snažit zachovat si důvěru a legitimitu prostřednictvím zveřejňování důležitých informací.

Teorie stakeholderů versus teorie jednatele a vlastníka¹³

Jedním z východisek pro fungování nadací, resp, pro jejich transparentnost, by podle European Foundation Centre (2011: 9) mohla být teorie jednatele a vlastníka. Principem této teorie je, že vlastník (principal), je při jednání zastoupen jednatelem (agent) (Ross, 1973). Tento model jednání v zastoupení je běžným jevem společenské interakce. Vyskytuje se ve veřejném sektoru, kde bývá často spojován s rolí volených zástupců ve vztahu k voličům, v ziskovém sektoru, kde jednatel či manažer společnosti zastupuje vlastníky či podílníky společnosti. Problém tohoto vztahu je skutečnost, že jednatel či zástupce může jednat pouze ve svém vlastním zájmu a nikoliv v zájmu zastoupeného. Z tohoto důvodu je podstatné, aby zástupci jednali transparentně a zastoupení měli přehled o jejich činnosti. Jak ale uvádí European Foundation Centre (2011), problémem teorie jednatele a vlastníka ve vztahu k nadacím je identifikace vlastníka (principal), který v tomto případě není osobou zakladatele a nelze za něj považovat ani dárce. Rovněž v sektoru firemních nadací je podle mě možnost využití této teorie do značné míry omezená, a to ze stejných důvodů. Zakladatelská firma majetek nadace nevlastní a stejně tak jej nevlastní ani další potenciální dárce nebo příjemci nadačních příspěvků. Přesto má ale zakladatelská firma často pro fungování nadace značný význam a bývá mnohdy majoritním dárce, proto by se měla nadace snažit vůči tomuto významnému stakeholderovi jednat transparentně. Zvyšuje tím šanci na jeho podporu i na podporu dalších stakeholderů.

¹³ Teorie jednatele a vlastníka v originále principal/agent theory (Foundation Centre, 2011), přeložila autorka.

Z tohoto důvodu považuji za lepší vysvětlení motivace k transparentnímu jednání teorii stakeholderů, kteří zakládají legitimitu organizace. V tomto případě jedná organizace, respektive její zástupci, transparentně nikoliv kvůli svým vlastníkům, kteří navíc své zástupce ve formě jednatelů a manažerů organizace platí (Ross, 1973), ale vůči všem stakeholderům, které svou činností ovlivňuje nebo kteří ji podporují.

2.2.2 Charakteristiky nadace

Úroveň transparentnosti neziskových organizací ve smyslu zveřejňování informací na internetu a její souvislost s jejich charakteristikami již byla předmětem výzkumu, nicméně tyto výzkumy nepřinesly shodu v tom, které charakteristiky a jakým způsobem tuto úroveň ovlivňují.

Velikost organizace

Počet zaměstnanců a profesionalizace

Jedním z kritérií, které bylo ve vztahu s úrovní transparentnosti zkoumáno, je velikost organizace (Saxton, Guo, 2011; Rodríguez, Pérez, Godoy, 2012, Saxton, Kuo, Ho, 2012). Zásadní je v tomto případě výběr kritéria k určení velikosti organizace. V případě neziskových organizací je pro určení velikosti využíván počet zaměstnanců nebo počet dobrovolníků nebo výše ročního rozpočtu (Rodríguez, Pérez, Godoy, 2012). Podle některých autorů (Saxton, Guo, 2011; Rodríguez, Pérez, Godoy, 2012) může organizace s větším počtem zaměstnanců či dobrovolníků lépe využívat technologie a zvýšit tak úroveň transparentnosti. S tímto předpokladem souvisí i trend profesionalizace neziskových organizací, kterým se ve své práci zabývala Katherine Fitzaprick (2015). Autorka zkoumala transparentnost neziskových organizací v Německu a z jejích závěrů vyplývá, že růst transparentnosti těchto organizací je důsledkem snah napodobit kroky veřejného sektoru směrem k transparentnosti, kdy je růst transparentnosti spojen s profesionalizací neboli růstem počtu placených profesionálů v neziskových organizacích. Druhým argumentem pro tento předpoklad je skutečnost, že větší organizace mohou být podrobovány většímu zájmu a sledování ze strany veřejnosti, jejíž požadavky se snaží uspokojit právě zveřejňováním informací (Tremblay-Boire, Prakash, 2015).

Jak již bylo uvedeno v jedné z předcházejících kapitol, výhodou firemních nadací, pokud jde o profesionalizaci, mohou být právě její vazby na zakladatelskou firmu, která jí poskytne zaměstnance profesionály, kteří zajistí její fungování (Alberg-Seberich, 2009; Minciullo, Pedrini, 2015). Jak plyne z výsledků některých výzkumů, roli v úrovni transparentnosti může hrát i počet zaměstnanců nebo dobrovolníků, kteří pro organizaci pracují (Saxton, Guo, 2011; Rodríguez, Pérez, Godoy, 2012).

Nadační kapitál

Pozitivní vztah mezi velikostí organizace a transparentností potvrdil i výzkum, který provedli Behn, Devries, Lin (2010). Tito autoři ovšem definovali velikost organizace pomocí celkového objemu jejího kapitálu.

Právě kapitál je další faktorem, který může mít podíl na transparentnosti organizace. U nadací v českém prostředí je významná hodnota nadačního kapitálu, který nesmí klesnout pod hodnotu 500 000Kč a jehož výnos může nadace při svém fungování využít. Výnosy z nadačního kapitálu může nadace použít k tomu, aby zajistila zveřejnění informací na internetu a tím adekvátní úroveň transparentnosti.

Velikost organizace, v případě nadace větší nadační kapitál, který lze také použít jako ukazatel velikosti nadace, může vést zároveň k větší pozornosti veřejnosti a z toho důvodu se objevuje předpoklad, že vede i k větší snaze o transparentnost, aby se organizace vyhnula zkoumání zejména ze strany vlády (Saxton, Kuo, Ho, 2012: 1058).

Stáří organizace

Jedním z faktorů, které mohou souviset s úrovní transparentnosti, je doba, kterou je organizace činná. V tom, jakou hraje doba činnosti v úrovni transparentnosti roli, nepanuje jasná shoda. Někteří autoři pracují s předpokladem, že doba, kterou organizace funguje, může poskytnout možnost vybudovat dostatečnou kapacitu neziskové organizace a pozitivně ovlivnit úroveň transparentnosti (Rodríguez, Pérez, Godoy, 2012).

V literatuře se lze ale setkat i s předpokladem opačným. Podle teorie strukturální stability¹⁴ (Hannah, Freeman, 1984: 162-163) je předpokladem pro to, aby si organizace

¹⁴ V originále „structural inertia“, strukturální stabilita přeložila autorka práce.

získala důvěru a byla spolehlivá a odpovědná, právě stabilita či malá proměnlivost organizace. Starší organizace, kterým se podařilo přežít delší dobu, tak tíhnou k větší stabilitě a menší proměnlivosti, a naopak mladší organizace lépe reagují na změny. To se může projevat i ve vztahu k transparentnosti, kdy lze předpokládat, že mladší organizace budou lépe reagovat nejen na implementaci moderních technologií, ale i na požadavky prostředí, tj. na tlak veřejnosti, která požaduje transparentní fungování organizace. Právě s předpokladem teorie strukturální stability pracovali Saxton a Guo (2011) ve svém výzkumu. Tito autoři zvolili premisu, že delší působení organizace způsobuje určitou stabilitu organizace, která je příčinou nedostatečné adaptability a snahy inovovat. Důsledkem je, že déle působící organizace méně reagují na požadavky prostředí a jsou méně transparentní. Předpoklady o souvislosti stáří organizace ale nejsou jednotné. Rodríguez, Pérez, Godoy (2012: 667) naopak pracovali s premisou, že delší fungování organizace má na transparentnosti neziskové organizace pozitivní vliv.

Velikost správní rady

Správní rada je statutárním orgánem nadace a je to právě ona, která může do značné míry rozhodovat o její činnosti. Tento orgán může rovněž vytvářet významný mechanismus pro posílení odpovědnosti organizace (Murtaza, 2012), který se snaží zvýšit či udržet kvalitu činnosti i dobré jméno organizace.

Rada zodpovídá za činnost a plnění poslání organizace a ovlivňuje úroveň její odpovědnosti (Saxton Guo, 2011: 11). Z výsledků výzkumu těchto autorů vyplývá, že úroveň činnosti rady pozitivně souvisí se zveřejňováním informací o finančním hospodaření i o činnosti (Saxton Guo, 2011: 20).¹⁵ Významem velikosti správní rady neziskových organizací se zabývali rovněž Rodríguez, Pérez, Godoy (2012: 668-669), kteří pracovali s činností i velikostí správní rady a s předpokladem, že velikost správní rady pozitivně souvisí s transparentností organizace. Přestože se tento předpoklad těmto autorům nepotvrdil, lze jej podle mě aplikovat v prostředí nadací, které jsou na rozdíl od jiných právních forem neziskových organizací sdružením majetku, jsou nečlenské a správní rada má v jejich fungování velký význam. Z tohoto důvodu může mít správní rada, respektive počet jejích členů, vliv i na transparentnost nadace.

¹⁵ Přestože v této práci nebude zkoumána úroveň činnosti ale pouze velikost správní rady, považuji toto za důležitý poznatek o významu správní rady ve fungování organizace.

2.2.3 Charakteristiky zakladatelské firmy

Jak bylo uvedeno v jedné z předchozích kapitol, významným znakem firemních nadací je jejich propojení se zakladatelskou firmou. Toto propojení může mít různé formy a firma může svou činností nadaci různým způsobem ovlivňovat. V tuto chvíli bych ráda rozvedla aspekty související se zakladatelskou firmou, které se mohou podílet na úrovni transparentnosti firemní nadace.

Mezinárodní působení

Podle Fitzpatrick (2015: 84) je růst transparentnosti neziskových organizací, které jsou odnoží organizace se zahraničním působením zejména ve Spojených státech amerických, důsledkem skutečnosti, že tyto organizace přebírají principy transparentního fungování právě od svých zahraničních poboček, nebo že se tímto způsobem snaží přilákat zahraniční donory. To může být důsledkem přenosu znalostí, které mezi firmou a nadací probíhají. Přestože jde o dva nezávislé subjekty, existuje mezi nimi různá míra a způsob komunikace (Minciullo, Pedrini, 2015). Otázkou je, zda se firemní nadace, které byly založeny firmou se zahraničním/mezinárodním působením, liší v úrovni své transparentnosti od nadací, které založila firma, která působí pouze v českém prostředí. Předpokladem pro tuto otázku je skutečnost, že v českém prostředí se principy transparentnosti začaly objevovat se zpožděním především oproti Spojeným státům americkým a zemím západní Evropy. Firemní nadace v České republice začaly vznikat až po roce 1989, a proto lze očekávat, že nadace firem založených v České republice mohou být z hlediska transparentnosti oproti nadacím, které založily firmy založení v zahraničí, pozadu. Firmy se zahraničním působením mohou přenést principy transparentnosti ze zahraničí, kde je toto téma lépe rozvinuté, a předat je nadaci. Tento předpoklad je v souladu i s výsledky výzkumu, který v rámci Evropy provedli Steurer, Martinuzzi, Margula (2012). Podle jejich závěrů je společenská odpovědnost firem výrazně více podporována vládami v západní Evropě než v Evropě střední a východní.

Velikost firmy

Dalším faktorem, který může zvyšovat snahu firmy více informovat o svých aktivitách v rámci společenské odpovědnosti, je její velikost. Větší firmy mohou být vystaveny většímu dohledu a zkoumání ze strany vnějších aktérů, a z toho důvodu mohou usilovat o eliminaci

tohoto dohledu tím, že v rámci svých CSR aktivit zveřejňují více informací (Tremblay-Boire, Prakash, 2015: 701; Roberts, 1992). Jak již bylo řečeno, mezi firmou a jí založenou nadací probíhá komunikace a právě důvod vyhnout se drobnohledu vnějších aktérů může vést k tomu, že firma zajistí, aby její nadace byla transparentní. Tento předpoklad může rovněž obdobně jako v případě neziskových organizací souviset se schopností větší firmy vytvořit dostatečnou kapacitu (Saxton Guo, 2011), díky níž může podpořit transparentnost nadace.

Oblast působení firmy

Podle předpokladu, s nímž pracovali Tremblay-Boire a Prakash (2015: 702), může být úroveň transparentnosti ovlivněna rovněž sektorem, ve kterém organizace působí. Autoři vycházejí z toho, že organizace v různých sektorech mají různě blízké vazby se svými stakeholdery. Organizace s blízkými vazbami s danými aktéry budou tíhnout k větší úrovni transparentnosti než organizace, které blízké vztahy se stakeholdery nemají. Protože české firemní nadace často nepodporují pouze jednu oblast, ale v množství případů se zaměřují na různé typy příjemců a oblasti podpory, nelze u nich jednoznačně určit sektor, do něhož daná firemní nadace spadá. Proto nebude do analýzy zahrnuta oblast působení nadace, ale bude pouze zjišťováno, v jakém sektoru zakladatelské firmy působí. Tento údaj může poskytnout přehled o tom, jaký sektor je mezi firemními zakladateli přítomen nejčastěji.

Firmy byly pro přehlednost rozděleny podle čtyř sektorů národního hospodářství. Druhou možností bylo rozdělit podniky podle klasifikace OKEČ (oborová klasifikace ekonomických činností) nebo klasifikace ekonomických činností, tzv. CZ – NACE (CZ-NACE, 2008) ta by ale vzhledem k velkému počtu kategorií neumožnila srovnání mezi firmami, protože lze očekávat, že vzhledem k omezenému počtu nadací, a tedy i jejich zakladatelských firem, by v jednotlivých kategoriích nebyl dostatečný počet jednotek. Rozdělení podle sektorů hospodářství na primární, sekundární, terciární, kvartární bylo vybráno proto, že vzhledem k počtu podniků umožní srovnání.

V souladu s premisou, že organizace s bližšími vztahy se stakeholdery budou vykazovat větší transparentnost, kterou použili ve své práci Tremblay-Boire a Prakash (2015), byl v této práci použit předpoklad, že podobně bude fungovat i sektor terciární neboli oblast služeb, kde dochází k největšímu kontaktu klíčových stakeholderů a firmy.

I. Empirická část

3. Výzkum transparentnosti firemních nadací

Přestože se téma transparentnosti a její výzkum mezi neziskovými organizacemi v českém prostředí již objevily (Bachmann, 2012; Stránský, nedat.), nebyl dosud tento výzkum zaměřen výhradně na firemní nadace a na faktory, které mohou úroveň transparentnosti ovlivňovat. Z tohoto důvodu byly zformulovány následující cíle a dvě výzkumné otázky, vztahující se k úrovni transparentnosti neziskových organizací. Otázky a následně i hypotézy byly vyvozeny z teoretických východisek a výzkumů zaměřených na determinanty úrovně transparentnosti neziskových organizací, o kterých pojednává teoretická část práce.

3.1 Cíle práce

Tato práce si klade za cíl zjistit, jaká je úroveň transparentnosti vybrané populace firemních nadací, resp. jakou měrou zveřejňují nadace vybrané indikátory, a dále zda tato úroveň souvisí s vybranými charakteristikami nadace a její zakladatelské firmy.

3.2 Výzkumné otázky

Obecná výzkumná otázka: Liší se úroveň transparentnosti firemních nadací v souvislosti s vybranými charakteristikami nadace a její zakladatelské firmy?

Specifické výzkumné otázky:

1. Liší se úroveň transparentnosti firemních nadací v souvislosti s vybranými charakteristikami nadace?
2. Liší se úroveň transparentnosti firemních nadací v souvislosti s vybranými charakteristikami jejich zakladatelských firem?

3.3 Hypotézy

Následující hypotézy byly vyvozeny z teoretických východisek a výzkumů, které již byly na toto téma zejména mezi jinými typy neziskových organizací provedeny.

Hypotéza č. 1: Úroveň transparentnosti pozitivně souvisí s velikostí nadace.

Tato hypotéza vychází z předpokladu, že větší organizace může lépe zabezpečit povinné požadavky na transparentnost a zároveň má dostatečnou kapacitu pro dobrovolné zveřejňování nad rámec zákonných povinností. Pozitivní vztah velikosti organizace a transparentnost zjistili ve svých výzkumech Saxon a Guo (2011) i Rodríguez, Pérez, Godoy (2012).

Hypotéza č. 2: Úroveň transparentnosti negativně souvisí se stářím nadace.

Východiskem pro tuto hypotézu je teorie strukturální stability (Hannah, Freeman, 1984), podle níž s rostoucí délkou fungování organizace klesá její schopnost adaptovat se na změny, a tudíž i na potenciální vyšší nároky na transparentnost.

Hypotéza č. 3: Úroveň transparentnosti pozitivně souvisí s velikostí správní rady nadace.

Správní rada výrazně ovlivňuje činnost nadace, proto je vhodné testovat, zda se počet členů správní rady projevuje na úrovni transparentnosti. Významným faktorem, který by umožnil zjistit možný význam vazby firmy na nadaci, je složení správní rady, nicméně metodologií zvolenou v tomto výzkumu nelze zjistit, zda a jakým způsobem je správní rada spojena s firmou, zda jsou členové správní rady zástupci firmy nebo zda nemají s firmou nic společného. Do výzkumu tedy bude jako možný indikátor transparentnosti nadace zahrnuta velikost správní rady, a to z toho důvodu, že tento orgán má ve fungování nadací významnou úlohu a může zásadně ovlivňovat jejich činnost.

Hypotéza č. 4: Nadace založené firmou založenou v zahraničí mají vyšší úroveň transparentnosti než nadace založené firmou, která vznikla v České republice.

Předpokladem pro formulaci této hypotézy jsou výsledky výzkumu, který realizovali Steurer, Martinuzzi, Margula (2012), podle nichž je téma společenské odpovědnosti firem a s tím spojených témat více rozvíjeno v západní než ve střední a východní Evropě, a tudíž firmy, které vznikly v zahraničí, mohou tyto principy předat pobočce a následně i nadaci v České republice. S tímto předpokladem souvisí i skutečnost, že český neziskový sektor se oproti zemím na západ od České republiky, rozvíjel se zpožděním. Protože do roku 1989 byly všechny zájmové a další organizace organizovány v rámci Národní fronty, nelze o

nezávislém neziskovém sektoru v dnešním slova smyslu na našem území před tímto datem hovořit.

Hypotéza č. 5: Úroveň transparentnosti pozitivně souvisí s velikostí zakladatelské firmy.

Tato hypotéza vychází z předpokladu, že mezi nadací a zakladatelskou firmou probíhá určitý typ komunikace (Minciullo, Pedrini, 2015) a z předpokladu, že větší firmy se jsou podrobovány většímu dohledu a zkoumání ze strany vnějších aktérů, přičemž se tento dohled snaží eliminovat právě prostřednictvím zveřejňováním informací o svých CSR aktivitách (Tremblay-Boire, Prakash, 2015: 701; Roberts, 1992). Z tohoto důvodu mohou větší firmy více podporovat transparentnost jimi založené nadace.

3.4 Metodologie

3.4.1 Výzkumná strategie

Téma této diplomové práce je „Transparentnost firemních nadací“, která je v této práci definována jako dostupnost informací na internetu. S ohledem na téma a výzkumnou otázku byla pro tuto práci zvolena kvantitativní výzkumná strategie, založená na sběru a následné analýze množství hromadných dat (Mareš, Rabušic, Soukup, 2015: 25). Kvantitativní strategie výzkumu funguje na principu dedukce, slouží k ověřování existujících teorií a testování hypotéz.

3.4.2 Technika sběru dat

Jako technika sběru dat byla zvolena obsahová analýza webových stránek a dokumentů na webových stránkách. Tato technika umožňuje testovat teoreticky podložené hypotézy. V souladu s paradigmatem kvantitativní výzkumné strategie patří obsahová analýza do pozitivistického modelu empirického výzkumu (Kronick, Křížová, Rabušic, 1997: 57). „*Technika obsahové analýzy umožňuje měření těchto proměnných v psaném textu. Psaný text je v obsahové analýze považován za totéž, co přináší výzkumné šetření, neboť text jsou vlastně data, jež umožňují měření proměnných, které jsou pro daný výzkum zásadní. Cílem obsahové analýzy je extrakce proměnných z textu v měřitelné podobě*“ (Kronick, Křížová, Rabušic, 1997: 58). Principem této techniky je systematický

sběr dat, kdy prostřednictvím kódování znaků v obsahu získáváme standardizovaná data, se kterými dále pracujeme. Technikou sběru dat v této práci je analýza webových stránek a dokumentů na internetu, kterou Herring (2009) a McMillan (2000) považují za specifický typ analýzy.

Obsahová analýza webových stránek

Podle Herring (2009: 2-3) lze obsahovou analýzu webových stránek provádět dvěma způsoby. První způsob vychází z klasické obsahové analýzy zejména tištěných médií, druhý způsob je široce pojatý a zahrnuje širší spektrum tradičních i netradičních způsobů analýzy¹⁶. První způsob, jakkoliv jsou jeho výhodou přesná pravidla a postupy, stejně jako možnost srovnávat data, není zcela vhodný a aplikovatelný při analýze dat na internetu. Tento způsob představuje předepsaný postup jednotlivých kroků, které ale při analýze webového obsahu nelze vždy, jak ukazuje Herring (2009: 4) na několika případech, striktně dodržet. Důvodem jsou zejména odlišné typy obsahů, jako jsou internetové diskuze a odkazy.

Specifiky při práci s obsahem na webových stránkách pomocí obsahové analýzy se zabývala rovněž McMillan (2000). V každé fázi obsahové analýzy¹⁷, pokud je prováděna na internetu, musí brát výzkumník v potaz povahu tohoto dynamického komunikačního prostředku. Internet umožňuje vznášet nové výzkumné otázky, které musí výzkumník zasadit do kontextu existující teorie. Dalším specifikem je fakt, že vzhledem k proměnlivosti obsahu na internetu nelze provést náhodný výběr webových stránek, stejně jako může být problematická volba jednotek analýzy a reliabilita kódování kvůli častým změnám obsahu na webových stránkách. Analýza i interpretace dat by nicméně měla být v souladu s pravidly klasické obsahové analýzy (McMillan, 2000: 81-82).

Obsahová analýza webových stránek v této práci

Výše uvedená technika sběru dat byla pro tuto práci zvolena z toho důvodu, že umožňuje zodpovědět zvolené výzkumné otázky a určit, zda se daný indikátor transparentnosti na webových stránkách nebo v dokumentech na webových stránkách nachází nebo ne. Stejným způsobem, analýzou webových stránek a dokumentů na internetu,

¹⁶ Herring (2009) představuje počítačovou analýzu diskurzu a analýzu sociálních sítí na webových stránkách.

¹⁷ McMillan (2000) hovoří ve své práci o pěti fázích obsahové analýzy, kterými jsou 1) formulace výzkumné otázky a hypotézy, 2) výběr vzorku, 3) stanovení kategorií, 4) proškolení jedinců, kteří budou informace kódovat, proces kódování a ověření reliability kódování, 5) analýza a interpretace dat.

byly zjišťovány i charakteristiky nadací a zakladatelských firem, které zde figurují jako nezávislé proměnné.

Dochází zde k využití klasické obsahové analýzy dokumentů, jako jsou účetní závěrky, výroční zprávy a zakladatelské dokumenty nadací, které fyzicky existují i mimo webové stránky či Sbíрку listin, a analýzy obsahu napsaném na webových stránkách, přičemž u nezávislých proměnných byl zaznamenáván konkrétní obsah (např. rok založení nadace), u indikátorů je pak hodnocena jejich přítomnost na internetu. Takovýmto způsobem prováděli v českém prostředí výzkum transparentnosti prostřednictvím analýzy webových stránek a dokumentů na webových stránkách Bachmann (2012) a Stránský (nedat.), tito autoři se nicméně nezaměřovali na možné determinanty transparentnosti, ale pouze na informace, které jsou v této práci chápány jako její indikátory.

Vzhledem k využití kvantitativní výzkumné strategie, vyžadující srovnatelnost dat u jednotlivých případů, byly v souladu s pravidly obsahové analýzy (McMillan, 2000) stanoveny výzkumné otázky a hypotézy, zkoumaná populace a indikátory i požadavky na jejich hodnocení. Informace o tom, jakým způsobem byla hodnocena přítomnost nebo nepřítomnost jednotlivých indikátorů transparentnosti a jaká byla kritéria pro jejich kódování, jsou uvedeny dále v popisu proměnných.

3.4.3 Populace

Jednotkami analýzy jsou v této práci firemní nadace v České republice. Firemní nadace je pro tuto práci definována pomocí dvou rozlišovacích kritérií. Za první je jedná o subjekt s právní formou nadace a za druhé je alespoň jeden z jeho zakladatelů, má-li více než jednoho, obchodní korporací.

Tato kritéria splňovalo v České republice v březnu roku 2017 108 subjektů. Do výzkumu byly zahrnuty ovšem jen ty nadace, které vznikly nejpozději v roce 2014 včetně, a to z toho důvodu, že se výzkum zaměřuje na indikátory za rok 2015. V této práci tudíž nebyl vybírán vzorek, ale zkoumána byla celá populace firemních nadací založených před rokem 2015. Celkem bylo těchto subjektů nalezeno 96. Výběr konkrétních jednotek analýzy, které splňují tato kritéria, probíhal prostřednictvím internetu pomocí systému ARES¹⁸, který

¹⁸ Administrativní registr ekonomických subjektů

eviduje všechny ekonomické subjekty a umožňuje je filtrovat podle jejich právní formy (Administrativní, © 2013). Výhodou vyhledávání na ARES je oproti vyhledávání v Nadačním rejstříku větší systematičnost. ARES umožňuje zobrazit subjekty podle příslušnosti k finančním úřadům, což usnadňuje orientaci v již zpracovaných a zaznamenaných subjektech. Zobrazil tedy všechny subjekty s právní formou nadace, z nichž bylo třeba vybrat ty, které splňují druhé kritérium. ARES zároveň umožňuje zobrazit až 1 000 vět neboli subjektů, takže je jisté, že zobrazí všechny nadace v České republice. Ve Veřejném rejstříku a Sbírce listin lze zobrazit maximálně 500 položek, protože systém výběru limituje maximální počet zobrazených položek při vyhledávání ve Veřejném rejstříku podle subjektů na 500. Další výhodou systému ARES je jeho elektronické propojení s Veřejným rejstříkem, kde byly dohledány údaje o zakladateli.

Proměnné

V souladu s teoretickými východisky pro zkoumání transparentnosti byly v této práci zvoleny indikátory pro dva typy transparentnosti - transparentnost finanční a transparentnost související s činností organizace. Pro oblast finanční transparentnosti bylo zvoleno šest a pro oblast transparentnosti související s činností právě pět indikátorů. Tyto indikátory byly voleny na základě teorie, která určuje kritéria transparentnosti neziskových organizací a na základě předchozích výzkumů, resp. nejčastěji používaných indikátorů při výzkumu transparentnosti neziskových organizací, které jsou zároveň relevantní při výzkumu nadací. Stejným způsobem byly voleny i charakteristiky nadace a firmy, jejichž souvislost s úrovní transparentnosti je předmětem výzkumu. Zároveň jsem se při určování indikátorů zaměřila na to, aby tyto informace byly co nejaktuálnější, hodnoceno tedy bylo zveřejnění dokumentů a dalších údajů zejména za rok 2015. Tento rok jsem zvolila proto, že tyto údaje by již měly být ve veřejném rejstříku dostupné, neboť je povinností nadací zveřejňovat výroční zprávu a účetní závěrku do konce šestého měsíce po uplynutí předcházejícího účetního období (§ 358 NOZ). Protože sběr dat probíhal v březnu a dubnu roku 2017, jsou údaje za rok 2015 nejaktuálnější, jež by měly být dostupné. Přehled všech proměnných a jejich indikátorů je obsahem přílohy.

3.4.4 Závislé proměnné

Závislými proměnnými jsou v tomto výzkumu indikátory transparentnosti, které byly voleny zvlášť pro transparentnost finanční a transparentnost související s činností nadace.

Z těchto indikátorů byly dále vytvořeny proměnné, které vznikly součtem hodnot kódů jednotlivých indikátorů. Kódování probíhalo tak, že přítomnost indikátoru byla hodnocena číslem 1 a nepřítomnost číslem 0. Přestože každý indikátor je nominální proměnnou, s níž nelze provádět matematické operace, při vytvoření součtové proměnné je již možné s ní pracovat jako s kardinální proměnnou.

V souladu s předchozími výzkumy (Saxon, Guo, 2011; Rodríguez, Pérez, Godoy, 2012) byla všem indikátorům přiřazena stejná hodnota. Rozdělení indikátorů podle jejich váhy je, jak uvádí Rodríguez, Pérez, Godoy (2012), subjektivní, proto ve shodě s těmito autory nebyly v této práci přiřazeny indikátorům různé hodnoty.

Indikátory transparentnosti

Významným aspektem transparentnosti je dimenze povinnosti a dobrovolnosti. Transparentnost je chápána nejen jako plnění povinnosti uložené zákonem, ale i morální závazek vůči společnosti, a proto byly do výzkumu zahrnuty indikátory, které má nadace povinnost zveřejňovat i informace, které zveřejňovat nemusí. Tyto informace by měly být zároveň aktuální, proto byla kritériem některých indikátorů skutečnost, že musí podávat zprávu o činnosti nadace v roce 2015.

Finanční transparentnost

Proměnná „finanční transparentnost“ vznikla součtem hodnot jejích indikátorů, v tomto případě šesti údajů, které určují finanční transparentnost organizace.

Účetní závěrka za rok 2015: Podle Zákona č. 563/1991 Sb. je účetní závěrka dokument, který rekapituluje finanční hospodaření dané účetní jednotky za jedno účetní období a musí obsahovat rozvahu, výkaz zisku a ztráty a přílohu účetní závěrky, která komentuje informace obsažené v rozvaze a výkazu zisku a ztráty (§18). Její uveřejnění plyne z povinnosti účetních jednotek vést účetnictví.

Kritérium pro kladné hodnocení výskytu tohoto indikátoru je úplnost účetní závěrky, kdy závěrka obsahuje všechny tři povinné části. Účetní závěrka může být zveřejněna buď samostatně, nebo může být přílohou výroční zprávy. Zveřejnění bylo ověřováno ve Sbírce listin, na webových stránkách nadace a webových stránkách zakladatelské firmy.

Audit účetní závěrky za rok 2015 (zpráva auditora): Audit představuje přezkoumání a ověření údajů o hospodaření organizace nezávislou třetí stranou. Povinnost ověřovat účetní závěrku nadace auditorem stanovuje zákon. Podle něj mají tuto povinnost nadace, jejichž kapitál nebo obrat přesáhl v daném roce 5 000 000 Kč, nebo pokud se podle ní rozhoduje o zvýšení či snížení nadačního kapitálu nebo o přeměně nadace (§ 341 NOZ). Z hlediska transparentnosti má audit rovněž význam pro zvýšení důvěry v organizaci, protože tímto úkonem nechává zhodnotit svou činnost nezávislou stranou. Proto je žádoucí, aby audit svých účetních závěrek nechaly provést i nadace, kterým to zákon výslovně nepřikazuje.

Kritériem pro kladné hodnocení tohoto indikátoru je zpráva auditora připojená k účetní závěrce. Zpráva auditora musí být zveřejněna, pokud nadace pouze informuje o tom, že byl proveden audit, není to pro kladné hodnocení indikátoru dostačující.

Náklady na správu organizace za rok 2015: Současná právní úprava nelimituje české nadace z hlediska výše nákladů na správu, nicméně informace o výdajích, které souvisejí se zajištěním chodu organizace, jsou pro množství stakeholderů klíčové. Z tohoto důvodu je žádoucí, aby o nich nadace informovala a zveřejňovala je. Od 1. 1. 2014 mají nadace pouze povinnost účtovat o těchto nákladech tak, aby byly odděleny od nadačních příspěvků a ostatních činnostech k naplnění účelu (§ 357 NOZ).

Tento indikátor byl hodnocen jako zveřejněný, pokud byly náklady spojené se správou odděleně uvedeny v účetní závěrce, případně ve výroční zprávě nebo samostatně na webu nadace či zakladatelské firmy.

Přerozdělené nadační příspěvky za rok 2015: Nadační příspěvky, které nadace přerozděluje, by měly být použity tak, aby jejich prostřednictvím bylo dosahováno účelu nadace. Nadace by tudíž měla informovat o tom, na jaké účely přispěla a jako částkou.

Pro kladné hodnocení tohoto indikátoru musí nadace uvést, jaké konkrétní částky na jaké účely nebo komu poskytla. Tyto údaje může uvést ve své výroční zprávě, účetní závěrce, na webových stránkách, má-li je, nebo na webových stránkách zakladatelské firmy.

Číslo účtu a transparentní účet: Firemní nadace, přestože je jejím zakladatelem nebo spoluzakladatelem firma, může získávat své prostředky i od dalších dárců.

K transparentnosti hospodaření a ke zvýšení šance na zisk potenciálních dárců tak podle mého názoru může přispět zavedení transparentního účtu organizace.

Protože k ověření toho, zda je účet transparentní, je nejprve potřeba, aby nadace číslo účtu zveřejnila, byla tato informace hodnocena následujícím způsobem. Prvním indikátorem bylo zveřejnění čísla účtu, druhým pak ověření, zda je tento účet transparentní. Přítomnost tohoto indikátoru byla zjišťována v zakladatelských dokumentech, výroční zprávě, účetní závěrce, výpisu ve veřejném rejstříku, na webových stránkách nadace, případně zakladatelské firmy. Pokud bylo zveřejněno číslo účtu, bylo ověřeno, zda je účet transparentní. Transparentnost účtu byla ověřována na webových stránkách mezi transparentními účty příslušné banky.

Index účetní závěrky

Výše uvedené indikátory se zaměřují na transparentnost v jednom okamžiku, zejména na zveřejňování aktuálních informací za rok 2015. Aby byla zachycena i časová rovina toho, jak nadace zveřejňovala alespoň minimum údajů o svém hospodaření a aby nebyly znevýhodněny nadace, které po celou dobu své existence o svém hospodaření informují, ale za rok 2015 údaje neposkytly, byl do výzkumu zahrnut tzv. index účetní závěrky. Ten pomůže zhodnotit míru transparentnosti za dobu fungování nadace a bude konstruován jako podíl vydaných účetních závěrek a počtu let působení nadace. Účetní závěrky byly vyhledávány na webových stránkách nadace a ve sbírce listin. Do indexu byly zahrnuty i zatím nedigitalizované¹⁹ účetní závěrky, o kterých ovšem nadace informuje ve sbírce listin, tudíž je za dobu svého působení zpracovala. Do této proměnné nebyl započten rok, kdy byla nadace založena, ale až rok následující²⁰. Poslední hodnocený rok byl rok 2015. Protože je tento indikátor vypočítán jako podíl zveřejněných účetních závěrek za rok působení nadace, bude nabývat hodnoty 0 až 1.

¹⁹ Zahrnutí účetních závěrek, o kterých ve Sbírce listin nadace uvádí, že je zpracovala, ovšem nejsou zatím digitalizované, je do značné míry problematické vzhledem k definici transparentnosti jako zveřejnění informací na internetu, protože tyto dokumenty nejsou po webu dostupné. Navzdory tomu jsou ale uvedeny v seznamu dokumentů a Sbírce listin, a tak lze očekávat, že je rejstříkový soud přijal v jejich listinné podobě, nicméně je dosud nedigitalizoval. Tuto skutečnost se ovšem nepodařilo ověřit, proto je nutno upozornit, že u nedigitalizovaných dokumentů pracujeme s faktem, že organizace deklaruje, že daný dokument vypracovala.

²⁰ Důvod k tomuto rozhodnutí je, že u nadací, které vznikly ke konci daného roku, lze očekávat, že tyto dokumenty nevytvorí.

Problematickým aspektem tohoto kritéria je, že u nedigitalizovaných dokumentů nelze ověřit, zda dokument, který nese název „účetní závěrka“, obsahuje kompletní závěrku za daný rok. V tomto případě mohla nastat situace, kdy je do indexu započítána účetní závěrka, která nemá všechny atributy nutné pro kladné hodnocení. Druhá problematická situací je, když dokument ve Sbírce listin nese název „výroční zpráva“, nezmiňuje ale už, že dokument obsahuje i účetní závěrku. V takovém případě nebyla účetní závěrka do indexu započítána. Z těchto důvodů je podstatné, aby dokumenty ve Sbírce listin měly správné názvy odpovídající jejich obsahu.

Transparentnost související s činností

Druhou skupinou indikátorů jsou indikátory související s činností nadace. Tyto indikátory byly odvozeny z teoretických východisek a předchozích výzkumů, které jsou uvedeny v teoretické části práce, a jsou relevantní pro právní formu nadace. Tato proměnná poté vznikne součtem hodnot indikátorů.

Výroční zpráva za rok 2015: Hlavním dokumentem, jehož prostřednictvím nadace informuje o své činnosti, je výroční zpráva. Výroční zprávu nadace vytváří a zveřejňuje povinně, a to do konce šestého měsíce od konce předcházejícího účetního období (§ 358 NOZ). Protože lze očekávat, že nadace pracují s účetním obdobím, které odpovídá kalendářnímu roku, nebylo zjišťováno zveřejnění výroční zprávy za rok 2016, ale za rok 2015.

Indikátor byl hodnocen kladně, pokud byla výroční zpráva za rok 2015 zveřejněna v nadačním rejstříku, na webových stránkách nadace, případně zakladatelské firmy.

Účel nadace: Účel nadace je jedním ze základních podmínek a atributů pro její fungování a informace něm by měly být veřejnosti dostupné. Vymezení účelu nadace je povinným údajem již pro její založení (§ 310 NOZ), je-li zakládána nadační listinou.

Kritériem pro kladné hodnocení indikátoru je vymezení účelu nadace na webových stránkách nadace nebo zakladatelské firmy, ve výpisu v nadačním rejstříku, ve výroční zprávě nebo v zakladatelských dokumentech.

Informace o zaměstnancích: Tento indikátor ověřuje, zda nadace uveřejňuje informace o zaměstnancích nadace a v případě, že nadace žádné zaměstnance nemá, zda

informuje o této skutečnosti. Přestože tento údaj nemá nadace povinnost uveřejňovat, jsou podle mě tyto informace pro množství stakeholderů důležité, protože právě tyto informace mohou v jejich očích zvýšit důvěryhodnost nadace.

Kritériem pro kladné hodnocení tohoto indikátoru bude buď uvedení informace o tom, že nadace zaměstnance nemá, nebo uvedení jmen a konkrétních pozic zaměstnanců v nadaci.

Správní rada nadace: Správní rada je statutárním orgánem nadace a má jako takový řadu významných pravomocí, díky kterým může významně ovlivňovat fungování nadace. Z tohoto důvodu je žádoucí, aby nadace vždy zveřejnila aktuální seznam členů správní rady.

Seznam členů správní rady byl vyhledáván ve výpisu v nadačním rejstříku, na webových stránkách nadace a ve výroční zprávě.

Webové stránky: Významným prostředkem transparentnosti a znakem snahy komunikovat s veřejností jsou vlastní webové stránky nadace, kam může organizace uveřejňovat aktuality a informovat o dění v nadaci, právě probíhajících projektech nebo jejich prostřednictvím komunikovat se stakeholdery. Webové stránky jsou znakem těchto snah organizace zpřístupnit informace veřejnosti.

Pro kladné hodnocení indikátoru může mít nadace buď samostatné webové stránky, které musejí být funkční, nebo může mít svou prezentaci skrze webové stránky zakladatelské firmy.

Index výroční zprávy

Obdobně jako u finanční transparentnosti se výše uvedené indikátory transparentnosti související s činností zaměřují na transparentnost v jednom okamžiku, zejména na zveřejňování aktuálních informací za rok 2015. Aby byla zachycena i časová rovina toho, jak nadace zveřejňovala alespoň minimum údajů o své činnosti, a aby nebyly znevýhodněny nadace, které po celou dobu své existence o své činnosti informují, ale za rok 2015 údaje neposkytly, byl do výzkumu zahrnut tzv. index výroční zprávy. Ten pomůže zhodnotit míru transparentnosti za dobu fungování nadace a bude konstruován jako podíl vydaných výročních zpráv a počtu let působení nadace. Výroční zprávy byly vyhledávány na webových stránkách nadace a ve sbírce listin, případně webových stránkách zakladatelské firmy. Do indexu byly zahrnuty i zatím nedigitalizované výroční zprávy, o kterých ovšem

nadace informuje ve sbírce listin, tudíž je za dobu svého působení zpracovala. Do této proměnné nebyl započten rok, kdy byla nadace založena, ale až rok následující²¹. Poslední hodnocený rok byl rok 2015.

Stejně jako indexu účetní závěrky jsou i u indexu výroční zprávy problematickým aspektem názvy dokumentů. Je-li dokument ve sbírce listin nepřesně pojmenován, může u nedigitalizovaných dokumentů dojít k tomu, že do indexu nebyly všechny výroční zprávy započteny. Pokud totiž dokument, který nese název „účetní závěrka“, obsahuje i výroční zprávu, a není digitalizovaný, nelze tuto skutečnost ověřit. V tomto případě mohla nastat situace, kdy je do indexu započítána účetní závěrka podle názvu dokumentu a výroční zpráva za daný rok, pokud nebyla ve sbírce uvedena jako samostatný dokument, do indexu započítána nebyla. Validita indexu tedy závisí na tom, zda dokumenty ve sbírce listin nesou správný název s ohledem na svůj obsah.

3.4.5 Nezávislé proměnné

Cílem tohoto výzkumu je zjistit, zda vybrané charakteristiky nadace a její zakladatelské firmy souvisejí s úrovní transparentnosti. Právě tyto charakteristiky jsou nezávislými proměnnými, jejichž hodnota může souviset s úrovní transparentnosti nadace. Určení zkoumaných charakteristik proběhlo na základě znalosti teoretických východisek, výzkumů neziskových organizací a dále byly stanovovány s ohledem na právní formu zkoumaných jednotek – nadací. Stejným způsobem byly zvoleny i zkoumané charakteristiky zakladatelské firmy.

Charakteristiky nadace

Velikost nadace: Velikost organizace včetně nadací může být stanovena na základě různých kritérií. Prvním zvoleným kritériem velikosti je počet zaměstnanců nadace, kteří zajišťují její činnost. Počet zaměstnanců byl zjišťován na webových stránkách nadace, výroční zprávě, účetní závěrce. Pokud nebyla dostupná výroční zpráva nebo účetní závěrka za rok 2015, byla informace o počtu zaměstnanců hledána v nejnovější uveřejněné výroční zprávě nebo účetní závěrce. Při určování počtu zaměstnanců byli započítáni zaměstnanci,

²¹ Důvod k tomuto rozhodnutí je, že u nadací, které vznikly ke konci daného roku, lze očekávat, že tyto dokumenty nevytvoří. Aby byl index pro všechny nadace srovnatelný, byl započítáván až první celý rok fungování nadace.

kteří pracovali na zkrácený úvazek i plný úvazek na pracovní smlouvu, i zaměstnanci zaměstnaní na dohodu o provedení práce nebo dohodu o pracovní činnosti.

Protože je nadace tzv. fundací neboli sdružením majetku, je dále relevantní se zajímat, jak výše nadačního kapitálu, jehož výnosy může nadace využívat ke své činnosti, souvisí s úrovní transparentnosti. Výše nadačního kapitálu byla zjišťována ze zakladatelských dokumentů nebo ve výpisu z veřejného rejstříku a byla zaznamenána jako kardinální proměnná.

Stáří nadace: Dalším faktorem, s nímž může souviset úroveň transparentnosti, je doba, po kterou nadace působí. Rok založení nadace byl zjištěn ve veřejném rejstříku v zakladatelských dokumentech nebo na webových stránkách nadace.

Velikost správní rady: Kromě uvedených charakteristik nadace je významným aktérem ve vztahu k transparentnosti správní rada nadace, která má na fungování organizace významný vliv. Tato proměnná byla měřena počtem členů správní rady uvedených ve výpisu ve veřejném rejstříku. Údaj uvedený v rejstříku byl zvolen proto, že složení správní rady zde uvedené by mělo být, na rozdíl od složení správní rady uvedené v zakladatelských dokumentech, aktuální.²²

Charakteristiky firmy

Mezinárodní působení firmy: Zahrnutí tohoto indikátoru vychází ze skutečnosti, že český neziskový sektor včetně firemních nadací se oproti tomu zahraničnímu vyvíjel se zpožděním a v zahraničí je rovněž téma transparentnosti více rozvíjeno, tudíž lze očekávat, že firmy se zahraniční působností přenášejí praxi ze zahraničí do českého prostředí a mohou lépe vyřešit otázky transparentnosti jimi založené nadace.

Tento indikátor bude posuzován podle toho, zda je firma působící na našem území pobočkou firmy založené v zahraničí. Pouhý export nebo import zboží ze zahraničí není dostatečný pro to, aby byla firma hodnocena jako mezinárodně působící. Důležité v tomto ohledu je, aby tato firma byla založena a samostatně působila v zahraničním právním prostředí.

²² V zakladatelských dokumentech musí být uvedena jména prvních členů správní rady (§ 310 NOZ). Její obsazení se ale za dobu působení nadace mohlo změnit.

Informace o zahraničním působení firmy byly zjišťovány ve veřejném rejstříku a na webových stránkách firmy.

Velikost firmy: Velikost firmy jakožto faktor, který může souviset s úrovní transparentnosti nadace, byl do výzkumu zahrnut zejména proto, že lze předpokládat, že větší firma může své nadaci lépe poskytnout podporu při zlepšování úrovně transparentnosti a zároveň se transparentností v rámci společenské odpovědnosti firem snaží větší firmy omezit potenciální zkoumání ze strany vnějších aktérů.

Velikost firmy byla měřena jejím základním kapitálem nebo kmenovým jměním uvedeným ve veřejném rejstříku.

Sektor působení firmy: Dalším faktorem, jehož relevance byla odůvodněna v teoretické části práce, a který byl zjišťován, je sektor, v němž firma působí. Protože zaznamenávání firem podle odvětví by bylo náročné nejen z hlediska identifikace konkrétního odvětví v systému OKEČ, ale i z hlediska velké roztržitosti do mnoha skupin, byly firmy rozděleny podle sektorů národního hospodářství do čtyř skupin.

Primární sektor zahrnuje firmy fungující v oblasti zemědělství, rybolovu, lesnictví a těžby nerostných surovin. Sekundární sektor zahrnuje zpracovatelský průmysl, výrobu a rozvod elektřiny a plynu a stavitelství. Terciární sektor tvoří firmy ze všech oblastí, jejichž podstatou je poskytování služeb. Kvartární sektor zahrnuje oblast vědy a výzkumu.

Sektor působení byl zjišťován ve výpisu z veřejného rejstříku dané firmy a na webových stránkách firmy, pokud je firma provozuje. V případě, že je nadace založena více zakladateli s odlišným sektorem působení, byl zaznamenán sektor, který zastupuje většina zakladatelů. V případě dvou zakladatelů byl zaznamenán sektor firmy s vyšším kapitálem. Tato proměnná byla do výzkumu zařazena zejména jako popisná charakteristika, protože přestože Tremblay-Boire a Prakash (2015) identifikovali rozdíly v úrovni transparentnosti v souvislosti s oblastí působení nadace, jednalo se přímo o působení organizací a ne jejich zakladatelů.

V podkapitole „Další výsledky“ byl proveden test pro srovnání úrovně transparentnosti nadací podle sektoru jejich zakladatelských firem. Účel tohoto testu je spíše informativní a má ukázat, zda se úroveň transparentnosti podle sektoru zakladatelských

firem statisticky významně liší. Tato myšlenka navazuje na myšlenku z výše uvedeného výzkumu, který provedli Tremblay-Boire a Prakash (2015).

3.5 Analýza dat

K analýze dat byl využit software IBM SPSS Statistics 24.

3.5.1 Deskripce dat

Prvním krokem analýzy byla deskripce dat. Tím byly zjištěny základní charakteristiky populace a dále četnost hodnot jednotlivých indikátorů. Výstupem tohoto kroku analýzy jsou tabulky četností jednotlivých indikátorů a tabulky zachycující charakteristiky nadací a charakteristiky zakládajících firem, zejména jejich maximální, minimální hodnoty a střední hodnoty těchto proměnných.

3.5.2 Testování hypotéz

Testování hypotéz probíhalo v souladu s postupem, který uvádí Hendl (2006: 176-178) na hladině významnosti $\alpha = 0,05$. Pro testování byla ke každé alternativní hypotéze H_x formulována nulová hypotéza H_0 . Hypotéza H_0 byla dále pomocí statistického testu testována na zvolené hladině významnosti α . Pro zamítnutí nebo nezamítnutí H_0 je určující hodnota významnosti p . Hodnota významnosti p představuje „pravděpodobnost spočtené hodnoty testovací statistiky za modelových předpokladů, že platí nulová hypotéza“ (Hendl, 2006: 183). Pokud je p hodnota menší než α nebo je jí rovna, je důkaz pro zamítnutí H_0 . V opačném případě není dostatek důkazů pro zamítnutí H_0 .

Výběr statistického testu

Výběr statistického testu probíhal na základě posouzení formulace testované hypotézy, na základě typu proměnné²³ a rozložení hodnot proměnné. Rozložení proměnné má vliv na výběr parametrického nebo neparametrického testu. Pokud rozložení hodnot proměnné odpovídá normálnímu rozdělení, je zvolen parametrický test. Pokud toto rozložení neodpovídá normálnímu rozložení, je nutno zvolit neparametrickou variantu testu (Hendl, 2006). K testování normality rozložení dat je možno využít grafické znázornění

²³ Při výběru testu je nutno brát v úvahu, zda je proměnná nominální, ordinální či kardinální.

rozložení hodnot proměnné, kdy hodnotíme normalitu pomocí histogramu²⁴, nebo P-P graf, nebo Kolmogorovův-Smirnovův test (Mareš, Rabušic, Soukup, 2015: 126-132). V této práci byla normalita rozložení dat hodnocena pomocí Kolmogorovova-Smirnovova testu. Během testu dochází k testování nulové hypotézy, že data jsou normálně rozložena. Je-li tedy hodnota významnosti p menší než 0,05, rozdělení neodpovídá normalitě.

Pro testování hypotéz v této práci byly zvoleny dva typy testů. Hypotézy č. 1, č. 2, č. 3 a č. 5 byly testovány pomocí korelace. Formulace hypotézy č. 4 předpokládá porovnání mediánů dvou nezávislých výběrů.

Korelace

Korelace zachycuje míru souvislosti dvou proměnných. K výpočtu se využívá korelační koeficient, který ukazuje sílu vztahu mezi proměnnými. Problémem u Pearsonova korelačního koeficientu je jeho citlivost na odlehlé hodnoty (Hendl, 2006: 246). Pro testování hypotéz lze použít Pearsonův korelační koeficient, pokud jsou hodnoty normálně rozloženy, nebo Spearmanův korelační koeficient v případě, že se nejedná o normální rozložení hodnot. Výhodou Spearmanova korelačního koeficientu je, že není citlivý na odlehlé hodnoty (Mareš, Rabušic, Soukup, 2015: 281). Oba tyto koeficienty jsou vhodné pro testování kardinálních proměnných.

Korelační koeficient může nabývat hodnot z intervalu $[-1; 1]$. Hendl (2006: 246) uvádí, že nabývá-li korelační koeficient hodnoty 0 až 0,3, jedná se o malou sílu asociace, pokud má hodnotu 0,3 až 0,7, jde o střední sílu asociace, a pokud má hodnotu 0,7 až 1²⁵, je mezi proměnnými výrazná souvislost. Mareš, Rabušic a Soukup (2015: 291) uvádějí detailnější rozdělení intervalů pro interpretaci hodnot korelačního koeficientu: 0,01 – 0,09 žádná, triviální korelace, 0,10 – 0,29 nízká až střední, 0,30 – 0,49 střední až podstatná, 0,50 – 0,69 podstatná až velmi silná, 0,70 – 0,89 velmi silná, 0,90 – 0,99 téměř perfektní.

Při interpretaci hodnot korelačního koeficientu a statistické významnosti korelace je podle Mareše, Rabušice a Soukupa (2015: 291) vhodné zařadit výpočet koeficientu determinace, který říká, jak velký podíl variability korelované proměnné byl danou korelací

²⁴ Rozložení dat odpovídá normalitě, pokud hodnoty kopírují Gaussovu křivku.

²⁵ Hodnoty u všech třech měř asociace jsou v absolutní hodnotě.

vysvětlen. Koeficient determinace je výsledkem druhé mocniny korelačního koeficientu vynásobené stem.

Porovnání dvou nezávislých výběrů

Testování hypotézy o shodě dvou populačních průměrů je založeno na testování statistické významnosti rozdílů středních hodnot. U proměnných s normální rozložením dat se za tímto účelem využívá t-test pro dva nezávislé výběry (Mareš, Rabušic, Soukup, 2015: 214). Pro proměnné, které nemají normální rozložení hodnot, je třeba využít tzv. Mannův-Whitneyův test, který funguje na principu porovnání dvou mediánů.

Porovnání více nezávislých výběrů

Posledním typem testu, který netestuje hypotézu, ale jak bylo uvedeno výše, má informativní charakter, je porovnání nezávislých výběrů podle sektorů působení firmy. Podle rozložení dat lze k tomuto porovnání použít ANOVU nebo neparametrický Kruskal-Wallisův test.

4. Výsledky výzkumu

4.1 Deskripce populace

Cílem této práce je určit, jak se liší úroveň transparentnosti v souvislosti s vybranými charakteristikami zkoumané populace firemních nadací. Na tomto místě je ale nejprve představena populace a její charakteristiky, včetně charakteristik zakládajících firem. Populaci tvoří celkem 96²⁶ firemních nadací, které byly založeny do roku 2014 včetně.

Stáří nadace

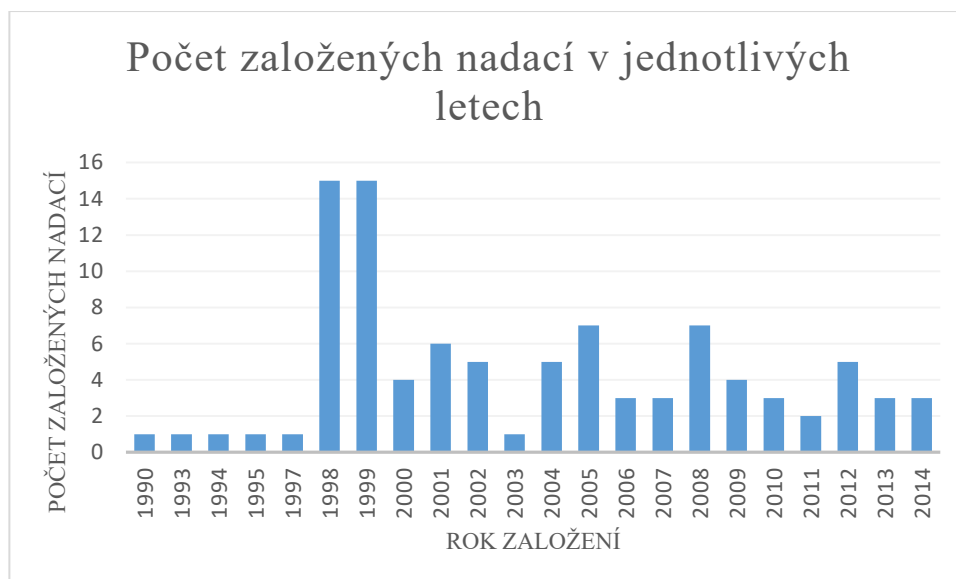
Jednou z nezávislých proměnných, jejíž souvislost s úrovní transparentnosti byla zkoumána, je stáří nadace. Tento údaj se podařilo zjistit u všech subjektů a základní charakteristiky této proměnné znázorňuje následující tabulka.

<i>N</i>	<i>Zjištěno</i>	96
	<i>Chybějící</i>	0
<i>Modus</i>		1998,1999
<i>Minimum</i>		1990
<i>Maximum</i>		2014
<i>Kvartily</i>	25%	1999
	50%	2002
	75%	2008

Tabulka 1: Stáří nadace

Z tabulky znázorňující stáří nadace vyplývá, že největší počet nadací byl založen v letech 1998 a 1999. V roce 1998 i 1999 bylo založeno 15 nových nadací.

²⁶ Celkový počet firemních nadací nalezených prostřednictvím Administrativního registru ekonomických subjektů je 108.



Obrázek 1: Počet založených nadací v jednotlivých letech

Nejstarší nadace v populaci byla založena v roce 1990, čili velmi brzy po změně režimu v roce 1989. Rozložení stáří nadací podle kvartilů ovšem ukazuje, že v prvním desetiletí od vzniku první firemní nadace, resp. do roku 1999, vzniklo pouze 25% nadací. Nejvýraznější nárůst počtu nadací proběhl mezi lety 1999 až 2002, kdy vzniklo celkem 30 nadací. Od roku 2003 do roku 2014 pak vzniklo celkem 49 nadací. V těchto letech vzniklo v jednom roce maximálně 7 firemních nadací.

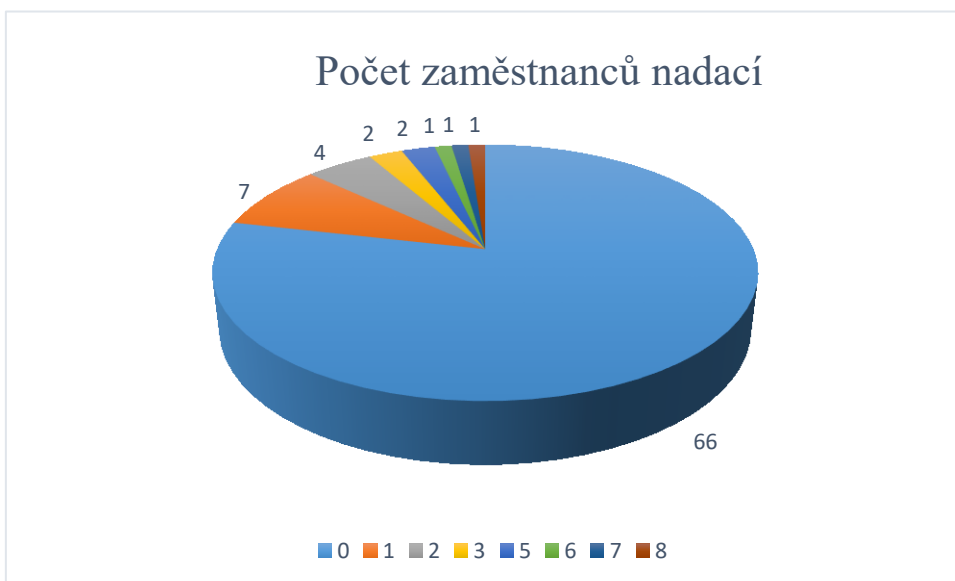
Počet zaměstnanců

Počet zaměstnanců je v této práci chápán jako indikátor velikosti nadace. Počet zaměstnanců byl hledán na webových stránkách nadace, zakladatelské firmy a dokumentech ve Sbírce listin. Následující tabulka ukazuje charakteristiky této proměnné.

<i>N</i>	<i>Zjištěno</i>	84
	<i>Chybějící</i>	12
<i>Průměr</i>		0,62
<i>Medián</i>		0
<i>Modus</i>		0
<i>Minimum</i>		0
<i>Maximum</i>		8

Tabulka 2: Počet zaměstnanců

Počet zaměstnanců se z celkových 96 nadací nepodařilo zjistit u 12 z nich. Většina z 84 nadací, o nichž byl tento údaj dostupný, nemá žádné zaměstnance, a to celkem 66 nadací. Jednoho zaměstnance má celkem 7 nadací, 2 zaměstnance mají 4 nadace, 3 zaměstnance mají 2 nadace, 5 zaměstnanců mají rovněž 2 nadace, 6 zaměstnanců má 1 nadace, 7 zaměstnanců má rovněž 1 nadace. Nejvyšší počet 8 zaměstnanců byl zjištěn rovněž u jediné nadace. Z výsledků je tedy zřejmé, že většina firemních nadací placené zaměstnance nevyužívá. Množství nadací s daným počtem zaměstnanců znázorňuje následující graf.



Obrázek 2: Počet zaměstnanců nadací

Velikost správní rady

Jednou ze zvolených nezávislým proměnných je velikost správní rady nadace, která je povinně ustanovovaným orgánem nadace a velkou měrou ovlivňuje její činnost. Následující tabulka ukazuje charakteristiky této proměnné.

<i>N</i>	<i>Zjištěno</i>	93
	<i>Chybějící</i>	3
<i>Medián</i>		3
<i>Modus</i>		3
<i>Minimum</i>		3
<i>Maximum</i>		12

Tabulka 3: Velikost správní rady

Zjištěné hodnoty ukazují, že většina zkoumaných firemních nadací má tříčlennou správní radu. Tři nadace z celkového počtu 96 firemních nadací počet členů správní rady nezveřejnily, respektive 2 nadace uvedly ve výpisu veřejného rejstříku menší počet členů než tři, což není dostatečný počet členů pro kladné hodnocení indikátoru. Zákon určuje, že správní rada nadace musí být minimálně tříčlenná (§ 362 NOZ).

Jak ukazuje modus v tabulce, firemní nadace mají nejčastěji tříčlennou správní radu, a to konkrétně u 55 nadací. Druhou nejčtenější hodnotou byly šestičlenné správní rady, a to u 13 nadací.

Největší počet členů správní rady, kde se správní rada skládala z 12 členů, byl zaznamenán u jedné nadace.

Nadační kapitál (v tisících Kč)

<i>N</i>	<i>Zjištěno</i>	96
	<i>Chybějící</i>	0
<i>Průměr</i>		24186,335
<i>Medián</i>		500,25
<i>Modus</i>		500
<i>Minimum</i>		500
<i>Maximum</i>		1233000
<i>Kvartily</i>	25%	500
	50%	500,25
	75%	1185,89

Tabulka 4: Nadační kapitál

Jak ukazuje modus v tabulce, nejčastější hodnota nadačního kapitálu u zkoumaných nadací je 500 000 Kč, a to konkrétně u 48 případů. Celkem polovina nadací tak stanovila svůj nadační kapitál na minimální možné hranici. Významnou tendenci nadací využívat minimální hodnotu nadačního kapitálu ukazuje i hodnota mediánu, která se hodnotě modu blíží. Polovina nadací má tedy nadační kapitál menší než 500 250 Kč.

Nejvyšší hodnota nadačního kapitálu ve zkoumané populaci je kapitál nadace Depositum Bonum, který má hodnotu 1 233 000 000 Kč.

Nadační kapitál vyšší než 1 185 890 Kč má pouze 25% nadací.

Z velikosti nadačního kapitálu u jednotlivých nadací je zjevné, že přestože firemní nadace přerozdělují relativně velký podíl nadačních příspěvků celého nadačního sektoru, rozhoduje se velká část z nich vkládat do nadace nadační kapitál v nejnižší možné hodnotě 500 000 Kč.

Kapitál firmy

Velikost firmy vyjádřená hodnotou základního kapitálu firmy byla jednou z charakteristik, jejíž souvislost s úrovní transparentnosti byla zkoumána. Protože některé nadace byly založeny větším počtem firem, do analýzy bude v tomto případě vstupovat součet a průměr kapitálů firem. Protože je u většiny nadací (celkem 80) zakladatelem jedna firma, týká se výpočet součtu a průměru kapitálu pouze 16 nadací, které byly založeny více než 1 firmou, aby byl zohledněn význam více zakladatelů.

Pokud jde o počet firemních zakladatelů zkoumaných nadací, nejvyšší počet těchto zakladatelů byl 7, a to u jediné nadace. Tři nadace měly pět firemních zakladatelů, stejný počet nadací měl tři firemní zakladatele. Dva firemní zakladatele mělo 9 nadací. Osmdesát nadací mělo jediného zakladatele.

U sedmi z 96 nadací nebylo možno dohledat základní kapitál firmy, a to z toho důvodu, že firma je zapsána v zahraničním rejstříku těchto subjektů, nebo nemá výši kapitálu uvedenou ve veřejném rejstříku v České republice nebo na svých webových stránkách.

Celkově nejvyšší kapitál ze všech zakladatelských firem má hodnotu 53 798 975 900 Kč. Nejnižší hodnota firemního kapitálu je 1 000 Kč.

Níže uvedená tabulka ukazuje charakteristiky hodnot součtu a průměru kapitálů firem u jednotlivých nadací²⁷. Charakteristiky těchto proměnných jsou zde uvedeny proto, že tyto proměnné budou využity při testování hypotéz. Součet a průměr kapitálů byl zvolen proto, aby byly při sledování souvislosti velikosti zakladatele a transparentnosti nadace zohledněny všechny zakladatelské firmy.

Nejčastěji vyskytující se hodnotou součtu kapitálu je 100 000 Kč, která byla zaznamenána u 9 případů. Průměrná hodnota součtu kapitálů je 2 825 876 046 Kč.

²⁷ Respektive jsou to charakteristiky hodnot součtu a průměru kapitálů u 16 nadací a hodnot kapitálů 80 firem, které jsou jedinými zakladateli těchto 80 nadací.

Nejčastější hodnota průměru kapitálů firem je 100 000 Kč zaznamenaná u 9 případů. Průměrná hodnota průměru kapitálů je 2 119 777 444 Kč. Tyto hodnoty jsou vypočteny z celkového počtu případů, a jsou tedy ovlivněny některými odlehlými hodnotami.

		<i>součet kapitálů firem (v tis. Kč)</i>	<i>průměr kapitálů firem (v tis. Kč)</i>
<i>N</i>	<i>Zjištěno</i>	89	89
	<i>Chybějící</i>	7	7
<i>Průměr</i>		2 825 876	2 119 777,4
<i>Medián</i>		17 040	17 040
<i>Modus</i>		100	100
<i>Minimum</i>		1	1
<i>Maximum</i>		54 941 942	53 798 976
<i>Kvartily</i>	25%	1 231,5	1 156,5
	50%	17 040	17 040
	75%	798 690	543 533,33

Tabulka 5: Součet a průměr kapitálů firem

Hodnoty zachycené ve výše uvedené tabulce jsou hodnoty údajů týkající se zakladatelských firem 89 nadací. Na tomto místě je ale důležité poukázat na několik odlehlých hodnot, které mohou průměrnou hodnotu těchto proměnných zkreslovat. Tyto hodnoty jsou zachyceny v následující tabulce. Všechny údaje jsou zaznamenány v tisících Kč.

Součet kapitálů

<i>Nejvyšší</i>	1	54 900 000
	2	53 800 000
	3	25 500 000
	4	19 000 000
<i>Nejnižší</i>	1	1
	2	100
	3	100
	4	100

Tabulka 6: Krajní hodnoty - součet kapitálů

Průměr kapitálů

<i>Nejvyšší</i>	1	53 800 000
	2	27 500 000
	3	19 000 000
	4	15 200 000
<i>Nejnižší</i>	1	1
	2	100
	3	100
	4	100

Tabulka 7: Krajní hodnoty - průměr kapitálů

Zahraniční působení firmy

Jedním z možných indikátorů transparentnosti firemních nadací byla skutečnost, zda alespoň jedna ze zakladatelských firem byla založena v zahraničí. Z výsledků vyplývá, že zakladatelských firem, které mají zahraniční působení je celkem 16, což odpovídá 16,7% nadací.

	<i>Četnost</i>	<i>Procento</i>
<i>ne</i>	80	83,3
<i>ano</i>	16	16,7
<i>celkem</i>	96	100

Tabulka 8: Zahraniční působení firmy

Sektor působení

Další proměnnou, která slouží především pro deskripci populace, je určení sektoru, v němž zakladatelská firma působí. Výsledky ukazují, že nejvíce zakladatelských firem působí v terciárním sektoru, a to v celkem 77 případech, malá část pak v sekundárním sektoru, celkem v 15 případech, a u 5 nadací je zakladatelem firma působící v primárním sektoru. Sektor kvartární, tedy firma působící ve vědě a výzkumu, zastoupen není. U jedné nadace se sektor působení zakladatelské firmy nepodařilo zjistit.

	<i>Četnost</i>	<i>Procento</i>
<i>primární</i>	5	5,2
<i>sekundární</i>	13	13,5
<i>terciární</i>	77	80,2
<i>kvartární</i>	0	0
<i>chybějící</i>	1	1

Tabulka 9: Sektor působení zakladatelské firmy

Indikátory transparentnosti

V této části práce jsou uvedeny četnosti výskytu zkoumaných indikátorů transparentnosti. Tento popis dat je uváděn proto, aby bylo zřejmé, jaký podíl nadací dané informace zveřejnil.

Finanční transparentnost

Indikátory finanční transparentnosti mají za cíl zachytit, zda nadace informuje o svém finančním hospodaření a zda zveřejňuje číslo svého bankovního účtu a zda je tento účet transparentní. Kritéria pro hodnocení jednotlivých indikátorů jsou uvedena v popisech proměnných. Četnost těchto indikátorů na internetu zachycuje následující tabulka, která zachycuje, kolik z celkových 96 nadací zveřejnilo nebo nezveřejnilo daný indikátor.

	<i>účetní závěrka za rok 2015</i>	<i>audit za rok 2015</i>	<i>náklady na správu za rok 2015</i>	<i>nadační příspěvky v roce 2015</i>	<i>číslo účtu</i>	<i>transparentní účet</i>
<i>ano</i>	50	36	46	49	43	3
<i>ne</i>	46	60	50	47	53	93

Tabulka 10: Četnost indikátorů finanční transparentnosti

Nadpoloviční většina nadací zveřejnila na svých webových stránkách, ve veřejném rejstříku nebo na webových stránkách zakládající firmy účetní závěrku za rok 2015 (52 % z celkového počtu 96 nadací) a rozdělené nadační příspěvky (51 %). Méně než polovina firemních nadací zveřejnila audit za rok 2015 (38%), náklady na správu nadace za rok 2015 (48%) a číslo bankovního účtu (45%). Dále bylo z dostupných čísel bankovních účtů zjištěno, že 3 z nadací mají vedený transparentní účet (3%).

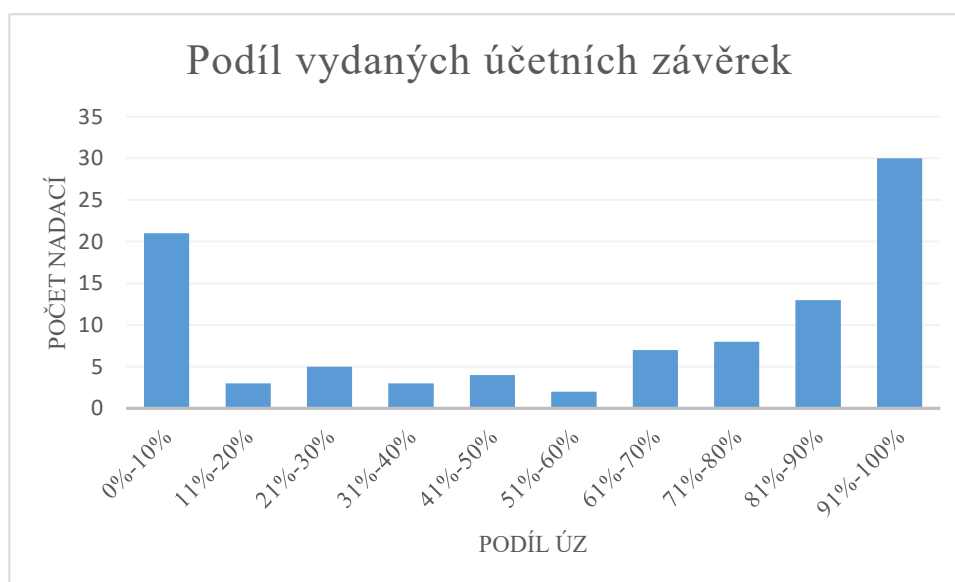
Index účetní závěrky

Další proměnnou, jejíž účel je zachytit, jaký podíl účetních závěrek k počtu celých let fungování nadace zveřejnila, je *index účetní závěrky*. Tato proměnná má znázorňovat finanční transparentnost, resp. zveřejňování účetní závěrky po dobu fungování nadace.

<i>N</i>	<i>Zjištěno</i>	96
	<i>Chybějící</i>	0
<i>Průměr</i>		0,6025
<i>Modus</i>		1

Tabulka 11: Index účetní závěrky - střední hodnoty

Tabulka zachycuje dvě střední hodnoty této proměnné, a to modus a průměr. Jak vidíme, průměrně nadace za své působení zveřejnily 60% účetních závěrek. K tomuto údaji je ale třeba doplnit, že celkem 25 (26%) nadací zveřejnilo 100% účetních závěrek, zároveň ale 17 (18%) nadací nezveřejnilo ani jednu účetní závěrku. Obě tyto krajní hodnoty s relativně velkou četností ukazují na to, že množství nadací každoročně zveřejňuje své účetní závěrky, ale existuje i skupina nadací, které doposud nezveřejnily žádnou účetní závěrku. Celkem 19 nadací zveřejnilo alespoň jednu, maximálně však 50% účetních závěrek. Více než 50% ale méně než 100% účetních závěrek zveřejnilo 35 nadací.



Obrázek 3: Podíl vydaných účetních závěrek

Přestože je průměrná hodnota indexu účetní závěrky (60%) ovlivněna četností nejvyšší a nejnižší hodnoty, z výsledků vyplývá, že 60 nadací, což představuje 63% populace, zveřejnilo více než 50% účetních závěrek.

Transparentnost související s činností

Indikátory tohoto typu transparentnosti stanovené na základě teorie a předchozích výzkumů, mají za cíl zachytit, zda nadace zveřejňuje vybrané informace o své činnosti. Četnost zveřejnění těchto indikátorů zachycuje následující tabulka.

	<i>výroční zpráva za rok 2015</i>	<i>účel nadace</i>	<i>informace o zaměstnancích</i>	<i>aktuální seznam členů SR</i>	<i>webové stránky</i>
ano	48	96	46	93	51
ne	48	0	50	3	45

Tabulka 12: Četnost indikátorů souvisejících s činností

Výsledky ukazují, že výroční zprávu za rok 2015 zveřejnilo na svých webových stránkách, ve Sbirce listin veřejného rejstříku nebo na webových stránkách svého firemního zakladatele celkem 50% nadací. Všechny 96 nadací zveřejnilo svůj účel. Informace o zaměstnancích zveřejnilo 48% nadací. Aktuální seznam členů správní rady, kdy tento seznam čítá alespoň tři členy, bylo možné dohledat u 93 nadací, 3 nadace seznam alespoň třech členů neuveřejnily. Webové stránky včetně těch, které jsou součástí webových stránek firemního zakladatele, provozuje celkem 51 (53%) nadací.

Index výroční zprávy

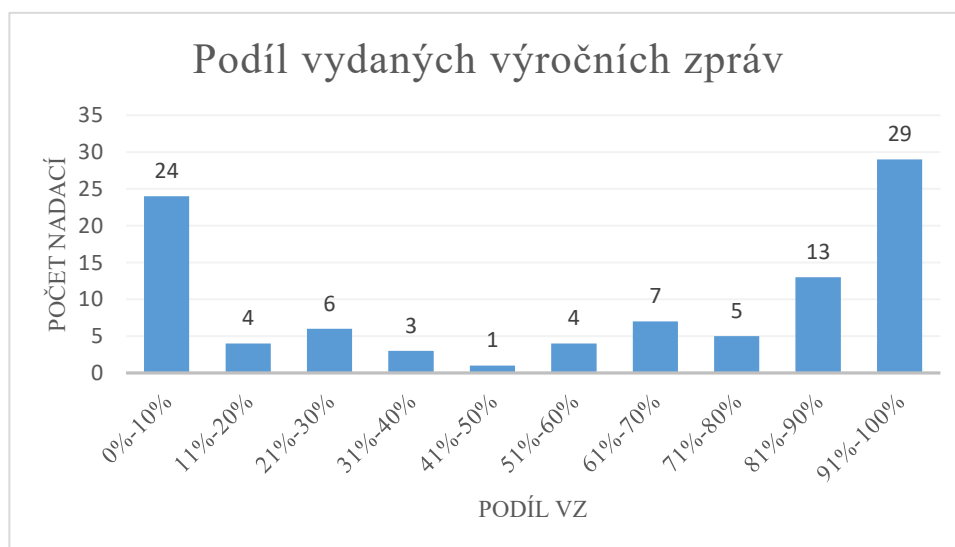
Pro analýzu toho, jak nadace informují o skutečnostech souvisejících s jejich činností během svého působení, byla stejně jako u finanční transparentnosti zvolena proměnná *index výroční zprávy*, která by měla zveřejňování alespoň části těchto informací v čase zachytit. Hodnota tohoto indexu může nabývat hodnot 0 až 1, kdy 0 značí, že nadace za dobu svého působení nezveřejnila ani jednu výroční zprávu, hodnota 1 odpovídá 100% zveřejněných výročních zpráv za počet celých let fungování.

<i>N</i>	<i>Zjištěno</i>	96
	<i>Chybějící</i>	0
<i>Průměr</i>		0,5681
<i>Modus</i>		1

Tabulka 13: Index výroční zprávy - střední hodnoty

Průměrná hodnota této proměnné je po zaokrouhlení 0,57, což je o tři procentní body nižší hodnota než průměrná hodnota indexu účetní závěrky. Přestože se tento rozdíl nejeví jako příliš velký, oproti *indexu účetní závěrky* je zde vyšší podíl nadací, které za dobu své činnosti nezveřejnily ani jednu výroční zprávu. Těchto nadací je celkem 24 oproti 17 nadacím, které nezveřejnily žádnou účetní závěrku.

Druhým výrazným bodem je počet nadací, které zveřejnily 100% výročních zpráv. Jejich počet je stejně jako u předchozího indexu 25 nadací. V 21 případech se jedná o nadace, které zveřejnily i všechny účetní závěrky. V populaci se tedy vyskytuje 21 případů, které zveřejnily 100% výročních zpráv i účetních závěrek.



Obrázek 4: Podíl vydaných výročních zpráv

4.2 Testování hypotéz

U následujících hypotéz je vždy testován vztah úrovně transparentnosti a nezávislé proměnné. Protože byly v tomto výzkumu zkoumány dva typy transparentnosti, byl test proveden zvlášť pro finanční transparentnost a transparentnost související s činností organizace. Cílem této části práce je pouze popsat výsledky statistických testů, komentáře a další analýza těchto výsledků je provedena v kapitole „Diskuze“.

Ověření normality rozložení hodnot závislých proměnných

Kolmogorovovým-Smirnovovým testem bylo zjištěno, že rozložení hodnot závislé proměnné *finanční transparentnost a transparentnost související s činností* neodpovídá normalitě, proto je nutné zvolit neparametrické varianty testů. Hodnota významnosti p v tomto testu byla u obou proměnných výrazně nižší než 0,05²⁸.

Hypotéza č. 1

H₁: Úroveň transparentnosti pozitivně souvisí s velikostí nadace.

H₀: Mezi úrovní transparentnosti a velikostí nadace není souvislost.

K testování této hypotézy byly využity nezávislé proměnné *počet zaměstnanců* a *velikost nadačního kapitálu*. Test probíhal pomocí Spearmanova korelačního koeficientu (ρ), vhodného pro data neodpovídající normálnímu rozložení, na hladině významnosti 0,05.

Počet zaměstnanců nadace a úroveň transparentnosti

Korelací proměnné počet zaměstnanců a dvou typů transparentnosti byly získány následující hodnoty.

Finanční transparentnost

Souvislost mezi počtem zaměstnanců a finanční transparentností nadace se jeví jako statisticky významná. Hodnota Spearmanova korelačního koeficientu $\rho = 0,342$, hodnota

²⁸ Finanční transparentnost: $p = 1,0047^{-10}$; transparentnost související s činností: $p = 1,3159^{-12}$.

významnosti $p = 0,001$. Hodnota koeficientu ukazuje na střední sílu vztahu mezi proměnnými.

Podle výsledků testu je dost důkazů pro nepřijetí nulové hypotézy, existuje tedy souvislost mezi počtem zaměstnanců nadace a úrovní finanční transparentnosti. Koeficient determinace má hodnotu 12%.

Transparentnost související s činností

Korelací bylo zjištěno, že mezi počtem zaměstnanců a úrovní transparentnosti související s činností nadace existuje souvislost. Hodnota Spearmanova korelačního koeficientu $\rho = 0,415$, hodnota významnosti $p = 0,000$.

Podle těchto hodnot je mezi proměnnými středně silná souvislost, nepřijímáme tudíž nulovou hypotézu. Koeficient determinace je 17%, proměnná počet zaměstnanců způsobuje 17% variability transparentnosti související s činností.

Velikost nadačního kapitálu a úroveň transparentnosti

Korelací proměnné nadační kapitál a dvou typů transparentnosti byly zjištěny následující hodnoty.

Finanční transparentnost

Podle výsledků je na hladině významnosti 0,05 v případě použití Spearmanova korelačního koeficientu ($\rho = 0,204$) je korelace mezi nadačním kapitálem a finanční transparentností statisticky významná ($p = 0,046$).

Protože je hodnota p menší než 0,05, nepřijímáme nulovou hypotézu, korelace ovšem není příliš silná, koeficient determinace má hodnotu 4%.

Obě hodnoty ukazují, že se jedná o malou sílu souvislosti, neboť korelační koeficient dosahuje hodnoty, která poukazuje na nižší sílu korelace (Hendl, 2006).

Transparentnost související s činností

Výsledky testu ukazují, že mezi velikostí nadačního kapitálu a úrovní tohoto typu transparentnosti existuje souvislost. Hodnota Spearmanova korelačního koeficientu $\rho = 0,250$, hodnota významnosti $p = 0,014$.

Protože hodnota významnosti $p < 0,05$, nepřijímáme nulovou hypotézu. Test potvrdil, že mezi výší nadačního kapitálu a transparentností související s činností existuje souvislost. Koeficient determinace je 6%.

Problém při testování a interpretaci této hypotézy je fakt, že u proměnných počet zaměstnanců a velikost nadačního kapitálu byla zjištěna statisticky významná korelace. Tato korelace říká, že nadace s vyšším počtem zaměstnanců disponují také vyšším nadačním kapitálem a mají vyšší úroveň transparentnosti.

Hypotéza č. 2

H₂: Úroveň transparentnosti negativně souvisí se stářím nadace.

H₀: Úroveň transparentnosti nesouvisí se stářím nadace.

Při testování této hypotézy vstupují do analýzy proměnné *stáří nadace* a dva typy transparentnosti, *finanční transparentnost* a *transparentnost související s činností nadace*.

Vzhledem k rozložení dat proměnných, které ani u dvou forem transparentnosti ani u proměnné *stáří nadace*²⁹ neodpovídá normalitě, byl pro testování zvolen Spearmanův korelační koeficient.

Finanční transparentnost

Výsledky ukazují, že korelace na hladině významnosti $\alpha = 0,05$ není statisticky významná. Hodnota Spearmanova korelačního koeficientu $\rho = -0,131$ a hodnota významnosti $p = 0,203$.

V tom to případě tedy nezamítáme nulovou hypotézu o tom, že úroveň finanční transparentnosti nesouvisí se stářím nadace.

²⁹ Kolmogorov-Smirnov test: $p = 0,000015$

Transparentnost související s činností

Testem bylo zjištěno, že korelace na hladině významnosti $\alpha = 0,05$ není statisticky významná. Spearmanův korelační koeficient má hodnotu $\rho = -0,164$, hodnota významnosti $p = 0,110$.

Nemáme tedy dostatek důkazů pro zamítnutí nulové hypotézy.

Hypotéza č. 3

H₃: Úroveň transparentnosti pozitivně souvisí s velikostí správní rady nadace.

H₀: Úroveň transparentnosti nesouvisí s velikostí správní rady nadace.

Pro testování této hypotézy byly využity dvě proměnné pro transparentnost a proměnná *velikost správní rady*. Protože je zde opět zjišťována souvislost dvou proměnných, byl využit Spearmanův korelační koeficient.

Finanční transparentnost

Výsledky testu ukazují, že korelace proměnné velikost správní rady a finanční transparentnost je na hladině významnosti $\alpha = 0,05$ statisticky významná. Spearmanův korelační koeficient $\rho = 0,392$, hodnota významnosti $p = 0,000102$.

Z výsledků testu vyplývá, že je dostatek důkazů pro nepřijetí nulové hypotézy. Mezi velikostí správní rady nadace a úrovní finanční transparentnosti existuje souvislost. Koeficient determinace má hodnotu 15%.

Transparentnost související s činností

Z výsledků vyplývá, že korelace mezi velikostí správní rady nadace a úrovní transparentnosti související s činností, je statisticky významná. Spearmanův korelační koeficient $\rho = 0,369$, hodnota významnosti $p = 0,000272$.

Podle těchto výsledků je dostatek důkazů pro nepřijetí nulové hypotézy, že mezi velikostí správní rady a transparentností související s činností není souvislost. Koeficient determinace má hodnotu 14%.

Hypotéza č. 4

H₄: Nadace založené firmou, která byla zřízena v zahraničí, mají vyšší úroveň transparentnosti než nadace založené firmou, která byla založena v České republice.

H₀: Úroveň transparentnosti nadací založených firmou zřízenou v zahraničí se neliší od transparentnosti nadací založených firmou, která byla založena v České republice.

K testování této hypotézy byl zvolen neparametrický test pro srovnávání mediánů dvou nezávislých výběrů, konkrétně Mannův-Whitneyův test. I zde byly zvlášť testovány proměnné *finanční transparentnost* a *transparentnost související s činností* nadace.

Finanční transparentnost

Z výsledků vyplývá, že rozdíl mezi úrovní finanční transparentnosti nadací založených firmou zřízenou v zahraničí a nadací založených firmou založenou v České republice není statisticky významný rozdíl. Hodnota významnosti $p = 0,888$.

Nezamítáme nulovou hypotézu.

Transparentnost související s činností

Podle výsledků není mezi nadacemi rozdělenými podle působnosti zakladatelské firmy statisticky významný rozdíl. Hodnota významnosti $p = 0,975$.

Ani v tomto případě není dostatek důkazů pro nepřijetí nulové hypotézy.

Hypotéza č. 5

H₅: Úroveň transparentnosti pozitivně souvisí s velikostí zakladatelské firmy.

H₀: Úroveň transparentnosti nesouvisí se velikostí zakladatelské firmy.

Velikost firmy byla v této práci měřena pomocí velikosti základního kapitálu firmy. V případě, že má nadace více firemních zakladatelů, je nutno zohlednit i tento aspekt, proto do analýzy vstupuje jako proměnná pro velikost firmy *součet kapitálů zakladatelských firem* a *průměr kapitálů zakladatelských firem*.

Hypotéza byla testována pomocí proměnné součet kapitálů zakladatelských firem a průměr kapitálů zakladatelských firem zvlášť pro finanční transparentnost a transparentnost související s činností. Vzhledem k tomu, že rozložení dat proměnných neodpovídá normalitě, byl použit Spearmanův korelační koeficient.

Finanční transparentnost

Součet kapitálů

Z výsledků vyplývá, že korelace součtu kapitálů zakladatelských firem a úrovně finanční transparentnosti je statisticky významná. Spearmanův korelační koeficient $\rho = 0,501$, hodnota významnosti $p = 0,000$.

Podle výsledků je dostatek důkazů pro nepřijetí nulové hypotézy o souvislosti úrovně finanční transparentnosti a velikosti zakladatelské firmy měřené součtem kapitálů zakladatelských firem. Koeficient determinace má hodnotu 25%.

Průměr kapitálů

Výsledky testu ukazují, že korelace průměru kapitálu a finanční transparentnosti je statisticky významná. Hodnota Spearmanova korelačního koeficientu $\rho = 0,502$, hodnota významnosti $p = 0,000$.

Z výsledků vyplývá, že je dostatek důkazů pro nepřijetí nulové hypotézy. Mezi průměrem kapitálů zakladatelských firem a úrovní finanční transparentnosti existuje souvislost. Koeficient determinace má hodnotu 25%.

Transparentnost související s činností

Součet kapitálů

Výsledky ukazují, že korelace součtu kapitálů firem a úrovně transparentnosti související s činností je statisticky významná. Spearmanův korelační koeficient $\rho = 0,445$, hodnota významnosti $p = 0,000$.

V tomto případě tedy nepřijímáme nulovou hypotézu. Mezi součtem kapitálů a úrovní transparentnosti související s činností existuje souvislost. Koeficient determinace má hodnotu 20%.

Průměr kapitálů

Podle výsledků je korelace mezi *průměrem kapitálů zakladatelských firem a transparentností související s činností* nadace statisticky významná. Spearmanův korelační koeficient $\rho = 0,302$, hodnota významnosti $p = 0,004$.

Podle výsledků máme dostatek důkazů pro nepřijetí nulové hypotézy, že mezi těmito proměnnými neexistuje souvislost. Koeficient determinace má hodnotu 9%.

4.3 Další výsledky

Index účetní závěrky (IÚZ) a index výroční zprávy (IVZ)

K měření transparentnosti byly v této práci kromě proměnných, které vznikly součtem hodnot indikátorů (finanční transparentnost a transparentnost související s činností), použity ještě dvě proměnné, které sloužily k zachycení úrovně transparentnosti v čase. Tyto proměnné poskytují informace o tom, jaký podíl účetních závěrek a výročních zpráv zveřejnila, či resp. vypracovala nadace za období svého působení.

I zde je podle mého názoru na místě zabývat se tím, zda míra zveřejňování těchto dokumentů na internetu souvisí s charakteristikami nadace a firmy. Proto byly i u těchto proměnných provedeny obdobné statistické testy jako ty, které byly provedeny při testování hypotéz. Protože rozdělení hodnot u obou indexů³⁰ neodpovídá normalitě, byly zvoleny neparametrické testy.

Souvislost IÚZ a IVZ s velikostí nadace

Počet zaměstnanců

Výsledky testu ukazují, že na hladině významnosti $\alpha = 0,05$ se u obou indexů objevila statisticky významná korelace.

Pro IÚZ má Spearmanův korelační koeficient hodnotu $\rho = 0,281$ a hodnota významnosti $p = 0,010$. Přestože test hodnotí tento vztah jako statisticky významný, hodnota korelačního koeficientu ukazuje spíše na nižší sílu vztahu.

Pro IVZ má Spearmanův korelační koeficient hodnotu $\rho = 0,257$ a hodnota významnosti $p = 0,018$. I zde je nutno přes nízkou hodnotu významnosti uvést, že korelace počtu zaměstnanců a IVZ je spíše nižší, neboť hodnota korelačního koeficientu je menší než 0,3.

³⁰ Kolmogorov-Smirnov test: Index účetní závěrky: $p = 1,07^{-7}$; Index výroční zprávy: $p = 9,43^{-8}$

Nadační kapitál

Z výsledků testů plyne, že mezi I_{VZ} a hodnotou nadačního kapitálu byla zjištěna statisticky významná korelace. Spearmanův koeficient $\rho = 0,270$, hodnota významnosti $p = 0,08$. Přestože je tato hodnota statisticky významná, fakticky se jedná spíše o slabší korelaci.

Korelace I_{UZ} a nadačního kapitálu se podle výsledků testu nejeví jako statisticky významná ($\rho = 0,195$; $p = 0,057$).

Souvislost I_{UZ} a I_{VZ} a stáří nadace

Hypotéza formulovaná v této práci pro výše uvedené dva typy transparentnosti předpokládá, že starší nadace budou mít nižší úroveň transparentnosti. Stejným způsobem byla provedena i korelace dvou indexů a stáří nadace.

Podle výsledků testu se ani u jednoho z indexů neobjevila statisticky významná korelace. Hodnoty významnosti jsou pro oba indexy vyšší než hladina významnosti $\alpha = 0,05$, hodnoty Spearmanova korelačního koeficientu jsou v obou případech nižší než $0,1$ ³¹.

Souvislost I_{UZ} a I_{VZ} s velikostí správní rady

Podle výsledků testu je na hladině významnosti α statisticky významná korelace mezi velikostí správní rady a *indexem výroční zprávy*. Spearmanův korelační koeficient $\rho = 0,292$, hodnota významnosti $p = 0,05$. Podle těchto výsledků tedy nadace s větší správní radou zveřejnily větší podíl výročních zpráv.

U proměnné *index účetní závěrky* nebyla zjištěna statisticky významná korelace zjištěna ($\rho = 0,162$; $p = 0,120$).

³¹ V absolutní hodnotě, konkrétní hodnoty $\rho = -0,077$ pro I_{VZ} , $\rho = -0,095$ pro I_{UZ} .

IÚZ a Ivz a zahraniční působení firmy

Stejně jako u hypotézy č. 4, i u IÚZ a Ivz byl porovnán rozdíl hodnot u nadací, které založila firma se zahraniční působností a nadací, které založila firma s založená v České republice.

Za tímto účelem byl proveden Mannův-Whitneyův test vhodný pro proměnné, jejichž rozdělení hodnot neodpovídá normalitě.

Z výsledků testu vyplývá, že mezi těmito typy nadací nebyl v úrovni transparentnosti, resp, podílu zveřejněných účetních závěrek a výročních zpráv, zaznamenán statisticky významný rozdíl ($p = 0,808$ pro Ivz, $p = 0,619$ pro IÚZ).

Souvislost IÚZ a Ivz s velikostí zakladatelské firmy

Stejně jako při testování hypotézy o souvislosti úrovně transparentnosti a velikosti zakladatelské firmy, i zde byly analyzovány proměnné *součet kapitálů* a *průměr kapitálů zakladatelských firem*.

Součet kapitálů

Z výsledků vyplývá, že u obou indexů byla naměřena statisticky významná korelace.

Hodnota korelačního koeficientu pro IÚZ je $\rho = 0,356$, hodnota významnosti $p = 0,001$. Hodnota korelačního koeficientu pro Ivz je $\rho = 0,468$, hodnota významnosti $p = 0,000$.

Tyto hodnoty Spearmanova korelačního koeficientu odpovídají střední síle vztahu mezi proměnnými.

Průměr kapitálů

Testem byla zjištěna statisticky významná korelace mezi průměrem kapitálů zakladatelských firem a oběma zkoumanými indexy.

Hodnota korelačního koeficientu pro I_{UZ} je $\rho = 0,361$, hodnota významnosti $p = 0,001$. Hodnota korelačního koeficientu pro I_{VZ} je $\rho = 0,464$, hodnota významnosti $p = 0,000$.

Z výsledků vyplývá, že mezi těmito proměnnými existuje vztah, který je vzhledem k hodnotě Spearmanova korelačního koeficientu středně silný.

Úroveň transparentnosti a oblast působení zakladatelské firmy

Jak bylo uvedeno v popisu proměnných, je do této podkapitoly zařazen test, který má určit, zda se úroveň transparentnosti statisticky významně liší u nadací založených firmou působící v primárním, sekundárním nebo terciárním sektoru.

Vzhledem k tomu, že rozložení dat proměnných neodpovídá normalitě, byl zvolen neparametrický Kruskal-Wallisův test pro nepárové výběry.

Výsledky testu ukazují statisticky významný rozdíl mezi těmito skupinami nadací u proměnné finanční transparentnost ($p = 0,042$), u proměnné transparentnost související s činností neukazuje hodnota významnosti na statisticky významný rozdíl ($p = 0,051$).

Z výpočtu mediánu pro tři typy sektorů je zjevné, že nejnižší finanční transparentnost vykazují nadace, jejichž zakladatelská firma působí v terciární sektoru, jehož medián má hodnotu 1. Mediány nadací, jejichž zakladatel působí v primárním a sekundárním sektoru, měly shodně hodnotu 4.

Limitem tohoto testu je malý počet případů u dvou testovaných skupin; počet nadací v primárním a sekundárním sektoru.

Korelace závislých proměnných

Důležitým poznatkem je i to, zda spolu souvisí úroveň finanční transparentnosti a transparentnosti související s činností. Na hladině významnosti $\alpha = 0,05$ byla provedena korelace s využitím Spearmanova korelačního koeficientu. Z výsledků vyplývá, že mezi závislými proměnnými existuje velmi silná korelace; $\rho = 0,834$ a $p = 0,000$. Lze tedy usuzovat, že s vyšší úrovní finanční transparentnosti jde ruku v ruce i vyšší úroveň transparentnosti související s činností.

Shrnutí výsledků testování hypotéz

Z výsledků vyplývá, že úroveň obou typů transparentnosti souvisí s velikostí nadace, zejména počtem zaměstnanců. Počet zaměstnanců se u 12 nadací nicméně nepodařilo zjistit, tudíž zde pracujeme s určitým zkreslením. Statisticky významná, i když slabší, korelace s počtem zaměstnanců byla zjištěna i v případě *indexu účetní závěrky* a *indexu výroční zprávy*.

Význam kapacity organizace, pokud jde o lidské zdroje, potvrzují i výsledky testování souvislosti úrovně transparentnosti s velikostí správní rady. Správní rada zde zachycuje i možný vliv vnějších aktérů – stakeholderů např. z řad vedení zakladatelské firmy, kteří usilují o prosazení principů transparentnosti v nadaci. Z výsledků vyplývá středně silný vztah mezi touto úrovní a velikostí správní rady u finanční transparentnosti i transparentnosti související s činností. Statisticky významná, i když nepříliš silná, korelace se rovněž objevila u proměnné *index výroční zprávy*.

Velikost nadace vyjádřená velikostí nadačního kapitálu podle výsledků také souvisí s úrovní transparentnosti, síla vztahu je ovšem oproti velikosti vyjádřené počtem zaměstnanců slabší, neboť hodnota korelačního koeficientu je u obou typů transparentnosti menší než 0,3, statisticky významná je i u *indexu výroční zprávy*.

Z výsledků lze tedy usuzovat, že lidské zdroje hrají roli v úrovni transparentnosti a nadace, které mají těchto zdrojů více, jsou lépe schopny transparentnost zajistit.

Naopak žádný statisticky významný výsledek nebyl zaznamenán u souvislosti mezi stářím nadace a úrovní transparentnosti. Zkoumané nadace tedy nesplňují předpoklad teorie strukturální stability³², podle níž se starší organizace hůře přizpůsobují novým podmínkám, a tudíž mohou obtížněji plnit požadavky na transparentnost. Výsledky neprokázaly, že by stáří nadace ať už negativně nebo pozitivně souviselo s úrovní transparentnosti.

Rozdíl v úrovni transparentnosti mezi nadacemi založenými firmou zřízenou v zahraničí a firmou založenou v České republice se rovněž neprokázal jako statisticky

³² V anglickém originálu structural inertia

významný, a to ani u proměnných finanční transparentnost a transparentnost související s činností ani u *indexu účetní závěrky* a *indexu výroční zprávy*.

Statisticky významné korelace a celkově nejvyšší hodnoty korelačních koeficientů byly zjištěny u proměnných, jimiž byla měřena velikost zakladatelských firem. Podle výsledků existuje souvislost mezi úrovní transparentnosti a velikostí firmy, i mezi *indexem účetní závěrky* a *indexem výroční zprávy* a velikostí firmy.

Celkově tedy z výsledků testů hypotéz vyplývá, že úroveň transparentnosti pozitivně souvisí zejména s velikostí nadace, zejména s množstvím lidských zdrojů včetně počtu členů správní rady, a s velikostí zakladatelské firmy. U těchto proměnných byly naměřeny nejvyšší hodnoty korelačních koeficientů a nejnižší hodnoty významnosti. Obě závislé proměnné jsou spolu zároveň silně korelovány, tudíž lze usuzovat, že vyšší úroveň finanční transparentnosti je spojena i s vyšší úrovní transparentnosti související s činností.

5. Diskuze

Transparentnost neziskových organizací se v České republice stala diskutovaným tématem i předmětem výzkumů. Tyto výzkumy se ovšem dosud nezaměřovaly na transparentnost výhradně firemních nadací, které jsou zkoumány v této práci. Transparentnost, definovaná jako zveřejňování a dostupnost informací na internetu, byla zkoumána prostřednictvím vybraných indikátorů relevantních pro firemní nadace, které byly stanoveny na základě teoretických východisek a provedených výzkumů. Dostupnost těchto indikátorů byla ověřována v nadačním rejstříku a dokumentech ve Sbírce listin, na webových stránkách nadace a webových stránkách zakladatelských firem.

Přestože se cíle a z nich plynoucí výzkumné otázky zaměřovaly zejména na to, zda úroveň transparentnosti souvisí s vybranými charakteristikami nadací a zakladatelských firem, považuji za vhodné věnovat v diskuzi prostor i komentáři týkající se popisu charakteristik populace, resp. charakteristikám nadací a firem a četnosti zveřejnění zkoumaných indikátorů transparentnosti.

Ve výše uvedených zdrojích bylo ověřováno zveřejnění celkem šesti indikátorů finanční transparentnosti a pěti indikátorů transparentnosti související s činností nadace. Z výsledků vyplývá, že z celkem 96 nadací je v populaci 30 nadací, které neuveřejnily ani jeden z indikátorů finanční transparentnosti. Naopak všechny indikátory finanční transparentnosti zveřejnila jedna nadace. U skupiny indikátorů souvisejících s činností se neobjevil případ nadace, která by nezveřejnila alespoň jeden z indikátorů. Všechny nadace totiž zveřejnily svůj účel, a to zejména ve výpisu z veřejného rejstříku, kde je tento údaj uváděn povinně. Relativně velká část nadací, celkem 32, zveřejnila 2 indikátory transparentnosti a stejný počet nadací zveřejnil všech 5 indikátorů. Zveřejňování indikátorů souvisejících s činností vykazuje vyšší úroveň než indikátorů finanční transparentnosti. Přestože součet indikátorů souvisejících s činností dosahuje hodnoty 5 a součet indikátorů finanční transparentnosti hodnoty 6, je průměr transparentnosti související s činností 3,5 oproti hodnotě průměru 2,5 u finanční transparentnosti. Tyto výsledky odpovídají i výsledkům výzkumu, který provedli Rodríguez, Pérez a Godoy (2012), kteří rovněž zjistili, že jimi zkoumané organizace vykazují nižší úroveň transparentnosti v oblasti financování a ekonomických aspektů fungování organizací. K podobných závěrům došli i Saxon a Guo (2011: 22), kteří rovněž zmiňují nižší úroveň ve zveřejňování informací týkajících se financí.

Možnou příčinou tohoto rozdílu v těchto dvou typech transparentnosti může být náročnější zpracování dat týkajících se financování a hospodaření.

Dalším významným aspektem fungování nadací je existence webových stránek nadace, které byly jedním z indikátorů transparentnosti související s činností. Webové stránky jsou médiem pro komunikaci nadace s veřejností, a jak uvádí Gandía (2009), mohou mít různou úroveň i funkce. Přestože je množství autorů považuje i za základní médium transparentnosti (Saxon, Guo, 2011; Rodríguez, Pérez a Godoy, 2012; Gazzola, 2014; Tremblay-Boire, Prakash, 2015), webové stránky využívá pro komunikaci s veřejností 51 (53%) zkoumaných nadací. K obdobným výsledkům došel i Bachmann (2012), který prováděl výzkum sta nadací vybraných náhodným výběrem. Autor uvádí, že ze sta nadací jich webové stránky provozovalo celkem 55. Z výsledků výzkumu v této práci tedy vyplývá, že přibližně polovina českých firemních nadací založených do roku 2014 včetně provozuje webové stránky. Zároveň se ukazuje, že podíl firemních nadací, které mají webové stránky, se výrazně neliší od ostatních typů nadací.

Základními dokumenty, které informují o činnosti a hospodaření organizace, jsou výroční zpráva a účetní závěrka. Nadace je může zveřejnit na svých webových stránkách, měly by být ovšem vždy zveřejněny ve Sbírce listin (§ 358 NOZ). Zveřejnění nejaktuálnější výroční zprávy a účetní závěrky za rok 2015 bylo zjištěno u 48 nadací, které zveřejnily výroční zprávu za rok 2015 a 50 nadací, které zveřejnily účetní závěrku za rok 2015. Navzdory tomu, že tyto dokumenty by měly být zaslány na příslušný rejstříkový soud do konce šestého měsíce po předcházejícím účetním období, zveřejnila je přibližně polovina zkoumaných nadací. Zveřejňování těchto dokumentů měl zachycovat i index výroční zprávy a index účetní závěrky, který vyjadřoval, jaký podíl výročních zpráv nebo účetních závěrek zveřejnila nadace za období svého působení. Ani tyto indexy neměly příliš vysoké průměrné hodnoty, u indexu účetní závěrky to byla průměrná hodnota 60% zveřejněných závěrek, u indexu výroční zprávy průměrně 57% výročních zpráv. V populaci se ovšem objevily výrazné skupiny nadací, které zveřejnily buď všechny anebo žádnou výroční zprávu a účetní závěrku. Celkem se ve zkoumané populaci nachází 21 nadací, které za dobu svého působení zveřejnily 100% výročních zpráv i účetních závěrek. Naopak 14 ze zkoumaných nadací nezveřejnilo žádnou výroční zprávu ani účetní závěrku.

Výše uvedené výsledky jsou nejvýznamnějšími zjištěními, pokud jde o zveřejňování jednotlivých indikátorů. Následující část diskuze se zabývá zejména výsledky testování

hypotéz a jejich srovnání s výsledky předchozích výzkumů a existujícími teoriemi, z nichž hypotézy vycházely. Účelem stanovení hypotéz o vztahu mezi úrovní transparentnosti a charakteristikami nadací a zakladatelských firem bylo zjistit, které atributy těchto subjektů s úrovní transparentnosti souvisí.

Determinanty transparentnosti neziskových organizací i firem, jak bylo uvedeno již v předchozích částech práce, již byly předmětem výzkumu. Jedná se zejména o oblast kapacity organizace, zejména její velikost, kterou autoři definovali jako počet zaměstnanců nebo dobrovolníků (Rodríguez, Pérez a Godoy, 2012) nebo jako velikost příjmů či rozpočtu (Tremblay-Boire, Prakash, 2015; Rodríguez, Pérez a Godoy, 2012; Saxon, Guo, 2011). Obdobně byla velikost nadace operacionalizována i v této práci; jako počet zaměstnanců nadace a velikost nadačního kapitálu. Testem hypotézy o souvislosti velikosti nadace a úrovně transparentnosti bylo zjištěno, že transparentnost pozitivně souvisí s velikostí nadace. U obou proměnných, počtu zaměstnanců i velikosti nadačního kapitálu, byla zjištěna statisticky významná korelace, avšak silnější vztah byl zaznamenán u proměnné počet zaměstnanců, kde dosahoval korelační koeficient u obou typů transparentnosti hodnoty vyšší než 0,3, jedná se tedy o středně silnou korelaci. Souvislost mezi úrovní transparentnosti a velikostí nadačního kapitálu je podle výsledků slabší, korelační koeficient měl hodnotu 0,204 pro finanční transparentnost a hodnotu 0,250 pro transparentnost související s činností. Ukazuje se, že kapacita organizace, resp. lidské zdroje jsou důležitým aspektem při dosahování transparentnosti. Tyto výsledky potvrzuje i výzkum, který provedli Rodríguez, Pérez a Godoy (2012), kteří prokázali vztah mezi počtem dobrovolníků a úrovní transparentnosti. Význam kapitálu v úrovní transparentnosti potvrzují Saxon a Guo (2011). Tito autoři prováděli výzkum komunitních nadací, které jsou v tomto případě srovnatelné s právní formou českých firemních nadací. Přestože tedy podle hodnot korelačního koeficientu je souvislost mezi velikostí nadačního kapitálu a úrovní transparentnosti slabší, bylo by vhodné se jí dále zabývat a zahrnout do analýzy nikoliv pouze hodnotu kapitálu, ale celkovou výši prostředků, které nadace za rok přijala, případně využila. Vztah mezi velikostí příjmů organizace a transparentností potvrdili i Tremblay-Boire a Prakash (2015) a Behn (2004).

Význam lidských zdrojů pro zajištění transparentnosti nadace potvrzují i výsledky testování hypotézy č. 3 o vztahu mezi transparentností a velikostí správní rady. Podle těchto výsledků souvisí velikost správní rady pozitivně s úrovní transparentnosti, a to u obou

zkoumaných typů transparentnosti. Hodnota korelačního koeficientů je u obou typů transparentnosti větší než 0,3, jedná se o středně silný vztah mezi těmito proměnnými. Význam tohoto orgánu pro transparentnost organizace potvrdili také Saxon a Guo (2011), kteří pracovali s proměnnou „činnost rady“. Tito autoři potvrzují význam míry činnosti vedení organizace, naopak Rodríguez, Pérez a Godoy (2012), Saxon, Kuo, Ho (2012), kteří pracovali s velikostí rady, ve svých výsledcích pozitivní vztah těchto proměnných nezaznamenali. Výsledky této práce tak pouze částečně korespondují s výsledky provedených výzkumů.

Další charakteristikou nadace, jejíž souvislost s úrovní transparentnosti byla zkoumána, je stáří nadace. Předpoklad o úrovni transparentnosti v souvislosti se stářím nadace vychází z teorie strukturální stability (Hannah, Freeman, 1984: 162-163), podle níž se starší organizace hůře vyrovnávají s novými požadavky a jsou méně adaptabilní, což má za následek i nižší úroveň transparentnosti. Strukturální stabilitu a její vliv na zveřejňování informací na internetu zkoumali rovněž Lee a Joseph (2013), kteří došli k závěru, že tento jev souvisí s nízkou úrovní transparentnosti neziskových organizací. Hypotéza zformulovaná podle teorie strukturální stability a testovaná pomocí korelace ovšem v této práci potvrzena nebyla. Podle výsledků testu této hypotézy není mezi stářím nadace a úrovní transparentnosti statisticky významná, v případě této teorie negativní, souvislost. Neprokázalo se tedy, že by mladší nadace vykazovaly vyšší úroveň transparentnosti než nadace starší. K tomuto zjištění došli i Tremblay-Boire a Prakash (2015), Rodríguez, Pérez a Godoy (2012) a Saxon a Guo (2011). Výsledky této hypotézy lze vnímat pozitivně v tom smyslu, že starší nadace nezaostávají v úrovni transparentnosti za mladšími nadacemi, nicméně vzhledem k úrovni transparentnosti, která se u většiny indikátorů pohybuje okolo 50%³³, se zdá, že firemní nadace nejsou bez ohledu na dobu svého fungování schopny plnit požadavky související s transparentností.

Další skupinou nezávislých proměnných a možných determinant transparentnosti jsou v této práci charakteristiky zakladatelských firem. Tyto proměnné byly do analýzy zahrnuty s cílem zjistit, zda charakteristiky firmy souvisí s úrovní transparentnosti, neboli zda se úroveň transparentnosti nadace liší podle toho, jaká firma nadaci založila. Na základě teoretických východisek byly stanoveny dvě charakteristiky, a to zda byla firma založena v zahraničí nebo v České republice a velikost firmy.

³³ 50% jednotek v populaci zveřejnilo daný indikátor

Rozdíl v úrovni transparentnosti u nadací založených firmou zřízenou v zahraniční a u nadací založených firmou zřízenou v České republice se nepotvrdil. Přestože někteří autoři hovoří o větším zájmu o společenskou odpovědnost firem v západní než ve střední a východní Evropě (Steurer, Martinuzzi, Margula, 2012), a přestože se český nadační sektor začal v porovnání s nadačním sektorem v západní Evropě rozvíjet se zpožděním, neprojevuje se zahraniční působení zakladatelské firmy na úrovni transparentnosti nadací.

Pokud jde o velikost zakladatelské firmy, zde výsledky hovoří odlišně. Zařazení této proměnné do analýzy vychází z předpokladu, že mezi zakladatelskou firmou a nadací dochází ke komunikaci, výměně informací i expertních znalostí. V případě souvislosti úrovně transparentnosti a velikosti firmy byla zjištěna statisticky významná korelace u obou typů transparentnosti³⁴. Hodnoty korelačního koeficientu pro proměnné součet i průměr kapitálů zakladatelských firem ukazují na středně silnou korelaci. Z výsledků vyplývá, že nadace, které založily firmy s větším celkovým kapitálem, vykazují vyšší úroveň transparentnosti. Souvislost mezi těmito proměnnými, resp. vztah mezi nadací a zakladatelskou firmou je otázkou budoucího výzkumu, neboť tato práce nezachycuje další možnosti propojení mezi nadací a firmou, například práci zaměstnanců firmy v nadaci nebo složení správní rady, kde může docházet k výraznému propojení nadace a firmy skrze členy správní rady, kteří zároveň působí v zakladatelské firmě. Z výsledků lze ale usuzovat, že zakladatelská firma hraje ve fungování nadace roli, jak uvádí i Varcoe a Sloane (2003) a Minciullo a Pedrini (2015).

Velikost zakladatelské firmy měřená hodnotou jejího kapitálu se na úrovni transparentnosti projevila více než nadační kapitál. Další silná souvislost s úrovní transparentnosti byla naměřena u počtu zaměstnanců a počtu členů správní rady. Z těchto výsledků lze usuzovat, že pro vyšší úroveň transparentnosti jsou důležité především lidské zdroje v nadaci a spojení se zakladatelskou firmou. Výsledky této práce jsou ve většině zjištění v souladu s výsledky předchozích výzkumů. Naopak teorie strukturální stability, která předpokládá, že starší organizace vykazují menší schopnost přizpůsobit se novým požadavkům včetně těch na transparentnost, u firemních nadací potvrzena nebyla. Významný rozdíl v úrovni transparentnosti nebyl zjištěn ani v souvislosti se zahraničním působením firmy. Výsledky ukazují, že nadace založené firmou zřízenou v zahraničí nejsou

³⁴ Velikost zakladatelské firmy, resp. firem byla vyjádřena jako součet a průměr kapitálů zakladatelských firem, přičemž u obou těchto nezávislých proměnných se korelace ukázala být statisticky významná.

výrazně transparentnější než nadace založené firmou zřízenou v České republice. Zároveň se zdá, že zakladatelská firma hraje v úrovni transparentnosti nadace roli, o čemž svědčí středně silná korelace mezi transparentností a velikostí zakladatelské firmy. Konkrétní podoba vztahu mezi nadací a zakladatelskou firmou by ale měla být předmětem dalšího zkoumání.

5.1 Limity výzkumu

Jedním z důležitých bodů, který považuji za nutné na tomto místě uvést, jsou limity provedeného výzkumu.

Zásadním limitem, který se v této práci promítá, je dynamičnosti a proměnlivost prostředí internetu, které bylo zdrojem dat pro výzkum. Výzkum probíhal v březnu a dubnu roku 2017, a přestože jsem se vždy snažila o kontrolu toho, zda byl údaj zaznamenán do datasetu správně a po ukončení sběru dat byla provedena jejich kontrola, aby byla zaručena správnost dat v datasetu, nelze zaručit, že se v mezidobí mezi sběrem dat a dokončením této práce údaj na internetu neobjevil (v případě, že při sběru dat nebyl nalezen), nezměnil nebo že nebyl naopak smazán.

Jak už bylo uvedeno v popisu proměnných, problém při hodnocení indikátorů byl také v případě nedigitalizovaných dokumentů ve Sbírce listin, kdy nebylo možno ověřit, co konkrétně dokument obsahuje, a tak bylo možné řídit se pouze podle názvu dokumentu. Tento limit se vztahuje k indexu účetní závěrky a indexu výroční zprávy. S tím souvisí i potenciální přítomnost chyb ve veřejném rejstříku, resp. skutečnost, že mohlo dojít k situaci, kdy nadace odeslala dokument na rejstříkový soud, ale tento dokument nebyl zveřejněn.

Dalším limitem výzkumu je fakt, že u některých proměnných nebylo možné zjistit jejich hodnotu u konkrétního případu, a tudíž se v datové matici objevily chybějící hodnoty. Nejvíce chybějících hodnot bylo zaznamenáno u proměnné „počet zaměstnanců“. Celkem 12 nadací nevedlo žádné informace o jejich počtu nebo informaci o tom, že nadace žádné zaměstnance nemá. Chybějící hodnoty se vyskytují rovněž u proměnné „velikost kapitálu zakladatelských firem“.

6. Závěr

Firemní nadace se v České republice staly významnou součástí nadačního sektoru, a to zejména díky objemu prostředků, který každoročně přerozdělí. Jsou to zároveň subjekty, které jsou často díky svému zakladateli, kterým je obchodní společnost, vnímány rozporuplně.

Tato práce se zaměřuje na aspekt fungování firemních nadací, který se v prostředí nejen neziskového sektoru stává často zmiňovaným tématem – na transparentnost, v této práci definovanou jako zveřejňování a dostupnost informací na internetu. Cílem práce bylo zjistit, jaká je úroveň transparentnosti firemních nadací v České republice a jak tato úroveň souvisí s vybranými charakteristikami nadací a firem, které je založily. Pro výzkum byla zvolena populace všech firemních nadací založených do roku 2014 včetně. Sběr dat probíhal v březnu a dubnu roku 2017 v nadačním rejstříku a Sbírce listin, na webových stránkách nadací a webových stránkách zakladatelských firem. Zkoumány byly dva typy transparentnosti, finanční transparentnost a transparentnost související s činností. Cílem práce není hodnotit, zda je transparentnost firemních nadací na dobré nebo špatné úrovni, ale poskytnout přehled a informace o jejím stavu a souvislostech s vybranými proměnnými.

Výsledky ukazují, že jediným indikátorem, který zveřejnilo všech 96 nadací, byl účel nadace. Většinu ostatních indikátorů zveřejnila zhruba polovina nadací. Indikátorem s nejmenší četností zveřejnění je transparentní účet, který mají 3 nadace. Rovněž počet nadací s webovými stránkami není vysoký, jedná se o 51 (53%) nadací. Celkově lze říci, že úroveň transparentnosti, resp. zveřejňování vybraných indikátorů, není příliš vysoká. Celkově bylo nadacemi zveřejněno 53% všech zkoumaných indikátorů, které určovaly finanční transparentnost a transparentnost související s činností.

Pokud jde o souvislost úrovně transparentnosti a vybraných charakteristik nadací a zakladatelských firem, nejvyšší statisticky významná souvislost byla naměřena u počtu zaměstnanců nadace a velikosti správní rady a dále velikosti zakladatelské firmy, vyjádřené množstvím kapitálů firem. Tyto výsledky tak potvrzují význam lidských zdrojů v nadaci i existence vztahu mezi nadací a firmou, který by měl být ale dále předmětem zkoumání. Méně silná, ale statisticky významná souvislost byla zjištěna u velikosti nadačního kapitálu. U proměnných počet zaměstnanců a velikost nadačního kapitálu byla ale zjištěna korelace, proto lze usuzovat, že nadace s vyšším počtem zaměstnanců mají v této populaci i vyšší

nadační kapitál a vyšší úroveň transparentnosti. Výzkum naopak nepotvrdil teorii strukturální stability³⁵, která předpokládá menší adaptabilitu starších organizací, a tudíž i menší schopnost dostát nově vznikajícím požadavkům na transparentnost. Nepotvrdil se ani předpoklad, že by nadace založené firmou zřízenou v zahraničí vykazovaly vyšší úroveň transparentnosti než nadace založené firmou vzniklou v tuzemsku.

Výzkum provedený v této práci potvrdil zejména význam lidských zdrojů v zajištění transparentnosti nadace, přesto ale celková transparentnost neboli podíl všech zveřejněných indikátorů dosahuje 53%. Dalším aspektem, který se projevil jako významný pro transparentnost, je velikost zakladatelských firem. Protože ale vztah těchto dvou subjektů nebyl předmětem tohoto výzkumu, je zde redukován pouze na velikost kapitálů firem, což není pro hodnocení vztahu nadace a firmy dostatečné. Z výsledků ale plyne, že firmy s vyšším celkovým množstvím kapitálu mají i transparentnější nadace, což je podle mého názoru důkaz toho, že firma hraje ve fungování jí založené nadace významnou roli.

³⁵ V anglickém originále structural inertia

Seznam použitých zdrojů

Administrativní registr ekonomických subjektů (ARES) [databáze online]. © 2013. Praha: Ministerstvo financí ČR. [cit. 2017-02-22] Dostupné z: <<http://www.info.mfcr.cz/ares/ares.html>>.

ALBERG-SEBERICH, Michael. 2009. Corporate foundations. [online]. In: ANHEIER, Helmut K., Stefan. TOEPLER a Regina. LIST. *International encyclopedia of civil society*. New York: Springer, ISBN 0387939946. 681-684. [cit. 2016-12-21]. Dostupný z: http://activephilanthropy.org/cms/upload/documents/Corporate_Foundation_International_Enyclopedia.pdf

ANHEIER, Helmut K. 2001. *Foundations in Europe: A comparative perspective*. [online]. Centre for Civil Society, London School of Economics and Political Science. [cit. 2016-11-24] Dostupný z: http://eprints.lse.ac.uk/8498/1/CSWP18-revised_july_2001.pdf

ANHEIER, Helmut K. 2014. *Nonprofit organizations: theory, management, policy*. 2nd ed. London: Routledge, ISBN 978-0-415-55047-5.

BACHMANN, Pavel. 2012. *Transparentnost organizací občanské společnosti*. [online]. 1.Vyd. Hradec Králové: Gaudeamus. [cit. 2016-04-11] Dostupné z: http://www.neziskovky.cz/sdata/Bachman_TransparentnostNNO_693.pdf

BALL, Carolyn. 2009. What is transparency?. [online]. *Public Integrity*, 11.4: 293-308. [cit. 2016-04-11]. Dostupný z: https://www.researchgate.net/profile/Carolyn_Ball2/publication/250174526_What_Is_Transparency/links/545bbd6b0cf2f1dbcbcb01ea.pdf

BARTOŠOVÁ, Zuzana. 2005. Z „tvůrců zisků“ na „spolutvůrce hodnot“. Firemní filantropie jako klíčová oblast CSR. *KOLEKTIV AUTORŮ. Napříč společenskou odpovědností firem. Kladno: AISIS*, 35-41.

BEHN, Bruce K.; DEVRIES, Delwyn D.; LIN, Jing. 2010. The determinants of transparency in nonprofit organizations: An exploratory study. [online]. *Advances in Accounting*, 26(1): 6-12. [cit. 2016-04-29] Dostupné z: https://www.researchgate.net/profile/Bruce_Behn/publication/228378831_The_determinan

ts_of_transparency_in_nonprofit_organizations_An_exploratory_study/links/0deec51c84a
a9ad8fe000000.pdf

BLOWFIELD, Michael. 2005. Corporate Social Responsibility: reinventing the meaning of development? [online]. *International Affairs*, 81(3): 515-524. [cit. 2016-10-11]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/profile/Michael_Blowfield/publication/227722836_Corporate_Social_Responsibility_Reinventing_the_meaning_of_development/links/54056c930cf2bba34c1d3a0c.pdf

BOTHWELL, Robert O. 2001. Trends in self-regulation and transparency of nonprofits in the US. [online]. *International Journal of Not-for-Profit Law*, 2(3): 604-622. [cit. 2016-10-26] Dostupný z: http://www.icnl.org/research/journal/vol2iss3/sg_2.htm

BUTEAU, Ellie; CHAFFIN, Mark; GOPAL, Ramya. 2014. Transparency, Performance Assessment, and Awareness of Nonprofits' Challenges: Are Foundations and Nonprofits Seeing Eye to Eye? [online]. *The Foundation Review*, 6(2): 7. [cit. 2016-04-17] Dostupné z: <http://scholarworks.gvsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1202&context=tfr>

BUSINESS LEADERS FORUM. Slovník pojmů. Business Leaders Forum. [online]. [cit. 2016-10-04]. Dostupný z: <http://www.csr-online.cz/slovník-pojmu/>

Byznys pro společnost. Top odpovědná firma. © 2012 Byznys pro společnost. [online]. [cit. 2016-10-14] Dostupné z: <http://www.topodpovednafirma.cz/top-minule-rocniky.html>

CARROLL, Archie B. 1999. Corporate social responsibility evolution of a definitional construct. [online]. *Business & society*, 38(3): 268-295. [cit. 2016-09-18]. Dostupné z: https://www.laurea.fi/dokumentit/Documents/Evolution_of_Definitional_Construct.pdf

COUF, Petr. 2010. Účetnictví v organizacích občanské společnosti. In: Marek Skovajsa a kol. *Občanský sektor: organizovaná občanská společnost v České republice*. Praha: Portál, 248-288. ISBN 978-80-7367-681-0

ČECH, Petr; DOHNALOVÁ, Marie. 2015. How Corporate Social Responsibility Can Contribute To Growth Strategy. [online]. In: *International conference KNOWLEDGE-BASED ORGANIZATION*. 160-164. [cit. 2016-06-10]. Dostupné z:

<https://www.degruyter.com/downloadpdf/j/kbo.2015.21.issue-1/kbo-2015-0026/kbo-2015-0026.pdf>

EBRAHIM, Alnoor. 2003. Accountability in practice: Mechanisms for NGOs. [online]. *World development*, 31(5): 813-829. [cit. 2017-02-07] Dostupné z: www.alnap.org/pool/files/575-cached.pdf

EUROPEAN COMMISSION. 2007. Corporate Social Responsibility – National public policies in European Union. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communitie. ISBN 978-92-79-07614-5

EUROPEAN FOUNDATION CENTRE (EFC). 2011. Exploring Transparency and Accountability Regulation of Public-Benefit: Report. [online]. [cit. 2016-04-17] Dostupné z: http://www.luisvivesces.org/upload/05/16/Promoting_Transparency_and_Accountability_of_Public-benefit_Foundations_FINAL.pdf

FÓRUM DÁRCŮ, AGNES. 2004. Jak jsme na tom s firemní filantropií v České republice? Výsledky výzkumu firemní filantropie...[online]. Praha. [cit. 2016-11-01]. Dostupné z: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:ZeBGebCJf8UJ:aa.ecn.cz/img_upload/65636e2e7a707261766f64616a737476/firemnifilantrop_vyzkum.doc+&cd=1&hl=cs&ct=clnk&gl=cz&client=firefox-b

FÓRUM DÁRCŮ. 2012. Dobrovolné standardy jako cesta k vyšší transparentnosti -Známka kvality FD pro nadace a fondy. [online]. In:Vláda České republiky [cit. 2016-11-01]. Dostupné z: https://www.vlada.cz/assets/ppov/rnno/aktuality/03_prezentace_splichalova_FD.pdf

FÓRUM DÁRCŮ. 2015a. Firemní nadace a fondy darovaly téměř půl miliardy. [online]. Praha: Fórum dárců. [cit. 2016-04-11]. Dostupné z: http://donorsforum.cz/pages/serve.php?file=1449496576_4_tz_1-12-firemni-nadace-a-fondy.pdf.

FÓRUM DÁRCŮ. 2015b. Nadační sektor v České republice v roce 2015 [online]. Praha: Fórum dárců. [cit. 2016-06-10]. Dostupné z: <https://www.google.cz/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwjXro->

Z3snUAhWJbhQKHUJuD0EQFgglMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.donorsforum.cz%2Fpages%2Fserve.php%3Ffile%3D1449147209_1_klicove-vystupy--nanf2015.pdf&usg=AFQjCNGIJWfRTUw-DWSGzgG5s_xwk8SOdg&cad=rja

FÓRUM DÁRCŮ. 2016. Dárcovské prostředí a nadace i fondy u nás. Klíčové výstupy, kontext a další souvislosti. [online]. Praha: Fórum dárců. Dostupné z: https://www.google.cz/search?q=D%C3%A1rcovsk%C3%A9+prost%C5%99ed%C3%AD+a+nadace+i+fondy+u+n%C3%A1s&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b&gfe_rd=cr&ei=22OYWMraFunf8gfUhr4Bg

FOUNDATION CENTER. 2008. Key Facts on Corporate Foundations. [online]. New York. Dostupné z: <http://www.issuelab.org/resources/13563/13563.pdf>

FOUNDATION CENTER. 2012. Key Facts on Corporate Foundations. [online]. New York. Dostupné z: http://foundationcenter.issuelab.org/resource/key_facts_on_corporate_foundations_2012

FREEMAN, R. Edward; MCVEA, John. 2001. A stakeholder approach to strategic management. Working Paper No. 01-02 University of Virginia. Darden Graduate School of Business Administration. Dostupné z: <http://www.fundacionseres.org/Lists/Informes/Attachments/704/A%20Stakeholder%20Approach%20to%20Strategic%20Management.pdf>

FREEMAN, R. Edward; WICKS, Andrew C.; PARMAR, Bidhan. 2004. Stakeholder theory and “the corporate objective revisited”. [online]. *Organization science*, 15(3): 364-369. [cit. 2016-01-09]. Dostupné z: <http://pubsonline.informs.org/doi/pdf/10.1287/orsc.1040.0066%20>

FRIEDMAN, Milton. 1970. The social responsibility of business is to increase its profits. [online]. *The New York Times Magazine*, September 13, 1970. Copyright @ 1970 by The New York Times Company. [cit. 2016-04-11]. Dostupný z: <http://www.colorado.edu/studentgroups/libertarians/issues/friedman-soc-resp-business.html>

GANDÍA, Juan L. 2009. Internet disclosure by nonprofit organizations: Empirical evidence of nongovernmental organizations for development in Spain. [online]. *Nonprofit and*

voluntary sector quarterly, [cit. 2016-14-11]. Dostupný z: <http://nvs.sagepub.com/content/early/2009/08/21/0899764009343782.full.pdf>

GARRIGA, Elisabet; MELÉ, Domènec. 2004. Corporate social responsibility theories: Mapping the territory. [online]. *Journal of business ethics*, 53: 51-71. [cit. 2016-26-10]. Dostupné z: http://molar.crb.ucp.pt/cursos/2%C2%BA%20Ciclo%20-%20Mestrados/Gest%C3%A3o/2013-15/EERS_1315/2-Sess%C3%A3o%20dia%201%20Fevereiro/Artigos%20para%20mestrandos%20recensionarem/CSR%20-%20Theories%20de%20Garriga%20e%20Mel%C3%A9.pdf

GAZZOLA, Patrizia, et al. 2014. Transparency in Italian non profit organizations. [online]. *Annals of Faculty of Economics*, 1(1): 125-135. [cit. 2016-04-29]. Dostupné z: <http://steconomiceuoradea.ro/anale/volume/2014/n1/013.pdf>

GOOD, Kevin J.; BORBA, José A.; MARAGNO, Lucas. 2015. Supporting Stakeholder Relationship Management via Disclosure on Resource Origins: Evidence from the World's Top NGOs. [online]. *SOCIEDADE, CONTABILIDADE E GESTÃO*, 10(2). [cit. 2016-12-21]. Dostupný z: <http://www.atena.org.br/revista/ojs-2.2.3-08/index.php/ufrij/article/viewFile/2557/2167>

HANNAH, M. T., FREEMAN, J. 1984. Structural inertia and organizational change. [online]. *American Sociological Review*, 49: 149-164. [cit. 2017-02-09] Dostupné z: https://www.researchgate.net/profile/Michael_Hannan2/publication/228314327_Structural_Inertia_and_Organizational_Change/links/0046352cee5622b2a6000000.pdf

HERRING, Susan C. 2009. Web content analysis: Expanding the paradigm. [online]. In: *International handbook of Internet research*. Springer Netherlands, : 233-249. [cit. 2017-05-14]. Dostupné z: <https://www.sfu.ca/cmns/courses/2012/801/1-Readings/Herring%20WebCA%202009.pdf>

ISO/FDIS 26000: Guidance on social responsibility. 2010.

KALOUSOVÁ, Pavlína. Dárcovství a filantropie firem a individuálních dárců. Dílčí studie pro Koncepti politiky vlády vůči nestátním neziskovým organizacím do roku 2020. Vláda ČR (c) 2009-2016 [online]. [cit. 2016-10-10] Dostupné z:

<https://www.vlada.cz/cz/ppov/rnno/dokumenty/dilci-studie-ke-statni-politice-vuci-nno-na-leta-2015---2020-124147/>

KEATING, Elizabeth K.; FRUMKIN, Peter. 2003. Reengineering nonprofit financial accountability: Toward a more reliable foundation for regulation. [online]. *Public Administration Review*, 63(1): 3-15. [cit. 2016-12-26]. Dostupné z: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.200.9151&rep=rep1&type=pdf>

Klasifikace ekonomických činností (CZ-NACE). 2008. Praha: Český statistický úřad, Metodika (Český statistický úřad). ISBN 978-80-250-1660-2.

KRONICK, Jane C.; KŘÍŽOVÁ, Iva; RABUŠIC, Ladislav. 1997. Alternativní metodologie pro analýzu kvalitativních dat/Alternative Methodologies for the Analysis of Qualitative Data. [online]. *Sociologický Časopis/Czech Sociological Review*, 33(1): 57-67.[cit. 2016-04-29]. Dostupné z: http://sreview.soc.cas.cz/uploads/d9ea8b94ec58c839306f61835d149215d1a90b3f_276_057KRONI.pdf

KUNZ, Vilém. 2012. *Společenská odpovědnost firem*. Grada Publishing as, 201 s. ISBN 978-80-247-3983-0

LEE, Roderick L.; JOSEPH, Rhoda C. 2013. An examination of web disclosure and organizational transparency. [online]. *Computers in Human Behavior*, 29(6): 2218-2224. [cit. 2016-04-11]. Dostupný z: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563213001684>

MAREŠ, Petr, Ladislav RABUŠIC a Petr SOUKUP. 2015. *Analýza sociálněvědních dat (nejen) v SPSS*. Brno: Masarykova univerzita, ISBN 978-80-210-6362-4.

MARINETTO, M. 1999, 'The Historical Development of Business Philanthropy: Social Responsibility in the New Corporate Economy', *Business History*, 41(4): 1-20, Business Source Complete, EBSCOhost, [cit. 2016-05-10]. Dostupný z: <http://eds.b.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=8&sid=c9e8ab27-b593-462a-9c1f-9b32829d593f%40sessionmgr120&hid=119>

MCMILLAN, Sally J. 2000. The microscope and the moving target: The challenge of applying content analysis to the World Wide Web. [online]. *Journalism & Mass*

Communication Quarterly, 77(1): 80-98. [cit. 2017-05-15]. Dostupné z: <https://pdfs.semanticscholar.org/bf31/47cfe96c12ae71b2793d48b4a054e9cc3d56.pdf>

MICHENER, Greg; BERSCH, Katherine. 2011. Conceptualizing the quality of transparency. [online]. In: *paper apresentado na 1ª Conferência Global sobre Transparência, ocorrida na Rutgers University, Newark, em maio de*. [cit. 2016-11-11]. Dostupný z: https://spaa.newark.rutgers.edu/sites/default/files/files/Transparency_Research_Conference/Papers/Michener_Greg_Paper_two.pdf

MINCIULLO, Marco; PEDRINI, Matteo. 2015. Knowledge Transfer between For-Profit Corporations and Their Corporate Foundations. [online]. *Nonprofit Management and Leadership*, 25(3): 215-234. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/272196499_Knowledge_Transfer_between_For-Profit_Corporations_and_Their_Corporate_Foundations

MÜLLER, Karel B. 2007. Nevládní neziskové organizace - hrozba či požehnání?. [online]. *Politologická revue*, 2 (12) [cit. 2016-04-13] Dostupné z: https://www.researchgate.net/profile/Karel_Mueller2/publication/237368675_Nevladni_ne_ziskove_organizace_-_hrozba_ci_pozehnani/links/00b49526ad769a91d8000000.pdf

MURTAZA, Niaz. 2012. Putting the lasts first: The case for community-focused and peer-managed NGO accountability mechanisms. [online]. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 23(1): 109-125. [cit. 2017-03-05] Dostupné z: <http://link.springer.com/article/10.1007/s11266-011-9181-9>

NADAČNÍ FOND VIA VITAE. Minimum transparentnosti neziskových organizací. [online]. [cit. 2016-04-29]. Dostupné z: <http://www.nadacevv.cz/?dobrovolna-transparentnost>

REY-GARCIA, Marta; MARTIN-CAVANNA, Javier; ALVAREZ-GONZALEZ, Luis Ignacio. 2012. Assessing and advancing foundation transparency: Corporate foundations as a case study. [online]. *The Foundation Review*, 4(3): 6. [cit. 2016-04-11] Dostupné z: <http://scholarworks.gvsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1023&context=tfr>

ROBERTS, Robin W. 1992. Determinants of corporate social responsibility disclosure: An application of stakeholder theory. [online]. *Accounting, organizations and society*, 17(6): 595-612. [cit. 2017-02-14] Dostupné z: <http://repository.binus.ac.id/2009-1/content/f0122/f012243637.pdf>

RODRÍGUEZ, María del Mar Gálvez; PÉREZ, María del Carmen Caba; GODOY, Manuel López. 2012. Determining factors in online transparency of NGOs: A Spanish case study. [online]. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 23(3): 661-683. [cit. 2016-11-23] Dostupný z: <http://link.springer.com/article/10.1007/s11266-011-9229-x/fulltext.html>

ROSS, Stephen A. 1973. The economic theory of agency: The principal's problem. [online]. *The American Economic Review*, 63(2): 134-139. [cit. 2017-02-14] Dostupné z: https://www.researchgate.net/profile/Stephen_Ross3/publication/4721698_The_Economic_Theory_of_Agency_The_Principal%27s_Problem/links/55a65e1b08ae32c1d10fb937/The-Economic-Theory-of-Agency-The-Principals-Problem.pdf

SALAMON, Lester M.; ANHEIER, Helmut K. 1998. Social origins of civil society: Explaining the nonprofit sector cross-nationally. *Voluntas: International journal of voluntary and nonprofit organizations*, 9(3): 213-248.

SAXTON, Gregory D.; GUO, Chao. 2011. Accountability online: Understanding the web-based accountability practices of nonprofit organizations. [online]. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 40(2): 270-295. [cit. 2016-04-11] Dostupný z: https://www.researchgate.net/profile/Gregory_Saxton/publication/228326666_Accountability_Online_Understanding_the_Web-Based_Accountability_Practices_of_Nonprofit_Organizations/links/09e4150e6fdd162d7b00000.pdf

SAXTON, Gregory D.; KUO, Jenn-Shyong; HO, Yi-Cheng. 2012. The determinants of voluntary financial disclosure by nonprofit organizations. [online]. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 41(6): 1051-1071. [cit. 2017-02-07] Dostupné z: www.academia.edu/download/16154615/SSRN-id2069655.pdf

SCANLAN, Eugene A. 1999. 'The fifth way: The new corporate philanthropy at the millennium', [online]. *New Directions For Philanthropic Fundraising*, 1999, 26: 79-84, Business Source Complete, EBSCOhost, [cit. 2016-10-05]. Dostupný z: <http://eds.b.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=10&sid=c9e8ab27-b593-462a-9c1f-9b32829d593f%40sessionmgr120&hid=119>

SMITH, Craig. 1994, 'The New Corporate Philanthropy', [online]. *Harvard Business Review*, 72(3): 105-116, Business Source Complete, EBSCOhost, [cit. 2016-10-05]. Dostupný z: <http://eds.b.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=6&sid=c9e8ab27-b593-462a-9c1f-9b32829d593f%40sessionmgr120&hid=119>

STONE, Warren S.; WILBANKS, James. 2012. Transparency and Accountability: A Look at Non-Profit Internet Website Content. [online]. *Insights to a Changing World Journal*, 3. [cit. 2016-11-23] Dostupný z: <http://eds.a.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=3&sid=a63002ea-d217-46ad-8fdc-66d9eb8c42f4%40sessionmgr4009&hid=4108>

STRÁNSKÝ, Jakub. Nedatováno. Transparentnost a výkaznictví v českých nadacích. [online]. [cit. 2016-04-11] Dostupné z: <http://www.mvcr.cz/soubor/studie-stransky-pdf.aspx>.

STEURER, Reinhard; MARTINUZZI, Andre; MARGULA, Sharon. 2012. Public policies on CSR in Europe: Themes, instruments, and regional differences. [online]. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 19(4): 206-227. [cit. 2017-02-19] Dostupné z: https://www.researchgate.net/profile/Reinhard_Steurer2/publication/229921027_Public_Policies_on_CSR_in_Europe_Themes_Instruments_and_Regional_Differences/links/00b4953a3f64a136ca000000.pdf

TREMBLAY-BOIRE, Joannie; PRAKASH, Aseem. 2015. Accountability. org: Online disclosures by US nonprofits. [online]. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 26(2): 693-719. [cit. 2017-02-13] Dostupné z: <https://www.infona.pl/resource/bwmeta1.element.springer-361226f0-6e27-33c0-846d-13a41630a166>

TRNKOVÁ, Jana. 2004. Společenská odpovědnost firem – kompletní průvodce tématem & závěry z průzkumu ČR. [online]. [cit. 2016-04-11]. Dostupné z: http://www.neziskovky.cz/data/vyzkum_CSR_BLF_2004txt8529.pdf

VARCOE, Lucy; SLOANE, Nat. 2003. Corporate Foundations: Building a sustainable foundation for corporate giving. [online]. *London: Business in the Community*. [cit. 2017-02-06]. Dostupné z: http://www.bitc.org.uk/system/files/corporate_foundations-building_a_sustainable_foundation_for_corporate_giving.pdf

WAGNER, Simon. 2013. *Financial reporting by European foundations*. [online]. PhD Thesis. NSBE-UNL. [cit. 2016-12-11]. Dostupné z: https://run.unl.pt/bitstream/10362/9853/1/Wagner_2013.pdf

Zákony

Zákon č. 89/2012 Sb. Nový občanský zákoník.

Zákon č. 563/1991 Sb. Zákon o účetnictví

Zákon č. 304/2013 Sb. Zákon o veřejných rejstřících právnických a fyzických osob.

Výroční zprávy

NADACE BONUM COMMUNE. 2016. *Výroční zpráva za rok 2015*. Dubí. NADACE BONUM COMMUNE

NADACE MACHINERY FUND. 2016. *Výroční zpráva 2015*. Ostrava. NADACE MACHINERY FUND.

Nadace pojišťovny Kooperativa. 2016. *Výroční zpráva 2015*. Praha. Nadace pojišťovny Kooperativa.

Nadace PRO FUTURO. 2016. *Výroční zpráva 2015*. Praha. Nadace PRO FUTURO.

Nadace Komerční banky a.s. – Jistota. 2016. *Výroční zpráva 2015*. Praha. Nadace Komerční banky a.s. – Jistota.

Nadace pro rozvoj architektury a stavitelství. 2016. *Výroční zpráva 2015*. Praha. Nadace pro rozvoj architektury a stavitelství.

DĚTSKÁ DOPRAVNÍ NADACE. 2016. *Výroční zpráva 2015*. Praha. DĚTSKÁ DOPRAVNÍ NADACE.

Nadace Asociace hotelů a restaurací České republiky. 2016. *Výroční zpráva Nadace Asociace hotelů a restaurací České republiky za rok 2015*. Praha. Nadace Asociace hotelů a restaurací České republiky.

Nadace Pražské komorní filharmonie. 2016. *Výroční zpráva 2015*. Praha. Nadace Pražské komorní filharmonie.

NADACE SOLIDARITY. 2016. *Výroční zpráva 2015*. Praha. NADACE SOLIDARITY.

NADACE T-SOFT ETERNITY. 2016. *Výroční zpráva za rok 2015*. Praha. NADACE T-SOFT ETERNITY.

Nadace Depositum Bonum. 2016. *Výroční zpráva 2015*. Praha. Nadace Depositum Bonum.

Nadace O2. 2016. *Výroční zpráva Nadace O2 2015*. Praha. Nadace O2.

Nadace ČEZ. 2016. *Výroční zpráva 2015*. Praha. Nadace ČEZ.

Nadace České spořitelny. 2016. *Výroční zpráva 2015*. Praha. Nadace České spořitelny.

Nadace GCP. 2016. *Výroční zpráva 2015*. Praha. Nadace GCP.

Nadace Crocodile. 2016. *Výroční zpráva Nadace Crocodile za rok 2015*. Praha. Nadace Crocodile.

Nadace Nova. 2016. *Výroční zpráva za rok 2015*. Praha. Nadace Nova.

Nadace bpd partners. 2016. *Výroční zpráva za účetní období k 31. prosinci 2015*. Praha. Nadace bpd partners.

FILMOVÁ NADACE. 2016. *Výroční zpráva za hospodářský rok 2015*. Praha. Filmová nadace.

Nadace dřevo pro život. 2016. *Výroční zpráva za rok 2015*. Praha. Nadace dřevo pro život.

Nadace Leontinka. 2016. *Výroční zpráva Nadace Leontinka 2015*. Praha. Nadace Leontinka.

Nadace Quido Schwanka. 2016. *Výroční zpráva za rok 2015*. Praha. Nadace Quido Schwanka.

Nadace VINCI v České republice. 2016. *Výroční zpráva za rok 2015*. Praha. Nadace VINCI v České republice.

Nadace Vodafone Česká republika. 2016. *Výroční zpráva Nadace Vodafone 2015/2016*. Praha. Nadace Vodafone Česká republika.

Nadace AGROFERT. 2016. *Výroční zpráva za rok 2015*. Praha. Nadace AGROFERT.

Nadace Kapky. 2016. *Výroční zpráva nadace Kapky za rok 2015*. Brandýs nad labem/Stará Boleslav. Nadace Kapky.

Nadace Jihočeské cyklostezky. 2016. *Výroční zpráva Nadace Jihočeské cyklostezky 2015*. České Budějovice. Nadace Jihočeské cyklostezky.

Nadace barokního divadla zámku Český Krumlov. 2016. *Výroční zpráva 2015*. Český Krumlov. Nadace barokního divadla zámku Český Krumlov.

Nadace Senio. 2016. *Výroční zpráva Nadace Senio za rok 2015*. České Budějovice. Nadace Senio.

Nadace FILM-FESTIVAL KARLOVY VARY. 2016. *Výroční zpráva za rok 2015*. Karlovy Vary. Nadace FILM-FESTIVAL KARLOVY VARY.

Nadace Georgia Agricolu, region Slavkovský les. 2016. *Výroční zpráva za rok 2015*. Sokolov. Nadace Georgia Agricolu, region Slavkovský les.

Nadace PRECIOSA. 2016. *Výroční zpráva Nadace PRECIOSA za rok 2015*. Jablonec nad Nisou. Nadace PRECIOSA.

Nadace nemocnice v Jablonci nad Nisou. 2016. *Výroční zpráva rok 2015*. Jablonec nad Nisou. Nadace nemocnice v Jablonci nad Nisou

Nadace Škola hrou. 2016. *Výroční zpráva společnosti Nadace Škola hrou o stavu jejího majetku včetně účetní závěrky za rok 2015*. Liberec. Nadace Škola hrou.

Nadace SYNER. 2016. *Výroční zpráva o činnosti Nadace SYNER za rok 2015*. Liberec. Nadace SYNER.

Purkyňova nadace. 2016. *Výroční zpráva 2015*. Lovosice. Purkyňova nadace.

Nadace Student. 2016. *Výroční zpráva za rok 2015*. Most. Nadace Student.

Nadace mezilidské tolerance Thomase Grala. 2016. *Výroční zpráva Nadace mezilidské tolerance Thomase Grala při Lékařské fakultě Univerzity Karlovy v Hradci Králové za rok 2015*. Hradec Králové. Nadace mezilidské tolerance Thomase Grala.

Nadace Hieronymus. 2016. *Výroční zpráva za rok 2015*. Náchod. Nadace Hieronymus.

NOVA EUROPA, nadace. 2016. *Výroční zpráva za rok 2015*. Brno. NOVA EUROPA, nadace.

Nadace FRIDOM. 2016. *Výroční zpráva Nadace FRIDOM za rok 2015*. Brno. Nadace FRIDOM.

Nadace Agel. 2016. *Výroční zpráva o činnosti a hospodaření za rok 2015*. Praha. Nadace Agel.

Čeká střelecká nadace. 2016. *Výroční zpráva České střelecké nadace za rok 2015*. Uherský Brod. Česká střelecká nadace.

Nadace OKD. 2016. *Výroční zpráva 2015*. Karviná. Nadace OKD.

Nadace LANDEK Ostrava. 2016. *Výroční zpráva 2015*. Ostrava. Nadace LANDEK Ostrava.

Nadace Okřídlené kolo. 2016. *Výroční zpráva Nadace Okřídlené kolo za rok 2015*. Přerov. Nadace Okřídlené kolo.

Studijní nadace CS Cabot. 2016. *Výroční zpráva 2015*. Valašské Meziříčí. Studijní nadace CS Cabot.

Seznam tabulek

Tabulka 1: Stáří nadace.....	62
Tabulka 2: Počet zaměstnanců.....	63
Tabulka 3: Velikost správní rady.....	64
Tabulka 4: Nadační kapitál.....	65
Tabulka 5: Součet a průměr kapitálů firem.....	67
Tabulka 6: Krajiné hodnoty - součet kapitálů.....	67
Tabulka 7: Krajiné hodnoty - průměr kapitálů.....	68
Tabulka 8: Zahraniční působení firmy.....	68
Tabulka 9: Sektor působení zakladatelské firmy.....	69
Tabulka 10: Četnost indikátorů finanční transparentnosti.....	70
Tabulka 11: Index účetní závěrky - střední hodnoty.....	71
Tabulka 12: Četnost indikátorů souvisejících s činností.....	72
Tabulka 13: Index výroční zprávy - střední hodnoty.....	73

Seznam grafů

Obrázek 1: Počet založených nadací v jednotlivých letech	63
Obrázek 2: Počet zaměstnanců nadací	64
Obrázek 3: Podíl vydaných účetních závěrek	71
Obrázek 4: Podíl vydaných výročních zpráv	73

Seznam příloh

Příloha 1: Přehled proměnných a jejich indikátorů

Příloha 2: Seznam zkoumaných nadací

Příloha 1: Přehled proměnných a jejich indikátorů

Proměnná		indikátor
závislá	<i>finanční transparentnost</i>	účetní závěrka
		audit
		správní náklady za rok 2015
		rozdělené nadační příspěvky za rok 2015
		číslo účtu
		transparentní účet
	<i>transparentnost související s činností</i>	výroční zpráva
		účel nadace
		informace o zaměstnancích
		seznam členů správní rady
		webové stránky
	<i>index účetní závěrky</i>	podíl zpracovaných ÚZ za počet let fungování
	<i>index výroční zprávy</i>	podíl zpracovaných VZ za počet let fungování
nezávislá		
charakteristiky nadace	<i>velikost nadace</i>	počet zaměstnanců
		nadační kapitál
	<i>počet členů správní rady</i>	počet členů správní rady
	<i>stáří nadace</i>	rok založení
charakteristiky zakladatelské firmy	<i>velikost firmy</i>	základní kapitál firmy
	<i>zahraniční působení firmy</i>	zda firma založena v zahraničí
	<i>sektor působení firmy</i>	sektor národního hospodářství

Příloha 2: Seznam zkoumaných nadací

ABF - Nadace pro rozvoj architektury a stavitelství

Báňská nadace

Česká střelecká nadace

DĚTSKÁ DOPRAVNÍ NADACE

Evropská nadace pro rozvoj zdravotní a sociální péče

FILMOVÁ NADACE

Islámská nadace v Praze

LVÍČE - NADACE PRO OCHRANU A PODPORU DĚTÍ A NEZLETILÉ MLÁDEŽE

MYSLIVECKÁ NADACE Prof. Josefa Hromase

NADACE 17. LISTOPADU

NADACE AB

Nadace Academia Medica Pragensis

Nadace ACTIVE LIFE

NADACE AGEL

Nadace AGROFERT

Nadace Aide Guinee

Nadace ALMA PATER

Nadace ALTEGO

Nadace Asociace hotelů a restaurací České republiky

Nadace barokního divadla zámku Český Krumlov

NADACE BONUM COMMUNE

Nadace bpd partners

Nadace Crocodile

Nadace české bijáky

Nadace České komorní filharmonie

Nadace České spořitelny

Nadace ČEZ

Nadace Depositum Bonum

Nadace dětský svět

Nadace dětských domovů

Nadace Dreams and Reality

Nadace dřevo pro život

Nadace Elements of Life

Nadace FILM-FESTIVAL KARLOVY VARY
Nadace Fit pro život
Nadace FRIDOM
Nadace GCP
Nadace GEE-GEE
Nadace Georgia Agricolu, region Slavkovský les
Nadace Hieronymus
"NADACE INGRID WLADUFSENOVÉ"
Nadace Jihočeské cyklostezky
Nadace Jindřicha a Ičky Waldesových
Nadace KAPKY
Nadace Komerční banky a.s. – Jistota
Nadace LANDEK Ostrava
NADACE LEONTINKA
NADACE MACHINERY FUND
Nadace MAENTIVA
Nadace mezilidské tolerance Thomase Grala
Nadace Moravské Slovácko
NADACE MOŘSKÁ RYBKA
Nadace nemocnice v Jablonci nad Nisou
Nadace Nova
Nadace Nový domov
Nadace O2
Nadace OKD
NADACE OKŘÍDLENÉ KOLO
Nadace pojišťovny Kooperativa
Nadace PRAGUE FREEDOM FOUNDATION
Nadace Pražské komorní filharmonie
Nadace PRECIOSA
Nadace PRO FUTURO
Nadace pro mentálně postižené osoby s kombinovanými vadami
Nadace pro rozvoj sportu v areálu Sport Park Liberec
Nadace pro rozvoj vzdělání
Nadace První lidský klub
Nadace Quido Schwanka - Troja, město v zeleni

Nadace RADIOPALÁC
Nadace RK CARE
Nadace rozvoje zdraví
Nadace Sabarsky - Sonnberger
NADACE SENIO
Nadace SOLE
NADACE SOLIDARITY
Nadace Sophia
Nadace SOTERIA
Nadace společenské odpovědnosti
NADACE STUDENT
Nadace SYNER
NADACE ŠKOLA HROU
NADACE ŠŤASTNÉ DÍTĚ
NADACE T-SOFT ETERNITY
Nadace Terezín
Nadace TLAPKA
Nadace Tomistoma
Nadace ÚAMK pro bezpečnost silničního provozu
Nadace VECTRA
Nadace VINCI v České republice
Nadace VITA 2000
Nadace Vodafone Česká republika
Nadace Život s demencí
NOVA EUROPA, nadace
První Jihočeská Nadace
PURKYŇOVA NADACE
Studijní nadace CS Cabot