

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA HUMANITNÍCH STUDIÍ

Katedra studií občanské společnosti

Bc. Pavlína Tošnerová

Firemní dobrovolnictví

Diplomová práce

Vedoucí práce: **PhDr. Jiří Tošner**

Praha 2009

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu. Současně dávám svolení k tomu, aby tato práce byla zpřístupněna v příslušné knihovně UK a prostřednictvím elektronické databáze vysokoškolských kvalifikačních prací v repozitáři Univerzity Karlovy a používána ke studijním účelům v souladu s autorským právem.

V Praze dne 18.září 2009

Pavλίna Tošnerová

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala PhDr. Jiřímu Tošnerovi z Národního dobrovolnického centra HESTIA za připomínky a odborné vedení.

Zvláštní poděkování za vstřícné jednání patří Ing. Janě Cihlářové (Odbor komunikace České spořitelny), Ing. Pavlíně Folovské (Manažerka pro společenskou odpovědnost ČSOB), Mgr. Dagmar Masopustové (Specialistka společenské odpovědnosti firmy) a Ing. Jitce Chocové (Manažerka společenské odpovědnosti firmy).

V neposlední řadě bych ráda poděkovala Mgr. Tereze Pospíšilové, M.A., Ph.D. za cenné informace, myšlenky a rady a děkuji také všem, kteří mi při psaní práce pomohli a kteří mě podporovali.

Obsah

Abstrakt.....	7
1. Úvod.....	9
1.1. Metodologie.....	12
2. Občanské dobrovolnictví.....	15
2.1. Vymezení občanského dobrovolnictví	15
2.2. Vymezení pojmů souvisejících s dobrovolnictvím	16
2.3. Historie „občanského“ dobrovolnictví	17
2.3.1. Počátky dějin českého státu a českého národa	17
2.3.2. Národní obrození a první ČSR	17
2.3.3. Druhá světová válka	18
2.3.4. Socialistický režim	18
2.3.5. Česká společnost 21. století.....	20
2.4. Formy občanského dobrovolnictví.....	23
2.4.1. Dobrovolnictví dle způsobu pomoci.....	24
2.4.2. Dobrovolnictví dle historického vývoje.....	25
2.4.3 Dobrovolnictví dle cesty, kterou se dobrovolnictví ubírá	25
2.4.3. Dobrovolnictví dle role, kterou hraje v organizaci	26
2.4.4. Dobrovolnictví dle časového vymezení.....	27
2.5. Kdo je to dobrovolník.....	27
2.6. Jak je občanské dobrovolnictví vnímáno	31
2.7. Dobrovolnictví v Evropě	33
2.7.1. Mezinárodní dobrovolnické organizace.....	34
2.8. Právní aspekty občanského dobrovolnictví	36
3. Společenská odpovědnost firem.....	39

3.1.	Vymezení společenské odpovědnosti firem	39
3.2.	Historie společenské odpovědnosti firem.....	41
3.3.	Oblasti společenské odpovědnosti firem	43
4.	Firemní dobrovolnictví.....	46
4.1.	Nástroje firemní filantropie	46
4.2.	Vymezení firemního dobrovolnictví.....	48
4.3.	Historie firemního dobrovolnictví.....	50
4.4.	Formy firemního dobrovolnictví	51
4.5.	Firemní dobrovolnictví přináší výhody.....	53
4.5.1.	Výhoda pro firmu	54
4.5.2.	Výhoda pro zaměstnance.....	56
4.5.3.	Výhoda pro přijímající organizace	57
4.6.	Kdo je to firemní dobrovolník	58
4.6.1.	Koordinátor dobrovolníků.....	60
4.7.	Systémový přístup firemního dobrovolnictví.....	62
4.8.	Právní aspekty firemního dobrovolnictví	66
5.	Shrnutí	68
6.	Firemní dobrovolnictví ve vybraných firmách.....	70
6.1.	Projekt firemního dobrovolnictví zhodnocený za jednotlivé firmy.....	71
6.1.1.	Česká spořitelna	71
6.1.2.	T-Mobile	78
6.1.3.	ČSOB.....	84
6.2.	Projekt firemního dobrovolnictví zhodnocený za všechny sledované firmy	90
7.	Postoje firemních dobrovolníků na projekt firemního dobrovolnictví	95
7.1.	Zhodnocení šetření za jednotlivé firmy.....	95

7.1.1.	Česká spořitelna	96
7.1.2.	T-Mobile	98
7.1.3.	ČSOB.....	101
7.2.	Zhodnocení šetření za všechny sledované firmy	104
7.3.	Srovnání výsledků šetření za jednotlivé firmy	112
8.	Závěr	120
	Literatura (Bibliografie)	126
	Přílohy	131
	O autorce	136
	Slovník důležitějších jmen a pojmů.....	138

Abstrakt

Společenská odpovědnost firem a firemní filantropie nabývají na významu u mnoha firem, a to nejen v zahraničí, ale i v České republice. Firmy jsou si vědomy, že pokud chtějí posílit svou roli na trhu, je nezbytné se kromě tvorby zisku zaměřit též na potřeby a zájem společnosti.

Firemní dobrovolnictví je v České republice poměrně novým typem dobrovolnictví, proto se v diplomové práci zaměřuji kromě charakterizování dobrovolnictví a koncepce společenské odpovědnosti firem, také na popis mechanismu firemního dobrovolnictví, na to jaké formy má a čím je pro firmu výhodné. V konkrétních třech organizacích, ČSOB, Česká spořitelna a T-Mobile, provádím výzkum jak na straně firmy, tak na straně zaměstnanců/dobrovolníků.

Na základě dotazníků zjišťuji, jaký význam přikládají firemnímu dobrovolnictví zaměstnanci, co jim přináší, co je motivuje se do projektu firemního dobrovolnictví zapojit a které oblasti podpory preferují. Prostřednictvím rozhovorů sleduji, co konkrétním firmám firemní dobrovolnictví přináší, proč se do projektu zapojili.

V závěru práce celou problematiku firemního dobrovolnictví shrnuji a uvádím proč je důležitá.

Abstract

Corporate Social Responsibility and Corporate Philanthropy gain importance by many foreign and also czech companies. Companies are aware that to strenghten their position on the market they have to focus attention to the needs and interest of society and not only to making profit.

Corporate volunteering in the Czech republic is relatively a new type of volunteering, so in this dissertation my aim is not only to explain the characteristic of volunteering and concept of Corporate Social Responsibility but also to describe the corporate volunteering mechanism. I refer to corporate volunteering forms and its advantages. In some particular companies, such as ČSOB, T-Mobile and Česká spořitelna, I researched both the company side and the employees/volunteers side as well.

By means of questionnaires I was able to find the importance of corporate volunteering for particular employees, what attracts them to it, what is the motivation to participate on this project and which areas of support they prefer. Through interviews I found what brings this project to particular companies and why they do it.

The whole corporate volunteering issue and why it is important is summarized at the conclusion.

Klíčová slova

- Dobrovolnictví
- Dobrovolník
- Společenská odpovědnost firem
- Zaměstnanec
- Projekt
- Veřejnost
- Charitativní aktivity
- Veřejně prospěšné práce

1. Úvod

Veřejnost nemá příliš povědomí o tom, co to vlastně společenská odpovědnost firem je, co představuje projekt firemního dobrovolnictví a jaký je rozdíl mezi „občanským“ dobrovolnictvím a „firemním“ dobrovolnictvím. Tato diplomová práce by proto měla čtenáře s danými tématy seznámit. Diplomová práce je rozdělena na dvě hlavní části. V první části se věnuji počátkům dobrovolnictví a dobročinnosti, přibližuji koncepci společenské odpovědnosti firem (dále též CSR) a charakterizuji firemní dobrovolnictví, druhá praktická část se týká výzkumu.

Diplomová práce na téma Firemní dobrovolnictví je určena především zájemcům o problematiku společenské odpovědnosti firem, firemního dobrovolnictví či občanského dobrovolnictví. Lidem, kterým nejsou lhostejné veřejně prospěšné aktivity a rádi se aktivně přičiní o jejich rozvoj. Občanům, kteří doposud neznají danou tematiku a chtějí se o ní něco dozvědět či občanům, kteří zatím nemají dostatečné informace k tomu, aby se z vlastní iniciativy projektu firemního dobrovolnictví účastnili.

V diplomové práci představím historii dobrovolnictví a seznámím čtenáře s definicí dobrovolnictví. Posléze představím historii firemního dobrovolnictví a přiblížím definici firemního dobrovolnictví. V praktické části se zaměřím na firemní dobrovolníky, kteří se již projektu firemního dobrovolnictví účastnili, abych zjistila jejich postoje a názory na daný projekt. Uskutečním rozhovor s vybranými manažery, kteří mají projekt firemního dobrovolnictví na starosti.

Společenská odpovědnost firem, jejíž širší součástí je i firemní dobrovolnictví, slouží k rozvoji občanské společnosti a zvyšování kvality života. Proto je cílem této diplomové práce upozornit na přínosy, které díky zavedení koncepce CSR a projektu firemního dobrovolnictví firmě vznikají. Představení mechanismu firemního dobrovolnictví může posloužit k přilákání nových firemních dobrovolníků nebo přimět stávající firemní dobrovolníky věnovat se dobrovolnictví i ve volném čase.

V České republice si společenská odpovědnost firem a firemní dobrovolnictví svou pozici stále ještě budují. Ráda bych proto, na základě diplomové práce představila koncepci společenské odpovědnosti firem a charakterizovala mechanismus firemního

dobrovolnictví. Projekt firemního dobrovolnictví může mít v různých firmách různé podoby, které bych na příkladu vybraných třech českých firem představila. Celkově bych ráda pojmenovala klady firemního dobrovolnictví, aby si čtenář uvědomil, v čem spočívá výhoda a síla firemního dobrovolnictví.

Pro získání odpovědí na své hypotézy jsem zvolila jak kvalitativní metodu (rozhovory s manažery programů firemního dobrovolnictví), tak i metodu kvantitativní (dotazníky se zaměstnanci, kteří se účastnili projektu firemního dobrovolnictví). Zvolení obou metod dává práci větší reprezentativnost při hledání odpovědí.

Hlavním tématem diplomové práce je firemní dobrovolnictví, jeho charakteristika a prezentace forem, kterých může nabývat. Jedná se o téma zajímavé a významné, avšak málo sledované. Firemní dobrovolnictví se dotýká jak neziskové sféry, tak i komerční sféry, má tendenci obě sféry sblížovat a propojovat. Kromě toho může být na firemní dobrovolnictví nahlíženo jako na nástroj podpory veřejně prospěšných činností, pomoc sociálně vyloučeným skupinám, podpory komunit, ale také jako na nástroj jak udržet či přilákat nové zaměstnance, jak mediálně upoutat pozornost, jak se odlišit od konkurence.

Cílem diplomové práce je charakterizovat firemní dobrovolnictví a poskytnout data tří českých vybraných organizací v oblasti firemního dobrovolnictví. Data tohoto typu nebývají dostupná, proto považuji jejich zveřejnění za přínos a možnost využít je k dalším studiím v této oblasti. Dalším záměrem práce je seznámit veřejnost, malé i velké firmy a neziskové organizace s principy CSR a nástroji firemní filantropie, neboť přispívají k udržitelnému rozvoji, kladným vztahům mezi komunitou, firmami a neziskovými organizacemi.

Důvodem vedoucí k volbě zaměření mé diplomové práce je skutečnost, že jsem pracovala v organizaci, která se firemním dobrovolnictvím respektive společenskou odpovědností firem zabývá. Osobně se o téma firemního dobrovolnictví zajímám, neboť ho považuji za zajímavou ukázkou spolupráce ziskové a neziskové sféry. Jde o téma, které začíná nabírat na důležitosti i v České republice a zaslouží si jistě pozornost.

Předpokládám, že koncepce společenské odpovědnosti firem, tedy i firemního dobrovolnictví bude implementována v mnoha komerčních organizacích, neboť je užitečným nástrojem jak efektivně propojit ziskovou a neziskovou sféru, navíc jde o trend, který k nám míří ze západních zemí. Firemní dobrovolnictví pomáhá firmám lépe konkurovat na trhu, získávat zaměstnance a zákazníky.

Doposud je tématu firemního dobrovolnictví věnováno málo prací a publikací. Výsledky by mohly přispět k další činnosti v této oblasti.

Stanovení hypotéz

1. Firemní dobrovolnictví není typickým občanským dobrovolnictvím, jedná se o příležitost zkusit si pracovat v neziskové organizaci.
2. Firemní dobrovolníci nemají zájem věnovat se dobrovolnictví i ve svém volném čase.
3. Jako dobrovolnická činnost je častěji volena manuální práce nežli práce s klienty či administrativní práce.
4. Projekt firemního dobrovolnictví zařadily sledované firmy do svého konceptu CSR díky zavedené firemní kultuře svých mateřských společností.

Cíle práce

- Charakterizovat dobrovolnictví a popsat jeho historii
- Představit projekt firemního dobrovolnictví
- Zjistit postoje a názory firemních dobrovolníků na projekt firemního dobrovolnictví
- Upozornit na přínosy, které díky zavedení projektu firemního dobrovolnictví firmě vznikají

1.1. Metodologie

V praktické části diplomové práce představuji tři komerční organizace, které podporují firemní dobrovolnictví a umožňují svým zaměstnancům, aby se jej účastnili. V konkrétních třech organizacích, ČSOB, Česká spořitelna a T-Mobile, provádím výzkum jak na straně firmy, tak na straně zaměstnanců/dobrovolníků, k čemuž využívám různých výzkumných technik (reprezentativní dotazníkové šetření, expertní interview a sekundární zdroje dat). U firmy se zaměřuji na to, kolik procent zaměstnanců se firemního dobrovolnictví účastnilo, jaké bylo genderové zastoupení, jaký byl vzdělanostní podíl, jaké oblasti jsou nejvíce podporovány, ve kterých regionech je nejvíce zastoupena účast. U zaměstnanců/dobrovolníků se zaměřuji na to, proč se projektu firemního dobrovolnictví účastnili, zda se věnují dobrovolnictví i ve svém volném čase nebo zda o tom po zkušenosti s firemním dobrovolnictvím uvažují, co jim účast na firemním dobrovolnictví přinesla, jakou oblast se rozhodli podpořit a proč. Na základě otázek z dotazníku a vedeného rozhovoru se pokusím potvrdit či vyvrátit stanovené hypotézy. V neposlední řadě vycházím ze studia a následné analýzy tištěných dokumentů (knihy, články, publikace), důležitým zdrojem informací je též internet. Využívám sekundárních zdrojů dat. Firemnímu dobrovolnictví nebyla dosud věnována značná část výzkumů, každopádně o některé z nich se v diplomové práci opírám.

Praktická část je rozdělena na kvantitativní a kvalitativní. V kvantitativní části je zdrojem dat reprezentativní průzkum názorů zaměstnanců tří vybraných firem (ČSOB, Česká spořitelna a T-Mobile). Dotazníkové šetření je realizováno na vzorku zaměstnanců, kteří se účastnili v roce 2008 projektu firemního dobrovolnictví. Dotazován byl vzorek 250 zaměstnanců, z toho bylo osloveno 100 zaměstnanců ČSOB, 100 zaměstnanců České spořitelny a 50 zaměstnanců T-Mobilu. V ČSOB a České spořitelně byla návratnost téměř 50 % a v T-Mobilu 30 %. Dotazníky byly strukturované, s uzavřenými i otevřenými otázkami.

Zaměstnanci byli osloveni metodou náhodného výběru. Ze seznamu zaregistrovaných zaměstnanců, kteří se v roce 2008 účastnili projektu firemního dobrovolnictví, bylo vybráno prvních 100 zaměstnanců (v případě ČSOB a České spořitelny) a prvních 50 zaměstnanců (v případě T-Mobilu). Výběr byl nestranný, zaměstnanci nebyli vybíráni dle pohlaví, věku, vzdělání, pracovní pozice, měsíce, ve

kterém se projektu účastnili atd. Údaje z dotazníků byly zpracovány hromadně a anonymně.

Hodnocení dotazníkového šetření probíhalo na základě kvalitativně definované stupnice hodnot vytvořené z nejčastějších odpovědí. U jednotlivých hodnot jsem značila četnost odpovědí a na základě kvantity odpovědí u jednotlivých hodnot jsem vyvodila závěry.

Kvalitativní část se opírá o expertní interview. Byla realizována celkem tři expertní interview, která mně poskytli manažeři zmíněných třech firem, kteří mají na starosti projekt firemního dobrovolnictví. Byl zvolen polostrukturovaný rozhovor, neboť zachová jednotnou strukturu otázek a zároveň umožňuje dostatek prostoru pro vyjádření individuálního názoru. Rozhovory byly nahrávány na diktafon a poté přepsány. Rozhovory byly považovány za neformální debatu, proto jejich doslovný přepis nebude součástí diplomové práce. Rozhovory sloužily pro snadnější zaznamenávání informací a podklad pro zveřejnění a zhodnocení, jak projekt firemního dobrovolnictví probíhá v jednotlivých firmách.

Firmy jsem vybírala tak, že jsem vycházela ze seznamu firem, se kterými Fórum dárců spolupracuje při realizaci projektu firemního dobrovolnictví.

Výběr byl podmíněn společnými charakteristikami daných firem

- firmy s celorepublikovým zastoupením
- firmy působící na českém trhu
- velké firmy (250 a více zaměstnanců)
- rok realizace projektu firemního dobrovolnictví (T-Mobile - 2005, Česká spořitelna - 2007, ČSOB – 2008)

Jelikož jsem ve Fóru dárců pracovala jako koordinátorka programů CSR, spoléhala jsem též na pozitivní reakce při sjednání spolupráce u jednotlivých firem. Jednání ani tak nebyla jednoduchá a svolení k oslovení zaměstnanců jsem získala až po téměř pěti měsících. Jedná se o citlivá data, jejichž zpřístupnění muselo být odsouhlaseno na poradě firmy, což vyplnilo nějaký čas.

Původně jsem do výběru firem zahrнула Skupinu ČEZ, ČSOB a Českou spořitelnu, přičemž Skupina ČEZ mně nakonec využití dat pro zpracování diplomové práce neschválila. Místo ní jsem tedy oslovila T-Mobile, který s využitím dat souhlasil.

T-Mobile se věnuje firemnímu dobrovolnictví již od roku 2005, na rozdíl od Skupiny ČEZ, která s projektem začala v roce 2008, tedy také později jako ČSOB, popřípadě Česká spořitelna. To byl také důvod, proč nebyl T-Mobile osloven již v první vlně. Po projednání požadavku na firemní poradě použít data T-Mobilu a oslovit jejich zaměstnance, jsem získala svolení. Ačkoliv se proces pracovat na praktické části prodloužil, mohla jsem nakonec začít s oslovením zaměstnanců/dobrovolníků.

Mým původním záměrem bylo získat seznam dobrovolníků, kteří se v roce 2008 projektu firemního dobrovolnictví účastnili přímo od Fóra dárců, které tato data pro jednotlivé firmy zpracovává a uchovává, z toho důvodu, abych časově nevytěžovala manažery jednotlivých firem. Po žádosti o předání seznamu dobrovolníků, kteří se projektu firemního dobrovolnictví v roce 2008 účastnili, jsem musela nejprve doložit Fóru dárců písemný souhlas jednotlivých firem, že mohu tato data obdržet a použít je v diplomové práci. To opět zbrzdilo možnost začít pracovat na praktické části diplomové práce, neboť vyzvednutí písemného souhlasu od všech firem opět nějaký čas vyčerpalo.

Po předložení písemného souhlasu ve Fóru dárců mně bylo oznámeno, že po konzultaci s právníkem jim bylo doporučeno požadované údaje neposkytovat, nehledě na to, že jsem měla písemné svolení. Jedná se totiž o údaje třetích stran, které v souladu se Zákonem o ochraně osobních údajů, není vhodné postupovat dále. Údaje a emailové adresy by měly vydávat pouze firmy samotné. Seznam emailových adres zaměstnanců, kteří se v roce 2008 účastnili projektu firemního dobrovolnictví, byl z Fóra dárců zaslán nejprve jednotlivým firmám, a ty následně předaly seznam emailů na firemní dobrovolníky mně.

Situace byla zkomplikována nejen tím, že jsem rozeslala dotazníky podstatně později, než jsem původně zamýšlela, ale navíc jsem měla na sběr dat vyhrazen necelý měsíc, abych stihla data zpracovat. Jelikož byli dobrovolníci osloveni až v červenci, nebyla zpětná vazba ideální kvůli čerpání dovolených.

2. Občanské dobrovolnictví

Oblast dobrovolnictví je široká, proto se v této kapitole zaměřím na jeho vymezení. Pokusím se čtenáři vysvětlit, co si pod pojmem dobrovolnictví má vlastně představit. V diplomové práci budu používat pojem tzv. občanské dobrovolnictví – jedná se o pracovní pojem, jehož účelem je rozlišit, jestli se hovoří o „klasickém“ (občanském) dobrovolnictví či firemním dobrovolnictví.

2.1. Vymezení občanského dobrovolnictví

Popsat dobrovolnictví je nelehká záležitost, snadnější se může zdát objasnit, co dobrovolnictví není. Přesně to učinil J. Tošner, odborník zabývající se tématem dobrovolnictví.

Dobrovolnictví není oběť – Člověk se rozhodne zcela sám, dle vlastního uvážení, zda chce někomu pomáhat, být v určitých ohledech prospěšný a sám si zvolí četnost pomoci. To vše činí bez finančních nároků či očekávání jiné formy náhrady za svou činnost. Jde zkrátka o to, cítit se užitečný.

Dobrovolnictví není zcela zadarmo – S dobrovolnictvím jsou spojeny určité náklady. Například ve formě placeného zaměstnance, který koordinuje dobrovolníky a dobrovolnou činnost, náklady ve formě kampaně pro nábor nových dobrovolníků či náklady na jejich proškolení. Z druhé strany pohledu i pro samotného dobrovolníka představuje rozhodnutí někomu pomáhat jisté náklady, a to ve formě času, náklady na dojíždění či na pracovní pomůcky, pokud si je pořídí sám.

Dobrovolnictví není amatérismus - Dobrovolnictví je stále více využíváno v mnoha neziskových organizacích. Tam, kde se počítá s větším počtem dobrovolníků, je běžné užívání pozice koordinátora dobrovolníků, který má na starosti nábor nových dobrovolníků, jejich proškolení a je v podstatě nezastupitelným zaměstnancem jako pro komerční organizace bývá personalista. Je potřeba zjistit, jaký člověk se uchází o post dobrovolníka, jaké důvody ho k tomu vedou, o jakou pozici má zájem, co od dobrovolnictví očekává a další otázky, které pomohou odhalit vhodnost kandidáta. Dobrovolník tedy musí splňovat určité předpoklady pro vykonávání pomoci.

Dobrovolníci nejsou levná pracovní síla – Měla by být zachována zásada, že dobrovolník není náhradou za práci profesionálů a že není využíván na takový druh činností, do kterých se nikomu nechce. Dobrovolná pomoc by měla respektovat motivaci dobrovolníka. Nezisková organizace by si měla sjednat s dobrovolníky takový druh pomoci, která vychází z jejich potřeb, respektuje požadavky klientů i samotných dobrovolníků.

2.2. Vymezení pojmů souvisejících s dobrovolnictvím

Stejně jako každá disciplína, má i dobrovolnictví specifickou terminologii.

Rozdíl mezi dobrovolnickou a dobrovolnou činností

Dobrovolnická činnost představuje aktivity spojené s organizováním dobrovolnictví, kdežto dobrovolná činnost představuje vlastní výkon dobrovolné pomoci.

Dle J. Tošnera by se neměl používat termín dobrovolná práce, neboť by mohl mylně vyvolávat představu výděлку, i když tomu tak není. Je proto vhodnější používat termín dobrovolná služba či dobrovolná činnost.

Dobrovolnická organizace se zabývá převážně organizací dobrovolné činnosti. (Tošner, J., Sozanská, O., 2002: 37)

Dobrovolné organizace jsou takové organizace, jejichž činnost je postavena na dobrovolnících. (Tošner, J., Sozanská, O., 2002: 37)

Ve světě je dobrovolnictví více využíváno, uznáváno a je i na vyšší úrovni. Dokonce existuje studijní obor Management dobrovolnictví. Organizování práce dobrovolníků je nutné proto, aby byla jejich činnost efektivní a nedocházelo ke špatnému přenosu informací. Nedorozumění by mohlo způsobit více škody nežli užitku a ve finále by mohlo vést až k ukončení spolupráce.

2.3. Historie „občanského“ dobrovolnictví

Dobrovolnictví má v českých zemích hluboké kořeny. Některá období byla dobrovolnictví nakloněna, jiná je potlačovala. Tato kapitola má za cíl čtenáři představit historický vývoj dobrovolnictví a neziskového sektoru na území českého státu tak, aby pochopil jeho podstatu.

2.3.1. Počátky dějin českého státu a českého národa

Kořeny dobročinnosti sahají k samotným začátkům českých dějin a jsou spjaty s působením křesťanské filosofie. „*Charitativní činnost vycházela z křesťanského milosrdenství a z učení o lásce k bližnímu*“. (Frič, Goulli, 2001:17) Jsou dochovány informace o charitativní činnosti slovanských věrozvěstů Konstantina a Metoděje (9. století) či patrona české země knížete Václava (10. století). „*Staroslovenský Život Konstantinův připisuje Konstantinovi jeden z tradičních humanitárních skutků středověku, vykupování otroků. Jinou podobně častou charitativní činností, totiž pomoc chudým, vdovám a sirotkům, připomíná v souvislosti s Václavem jiná z nejstarších písemných památek českých dějin, Kristiánova legenda*.“ (Frič, Goulli, 2001:34) Filantropické aktivity se v raném středověku soustředily převážně kolem církve.

2.3.2. Národní obrození a první ČSR

Dle autorů knihy *Dobrovolníci a metodika práce s nimi v organizacích* se začala dobročinnost v českých zemích probouzet společně se spolkovou činností zejména v 19. století. V této době vznikala také řada vlasteneckých spolků s obrozeneckými aktivitami na podporu kultury, umění, vzdělání a vědy. Příkladem velkolepé filantropické akce byla v šedesátých a sedmdesátých letech 19. století sbírka na vybudování Národního divadla. „*Významný byl rok 1867, kdy byl vydán liberální spolkový zákon. Se vznikem samostatného československého státu došlo i k růstu počtu organizací občanů*.“ (Dohnalová, 2008: 155) Řada dobrovolných organizací vznikala za účelem národního povznesení. Být členem dobrovolné organizace bylo považováno za čest a vlasteneckou povinnost. „*Dobrovolné organizace byly bohatě strukturovány a zahrnovaly sítě malých organizací a poboček až po okresní, zemská nebo národní ústředí*.“ (Tošner, J., Sozanská, O., 2002: 29)

Období první Československé republiky je považován za zlatý věk neziskového sektoru. „*Vysoký počet organizací je odrazem tradic, protože svépomocné, dobrovolnické a*

veřejně prospěšné aktivity jsou součástí naší kultury.“ (Dohnalová, 2008: 155) Rozrostlo se zaměření neziskových organizací na sociální problémy, ochranu veřejného zdraví, dětí, mládeže a problém chudoby. V dobách první republiky byly výraznými donátory nadace, církve, spolky a dobročinná bratrstva. *„Masarykovská filozofie a tradice otevřela otázku filantropie jako klíčového mravního principu společenského, který se ovšem naplňoval do roku 1939.* (Dohnalová, 2008: 156)

2.3.3. Druhá světová válka

Vývoj neziskového sektoru byl přerušen nejprve německou okupací a následně druhou světovou válkou. Ustavení Protektorátu Čechy a Morava (1939-1945) znamenalo zničení demokratického politického systému a likvidaci či výrazné omezení aktivit neziskového sektoru. *„České země se na šest let ocitly navíc nejen pod cizí okupací, ale i pod nadvládou režimu, jemuž byla občanská společnost se svými institucemi přímo antitezí a který ji také okamžitě začal likvidovat.*“ (Frič, Goulli, 2001:45)

2.3.4. Socialistický režim

V důsledku poválečného rozdělení světa, tedy vlivu Sovětského svazu, se Československá republika začala přizpůsobovat společnosti sovětské. *„Právě přerušeni vývojové linie, totiž změnu západní orientace na východní, je třeba považovat za rozhodující historický mezník.*“ (Frič, Goulli, 2001:46)

Sovětský model socialismu systematicky porušoval základní prvky občanské společnosti, na kterých stavěla demokracie, a byly provedeny strukturální reformy ve všech oblastech života. *„Tradice dobrovolné práce byla za totalitního režimu násilně přerušena a činnost všech forem nezávislých organizací byla cílevědomě a systematicky redukována nebo zcela podřízena politickému vedení státu a komunistické strany a podléhala přísné kontrole.*“ (Tošner, J., Sozanská, O., 2002: 30)

Záměrem komunistické moci bylo soustředit činnosti spolků v masových organizacích a jejich prostřednictvím zapojit veřejnost do výstavby socialistické společnosti. Ústředí akčního výboru Národní fronty zřizovalo akční výbory, které převzaly roli volených spolkových orgánů a snažily se o očistu spolků od nežádoucích protisocialistických sil. *„Sdružování občanů v nezávislých organizacích bylo znemožněno, majetek spolků a nadací byl konfiskován, řada demokraticky smýšlejících lidí, včetně*

představitelů občanských organizací, byla pronásledována a vězněna.“ (Frič, Goulli, 2001:48-49)

Po roce 1948 nebyly spolky samostatnými jednotkami nezávislými na státu, nýbrž součástí socialistického politického systému (podsystemu).

Od roku 1951 začíná být ostře sledována činnost církve a všech jejích diakonických a charitativních spolků. Postupně začínají být omezovány či přecházejí do majetku státu. *„Násilné zásahy ze strany politické moci přerušily plynulý vývoj občanské společnosti ve všech dimenzích, znemožnily občanům svobodně vyjadřovat nejen své politické postoje a náboženské přesvědčení, ale i přirozenou potřebu se svobodně sdružovat a věnovat se nepolitickým veřejně prospěšným činnostem.“* (Frič, Goulli, 2001:49)

Zákonem z roku 1951 bylo povoleno zakládat tzv. „dobrovolné organizace“, které však musely odpovídat zájmům diktatury proletariátu. Toto období *„je možné považovat za definitivní konec éry svobodného spolčování.“* (Frič, Goulli, 2001:50) Neziskové organizace byly nahrazeny rozpočtovými a příspěvkovými organizacemi, které byly dotovány státem a mohly proto podléhat jeho kontrole.

Ruší se řada humanitárních a podpůrných spolků a znárodnění likviduje akciové společnosti a pojišťovny.“ (Dohnalová, 2008:156) Reakcí na danou situaci, zvláště pak na pronásledování a odsuzování lidí, byla emigrace značné populace do zahraničí.

Začátkem 60. let docházelo k demokratizaci společnosti a politickému uvolnění, začalo se uvažovat o modelu tržního socialismu, postupně začal proudit opět vliv západní kultury, některé neziskové organizace obnovily svou činnost. Naděje na změnu však byly násilně zničeny vpádem vojsk Varšavské smlouvy a nastolením období tzv. normalizace. Došlo znova k oddálení západu od východu a dorazila nová vlna emigrace.

Občané se směli sdružovat jen v masových organizacích. V podstatě se jednalo o povinné členství, které nahrazovalo politickou nečinnost v Komunistické straně Československa. I v takovýchto nepříznivých podmínkách se formovaly občanské iniciativy, které udržovaly občanské postoje naživu. *„V 80. letech i pod vlivem slábnoucího politického vlivu Sovětského svazu vznikají první skupiny lidí, kteří se scházejí nelegálně za určitým cílem.“* (Dohnalová, 2008: 156)

„Po roce 1989 došlo v ČR k nebyvalému rozvoji neziskového sektoru. Byly obnoveny spolky a sdružení potlačené minulým režimem, řada z nich získala v rámci restitucí původní majetek a mohla tak pokračovat ve své činnosti.“ (Tošner, J., Sozanská, O., 2002: 30) Začaly vznikat také nové neziskové organizace různých zaměření a různého typu. Vzájemně prospěšné organizace vznikly díky společnému zájmu či společně vytyčenému cíli a veřejně prospěšné organizace vznikly jako potřeba řešit určitý problém (zdravotní postižení, národnostní menšiny, drogová závislost...). Česká společnost začínala hledat vlastní identitu. *Základním tématem se stala myšlenka občanské společnosti, založená na spolupráci a vzájemné solidaritě plnoprávných a svobodných občanů, jejímž hlavním propagátorem byl prezident (Václav Havel - pozn. autora).*“ (Tošner, J., Sozanská, O., 2002: 30)

„Nová kapitola občanských aktivit v našich zemích se začíná psát od roku 1990, kdy tehdejší Federální shromáždění přijalo zákon č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů.“ (Tošner, J., Sozanská, O., 2002: 30) Následovala samozřejmě celá řada dalších zákonů jako například Zákon č. 248/1995 Sb. o obecně prospěšných společnostech, Zákon č. 227/1997 Sb. o nadacích a nadačních fondech a Zákon č. 3/2002 Sb. o svobodě náboženského vyznání a postavení církví a náboženských společností a o změně některých zákonů.

Podstatnou změnou v oblasti dobrovolnictví byl návrh zákona č. 198/2002 Sb., o dobrovolnické službě a o změně některých zákonů. Obsahoval první definici dobrovolníka, dobrovolnické služby, definoval podmínky, za kterých bude stát takovéto aktivity podporovat, uvedl práva a povinnosti dobrovolnických organizací i dobrovolníků samotných. Podnět ke vzniku návrhu zákona o dobrovolnické službě dala vláda ČR na základě iniciativ ze strany neziskového sektoru, kde se s dobrovolníky pracuje především.

2.3.5. Česká společnost 21. století

V současnosti je dobrovolnictví běžnou součástí mnoha neziskových organizací. Dobrovolnictví a neziskové organizace podporují solidaritu mezi lidmi, ať se jedná o nemocné či osoby se zdravotním postižením, chudé a osoby považované za sociálně vyloučené, staré či mladé, solidaritu mezi zaměstnanými a nezaměstnanými, ženami a

muži. „*V České republice jsou svépomocné, dobrovolnické a veřejně prospěšné aktivity součástí naší kultury.*“ (Dohnalová, 2008: 159)

Občanská společnost je vyjádřením institucionalizace občanských aktivit. Lidé se dobrovolně sdružují a zakládají formální uskupení za účelem konat prospěch sobě samým nebo širší komunitě. V tomto je spatřován základ občanského sektoru. Jedná se o prostor mezi trhem, státem a rodinou. (Dohnalová, 2004). Sdružování občanů a zakládání organizací může být vnímáno jako reakce na změny (ekonomické, demografické, politické, technologické, sociální, environmentální atd.), které nejsou dostatečně řešeny na úrovni trhu či státu.

Znakem neziskových organizací je flexibilita, rychlost reakce, kreativita a hlavně schopnost odhalit lokální potřeby lépe než například státní organizace, neboť jsou v přímějším kontaktu se svými klienty. Neziskové organizace mají obrovskou zásluhu na vytvoření široké nabídky sociálních služeb, jejichž předností je pružnost, efektivnost a individuálnost. Nejčastěji používanou definicí je definice Salamona a Anheiera, která se opírá o tyto charakteristiky neziskových organizací: organizovanost (institucionální zakotvení), soukromost (oddělenost od vlády), nerozdělování zisku, samospráva (samostatné rozhodování) a dobrovolnost (vysoký podíl dobrovolné práce). „*V jejich prostředí (nestátní neziskové organizace – pozn. autora) vznikají a rozvíjejí se takové lidské vlastnosti, jako je altruismus, dobročinnost, solidarita, filantropie.*“ (Dohnalová, 2008: 153)

Organizace občanské společnosti si stále více upevňují své místo ve společnosti, což je dáno především expanzí sektoru služeb. S přechodem evropských zemí od industriálních k postindustriálním společnostem, které se vyznačují velkým podílem služeb, kde hrají nemalou roli právě neziskové organizace. (Dohnalová, 2008)

„*Zatím dobrovolníci nesměle pronikají do škol, nemocnic a domovů pro seniory, které patří mezi tzv. kamenné neziskové organizace nebo, jinak řečeno, bývalé rozpočtové a příspěvkové organizace ještě před nedávnou dobou zřizované a spravované státem.*“ (Tošner, J., Sozanská, O., 2002: 41) Rozhodujícím činitelem ke změně postoje je probuzení vnitřního zájmu organizace o dobrovolnickou činnost, vzbuzení důvěry v dobrovolnictví, pochopení jeho smysluplnosti a přínosu pro organizaci samotnou. Pro

zlomení předsudků v dobrovolnictví je nezbytné poskytovat více informací a vyzdvihovat jeho pozitivní vliv na organizaci a klienty.

Hlavní podstatou organizací občanské společnosti je humanismus, solidarita, altruismus, filantropie, sociální soudržnost a spolupráce. (Dohnalová, 2008) Působení neziskových organizací vychází z cílů Lisabonské strategie, která má v úmyslu nastavit takové podmínky, aby Evropská unie měla do roku 2010 „...nejkonkurenceschopnější a nejdynamičtější znalostní ekonomiku, schopnou udržitelného růstu s více a lepšími pracovními místy a s více posílenou sociální soudržností.“ (Krebs et al., 2005: 79). V rámci Evropské unie je značně podporováno podnikání, respektive sociální začleňování a zvyšování zaměstnanosti prostřednictvím politiky sociální soudržnosti, politiky malého a středního podnikání, politiky zaměstnanosti, politiky rozvoje regionu.

S přibývajícím počtem neziskových organizací, které pracují s dobrovolníky a berou je za nedílnou součást organizace a díky práci dobrovolnických center se dobrovolnictví dostává do povědomí více lidí. Dobrovolník přispívá k propagaci organizace tím, že informuje své okolí o její činnosti a rozšiřuje okruh lidí, kteří ji znají. *„Změnu přinesl i Mezinárodní rok dobrovolníků (2001), ve kterém se začalo pracovat na právní úpravě dobrovolnictví, byly vypsány granty na dobrovolné programy a byla připravena řada aktivit přibližujících dobrovolnictví veřejnosti.“* (Tošner, J., Sozanská, O., 2002: 31)

Pro oblast dobrovolnictví byl významný rok 2001, který Organizace spojených národů vyhlásila na návrh japonské vlády za Mezinárodní rok dobrovolníků. Byl zahájen konferencí v lednu 2001 v Amsterdamu organizací IAVE pod názvem Dobrovolníci – kapitál tisíciletí. *„Konference zároveň potvrdila skutečnost existence obrovských rozdílů v přístupu jednotlivých vlád k významu a roli dobrovolnictví jako občanské angažovanosti i jako zdroje ekonomické síly.“* (Tošner, J., Sozanská, O., 2002: 28)

V České republice byl ustaven Národní koordinační výbor pro Mezinárodní rok dobrovolníků 2001 v ČR, který byl složen ze zástupců všech věcně příslušných resortů, ústředních orgánů státní správy, neziskového sektoru, církve a médií.

Výbor si vytyčil tři základní priority, kterým je třeba se věnovat (Ministerstvo, 2002: 40)

- 1) Podpora propagace a prezentace Mezinárodního roku dobrovolníků v ČR
- 2) Podpora zakotvení pojmu „dobrovolnictví“ v českém právu
- 3) Podpora dobrovolnických projektů

„Pro Českou republiku je stále ještě jedním z cílů změnit povědomí české veřejnosti o dobrovolnictví, informovat ji o možnostech, které dobrovolnictví nabízí a nastartovat dlouhodobé aktivity, které by napomohly jeho rehabilitaci.“ (Ministerstvo, 2002: 40)

Všechny vytyčené priority pro Mezinárodní rok dobrovolníků byly v průběhu roku naplněny. V českém právu se objevil očekávaný zákon, který se věnuje problematice dobrovolnictví (zákon č. 198/2002 Sb., o dobrovolnické službě a o změně některých zákonů).

Tématu dobrovolnictví se bude opět věnovat rok 2011 vyhlášený jako rok Evropského dobrovolnictví. Velký počet neziskových organizací pracujících s dobrovolníky si od tohoto roku slibují mediální zájem a pomoc státu s šířením povědomí o dobrovolnictví. Cílem Evropského roku dobrovolnictví je zvýšit povědomí o rozsahu, hodnotě a dopadu dobrovolnictví v Evropě a zdůraznit jeho přínos pro společnost – spolu s Evropany, vládami na všech úrovních a podniky, ocenit dobrovolníky a dobrovolnické organizace, zdůraznit a uznat hodnotu dobrovolnické činnosti, motivovat lidi k zapojení se a přispět k redukci překážek a diskriminace. (European, 2008)

2.4. Formy občanského dobrovolnictví

Mnohokrát mně známí a přátelé kladli otázky, co je to vlastně dobrovolnictví a kdo je to dobrovolník. Myslím si, že lidé sice mají povědomí o těchto pojmech, ale bohužel někdy nepřesné či mylné. Obtížně se určují hranice mezi pomocí příbuzným či přátelům a dobrovolnou pomocí při rekonstrukci dětského hřiště či pomocí s organizací výletu pro seniory.

Dobrovolnictví má mnoho forem, setkáváme se s ním v nejrůznějších situacích, ale často si toho ani nevšimneme - pomůžeme-li kamarádovi opravit plot nebo zajdeme-li sousedovi s dopisem na poštu. Pro každého jedince je přirozené občas dobrovolně a

nezištně pomoci. Někdo takovéto jednání dělá častěji, někdo jen zřídka, ale je to přirozený jev pro každého.

Je vhodné si uvědomit, že dobrovolnictví je zdrojem mnoha pozitivních vlastností. Rodí se nová přátelství, člověk získává spoustu zajímavých zkušeností a příjemných zážitků, obohatí ho to v nahlížení na svět, změní určité zafixované postoje, cítí se být užitečný a pracuje na své seberealizaci. V podstatě se jedná o projev občanské zralosti.

Na dobrovolnictví lze pohlížet z různých úhlů.

2.4.1. Dobrovolnictví dle způsobu pomoci

1) Občanská výpomoc, sousedská výpomoc

„Pro dobrovolnou činnost zaměřenou převážně na rodinu, příbuzenstvo a sousedy můžeme použít termín občanská výpomoc, někdy můžeme slyšet o sousedské výpomoci. (Tošner, J., Sozanská, O., 2002: 36) Tento druh dobrovolnictví je velice častý. Občanská výpomoc je přirozeným jevem ve společnosti již od prvopočátku její existence. Jedná se o vzájemnou protislужbu, kdy se řídíme slovy: Dnes já tobě, zítra ty mně. Nezištná pomoc je typickým příkladem v rodinných, příbuzenských a sousedských vztazích, ale stává se, že pomůžeme i někomu neznámému, zkrátka jen proto, že chceme či máme morální potřebu. Tato forma dobrovolné pomoci se vyznačuje znaky jako samozřejmost, spontánnost a nečekání odměny ani vděku.“ (Tošner, J., Sozanská, O., 2002: 35)

2) Dobrovolnictví vzájemně prospěšné

Pro dobrovolnou činnost probíhající obvykle v rámci komunity vytvořené v obci, okolo fary, sportovního klubu apod. používáme termín dobrovolnictví vzájemně prospěšné.“ (Tošner, J., Sozanská, O., 2002: 36) Hlavním cílem je uspokojovat zájmy svých členů, samozřejmě však není vyloučen přesah k veřejné prospěšnosti. Typickými vzájemně prospěšnými organizacemi jsou různá zájmová sdružení (zahrádkářská a včelařská, myslivecká, pěvecké sbory, tenisové kluby atd.). Finanční prostředky mohou čerpat z grantů a dotací, příspěvků od veřejnosti a jiných zdrojů, ale především také z členských příspěvků.

3) Dobrovolnictví veřejně prospěšné

„Dobrovolnictví, na němž staví neziskové organizace a které organizují také dobrovolnická centra, označujeme jako veřejně prospěšné dobrovolnictví.“ (Tošner, J., Sozanská, O., 2002: 36) Posláním veřejně prospěšných organizací je poskytování veřejně prospěšných služeb (služeb obecných zájmů), které jsou přístupné široké veřejnosti. Typickými představiteli veřejně prospěšných organizací jsou například organizace působící v oblasti životního prostředí, sociální a zdravotní. Finanční prostředky mohou čerpat z grantů a dotací, příspěvků od veřejnosti a jiných zdrojů.

2.4.2. Dobrovolnictví dle historického vývoje¹

1) Evropský model dobrovolnictví

Jedná se o komunitní model, který je vývojově starší. Představuje spontánní setkávání dobrovolníků, kteří sdílejí stejné cíle či zájmy a postupně mohou přejít až v profesionální dobrovolnická centra. Tento model převládá tam, kde je jasný společný cíl a zájmy a hlavně přátelské vztahy.

2) Americký model dobrovolnictví

Jedná se o manažerský model, který je vývojově mladší. Na rozdíl od Evropského modelu je postaven na profesionálně vedených dobrovolnických centrech, která pracují s dobrovolníky. Tento model převládá ve větších městech, kde je potřeba sladit poptávku po dobrovolnících s jejich nabídkou.

2.4.3 Dobrovolnictví dle cesty, kterou se dobrovolnictví ubírá²

1) Dobrovolnictví „zdola nahoru“

Jedná se o původně neformální uskupení přátel, které může postupně přejít ve formální organizaci. Často se takto utvářely organizace po roce 1989. Někdy může být přechod ve formální uskupení problémem pro některé členy, neboť chtěli zůstat dobrovolně se scházejícími „nadšenci“ svého poslání.

2) Dobrovolnictví „zvenčí dovnitř“

Jedná se o profesionálně řízenou organizaci, která doposud nespolupracovala s dobrovolníky či s nimi spolupracovala nepříliš organizovaným způsobem. Takovými

¹ (Tošner, J., Sozanská, O., 2002: 38)

² (Tošner, J., Sozanská, O., 2002: 38)

organizacemi mohou být například domovy důchodců, školy a jiné organizace. V některých případech může docházet k nedůvěře organizace vůči dobrovolníkům, a to z důvodu obavy, že budou starosti navíc, že se jedná o nezkušené lidi a tudíž nevhodné pro práci v dané organizaci, může být i obava z odhalení určitého postupu práce.

2.4.3. Dobrovolnictví dle role, kterou hraje v organizaci³

1) Na dobrovolnících je přímo závislý chod organizace

- Profesionálové a dobrovolníci se společně podílejí na naplňování poslání organizace (obvyklé např. pro humanitární akce či pro ekologické kampaně)
- Dobrovolníci jsou rozhodující silou pro organizaci

2) Dobrovolníci vykonávají činnosti spolu s profesionálními zaměstnanci

- Dobrovolníci pomáhají s běžnými pracemi jako například starání se o chod recepce, výpomoc s administrativou, aj. (obvyklé např. pro sociální a zdravotnická zařízení)
- Dobrovolníci vykonávají činnost odpovídající jejich profesi (např. účetní vede neziskové organizaci účetnictví)
- Dobrovolníci nejsou rozhodující silou pro organizaci (v případě absence dobrovolníků by byla na danou činnost najata placená pracovní síla – dobrovolníci tedy značně přispívají ke snížení nákladů organizace)

3) Činnost dobrovolníků není pro vlastní chod organizace nepostradatelná

- Dobrovolníci doplňují, zkvalitňují nebo zefektivňují nabízené služby dané organizace (např. vycházky s klienty, manuální výpomoc, odborné poradenství)
- Organizace by mohla existovat i bez pomoci dobrovolníků

³ (Tošner, J., Sozanská, O., 2002: 39)

2.4.4. Dobrovolnictví dle časového vymezení⁴

1) Dobrovolné zapojení při jednorázových akcích

- Jedná se o akce pořádané jednou či několikrát do roka (například pořádání kampaní, sbírek či benefičních koncertů)

2) Dlouhodobá dobrovolná pomoc

- Jedná se o akce pořádané pravidelně (například docházení dvakrát v týdnu v rozsahu jedné hodiny po celý rok)

3) Dobrovolná služba

- Jedná se o aktivity konané zpravidla mimo zemi po dobu několika měsíců až let

2.5. Kdo je to dobrovolník

Podle zákona č. 198/2002 Sb., o dobrovolnické službě a o změně některých zákonů, (dále jen „zákon o dobrovolnické službě“), může být dobrovolníkem fyzická osoba starší 15 let, jde-li o výkon dobrovolnické služby na území České republiky a fyzická osoba starší 18 let, jde-li o výkon dobrovolnické služby v zahraničí.

Stěžejním bodem zákona je § 5 odstavec 4, který sděluje, že dobrovolníkovi nenáleží za výkon dobrovolnické služby odměna.

„Termín dobrovolný pracovník pečovatelské služby zná vyhláška MPSV ČR č. 182/1991 Sb. Ten ale pobírá za svoji práci odměnu, takže to není dobrovolník v našem slova smyslu.“ (Tošner, J., Sozanská, O., 2002: 86) Pokud člověk pobírá za vykonávanou činnost odměnu, ačkoliv nízkou, nelze ho považovat za dobrovolníka.

Dobrovolníkem se může stát v podstatě kdokoliv, kdo chce pomáhat. Každý člověk má něco, co může nabídnout druhým. *„Dobrovolník je člověk, který bez nároku na finanční odměnu poskytuje svůj čas, svoji energii, vědomosti a dovednosti ve prospěch ostatních lidí či společnosti.“* (Tošner, J., Sozanská, O., 2002: 35) Nemělo by se však stávat, aby

⁴ (Tošner, J., Sozanská, O., 2002: 40)

dobrovolník nahrazoval práci profesionála a neměl by dostávat úkoly, které nechce nikdo dělat.

Člověk získává díky dobrovolnictví prostor pro seberealizaci, možnost setkávat se a komunikovat s lidmi, podílí se na rozvoji mezilidských vztahů a přispívá k pozitivnímu vnímání nestátních neziskových organizací. „*Dobrovolníci hrají nezanedbatelnou roli v humanitárních programech OSN, v technické spolupráci, obraně lidských práv, v procesu podpory demokracie.*“ (Tošner, J., Sozanská, O., 2002: 24)

Ať již dobrovolník poskytuje svou energii a čas komukoliv, měl by mít na vědomí, že s ním dotyčný závazně počítá a spoléhá se na něj. Dobrovolnictví vykazuje určité závazky, práva a povinnosti, ovšem zachovává si stále svou neformálnost a spontaneitu.

Podle zákona o dobrovolnické službě mají dobrovolníci vůči přijímající organizaci určité povinnosti.

Povinnosti dobrovolníka

- plnit podmínky sjednané ve smlouvě o výkonu dobrovolnické činnosti a respektovat zákon o dobrovolnické službě
- účastnit se přípravy k výkonu dobrovolnické činnosti
- na vyžádání předložit dokumenty o zdravotním stavu, výpis z Rejstříku trestů či doklady o dosaženém vzdělání a praxi

Dle zákona o dobrovolnické službě mají dobrovolníci kromě povinností také svá práva.

Práva dobrovolníka

- dostat informace o poslání a činnosti organizace, které chce poskytnout svou pomoc
- obdržet vyčerpávající informace o činnosti, kterou by měl vykonávat
- vykonávat činnost odpovídající očekávání, zkušenostem a znalostem
- konzultovat a spolupracovat s koordinátorem dobrovolníků
- účastnit se výcviku či zaškolení k výkonu dobrovolné činnosti
- účastnit se supervize (sdělit své pocity či problémy)
- odmítnout činnost, pokud nebude vyhovovat zájmům či schopnostem
- mít sjednané pojištění pro případ odpovědnosti za škody

Od 1. ledna 2009 je novelou zákona o hmotné nouzi zřízený nový institut - veřejná služba. (Sasínová, 2009) Podle nového zákona chce stát donutit dlouhodobě nezaměstnané lidi pracovat (lidé nezaměstnaní déle než 6 měsíců). Mají si odpracovat povinně alespoň dvacet hodin měsíčně veřejnou službou pro obec nebo dobrovolnickou službou, aby po půlročním pobírání dávek v hmotné nouzi nepřišli o více než tisíc korun. Obce však nemají dostatek míst ve veřejně prospěšných službách, proto se mnoho lidí obrací na neziskové organizace.

Jenže tato motivace je proti základní myšlence dobrovolnictví, kdy člověk pomáhá ze svého vlastního rozhodnutí, bez nároku na odměnu, ve svém volném čase, pro pocit uspokojení.

Neziskové organizace nápor zájemců o dobrovolnickou službu zatěžuje, neboť je daleko více těch, kteří nesplňují požadavky. Zájemci o práci dobrovolníka musí mít potřebnou způsobilost (potvrzení od doktora o psychické způsobilosti, musí prokázat sociální citění aj.). Výjimečně se najdou lidé, kteří se pro práci dobrovolníka hodí a přitom by je, bez nového zákona, nenapadalo spolupracovat s neziskovou organizací.

Novela zákona, která mění podmínky pro získání dávky pomoci v hmotné nouzi, může způsobit mnoha lidem frustraci z toho, že je nikde do služby nevezmou. Pozitivem by mohla být větší informovanost o pojmu dobrovolnictví.

Uzavření smlouvy s dobrovolníkem

Všeobecně se doporučuje uzavírat s dobrovolníky smlouvu, v případě firemních dobrovolníků to není zapotřebí, protože se jedná pouze o jednorázové akce. Dobrovolník bývá ve smlouvě definován jako osoba, která bezplatně pomáhá dané organizaci. *„Ve smlouvě by mělo být řečeno, že dobrovolník nemá nárok na odměnu s výjimkou úhrady vynaložených výdajů spojených s jeho činností.“* (Tošner, J., Sozanská, O., 2002: 94) Znamená to tedy, že v některých případech mohou být dobrovolníkovi proplaceny náklady spojené s dobrovolnickou činností (např. pracovní pomůcky či doprava).

Ocenění dobrovolníka

Dobrovolníci jsou lidé, kteří pomáhají dané organizaci nezištně. Organizace však může poskytnout dobrovolníkovi odměnu, a to například prostým poděkováním,

vystavením diplomu, čestným uznáním na veřejné akci, uvedením jmen dobrovolníků ve výroční zprávě, darováním upomínkového předmětu, poskytnutím výhod plynoucích ze zaměření organizace – volná vstupenka či uspořádáním dne dobrovolníků. „Proto by mělo být pamatováno na příležitosti, kdy je vhodné se s dobrovolníky sejit a ocenit jejich pomoc. Příležitost je koncem roku, a to nejen ve spojení s Vánoci, ale 5. prosinec je Mezinárodním dnem dobrovolníků, kdy se v řadě zemí pořádají slavnostní akce, na nichž dobrovolníci dostávají dárky, diplomy a jiná ocenění.“ (Tošner, J., Sozanská, O., 2002: 84) Firma může poskytnout dobrovolníkovi odměnu ve formě poukazu na kulturní či sportovní akci, darováním praktického dárku, uspořádáním výletu či uvedením jmen dobrovolníků ve firemním periodiku. Příležitostí k poděkování může být uvedení znaku dobrovolníka do elektronického podpisu zaměstnance, poděkovat lze také u příležitosti svátku či narozenin dobrovolníka.

Význam dobrovolníka

Při zapojení dobrovolníků lze při dobré organizaci počítat s vrácením vynaložených nákladů v ekonomicky vyčíslitelné hodnotě, která představuje výsledky dané činnosti. Naleznou se však i hodnoty penězi těžko ocenitelné. Stěží lze vyčíslit například pocit toho, kdo pomoc přijímá – nemocné dítě, kterému se dobrovolník věnuje, hraje si s ním, povídá, vypráví a povzbuzuje ho (jen stěží vyčíslíme hodnotu dobrovolníka pro dané dítě).

Rozdíl mezi zaměstnancem a dobrovolníkem

Rozdílů mezi zaměstnancem a dobrovolníkem můžeme shledat několik. Zaměstnanec má většinou potřebné vzdělání či dostatečně dlouho praxi k výkonu své profese. Zaměstnanec je vůči svému zaměstnavateli v pracovněprávním vztahu, ve smlouvě má definovanou náplň pracovní činnosti, vymezenou odměnu za svou práci, rozepsány práva a povinnosti, délku pracovní doby, nárok na dovolenou a další náležitosti z pracovního vztahu vyplývající. Dobrovolník v některých případech nemá potřebné vzdělání či dostatečně dlouhou praxi pro výkon dobrovolné činnosti, ale má především a hlavně motivaci vykonávat danou činnost. Na činnosti dobrovolníka je cenná jeho motivace, věnovaný čas a vložená energie. Dobrovolník není se zaměstnavatelem v pracovněprávním vztahu, ze kterého by vyplýval nárok na odměnu, nárok na stravenky či na dovolenou. Dobrovolník se na rozdíl od zaměstnance pohybuje v občanskoprávním vztahu, přesto je s ním také sepsána dohoda o dobrovolné činnosti, která obsahuje některé z náležitostí

pracovní smlouvy jako například: definování náplně pracovní činnosti, vytyčení práv a povinností, délky pracovní doby, a další dohodnuté náležitosti.

2.6. Jak je občanské dobrovolnictví vnímáno

Dobrovolnictví se může vyvíjet v každém státě, nehledě na náboženské smýšlení a sociální postavení. Základem je solidarita a zájem či touha někomu pomáhat. Nejedná se tedy o nový jev v lidské společnosti. *„Solidarita a vzájemná pomoc tvoří základ existence lidské společnosti i všech náboženství.“* (Tošner, J., Sozanská, O., 2002: 23)

Dobrovolnictví je ovšem v České republice pro mnoho lidí stále okrajovou záležitostí i přesto, že se jedná o základní stavební prvek občanské společnosti. Dle průzkumu zaměřeného na postoj k dobrovolnictví se ukázalo, že: *„Většina (52 %) vidí budoucnost dobrovolnictví spíše v černých barvách a nechápe jeho roli v moderní společnosti.“* (Tošner, J., Sozanská, O., 2002: 52) Provedeme-li porovnání s dobrovolnictvím ve Spojených státech amerických, můžeme sledovat rozdíl v samotné mentalitě českých a amerických občanů. Dle výpovědi Jeanne Oregon z USA, která je k dispozici v knize *Dobrovolníci a metodika práce s nimi v organizacích*, se dobrovolnictví stalo součástí jejího života. Stejně tak jako ona i většina Američanů cítí, že angažovat se a vracet společnosti, co jim poskytla, se pokládá za součást života a nikomu to nepřipadá hrdinské či mimořádné.

Někteří lidé v České republice se domnívají, že dobrovolnictví vzniklo z důvodu selhání státu a nedostatečné angažovanosti řešit dané problémy ze strany veřejné správy. *Podle 70 % dotázaných by dobrovolníků nebylo zapotřebí, kdyby si stát plnil svoje povinnosti. Tři čtvrtiny (76 %) dotázaných se shodly v názoru, že dobrovolníci mnoho nezmohou a problémy měst a obcí by měly řešit úřady.“* (Tošner, J., Sozanská, O., 2002: 51)

Záporný postoj k dobrovolnictví má na svědomí minulý režim. *„...dobrovolná práce za socialismu byla vnímána spíše jako práce pro režim než pro dobrovolné organizace, které byly koneckonců od určité úrovně také zpolitizovány (v jejich vedení „seděly“ spolehlivé kádry komunistické strany).“* (Šromová, Klégrová, 2006) Skutečnost, že se za

socialismu občas pracovalo zdarma ve prospěch režimu, zanechává v některých lidech stále nechuť a nedůvěru v dobrovolnickou činnost. Další překážku pro rozvoj dobrovolnictví představuje současná konzumně orientovaná společnost, která je založena na dravosti, konkurenci a úspěchu a potlačuje filantropické sklony. „*Lidé pracují stále více hodin, aby dosáhli co největšího úspěchu v co nejkratší době. Jak by mohla radost, plynoucí z něčeho jiného než peněz, konkurovat s naléhavou potřebou soutěžit v této nové společnosti?*“ (Tošner, J., Sozanská, O., 2002: 19)

Začátky dobrovolnictví v USA jsou charakteristické svou dobou, která panovala. „*Život v nové zemi nebyl určován rozhodnutími vlády, ale spíše schopností lidí vzájemně si pomáhat.*“ (Tošner, J., Sozanská, O., 2002: 24) Vznikaly občanské iniciativy činné jak v politickém dění, tak i v každodenních problémech veřejného života. Dobrovolnictví se stalo přirozenou součástí života mnoha obyvatel. „*Průzkumy ukazují, že dnes se v USA do dobrovolné činnosti zapojuje 20 % populace. V Kanadě je to procento ještě vyšší – až 25 % obyvatelstva.*“ (Tošner, J., Sozanská, O., 2002: 24)

V České republice se dobrovolnictví vyvíjí a pozvolna začíná nabírat na důležitosti mezi obyvateli. „*Čtyřicet sedm procent občanů poskytlo v posledním roce materiální či peněžní dar některé neziskové organizaci. Stejný podíl občanů je členem neziskových organizací a polovina z nich je dokonce členem více než jedné!*“ (Vajdová, 2005: 11)

Přes snahu některých médií věnovat se více tématu dobrovolnictví je „...*povědomí o dobrovolnictví, status dobrovolníků ve společnosti a zejména zapojení veřejnosti do dobrovolných aktivit na nízké úrovni, zejména pokud budeme Českou republiku srovnávat s USA nebo se západoevropskými zeměmi.*“ (Tošner, J., Sozanská, O., 2002: 31) Dobrovolníci jsou zatím převážně lidé z řad studentů, žen v domácnosti a důchodců, avšak přibývá i zaměstnaných lidí, kteří se dobrovolnictví věnují. Profese, ze kterých dobrovolníci přicházejí, jsou velice rozmanité.

Odlišné myšlení Američanů lze vysledovat i z výroku prezidenta J. F. Kennedyho při proslovu k založení Mírových sborů: „*Neptejte se, co může vaše země udělat pro vás, ptejte se, co můžete udělat pro svou zemi vy.*“ (Tošner, J., Sozanská, O., 2002: 25) Zatímco výrok občanů ČR z dob socialistického režimu zněl: „Kdo nekrađe, okrádá svou rodinu“. V současné době se již tímto výrokiem mnoho lidí neřídí, ale zároveň ani nejsou na úrovni,

kdy by se ptali sami sebe, co mohou udělat pro svou zemi. Američané jsou ve svém smýšlení o krok dále.

Čeští dobrovolníci se od západních příliš neliší v očekávání, které plynou z vykonávání dobrovolnictví. Podle výpovědí dobrovolníků se jedná o vhodné vyplnění volného času (75 %), posílení sebevědomí (77 %), udržení pracovních návyků (63 %), ale také o zážitky, zkušenosti a přátele. (Tošner, J., Sozanská, O., 2002: 51)

2.7. Dobrovolnictví v Evropě

„Evropská tradice dobrovolnictví se odvíjí od práce církevních charitativních organizací a rozmachu spolkových hnutí v době rozvoje průmyslové výroby.“ (Tošner, J., Sozanská, O., 2002: 26) Jednalo se o tzv. „zájmové“ dobrovolnictví. Velká Británie patří k zemím s dlouholetou tradicí dobrovolnictví. Úloha státu se zaměřuje jen na nejnútnejší oblasti, jinak spoléhá na soběstačnost občanů a komunit. Obdobně jako v USA je i Velká Británie zastáncem soběstačnosti občanů, podpory vzájemné solidarity a minimálních zásahů státu.

„Projevem rostoucí úlohy dobrovolnictví je schválení Všeobecné deklarace o dobrovolnictví mezinárodní správní radou IAVE – Mezinárodní asociací pro dobrovolnické úsilí na 16. světové konferenci dobrovolníků v roce 2001.“ (Dohnalová, 2008: 153)

V České republice existuje Národní dobrovolnické centrum, které bylo založeno občanským sdružením HESTIA za finanční pomoci Nadace Open Society Institute v New Yorku a Open Society Fund v Praze s metodickou pomocí Point of Light Foundation. Národní dobrovolnické centrum HESTIA je členem několika mezinárodních organizací: IAVE (International Association for Volunteer Effort), CEV (The European Volunteer Centre), BBBSI (Big Brothers Big Sisters International) a ENYMO (European Network for Youth Mentoring Organisation). Existují také internetové stránky zaměřené na problematiku dobrovolnictví – www.dobrovolnik.cz (v anglické verzi: www.volunteer.cz), dále www.ecn.cz či www.icn.cz.

2.7.1. Mezinárodní dobrovolnické organizace

„Vedle společných politických institucí a společného trhu se vytváří síť organizací působících přes hranice, které už nebudou součástí jedné země, jednoho právního systému, politiky či samotné kultury.“ (Dohnalová, 2008: 154)

IAVE (International Association for Volunteer Effort)

Mezinárodní asociace pro dobrovolnické úsilí byla založena v roce 1970. Jejím záměrem bylo řešit sociální a humanitární problémy s pomocí lidí z celého světa a šířit porozumění mezi jednotlivými národnostmi. Asociace je složena ze 70 zemí (většina je z vyspělých zemí). IAVE pořádá konference, podporuje činnost národních i lokálních dobrovolnických center, snaží se o zlepšování komunikace mezi jednotlivými centry, pořádá vzdělávací programy, vydává publikace a v neposlední řadě se podílí na organizaci Mezinárodního dne dobrovolnictví (každý rok je vyhlášen na 5. prosince). IAVE má status konzultanta při OSN.

AVE

Asociace byla v roce 1972 založena v Evropě jakožto součást IAVE. Jejím cílem je výměna informací a zkušeností, které napomáhají při vytváření společné evropské komunity. Zajímavým projektem AVE je Evropská univerzita dobrovolnictví, která v různých městech Evropy pořádá přednášky na téma dobrovolnictví.

Evropská dobrovolná služba

Program EVS (Evropská dobrovolná služba) byl založen Evropskou komisí. Je určen mládeži ve věku 18 – 26 let; mladí lidé se mohou účastnit dobrovolnického projektu v cizí zemi po dobu 6 – 12 měsíců. Cílem programu EVS je zapojit mládež do dobrovolnictví v Evropě, zvýšit kulturní výměnu a zlepšit informovanost o dobrovolnictví.

AVSO (The Association of Voluntary Service Organisations)

Mezinárodní organizace představující evropskou platformu neziskových organizací, které působí v oblasti dlouhodobé dobrovolné služby. AVSO reprezentuje své členy při komunikaci s Evropskou komisí, Evropským parlamentem a dalšími evropskými institucemi v otázkách dlouhodobé dobrovolné služby. Posiluje kooperaci a výměnu zkušeností mezi svými členy.

Aktivity AVSO fungují s ohledem na tři pilíře

1.lobování a obhajování

2.podpora členů

3.výzkum

V současné době má AVSO 22 členských organizací, které reprezentují síť nebo mezinárodní sdružení členských států.

NETAID

Nezisková organizace zprostředkovávající dobrovolnickou činnost po internetu (online dobrovolnictví).

CEV (European Volunteer Centre)

Evropská síť zhruba 70-ti národních a regionálních dobrovolnických center z celé Evropy, které podporují a hájí dobrovolnické aktivity. Působí jako centrální fórum pro výměnu metod, zkušeností a informací o dobrovolnictví. Cílem CEV je, aby dobrovolnictví přispívalo k budování soudržné společnosti založené na solidaritě a aktivním občanství.

Poslání CEV

- reprezentovat dobrovolnictví v Evropě
- posílit infrastrukturu dobrovolnictví v jednotlivých zemích Evropy
- hájit dobrovolnictví a posilovat jeho užitečnost

VOLONTEUROPE

Organizace sdružující profesionály i dobrovolníky z 25 zemí Evropy a Severní Ameriky.

VOLUNTEERNET

Síť dobrovolnických center, která vznikla z iniciativy Open Society Institute (OSI) v bývalých komunistických státech. Dobrovolnická centra vznikla proto, aby mohla sdílet zkušenosti a mohla formovat síť, které by propagovali dobrovolnictví, spolupráci s neziskovými organizacemi i vládou a nabádali občany k aktivnímu občanství. V současné

době má Volunteernet 29 členů a reprezentuje 19 zemí. Koordinační organizací je Hestia – národní dobrovolnické centrum v Praze.

Poslání Volunteernet

- identifikovat a napomáhat organizacím a vládním agenturám při zapojování dobrovolníků do jednotlivých programů a aktivit
- poskytovat zaškolení, konzultace a materiály pro úspěšné vedení dobrovolníků
- vybírat a obsazovat dobrovolníky
- hájit a podporovat dobrovolnictví

Program UNV (United Nations Volunteers)

Program UNV vznikl v roce 1970 z podnětu Valného shromáždění OSN. Program má za cíl dosáhnout pomoci dobrovolnictví míru a změn po celém světě. Dobrovolníky jsou lidé, kteří zastupují více než 140 národností. „*Od roku 1971 působilo ve 140 zemích přes 20 tisíc dobrovolníků OSN.*“ (Tošner, J., Sozanská, O., 2002: 29)

2.8. Právní aspekty občanského dobrovolnictví

Zákon o dobrovolnické službě upravuje podmínky dobrovolnictví. Nepokrývá však všechny druhy dobrovolnické činnosti. Zákon charakterizuje dobrovolníka, vysílající organizaci (česká právnická osoba, která dobrovolníky vybírá, eviduje, připravuje pro výkon dobrovolnické služby a uzavírá s nimi smlouvy) a přijímající organizaci (osoba, pro niž je dobrovolnická služba vykonávána). Tento zákon nabyl účinnosti 1. ledna 2003.

Dle zákona se dobrovolnictví dělí na krátkodobé a dlouhodobé. Krátkodobá dobrovolnická služba zahrnuje především pomoc při zajištění jednorázových akcí různých organizací a není vykonávána po dobu delší než 3 měsíce. Dlouhodobá dobrovolnická služba zahrnuje především pomoc při uskutečňování rozvojových programů mezinárodních organizací a je vykonávána po dobu delší než 3 měsíce, může trvat i několik let. Tento typ dobrovolnictví je zákonem více chráněn.

Za dobrovolnickou službu se nepovažuje činnost, která je vykonávána v rámci podnikatelské nebo jiné výdělečné činnosti, v pracovněprávním vztahu, služebním poměru nebo členském poměru.

Dle § 7 odstavce 1 zákona o dobrovolnické službě je vysílající organizace povinna uzavřít s dobrovolníkem pojistnou smlouvu. Ta kryje odpovědnost za škodu na majetku nebo na zdraví, kterou může dobrovolník způsobit nebo která může být způsobena dobrovolníkovi při výkonu dobrovolnické služby.

Dlouhodobé dobrovolnictví umožňuje dobrovolníkovi využít určitých výhod:

- započítat dobu výkonu dlouhodobé dobrovolnické služby, která přesáhla v průměru dvacet hodin týdně jako odpracovanou pro účely důchodového pojištění, které je důležité při žádání o hmotné zabezpečení v nezaměstnanosti⁵
- zažádat o dávku životního minima, pokud výkon dlouhodobé dobrovolnické služby dosahuje alespoň dvaceti hodin měsíčně (zažádat o zvýšenou dávku životního minima, pokud výkon dlouhodobé dobrovolnické služby dosahuje alespoň třiceti hodin měsíčně)⁶
- zažádat o státem hrazené zdravotní pojištění, přesahuje-li výkon dobrovolnické služby v průměru dvacet hodin týdně po dobu takového výkonu
- nechat se pojistit proti škodám na zdraví a majetku, které vzniknou dobrovolníkovi nebo které by mohl dobrovolník neúmyslně způsobit dalším osobám
- požadovat po vysílající organizaci uhrazení stravného, ubytování, cestovného či kapesného
- vyžádat si kvalitní přípravu k výkonu dobrovolnické činnosti, požadovat poskytnutí pracovních prostředků a ochranných pomůcek

⁵ Při posuzování nároku na podporu v nezaměstnanosti se přihlíží k době výkonu veřejné služby a započítává se jako doba zaměstnání. Pro vznik nároku na podporu v nezaměstnanosti musí uchazeč v posledních třech letech před zažádáním získat zaměstnáním nebo jinou výdělečnou činností dobu důchodového pojištění alespoň v délce 12 měsíců. Pro splnění podmínky 12 měsíců se započítává i náhradní doba, tj. výkon dobrovolnické služby. Pro vznik nového nároku na podporu v nezaměstnanosti je třeba získat zaměstnáním nebo jinou výdělečnou činností dobu důchodového pojištění alespoň v délce 6 měsíců. Pro splnění podmínky 6 měsíců se náhradní doba, tj. výkon dobrovolnické služby nezapočítává. (Frýdlová, 2009a)

⁶ Novela zákona o pomoci v hmotné nouzi umožňuje stanovit vyšší příspěvek na živobytí v případě, že příjemce dávek vykonává dobrovolnickou službu (novela zákona podporuje aktivní lidi). V případě, že příjemce dávek nevykonává dobrovolnickou službu, nemá příjem z výdělečné činnosti, nepobírá podporu v nezaměstnanosti nebo při rekvalifikaci, má nárok pouze na dávky existenčního minima. (Frýdlová, 2009b)

Dobrovolníky zákon o dobrovolnické službě výrazně nezasahuje, nemusejí se tedy obávat různých administrativních procesů. Naopak jim zákon garantuje určitá práva a výhody. Zákon též ulehčí práci organizacím pracujícím s dobrovolníky (např. možností uzavírat smlouvy s dobrovolníky).

V současné době připravuje Ministerstvo vnitra ČR novelu zákona o dobrovolnické službě, která by měla odstranit většinu zjištěných nedostatků, např. doplnění preambule s definicí dobrovolnictví, nahrazení taxativního výčtu oblastí dobrovolnické služby za doporučený seznam aj.

3. Společenská odpovědnost firem

Evropa se neustále vyvíjí a celý svět se potýká s novými problémy a výzvami. V současném světě je třeba vyrovnat se například se stárnutím obyvatelstva, změnou klimatu, zabývat se udržitelným rozvojem a reagovat na další četné změny. Součástí řešení a naplnění očekávání občanů je modernizace a hledání účinných nástrojů.

S novým očekáváním občanů souvisí i nový pohled na firmy, kterým jsou kladeny daleko větší nároky než kdykoliv předtím. Již nestačí mít ekonomický přínos, ale je nutné chovat se odpovědně ke svému okolí.

3.1. Vymezení společenské odpovědnosti firem

Trendem poslední doby je všítat si kromě ekonomických ukazatelů také společenské prospěšnosti, tzn. že je vyvíjen tlak, aby organizace vykonávaly aktivity směřující ve prospěch veřejnosti, určité komunity či určitých opomíjených činností. Konkurenční prostředí trhu tomuto trendu nahrává. Existuje stále více zákazníků, kteří si služby či výrobky vybírají také podle toho, zda se organizace mimo svého hlavního poslání věnuje také veřejně prospěšným aktivitám. *„Angažovanost firem v CSR se v současné době stává jakýmsi nepsaným pravidlem pro budování reputace firmy a i v této oblasti se firmy chtějí chovat profesionálně a efektivně.“* (Bartošová, 2006a:2) CSR představuje pro organizaci speciální přidanou hodnotu. *„Nosnou myšlenkou konceptu společenské odpovědnosti je, že být odpovědnými se korporacím vyplácí – v tom smyslu že mohou svou lepší environmentální a sociální výkonnost přetavit v soutěžní výhodu.“* (Gregor, 2007: 27)

Přestože se koncept společenské odpovědnosti vyvíjí v Evropě již od 70. let minulého století, nemá dosud jednotnou definici. Může to být způsobeno tím, že společenská odpovědnost se vyznačuje dobrovolností a nemá tedy pevné vymezení hranice. Neurčitost konceptu může dle Filipa Gregora nahrávat firmám, které si stanoví pouze relativně neurčitá kritéria. Dobrovolné plnění nadstandardních závazků, týkající se především nadnárodních firem, je ukázkou jak se vyhnout státním nařízením v oblasti trvalé udržitelnosti. Nastavením vlastních pravidel jak se chovat odpovědně ujistí stát, že jsou tyto záležitosti řešeny a nemusí být tedy vypracován žádný závazný předpis. *„Existuje však příliš mnoho důkazů o tom, že korporace své dobrovolné závazky za často neplní, a na*

úkor jejich soukromých zájmů tak nezměněnou měrou pokračuje destrukce naší Planety spolu se snižováním ochrany lidských práv.“ (Franc et al., 2006) Takováto odpovědnost však není přijatelná a je tedy namístě, aby fungovala veřejná kontrola dobrovolného chování firem. Odpovědná firma by měla vést se zainteresovanou veřejností aktivní dialog.

Za první definici společenské odpovědnosti lze považovat tu, která je uvedena v knize *Social Responsibilities of the Businessman* od Howarda Bowana. Definici CSR navrhl na základě jednotlivých poznatků v roce 1979 také teoretik Archie B. Carroll. (Nešporová, Schmidt, 2005) Skládala se ze čtyř složek: ekonomická odpovědnost, zákonná odpovědnost, etická odpovědnost a dobrovolná odpovědnost (v roce 1991 ji přejmenoval na filantropickou). Společenskou odpovědnost firem definovala též Evropská komise jako koncept, kterým se firma rozhodla dobrovolně přispívat ke zlepšování životního prostředí a sociálních podmínek. Firma se tedy snaží společenskou odpovědnost zahrnout do všech oblastí působení, nejen napříč svých zaměstnanců, ale i napříč zainteresovanou veřejností⁷. (Commission, 2001) Koncept CSR vychází vstříc základnímu poslání strategie udržitelného rozvoje pro Evropskou unii, které bylo přijato Evropskou radou v Göteborgu v červnu 2001.

Sociální odpovědnost firem neboli *Corporate social responsibility (CSR)* odráží poslání firmy a je nezbytnou součástí komunikace s veřejností. Jedná se o *“...pěstování vztahů a vzájemného porozumění mezi zaměstnavatelem a zaměstnanci, mezi firmou a občanskou veřejností, mezi firmou a představiteli vládních i nevládních institucí.”* (Řezníková, 2007) *Corporate social responsibility* se tedy dotýká jak interní, tak i externí politiky firmy (prostředí firmy, kvalita života zaměstnanců i zákazníků, vztahy s partnery).

Prosperující firmy jsou sice kladně hodnoceny pro jejich ekonomický přínos, ale čím dál častěji se pohlíží i na vedlejší aspekty, které jsou s podnikáním spojeny. Sleduje se, jaké negativní dopady firma svým podnikáním způsobuje a hlavně to, zda se tyto dopady snaží zmírňovat a jak. *„Kritici často tvrdí, že společnosti využívají CSR jako kouřovou*

⁷ *„Zainteresovaná veřejnost je český ekvivalent běžněji používaného anglického pojmu „stakeholders“, který zahrnuje všechny osoby nebo skupiny osob, které mají vliv na chod korporace, nebo naopak které jsou jejími aktivitami ovlivňovány. Mezi stakeholdery patří zejména: zákazníci, akcionáři a jiní podílníci korporace, zaměstnanci, sousedící komunita a její členové, dodavatelé, obchodní partneři, zástupci státní správy a samosprávy, odbory, nevládní organizace a média.“* (Gregor, 2007: 17-18)

clonu PR, aby skryly své nevhodné chování nebo od něho odvrátily pozornost.“ (Kotler, Keller, 2007:751)

Základním bodem společenské odpovědnosti firmy je dodržování právních předpisů státu, ve kterém působí. *„Porušení právních předpisů není možné ospravedlnit realizací nadstandardních, společensky prospěšných aktivit – tzv. společenskou profilací korporace, což je poměrně účinný nástroj ovlivňování veřejného mínění.“ (Gregor, 2007: 6)*

3.2. Historie společenské odpovědnosti firem

Během posledních století se odehrálo několik převratných změn od technologické revoluce 18. a 19. století po rozkvět demokracie a nástup globalizace ve 20. století. Podstatný nárůst ekonomického bohatství sebou přinesl zvyšování materiální spotřeby, ale i prodloužení střední délky života, zvýšení gramotnosti lidstva a větší důraz na osobní zdraví.

Rychlý hospodářský růst však zapříčinil zvýšenou spotřebu jak přírodních zdrojů, tak zboží nejrůznějšího sortimentu, což se projevilo rozdílně na různých místech země a na různých skupinách lidí. Otevřela se vysoká míra společenské nerovnosti a nutnost řešit ekologická témata. Role firem a jejich vliv na společnost se stala středem debat mnohých lidí. Paul Hawken a Amory a L. Hunter Lovinsovi se v knize Přírodní kapitalismus - jak se rodí další průmyslová revoluce (mj. prezident Bill Clinton ji prohlásil za jednu z pěti nejdůležitějších knih dnešní doby) zmiňují o třech názorových typech lidí. Jedni jsou zastánci trhu (modří), druzí zastánci socialismu (rudí) a třetí zastánci přírody (zelení). Ideální typ lidí by měl být „bílý“, který respektuje všechny tři zmíněné názory a snaží se je udržet v rovnováze. O to se v podstatě snaží i koncept společenské odpovědnosti firem. (Zadek, 2005)

O společenské odpovědnosti firem se začíná hovořit v roce 1953 v souvislosti s vydáním knihy: Social Responsibilities of the Businessman, ve které Howard Bowen uvádí definici společenské odpovědnosti. Později se v USA v roce 1960 rozvíjí hnutí pro společenskou odpovědnost. K úvodním debatám o obsahu pojmu společenské

odpovědnosti firem dochází především od 70. let 20. století hlavně v USA a na půdě Organizace spojených národů (OSN). (Franc et al., 2006: 9)

Trendy, které se objevují v USA, se postupně dostávají i do západních zemí Evropy a odsud nakonec k nám. Evropská Unie se začíná konceptem CSR zabývat až v 2. polovině 90. let. Dochází k vypracování etických kodexů, podnikatelských standardů, vznikají různé platformy a iniciativy zabývající se společenskou odpovědností firem. Podstatnou roli hraje rok 1995, kdy vznikla evropská expertní centrála pro problematiku společenské odpovědnosti korporací s názvem CSR Europe. Jejím cílem je informovat o dané problematice širší veřejnost i jednotlivé podniky a nabádat je k implementaci principů CSR. (Franc et al., 2006: 9)

Na šíření konceptu společenské odpovědnosti firem má podíl také Lisabonská strategie, neboť navazuje na závěry tohoto summitu z března 2000. Vrcholní představitelé Evropské unie zde apelují, aby podniky zahrnovaly do svých strategií společenskou zodpovědnost.

Zelená kniha z roku 2001 si kladla za cíl otevřít debatu o problematice společenské odpovědnosti firem a představila její první evropskou definici, která vychází z tzv. triple-bottom-line. Firma musí při své hospodářské činnosti zohledňovat dopady na společnost a životní prostředí.

V roce 2002 bylo zřízeno fórum zainteresovaných skupin (zástupci orgánů EU, evropské svazy zaměstnavatelů, organizace podnikatelů, zaměstnanecké odbory i nevládní neziskové organizace) zabývající se sociální odpovědností korporací v EU. Fórum CSR – European Multistakeholders Forum se scházelo k debatám v podobě kulatých stolů téměř po dobu dvou let (2002-2004), aby propagovalo a sblížovalo existující iniciativy, poukazovalo na příklady dobré praxe a výměnu zkušeností, zavedlo společná kritéria společenské odpovědnosti firem v rámci EU a vytyčilo další strategie v oblasti CSR.

Evropská komise podpořila v roce 2006 vznik Evropské aliance pro sociální odpovědnost podniků. Tato aliance představuje dobrovolné sdružení podniků, je též politickým zastřešením nových nebo stávajících iniciativ v oblasti společenské odpovědnosti firem. Má za cíl přinést nová partnerství. Místopředseda Evropské komise

Günter Verheugen, odpovědný za podnikovou a průmyslovou politiku, uvedl: „*Tato aliance napomůže k odstraňování rozporů mezi hospodářskými, sociálními a environmentálními cíli v Evropě. Komise se rozhodla pro dobrovolný přístup, který je účinnější a méně byrokratický.*“ (iPrávník, 2006)

Pravděpodobně prvním průkopníkem CSR v českých zemích byl Tomáš Baťa za první republiky. (Chlouba, 2007) Myšlenkou CSR je ovšem zatím míněna sociální oblast. „*Z pohledu České republiky jako právoplatného člena Evropské unie je podstatným vodítkem v této oblasti výsledek jednání tzv. European Multistakeholders Forum, které jako poradní fórum Evropské unie došlo v roce 2004 k podstatným závěrům o principech společenské odpovědnosti firem.*“ (Kolektiv autorů, 2005: 10) Hlavní myšlenkou je dobrovolné plnění nadstandardních závazků vůči komunitě, širší společnosti i životnímu prostředí.

3.3. Oblasti společenské odpovědnosti firem

Koncept společenské odpovědnosti firem funguje s ohledem na tzv. triple-bottom-line neboli tři P: People, Planet, Profit. (Prachař et al., 2008: 9) Jedná se o tři pilíře: ekonomický, sociální a environmentální udržitelnosti.

Ekonomický pilíř

V posledních letech se role firem ve společnosti podstatně změnila. Lidé již nevnímají firmy jen jako producenty výrobků a služeb, neposuzují je pouze podle kvality či rychlosti, s jakou řeší zákaznické problémy, ale očekávají, že se budou chovat zodpovědně ke svému okolí. V oblasti podnikání se prosazují principy odpovědnosti a transparentnosti, shoda s právními předpisy státu a přispívání k udržitelnému rozvoji. „*Společnosti jsou nyní hodnoceny podle své etiky a existují investiční fondy, které investují pouze do společností, které se chovají zodpovědně po sociální stránce.*“ (Kotler, 2005:115)

Sledují-li se ekonomické aktivity firmy, je třeba se zajímat o dodržování zákonů a předpisů, dodržování základních etických a bezpečnostních principů, poskytování pravdivých informací o produktu, zvyšování bezpečnosti produktu atd. „*V zásadním rozporu s principem minimalizace negativních dopadů je přesun aktivit korporace do*

třetího státu, ve kterém panují nižší environmentální a lidskoprávní standardy a využívání těchto standardů ke snížení nákladů korporace.“ (Gregor, 2007: 19) Důvodem přesunu činnosti firmy je především otázka nákladů na pracovní sílu a roli hraje také místní mírná legislativa v oblasti pracovních standardů. Značná část textilní a obuvnické produkce západního světa byla přesunuta do asijských továren, kde je spíše pravidlem než výjimkou, že jsou porušována mezinárodně stanovená pracovní práva, zejména zákaz dětské práce.“ (Gregor, 2007: 19)

Sociální pilíř

Při sledování sociálních záležitostí se hodnotí, zda se dbá na bezpečnost a zdraví zaměstnanců, zda jsou dodržovány rovné příležitosti, zda jsou zaměstnáváni občané starší padesáti let, zda je zachována rozmanitost na pracovišti, zda firma spolupracuje se vzdělávacími institucemi a ostatní zainteresovanou veřejností. Skutečnost, zda se firma podílí na řešení sociálních a společenských problémů, zda podporuje komunitu, žijící v blízkosti firmy, zda má zřízenou nadaci či nadační fond se také posuzuje.

Environmentální pilíř

V environmentální oblasti se sleduje, zda se firma snaží využívat různých ekologických opatření, zda investuje do technologií, které mají větší efektivitu ve využívání energie, zda přistupuje k environmentálním regulacím, zdali se snaží recyklovat, zdali využívá zdrojů přírodní energie, zdali produkuje své výrobky ekologicky, zda vybírá ekologicky nezávadné suroviny, zda využívá vhodných technologických procesů, zda se zabývá otázkou chemických odpadů atd. Dbá se na dodržování recyklace, snižování emisí, spalování biomasy a využívání převážně železničního transportu.

Klíčové faktory vedoucí k využívání CSR strategie

- nové zájmy a očekávání občanů, zákazníků, veřejnosti, státních orgánů a investorů v pohlžení na ekonomické chování firem
- sociální kritéria ovlivňují zákazníky, dodavatele, odběratele i investory, neboť si služby či výrobky vybírají také podle toho, zda se organizace chová zodpovědně
- sleduje se, zda má firma negativní dopady svým podnikáním na životní prostředí
- je brán zřetel na transparentnost ekonomických aktivit

Společenská odpovědnost by měla být součástí podnikatelské strategie firmy na úrovni nejvyššího vedení. Firma tím dává najevo, že se jí nejedná pouze o maximalizaci zisku, ale že přesouvá svůj pohled na podporu a rozvoj společenství. *„Současně nám síly v sociálně-ekonomickém, kulturním a přírodním prostředí vnucují nové hranice marketingových a podnikatelských praktik. S největší pravděpodobností uspějí společnosti, které jsou schopné přicházet s novými řešeními i hodnotami a chovat se společensky zodpovědným způsobem.“* (Kotler, Keller, 2007:747)

4. Firemní dobrovolnictví

Firemní filantropie je součástí širšího konceptu společenské odpovědnosti firem. Společenská odpovědnost firmy se projevuje respektováním zákonů, zkvalitňováním bezpečnosti práce, dodržováním genderové rovnosti, systematickým vzděláváním pracovníků, integrací vědy a výzkumu do podnikání, šetřením životního prostředí, přibližováním se okolí, ve kterém firma působí, sžitím s komunitou a další.

Firmy již nejsou vnímány jako pouzí tvůrci zisku, ale je na ně kladena řada dalších očekávání. Současným trendem je dobrá pověst firmy, která je důležitá pro obchod i investiční vztahy. Investoři, zákazníci i zaměstnanci vnímají, zda má firma širší sociální rozměry a tato skutečnost zůstává v jejich povědomí. Odpovědné chování firmy dokládá její stabilitu. Firmy využívají k posílení role ve společnosti a budování své značky firemní filantropii. Ta je kombinací různých přístupů podpory, a to od finanční (peníze, věcné dary) po časovou (poskytnutí zaměstnanců). Firemní dárcovství je projevem firmy podílet se na veřejně prospěšných aktivitách. „*Firemní dárcovství a společenská odpovědnost se staly nezbytnou součástí strategického plánování každé firmy, která je či usiluje o to být úspěšná.*“ (Bartošová, 2006b: 1)

4.1. Nástroje firemní filantropie⁸

Firemní filantropie má dva základní nástroje, kterými lze podporovat neziskové organizace. Je to buď peněžní dárcovství, nebo nepeněžní dárcovství.

1. Peněžní dárcovství

Poskytnutí financí je nejjednodušší a nejrychlejší způsob, jak pomáhat.

Přímá podpora

Jedná se o finanční či věcné dary. Podpora může být jednorázová nebo opakovaná (ta je přínosnější z hlediska plánování a efektivity).

⁸ (BusinessInfo, 2006)

Payroll giving

Forma pravidelného dárcovství. Zaměstnanec si zažádá o automatické odvody ze mzdy na dobročinné účely. Angažovanost firmy spočívá v administrativním zajištění pravidelného odvádění části výplaty ze zaměstnancova příjmu ve prospěch veřejně prospěšných aktivit. Jedná se o oblíbenou formu pomoci - zaměstnancům vyhovuje, když za ně zaměstnavatel vyřídí organizační záležitosti (Petrová, Zábranská, 2008)

Firemní nadace/Firemní nadační fond

Firemní nadace je samostatný právní subjekt, jehož zakladatelem je firma. Firemní nadace podporuje dlouhodobé dárcovské programy. Firma poskytuje prostředky na podporu veřejně prospěšných projektů i na provoz.

Charitativní aukce a výstavy

Firma organizuje různé charitativní aukce a výstavy, jejichž finanční výtěžek daruje na dobročinné účely.

2. Nepeněžní dárcovství

Dalším druhem podpory mohou být dary nepeněžní povahy.

Školení, vzdělávání a odborná pomoc

Firma může zajistit školení či odbornou pomoc neziskovým organizacím. Odborné znalosti firem (poradenské služby, know-how, profesionalizace) mohou přispět k úspoře nákladů neziskových organizací.

Poskytnutí zázemí

Firmy mohou neziskovým organizacím propůjčit prostory, hradit nájemné, zapůjčit techniku, poskytnout prezentační a reklamní plochy (např. na obalech výrobků).

Firemní dobrovolnictví

Pomoc neziskovým organizacím prostřednictvím práce zaměstnanců firmy. Firemní dobrovolníci mohou vypomáhat při manuálních a administrativních činnostech, mohou poskytovat odbornou pomoc nebo se podílet na aktivitách přímo s klienty.

Účast ve správních radách a grantových komisích neziskových organizací

Zástupci firem mohou být členy ve správní radě nebo členy grantových komisí neziskové organizace. Výhodou je vyšší důvěryhodnost organizace na veřejnosti a pro neziskovou organizaci znamená cenné nápady a jiný úhel pohledu.

4.2. Vymezení firemního dobrovolnictví

Vlivem ekonomických aktivit firem se společnost potýká s různými lidskými a společenskými problémy. V našich podmínkách mají zásluhu na šíření pojmu firemního dobrovolnictví a především jeho realizaci velké národní firmy. V České republice se firemnímu dobrovolnictví věnují na profesionální úrovni občanské sdružení Fórum dárců, zájmové sdružení právnických osob Business Leaders Forum a občanské sdružení Hestia. Spolu s dalšími usilují o představení konceptu firemního dobrovolnictví a jeho nástrojů široké veřejnosti, dále pak prezentují příklady dobré praxe z České republiky i ze zahraničí.

„Pojem ‚firemní dobrovolnictví‘ označuje koncept spojující obecně prospěšné aktivity podniku s podporou dobrovolné činnosti zaměstnanců.“ (Nešporová, Schmidt, 2005: 46) Koncept umožňuje firmám prezentovat veřejnosti své sociálně odpovědné chování a hlavně napomáhá aktivně se podílet na utváření sociálního prostředí v okolí, ve kterém působí. Firemní dobrovolnictví je založeno na dobrovolné angažovanosti zaměstnanců firmy podílet se na prospěšných aktivitách vykonávaných pro blaho svého okolí, zaměstnavatel je v aktivitách podporuje⁹ a uvolňuje je na ně.

Prostřednictvím firemního dobrovolnictví může firma veřejnosti předvést, že filantropie není doménou jen neziskových organizací. Zapojováním se do projektu firemního dobrovolnictví se firma snaží přiblížit lidem žijícím v jejím okolí, lidem

⁹ *„Pod všeobecným pojmem podpora a uznání dobrovolné činnosti pracovníků lze shrnout hned více možností nepřímé angažovanosti firmy v rámci firemního dobrovolnictví: poskytnutí flexibilní pracovní doby, neplaceného volna, věcné či finanční podpory nebo umožnění využití firemních prostředků (telefon, fax, kopírka, počítač, firemní prostory) pro výkon dobrovolné práce; časová konta, kterými firma zaměstnancům ‚věnuje,‘ několik hodin z pracovní doby pro výkon dobrovolných aktivit; ocenění dobrovolné práce firmou prostřednictvím věcných a finančních darů či zveřejněním zásluh zaměstnance.“* (Nešporová, Schmidt, 2005: 47)

využívajících služeb podporované neziskové organizace a usiluje tak o naplňování odpovědného chování.

Jedním z cílů firemního dobrovolnictví je navázat bližší vztah se zaměstnanci, zvýšit jejich loajalitu k firmě a umožnit jim vyzkoušet si jiný druh činnosti, něco, co je může obohatit a vnitřně naplnit.

Firemní dobrovolnictví představuje pro firmu výhodnou investici, neboť je mimo jiné vnímáno jako možnost zlepšit zaměstnancům komunikační a sociální schopnosti, dále získat nové dovednosti a znalosti nejrůznějšího druhu. *„V této souvislosti představuje firemní dobrovolnictví osvědčenou alternativu k stávajícím možnostem dalšího vzdělávání a osobního rozvoje zaměstnanců, jež umožňuje blízkost k praxi v rozsahu, které semináře nemohou dosáhnout.“* (Nešporová, Schmidt, 2005: 50)

Jak je firemní dobrovolnictví vnímáno

Výsledky vzešlé z empirického šetření u exemplárně vybraných firem v ČR, které realizovala Michaela Nešporová, poukazují na firemní dobrovolnictví z pohledu vedoucích pracovníků českých firem. *„Vedoucí pracovníci těchto firem vidí překážky pro realizaci firemního dobrovolnictví v následujících okolnostech: chybějící zákon nebo směrnice, které by regulovaly provádění firemního dobrovolnictví podniky; primární zájem českých podniků v současné době je zlepšení produkce, technického vybavení a zajištění konkurenceschopnosti firmy; nedostatek finančních prostředků; napjatá situace na českém trhu; pochybnost o právní legitimitě některých forem firemního dobrovolnictví; případná negativní reakce akcionářů; v české společnosti panující povědomí o dobrovolnictví; nedostatečná informovanost firem; chybějící očekávání a tlak veřejnosti.“* (Nešporová, Schmidt, 2005: 51)

„Podle výzkumu Factum invenio, který pro Fórum dárců mapoval vnímání filantropie veřejností v roce 2007, by třetina lidí (32 %) uvítala, kdyby jejich firma implementovala do firemní kultury projekt firemního dobrovolnictví a umožnila jim podílet se na charitativních aktivitách.“ (Zapojímse, S.l.)

V ČR se podle výzkumu firemního dárcovství z roku 2004, který realizovalo Fórum dárců a Agnes (sběr provedla firma Median), věnuje dárcovství 67 % firem. Ze všech

dotázaných firem se 25 % věnuje pouze dárcovství, 42 % firem se vedle dárcovství věnuje také sponzoringu, 19 % firem se věnuje pouze sponzoringu a 14 % firem se dárcovství ani sponzoringu nevěnuje vůbec. (Bartošová, 2005)

4.3. Historie firemního dobrovolnictví

Za průkopníka firemního dobrovolnictví jsou považovány Spojené státy americké.¹⁰ „*Firemní dobrovolnictví neboli Corporate Volunteering je považováno za jeden z instrumentů původně angloamerického konceptu firemního jednání, tzv. Corporate Citizenship.*“ (Nešporová, Schmidt, 2005: 46) Toto jednání zahrnuje aktivity, které přispívají k řešení společenských problémů ze strany firmy. Firmě je připisována role „řádného občana“ (good corporate citizen), jemuž jsou uloženy určité závazky a povinnosti vůči společnosti a měl by je tedy plnit či přispět k jejich řešení. Může si vypomoci nejrůznějšími firemními prostředky: firemní infrastruktura, finanční a materiální prostředky, know-how, firemní kontakty a v neposlední řadě i zaměstnanci firmy, pokud je jejich přínos k podnikové angažovanosti dobrovolný. (Nešporová, Schmidt, 2005: 46)

Dobročinnost a dobrovolnost se v našich zemích v určitém historickém období těšily přízni, v jiném byly naopak zatracovány. Příznivým obdobím pro dobročinnost a dobrovolnost bylo období první Československé republiky. Dobrovolnictví začíná být od 90. let 20. století hojně využíváno především neziskovými organizacemi a stává se tak důležitou složkou pro jejich fungování. Především s příchodem nadnárodních firem na český trh se hlásí o slovo firemní dobrovolnictví. To představovalo i pro neziskové organizace, které již mají s dobrovolníky zkušenosti, novou výzvu.

Rozsah a význam firemního dobrovolnictví v České republice stále roste, jedná se o nové partnerství firem a neziskových organizací. Firemní dobrovolnictví využívají zejména firmy, které usilují o to být dobrými partnery a sousedy pro svou okolní komunitu. Firemní dobrovolnictví přispívá k řešení společenských problémů nad rámec hospodářské činnosti firmy. Přidanou hodnotu firemního dobrovolnictví tvoří partnerství firem a neziskových

¹⁰ „*Idea firemního dobrovolnictví se přenesla na začátku 90. let z USA do Velké Británie, kde je jako Employee Community Involvement (ECI) dále rozvíjena. Teprve koncem 90. let došlo k transferu konceptu firemního dobrovolnictví z Velké Británie do ostatních evropských zemí; zde je praxe firemního dobrovolnictví nejvíce rozšířena v Nizozemí.*“ (Nešporová, Schmidt, 2005: 47)

organizací, jejichž cílem je zlepšení stávajících nedostatků ve společnosti. Taková spolupráce umožňuje vznik tzv. win-win situace, která přináší prospěch všem zúčastněným.

4.4. Formy firemního dobrovolnictví¹¹

Aktivít firemního dobrovolnictví se mohou účastnit buď zaměstnanci celé firmy, nebo jen určitý okruh zaměstnanců. Forem je na výběr několik, ty však podléhají specifikům a možnostem dané firmy.

Dle autora Halleya lze firemní dobrovolnictví rozdělit do dvou kategorií - firemní dobrovolnictví vedené a iniciované zaměstnanci a firemní dobrovolnictví vedené a iniciované podnikem.

Zaměstnanci iniciované a vedené firemní dobrovolnictví je organizováno přímo zaměstnanci. Sami si zvolí organizaci, které chtějí poskytnout pomoc a svůj volný čas, naplánují průběh aktivit, časový plán i místo výkonu dobrovolné práce.

Do této kategorie patří

- Matching fond
- Talentová databanka
- Komplementární dar

Matching fond je založen pro účely podporování charitativních aktivit, do kterého zaměstnanci dobrovolně přispívají určitou finanční částku. Role firmy spočívá v tom, že naspořenou částku doplní na potřebný obnos, který je následně vynaložen na veřejně prospěšné účely.

Talentová databanka je firmou vedená databáze neziskových organizací, které mají zájem podílet se na realizaci firemního dobrovolnictví tím, že vymyslí zaměstnancům program a využijí tak jejich dobrovolné práce. Zaměstnanci si mohou z databáze vybrat jednu neziskovou organizaci, které poskytnou svou dobrovolnou pomoc.

¹¹ (Nešporová, Schmidt, 2005: 47)

Komplementární dar vyjadřuje kladný postoj firmy k dlouhodobé dobrovolné práci svých zaměstnanců v určité neziskové organizaci tím, že této organizaci poskytne finanční či věcný dar.

Firemní dobrovolnictví vedené a iniciované podnikem organizuje přímo firma. Určí, jaké oblasti budou podporovány (ekologie, děti, staří lidé, drogově závislý, zvířata atd.), vybere konkrétní neziskovou organizaci, naplánuje časový rámec vykonávaných aktivit i místo výkonu dobrovolné práce. V tomto případě firemní dobrovolnictví probíhá převážně v placené pracovní době.

Do této kategorie patří

- Pro bono služba
- Akční den
- Sociální praxe
- Secondment
- Mentorství
- Rozvojové projekty

Pro bono služba znamená v podstatě poskytnutí odborného poradenství zdarma. Firma propůjčí neziskové organizaci své zaměstnance, kteří poskytují širokou škálu vysoce kvalitního výcviku dovedností. Jedná se například o pomoc v oblasti PR, marketingu, managementu a řízení organizace, HR a personalistiky, účetnictví a finančního poradenství, práva a legislativy, IT atd.

Akční den se řadí mezi krátké formy firemního dobrovolnictví. Probíhá tak, že se skupina zaměstnanců vydá jeden den v roce do neziskové organizace, aby jí zde pomohla s určitými aktivitami (tato forma je vhodná především pro manuální práce).

Sociální praxe známá také jako „switch“ znamená pro zaměstnance výměnu svého zaměstnání na dobu jednoho týdne. Zaměstnanec po tuto dobu pracuje v určitém sociálním zařízení. *„Navázání kontaktu s klienty sociálního zařízení otevírá firemním zaměstnancům náhled do jiného světa, který jim současně umožňuje i osobní rozvoj, např. zvýšením schopnosti empatie a zlepšení komunikačních dovedností.“* (Nešporová, Schmidt, 2005: 48)

Secondment (služební pobyt) se řadí mezi dlouhodobé formy firemního dobrovolnictví. Spočívá v tom, že zaměstnanec pracuje zpravidla po dobu šesti měsíců až dvou let v určité neziskové organizaci.

Mentorství je taková služba, kdy zaměstnanci provádí mentorskou činnost, tedy stávají se poradci a průvodci jiných osob. Tato služba je poskytována v závislosti na konkrétní situaci, může se jednat o činnost trvající několik hodin v měsíci ve volném čase zaměstnance či v pracovní době. *„Speciální formou mentorství je partnerství v managementu, které umožňuje výměnu vědomostí a znalostí mezi vedoucími pracovníky firmy a neziskové organizace.“* (Nešporová, Schmidt, 2005: 49)

Rozvojové projekty bývají časově omezeny, většinou na sto hodin práce. Firmou jsou vnímány jako forma dalšího vzdělávání odborných a vedoucích pracovníků, kdy se tito zaměstnanci angažují na řešení konkrétního problému dané neziskové organizace nebo komunity. *„Tyto projekty mohou probíhat také jako týmové rozvojové projekty, kdy skupina zaměstnanců spolupracuje při vypracování projektu, jehož cílem je přispět k řešení určitého společenského problému.“* (Nešporová, Schmidt, 2005: 49)

Všechny formy firemního dobrovolnictví fungují na principu spolupráce minimálně tří stran: firmy, zaměstnanců a přijímající organizace (neziskové organizace, příspěvkové a rozpočtové organizace). Význam spočívá ve společné podpoře neziskového sektoru zaměstnavatelem a zaměstnancem, kdy firma projekt zprostředkuje a zaměstnanci nasazují svou činnost. Firemním dobrovolnictvím je nástroj jak přirozeně propojit komerční a neziskový sektor.

4.5. Firemní dobrovolnictví přináší výhody

Současná doba klade na firmy nové nároky. Firmy neustále čelí konkurenčním tlakům, požadavky zákazníků se zvyšují, vyžadují se nové informace o chování firem vůči společnosti. Veřejnost se potřebuje rozhodnout, u kterých firem nakupovat, do kterých investovat a pro které pracovat. (Kotler, Keller, 2007:746)

V této kapitole uvádím výhody, které zavedení projektu firemního dobrovolnictví do firem přináší.

4.5.1. Výhoda pro firmu

Firemní dobrovolnictví ovlivňuje vztah zaměstnance k firmě, přispívá odlišit se od konkurence, umožňuje propagovat se, zvýšit prodej či zlepšit si image.

Teambuilding

Při firemním dobrovolnictví dochází ke sbližování s kolegy a zaměstnanci mají možnost poznat se i z neformální stránky. Zaměstnanci si ověřují svou schopnost pracovat v týmu a adaptovat se na nové podmínky. Přijímají výzvy zhostit se nových úkolů a poznávají kolegy nejen ze svého oddělení. Mají příležitost dozvědět se něco více o fungování, aktivitách a kompetencích na jiných odděleních.

Přijímání zaměstnanců

Dle zahraničních výzkumů vnímají vzdělaní lidé firmy, které realizují CSR aktivity pozitivněji. Projevují vyšší zájem pracovat v takovýchto firmách, neboť se ztotožňují s jejími hodnotami.

Loajalita zaměstnanců

Zavedení CSR aktivit ve firmě ovlivňuje loajalitu zaměstnanců ke svému zaměstnavateli. Přispívá k pocitu spokojenosti s prací a vytváří dobré mínění o firmě. Zvyšuje se produktivita a motivace zaměstnanců a snižuje se jejich fluktuace. Někteří manažeři spatřují souvislost mezi snížením absence zaměstnanců a realizací projektu firemního dobrovolnictví.

Zkušenosti zaměstnanců

Autentické prostředí nabízí jedinečnou příležitost rozvíjet určité dovednosti zaměstnance ve skutečném nikoli uměle vytvořeném prostředí. Obdobné zkušenosti nabízí málokterý kurz či školení.

Vztahy s komunitou

Zájem o záležitosti místní komunity a pomoc při řešení problémů zlepšuje vzájemné vztahy a poukazuje na etický rozměr firmy. Dochází k vytváření partnerství, která přinášejí prospěch oběma stranám.

Působení na zákazníky

Nabídka výrobků a služeb je v dnešní době tak široká, že se v ní běžný spotřebitel nemůže již orientovat. Spotřebitel navíc nesleduje pouze cenu, ani se nerozhoduje jen na základě kvality, ale zajímá se i o širší rozměry firmy, která výrobek či službu nabízí. Firemní dobrovolnictví může být použito jako nová metoda působení na zákazníky.

Firma, která podporuje veřejně prospěšné aktivity je veřejností daleko lépe vnímána než ta, která tak nečiní. Vytváří si konkurenční výhodu, která usnadňuje komunikaci a urychluje budování značky.

Ostatní přínosy společensky odpovědného chování pro firmu¹²

- firemní reputace
- odlišení od konkurence
- posílení loajality zákazníků
- posílení firemní kultury
- zlepšení vztahů s okolím (se zainteresovanými skupinami)
- přilákání a udržení kvalitních zaměstnanců
- snížení nákladů na risk management
- větší přitažlivost pro investory
- příležitost pro inovace, učení se, kontinuální zlepšování podniku
- přímé úspory spojené s ekologickou praxí
- přímé úspory plynoucí z kvalitnějšího managementu
- větší průhlednost a důvěryhodnost podniku
- dlouhodobá udržitelnost podniku
- zvýšená loajalita a produktivita současných zaměstnanců
- snížené riziko bojkotů a stávek

¹² (Franc et al., 2006: 16)

4.5.2. Výhoda pro zaměstnance

Účast na projektu firemního dobrovolnictví umožní zaměstnanci vytrhnout se z každodenní rutiny práce a vyzkoušet si něco nového.

Zkušenosti

Zaměstnanci získávají nové zkušenosti, znalosti a dovednosti. Vzniká partnerství komerční organizace a přijímající organizace, kdy si mohou vedoucí pracovníci vzájemně vyměňovat zkušenosti a metody řízení svých organizací.

Uznání

Činnost a aktivity dobrovolníků bývají ceněny a uznávány. Odnáší si dobrý pocit, že byli prospěšný a užitečný, že jejich činnost posloužila dobré věci.

Osobní rozvoj

Zaměstnanci, kteří se zapojují do veřejně prospěšných a charitativních aktivit obohacují svůj osobní rozvoj a získávají pocit vnitřního uspokojení. Poznají činnost neziskové organizace blíže a uvědomí si jak důležité je jejich poslání.

Změna v kariéře

Některé formy dobrovolnictví fungují jako osobní změna v kariéře. Zaměstnanec je dlouhodobě zaměstnán v neziskové organizaci a fakticky tak změní zaměstnání. Tímto způsobem se překlenuje určité období v životě zaměstnance, například při změně v kariéře nebo jako důstojný předčasný odchod do důchodu.

Změna hodnot

Poznají a uvědomí si hodnotu dobrovolné práce a potřebu zajímat se o věci veřejné. Zaměstnanci vnímají zavedení projektu firemního dobrovolnictví pozitivně a váží si tohoto benefitu. Díky osobní zkušenosti si mohou pěstovat pocit odpovědnosti k prostředí, ve kterém žijí.

4.5.3. Výhoda pro přijímající organizace

Přijímajícími organizacemi jsou neziskové organizace, příspěvkové a rozpočtové organizace, které zastupují společnost a její zájmy. Mnohé přijímající organizace mohou díky dobrovolníkům z firem realizovat i větší projekty, které vyžadují zapojení více lidí a na které nezbyvají finanční prostředky ani kapacita.

Řešení konkrétních problémů

Přijímající organizace se někdy potýkají s problémy, které jim pomohou vyřešit právě dobrovolníci, kteří na problém pohlížejí z jiné perspektivy, přicházejí s nejrůznějšími nápady a návrhy. Úkoly jsou řešeny novými způsoby.

Časová úleva

Činnost dobrovolníků ušetří čas stálých pracovníků, kteří se tak mohou věnovat jiným aktivitám. Dobrovolníci vykonávají činnosti, které jsou pro chod organizace důležité, ale nezbyvá na ně čas.

Finanční posila

Dobrovolníci vykonávají činnost bez nároku na finanční odměnu. Aktivity, které je nutné uskutečnit, jsou odvedeny a ušetří se náklady na jejich realizaci. Aby mohla akce prakticky proběhnout, firma zajistí potřebné pomůcky, někdy i potřebný materiál a dopraví zaměstnance na místo.

Profesionalizace

Předávání specifických znalostí zaměstnanců komerčních organizací jako je například vypracování dlouhodobých firemních strategií, poradenství v oblasti legislativy a účetnictví, marketingu, medializace aj.

Zviditelnění

Šíření vědomí o užitečnosti dobrovolnictví, jak firemního tak zvláště občanského. Zviditelnit poslání a aktivity přijímající organizace.

4.6. Kdo je to firemní dobrovolník

Firemní dobrovolník je zaměstnanec firmy, která umožňuje zapojování zaměstnanců do veřejně prospěšných aktivit. Firemní dobrovolník poskytuje svůj čas, svoji energii, vědomosti a dovednosti ve prospěch vybrané organizace.

Firemním dobrovolníkem se může stát každý zaměstnanec, který má zájem podpořit dobrou věc a vyzkoušet si tak práci ve prospěch neziskové organizace. Zaměstnanci mohou nabídnout své odborné znalosti nebo pomáhat s manuální činností či se zapojit do aktivit s klienty organizace.

Jak firemní dobrovolníci pomáhají

Firemní dobrovolníci pomáhají různými způsoby. Jelikož pomoc není nařízena ani vynucena, záleží na jejich volbě a výběru aktivit, kterých se chtějí účastnit.

Manuální práce

- zajištění provozu neziskové organizace (např. malování, úklid, stěhování)
- udržování hezkého vzhledu neziskové organizace (zkrášlování zařízení)
- údržba venkovních prostor (úklid zahrady, parků, sází se stromky, čistí se lesní porosty, břehy vodních toků, přírodní rezervace, pomáhá se při setí, sadbě, okopávání apod.)

Administrativní práce

- doplňování a ověřování údajů v databázích
- příprava a organizační zajištění akcí pro neziskové organizace
- vzdělávání, školení, přednášky

Aktivity přímo s klienty

- osobní setkání
- doprovod na určité místo
- volnočasové aktivity a společné kreativní práce
- lehká asistenční pomoc (např. při výletu, zábavném dni apod.)
- zážitkové programy (příprava a realizace her)

Firemní dobrovolníci jsou neziskové organizaci prospěšní nejen plněním přiděleného úkolu, ale také tím, že do organizace vnášejí nové „světlo“ – starší lidé, lidé s postižením, děti na lůžku, ti všichni jsou rádi, když za nimi zavítá někdo takzvaně zvenčí, popovídá si s nimi, řekne jim, co se děje zajímavého a přináší jim různé aktuální informace.

Dobrovolníci pomáhají organizaci naplňovat její cíle tím, že jí pravidelně poskytují svou pomoc, přinášejí nový pohled na věc (nezaujatý a objektivní), přicházejí s nápady a inovacemi, které by se mohly v organizaci zavést, pomáhají organizaci s činnostmi, na které při každodenním shonu nezbývá čas, ani kapacita. *„Dobrovolníci navazují nové kontakty využitelné pro organizaci, jsou doplněním týmu, propagují organizaci na veřejnosti.“* (Tošner, J., Sozanská, O., 2002: 72)

Využití firemních dobrovolníků

Některé neziskové organizace mají podezřivý postoj na pomoc firemních dobrovolníků. Kladou si otázky typu: Proč by firma propůjčila své zaměstnance? Co nám z toho poplyne za závazky? Využijeme vůbec dobrovolníky? V určitých typech neziskových organizací, většinou odborně zaměřených (práce s autisty, s mentálně postiženými lidmi nebo například organizacemi pořádajícími kampaně o ekologii), nemůže být práce dobrovolníků využita, neboť by znamenala dlouhou přípravu na zaškolení. Navíc práce s autisty, seniory či mentálně postiženými lidmi vyžaduje pravidelnou pomoc a ne pouze jednorázovou. Klient si potřebuje na dobrovolníka zvyknout a důvěřovat mu, v případě navázání bližšího kontaktu s klientem by tedy nemělo dojít k ukončení spolupráce.

Účast dobrovolníků na projektu firemního dobrovolnictví

Zaměstnanci firem, které umožňují účastnit se veřejně prospěšných a charitativních projektů, se stávají ze své vlastní vůle a rozhodnutí firemními dobrovolníky. Účast na projektu by však neměla vycházet ze zjištěných důvodů.

Negativní důvody účasti na firemním dobrovolnictví

- Vidina povýšení
- Rivalita s kolegou (dokázat si, že jsem lepší)
- Den volna z práce
- Pocit povinnosti

Klady firemního dobrovolnictví

- Uplatit své schopnosti
- Být užitečným

Pocit užitečnosti je pro mnohé lidi důležitý a v rámci dobrovolničení bývá často naplněn. Například profese účetní ve velké organizaci je pojmána rutinně a ztrácí se mezi ostatními profesemi, kdežto při činnosti pro neziskovou organizaci je viditelná a ceněná.

Výcvik firemních dobrovolníků

Příprava či výcvik dobrovolníků na akci firemního dobrovolnictví není ve většině případů nutná, neboť aktivity, které by tuto přípravu vyžadovaly, nejsou firemním dobrovolníkům nabízeny. Důvodem je jednorázovost akce firemního dobrovolnictví. Nemá smysl nabízet firemním dobrovolníkům například účast na kampani zaměřené na ekologii, neboť by vyžadovala obsáhlejší zaškolení, aby byl dobrovolník kompetentní zodpovídat případné dotazy zájemců. Dokonce není ani vhodné nabízet firemním dobrovolníkům práci se speciálními skupinami klientů jako jsou například autisté, mentálně postižení lidé či lidé s Alzheimerovou chorobou, neboť ti vyžadují pravidelnou péči a ne pouze jednorázovou.

4.6.1. Koordinátor dobrovolníků

Koordinátor dobrovolníků je pro realizaci projekt firemního dobrovolnictví jeho nedílnou součástí, a to jak na straně zprostředkující organizace (Fórum dárců), tak na straně neziskové organizace.

Koordinátor v neziskové organizaci

Při organizování dobrovolnického dne je nutné komunikovat na straně neziskové organizace s kompetentní osobou, která bude za průběh akce zodpovědná a která se bude dobrovolníkům věnovat. To znamená, že jim stručně představí organizaci, její poslání a

důležité aktivity, dále jim bude zodpovídat případné dotazy, seznámí je s prací, kterou by měli vykonávat, přidělí jim úkoly, dodá potřebné pomůcky, jsou-li nutné pro výkon práce, připraví pro ně občerstvení a je jim jakkoliv nápomocna.

V rámci projektu firemního dobrovolnictví je ustanovení zodpovědné osoby za dobrovolníky ze strany neziskové organizace nutným pravidlem pro zahájení spolupráce. Je též nezbytné, aby koordinátor upozornil klienty a ostatní osoby vyskytující se v organizaci na příchod a práci dobrovolníků. Nemělo by docházet k tomu, že klienti nebudou vědět, kdo jsou lidé, kteří přišli do organizace vypomáhat, proč tam vlastně jsou a co dělají. Klienti, kteří jsou schopni práce (nemoc ani žádná jiná okolnost jim v tom nebrání), by se měli na daných aktivitách podílet společně s dobrovolníky a ne jenom přihlížet.

Koordinátor ve zprostředkující organizaci

Koordinátor dobrovolníků ve zprostředkující organizaci má na starosti komunikaci mezi firmou, dobrovolníky a koordinátorem v neziskové organizaci. Koordinátor vyjednává s firmou podmínky projektu firemního dobrovolnictví, vytipovává vhodné neziskové organizace ke spolupráci, komunikuje s neziskovými organizacemi podmínky realizace dobrovolnického dne a je styčná osoba pro dobrovolníky v případě organizačních nejasností.

a) Komunikace s firmou

Koordinátor firemního dobrovolnictví dojednává s firmou podmínky (kolik lidí se bude účastnit projektu firemního dobrovolnictví, v které dny se aktivity uskuteční, které neziskové organizace budou podporovány a v kterých krajích ČR, jak bude zabezpečena doprava, občerstvení, pomůcky, pojištění), organizuje akci (obvolává spolupracující neziskové organizace a zjišťuje, zda budou mít zájem využít činnosti dobrovolníků, kolik dobrovolníků jsou schopné přijmout, s čím by vypomáhali, kam by se měli dostavit, v kolik hodin) a kontroluje průběh samotné akce (poděkování za účast, debata o organizaci akce, promyšlení a vylepšení akce), následně rozesílá zúčastněným dobrovolníkům dotazníky, které vyhodnocuje a zpracovává (vypracování zprávy o uskutečněném dobrovolnickém dni) a nakonec celou akci probírá s danou firmou (diskuze o úspěších i neúspěších, promyšlení strategie na akce další).

b) Komunikace s neziskovou organizací

Koordinátor vybírá ve spolupráci s neziskovou organizací vhodné činnosti pro dobrovolníky, vytváří pokyny k dobrovolnickému dni (kde bude sraz, v kolik hodin, kdo bude kontaktní osoba, co bude náplní činnosti), vytváří kodex dobrovolníka¹³ (práva a povinnosti, chování ke klientům), propaguje projekt firemního dobrovolnictví, hodnotí zrealizovanou akci a vypracovává o akci zprávu, vede potřebnou administrativu, zajišťuje pojištění dobrovolníků, pomáhá vyřešit případné problémy dobrovolníků či nedorozumění, je v kontaktu s dobrovolníky a vyjadřuje jim poděkování za celou organizaci.

4.7. Systémový přístup firemního dobrovolnictví

Pomáhat dobré věci je chvályhodné. Aby byla pomoc neziskovým organizacím účinná, je třeba zavést jasný rámec a vymezený přístup. Systémový přístup garantuje efektivitu realizace projektu, proto Fórum dárců vytvořilo určitý standard mechanismu firemního dobrovolnictví.

Sjednávání aktivit s neziskovou organizací

Koordinátor domlouvá s neziskovou organizací možné činnosti, které by mohli dobrovolníci v rámci projektu firemního dobrovolnictví vykonávat. Nabídka činností pro dobrovolníky je závislá na pravidelné komunikaci koordinátora s neziskovou organizací – je třeba doplňovat a aktualizovat možné aktivity. Vždy je lépe s konkrétní neziskovou organizací dohodnout více možných činností, a to hlavně ve smyslu „mokrě varianty“, kdyby bylo nepříznivé počasí. Seznam činností by měl být rozdělen na aktivity venkovní při příznivém počasí a aktivity uvnitř objektu v případě opačném.

Při sestavování možných aktivit pro dobrovolníky by měli pracovníci neziskové organizace vycházet z toho, co by pomohlo či usnadnilo práci nejen samotným zaměstnancům neziskové organizace, ale také se zamyslet nad tím, jaký druh pomoci by uvítali její klienti. Je vhodné zapojit do výběru činností jak kolegy, tak i samotné klienty.

¹³ „Kodex je v tomto případě obdobou organizačního či provozního řádu, který mají organizace pro svoje zaměstnance.“ (Tošner, J., Sozanská, O., 2002: 94)

Vytvoření nabídky

Fórum dárců zprovoznilo na jaře roku 2008 jedinečný internetový portál www.zapojimse.cz, kde jsou umístěny nabídky dobrovolnických aktivit od jednotlivých neziskových organizací z celé České republiky. Výhodou tohoto portálu je, že dokáže vytvořit jednotlivým firmám jejich vlastní profil s jejich konkrétními informacemi pro své zaměstnance a je možné tento profil propojit na firemní intranet. Na portále www.zapojimse.cz si zaměstnanci vybírají aktivity a neziskovou organizaci, kterou chtějí svou činností podpořit.

Nabídka neziskových organizací pro firemní dobrovolníky by neměla být příliš obsáhlá, aby nedocházelo k tomu, že si danou organizaci nikdo nezvolí. Neziskové organizace, se kterými byla na určité termíny dohodnuta aktivita, s případnou pomocí počítají. Na daný termín jsou připraveni na příchod dobrovolníků a přizpůsobí k tomu režim dne. V případě, že se na danou aktivitu žádný dobrovolník nepřihlásí, mohou ztratit důvěru k projektu firemního dobrovolnictví a nemusí chtít na dalších podobných projektech spolupracovat.

Propagace projektu firemního dobrovolnictví

Informace o firemním dobrovolnictví a již uskutečněných akcích je možné propagovat několika způsoby. Pomocí letáků, plakátů a vývěsek přímo ve firmě, umístěných na frekventovaných místech, aby si jich mohl kdokoliv všimnout, pomocí firemního periodika či intranetu.

Intranet je považován za velice efektivní způsob propagace firemního dobrovolnictví, neboť se zájemce může dozvědět na jednom místě veškeré dostupné informace a nezískává jen určitou část, která je k dispozici například na letáčku či v tisku. Nevýhodou ovšem je, že všichni pracovníci nemají svůj vlastní firemní počítač. V momentě, kdy mají příležitost nahlédnout do intranetu, nemusí být nabídka volných míst tak široká a přicházejí o možnost vybrat si aktivitu z celého spektra nabízených činností a termínů.

Registrace

Zaměstnanci se na akci firemního dobrovolnictví registrují přes portál www.zapojimse.cz, který slouží zároveň jako evidence a kontrola dobrovolníků. V případě potřeby odhlášení zaměstnanci kontaktují koordinátora dobrovolníků ve Fóru dárců

prostřednictvím tzv. „horké linky“, kterou lze využít ještě i ráno v den samotné akce. Na základě odhlášení může koordinátor dobrovolníků zrušit pojištění a informovat neziskovou organizaci o aktuálním počtu dobrovolníků, kteří se akce zúčastní.

Nenahlásí-li zaměstnanec, že se akce nakonec nezúčastní, způsobí tím komplikace. Nezisková organizace je zhruba týden před konáním akce vyrozuměna kolik zaměstnanců se v daný den na danou činnost dostaví a s tímto počtem závazně počítá. Neodpovídá-li počet dobrovolníků skutečnosti, mohou neziskové organizaci vzniknout potíže. Přichystaná činnost nemůže být vykonávána, neboť počet přítomných dobrovolníků neodpovídá danému druhu činnosti a nezisková organizace musí zvolit jiný náhradní program. Narychlo sestavený program nemusí být efektivní, může se jednat jen o činnost, která má vyplnit čas dobrovolníků, kteří se dostavili.

Koordinátor dobrovolníků v neziskové organizaci by měl proto takovýmto situacím předcházet a mít v záloze jiný druh činnosti a to nejen z důvodu nevyzpytatelnosti, kolik dobrovolníků se sejde, ale i z hlediska počasí, které nemusí být pro danou aktivitu zrovna ideální.

Pojištění dobrovolníků

Na základě registrace se sjednává pojištění jednotlivých dobrovolníků, a to úrazové a pojištění odpovědnosti za škodu. Úrazové pojištění kryje následky úrazů vzniklých v přímé souvislosti s pojistnou událostí (náklady na léčení a další náklady spojené s úrazem či s jeho následky). Pojištění odpovědnosti za škodu kryje následky, které může dobrovolník způsobit svou činností sobě či ostatním.

Pojištění zahrnuje

1. Pojištění odpovědnosti dobrovolníka za škodu způsobenou organizací
2. Pojištění odpovědnosti organizace za škodu způsobenou dobrovolníkovi
3. Úrazové pojištění dobrovolníka

V České republice není mnoho pojišťoven, které umožňují uzavřít odpovědnostní pojistku na dobrovolnickou činnost. Jednou z výjimek je Hasičská vzájemná pojišťovna. „*V cizině jsou pojišťovny, které se přímo specializují na neziskový sektor a dobrovolníky.*“ (Tošner, J., Sozanská, O., 2002: 96)

Pokud vede organizace osobní údaje o firemních dobrovolnících, musí se řídit dle zákona č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů, a dále mít souhlas každého dobrovolníka s používáním těchto údajů.

Rozesílání organizačních pokynů

Koordinátor dobrovolníků z Fóra dárců rozesílá minimálně týden před zahájením akce organizační pokyny jak neziskovým organizacím, tak samotným dobrovolníkům. Neziskové organizace informuje o počtu přihlášených dobrovolníků a shrne dohodnuté organizační záležitosti (termín akce, začátek a konec zahájení aktivit, druh aktivit, místo výkonu, pomůcky). Dobrovolníkům rozesílá instrukce k dobrovolnickému dni (termín akce, začátek a konec zahájení aktivit, druh aktivit, místo výkonu, pomůcky), informuje je o tom, že jsou pojištěni a upozorňuje na způsob odhlášení, pokud by se nemohli z jakýchkoliv důvodů projektu firemního dobrovolnictví účastnit.

Průběh dobrovolnického dne

Před samotným výkonem činnosti je dobrovolník seznámen s organizací, které přišel pomoci, s jejím posláním, klíčovými aktivitami a klientelou, je proveden celou organizací i jejím přílehlým areálem. Tato část je velice důležitá, neboť dobrovolníka zajímá činnost organizace, které se rozhodl věnovat svůj čas. Dobrovolník je seznámen s tím, co bude vykonávat, na koho se má obrátit v případě potřeby a kdo jsou vedoucí pracovníci. Není však nutné dobrovolníka zatěžovat informacemi typu: jaký je statut organizace, jaká je organizační struktura a organizační řád, jaká jsou práva a povinnosti dobrovolníka.

Kontrola průběhu akce

V rámci firemního dobrovolnictví je uskutečňována kontrola dobrovolnické akce. Té se účastní koordinátor dobrovolníků jak ze strany Fóra dárců, tak ze strany firmy. Kontrola dobrovolníků není myšlena negativně, jakožto dozor nad jejich výkonem činnosti, ale naopak pozitivně, jakožto příležitost promluvit si, probrat akci a poděkovat za účast. V průběhu akce pořizují koordinátoři fotografie z dobrovolnického dne, které bývají uveřejňovány na intranetu či ve firemním periodiku. Slouží jako propagace projektu firemního dobrovolnictví a oslovení a získávání nových firemních dobrovolníků. Osobní výpovědi dobrovolníků, kteří se již akce firemního dobrovolnictví účastnili (vylíčí své pocity a podělí se o zážitky) či fotografie z uskutečněné akce povzbuzuje nové zájemce zúčastnit se.

Zpětná vazba

Zpětná vazba je důležitá. Podstatné je zhodnotit akci firemního dobrovolnictví, což pomůže při plánování dalších akcí. Při shrnutí akce je nezbytné zaměřit se na to, co se povedlo a naopak změnit to, co se nepovedlo. Zpětná vazba a poděkování dobrovolníkům je nezbytná, jelikož jsou projevem vyjádření díky a vyzdvižením přínosu jejich práce pro organizaci jako celek.

Evaluace projektu

Evaluace projektu firemního dobrovolnictví je klíčovým bodem pro firmu. Zhodnocení celé akce, debatování o úspěších i neúspěších jsou podkladem pro vylepšování strategie projektu.

Prezentovat úspěchy projektu veřejnosti, médiím, konkurenci, klientům i vlastním zaměstnancům je jedním ze záměrů realizace projektu. *„Přestože si společnosti mohou připsat zásluhy za dobré skutky, mohou být tyto skutky snadno přehlédnuty, nejsou-li publikovány...“* (Kotler, Keller, 2007:747) Osobní dojmy a zážitky jednotlivců, kteří se již projektu firemního dobrovolnictví účastnili, mohou firmě zajistit ohlasy u veřejnosti, ale hlavně jsou vodítkem pro získání a oslovení nových firemních dobrovolníků.

4.8. Právní aspekty firemního dobrovolnictví

V České republice zatím chybí zákon, který by vymezoval firemní dobrovolnictví a podmínky pro jeho výkon. Rozvoj firemního dobrovolnictví by měl podpořit stát. Bylo by vhodné takový zákon vytvořit, který by přispíval k rozvoji a zakořenění této myšlenky, který by určoval možnost snížení daní v případě realizace projektu firemního dobrovolnictví a další podpůrná či podněcující politická opatření (finanční odměna, pojištění, stravné, cestovné, daně atd.). Ke správnému povědomí by ve společnosti pomohlo jednotné pojmosloví a vyjasnění právní legitimacy forem firemního dobrovolnictví. Neziskové organizace by se měly snažit o osvětu a šíření informací o firemním dobrovolnictví a zasadit se o ulehčení realizace jednotlivých akcí vypracováním konkrétních celoročních potřeb.

Z právního hlediska se realizace firemního dobrovolnictví lehce dotýká zákoník práce. (Štajer, 2008)

Účast na projektu firemního dobrovolnictví, jak již sám název napovídá, vychází jak ze strany zaměstnavatele, tak i samotných zaměstnanců z jejich dobré vůle a odpovědného přístupu. Zaměstnavatel nemůže své zaměstnance nutit k účasti, i kdyby mu na tom opravdu velice záleželo.

Podle zákoníku práce smí zaměstnavatel zaměstnanci určit jen takový druh práce, která se shoduje s tou, která je sjednaná v pracovní smlouvě. Zaměstnavatel nemůže nařídít zaměstnanci, ani s dobrým úmyslem, například v případě živelní pohromy, aby pomáhal při odstranění způsobených škod, pokud se škody týkají třetích osob. Výjimkou je situace, kdy škoda hrozí přímo zaměstnavateli, neboť prací se, podle zákoníku práce, rozumí činnost zaměstnance pro zaměstnavatele.

Na aktivity v rámci firemního dobrovolnictví se pohlíží jako na běžný výkon práce v rámci pracovního poměru, proto náleží zaměstnanci za tuto činnost mzda. Pokud se zaměstnanec účastní akce firemního dobrovolnictví mimo své pracoviště, přísluší mu též náhrada cestovních výdajů, výdajů na ubytování či zvýšených stravovacích výdajů. Stane-li se zaměstnanci při výkonu činnosti v rámci firemního dobrovolnictví pracovní úraz, pohlíží se na něj jako na pracovní úraz se všemi právy a povinnostmi stanovenými zákoníkem práce.

Společnosti, které realizují projekt firemního dobrovolnictví, využívají ke zvýšení účasti svých zaměstnanců různé motivační prvky, jako např. poskytnutí placeného volna, možnost využít firemní prostředky nad míru obvyklou apod.

5. Shrnutí

Je namístě položit si otázku, zda je firemní dobrovolnictví jednou z forem občanského dobrovolnictví nebo zda se jedná o zcela jiný model dobrovolnictví, který nenaplňuje všechny znaky dobrovolnictví občanského a zda je tedy vhodné hovořit o „dobrovolnictví“. Touto kladenou otázkou bych chtěla poukázat na nedostatky v dobrovolnické terminologii.

Základními znaky občanského dobrovolnictví je dobrovolné, vlastní rozhodnutí o poskytnutí vlastního času, své energie, vědomostí a zkušeností ve prospěch podpory užitečné či potřebné věci bez nároku na finanční odměnu. Pro dobrovolníka je typická osobní motivace, víra v danou věc, která ho přiměje vykonávat prospěšnou činnost.

Základními znaky firemního dobrovolnictví je poskytnutí práce a času zaměstnanců dané firmy. Jedná se o společnou podporu neziskového sektoru zaměstnavatelem i zaměstnancem. Zaměstnanci pomáhají vykonáváním určité činnosti a poskytováním svých znalostí a firma podporuje aktivity svých zaměstnanců, povzbuzuje či zvyšuje jejich zájem o dobrovolnou činnost a to tím, že jejich dobrovolnou činnost uznává a oceňuje.

Zavedením projektu firemního dobrovolnictví firma projevuje svou angažovanost vůči komunitě a kladný přístup k podpoře veřejně prospěšných činností. Firma podněcuje své zaměstnance k aktivitám ve prospěch dobré věci a dává jim prostor aktivně se zapojit a přinášet pozitivní změny.

Je patrné, že firemní dobrovolnictví některé znaky občanského dobrovolnictví postrádá. Dalo by se spekulovat nad tím, zda je motivace dobrovolníka skutečně z jeho vlastní vůle či tak činí kvůli převaze svých kolegů, kteří se projektu firemního dobrovolnictví chystají zúčastnit a zda nechce být tím jediným, kdo se nezapojí. Taková motivace nevychází z jeho vlastního rozhodnutí, přesto může být užitečná tím, že si člověk zkusí vykonávat dobrou věc, ke které by se za jiných okolností nedostal. Druhá, z pohledu dobrovolnictví závažnější skutečnost je, že firemní dobrovolník nevykonává činnost bez nároku na odměnu, neboť den strávený prospěšnou činností je uskutečněn v pracovní době dobrovolníka a pobírá za něj mzdu. Pokud se ovšem díváme na věc ze strany firmy - proto i název firemní dobrovolnictví - jedná se o čas firmy, který neziskové organizaci poskytuje

ve formě vyslání svých zaměstnanců. Tím, že firma nad rámec svých povinností umožní zaměstnancům trávit čas prospěšnou činností, dává najevo svůj zájem pomáhat. Firma jako taková žádnou finanční odměnu z vykonávání prospěšné činnosti nemá, naopak sama poskytuje finanční prostředky nutné k uhrazení pracovních pomůcek či určené na dopravu. V tomto případě jsou znaky občanského dobrovolnictví naplněny, avšak samotnou práci vykonávají zaměstnanci/dobrovolníci, čímž jsme opět na začátku a můžeme znovu přemýšlet nad tím, zda jsou opravdu naplněny znaky dobrovolnictví.

Každopádně je firemní dobrovolnictví jistě důležitá a užitečná věc. Možná by však bylo vhodnější užívat výrazu zapojování zaměstnanců, který již používá nezisková organizace Fórum dárců¹⁴. Ta se specializuje na implementaci projektu firemního dobrovolnictví do firem a pomáhá jednotlivým firmám při realizaci veřejně prospěšných projektů tím, že jim zprostředkovává databázi jednotlivých neziskových organizací a jejich konkrétní žádosti o pomoc.

¹⁴ Fórum dárců je důležitým prostředníkem mezi firmou a neziskovou organizací. Navazuje spolupráci s neziskovými organizacemi pro zapojování firemních dobrovolníků, dohlíží a chrání zájmy neziskových organizací a zároveň vychází vstříc jednotlivým požadavkům firem. Je garantem vyjednaných podmínek na obou stranách. Díky své obsáhlé databázi je schopná vybrat pro danou firmu vhodnou organizaci tak, aby pomoc byla efektivní.

PRAKTICKÁ ČÁST

Dobrovolnictví může být některými lidmi stále vnímáno jako nepochopitelné – proč dělat něco zdarma, je přeci spousta jiných možností, jak využít svůj vlastní volný čas. Dobrovolníci mohou být vnímáni jako bláhoví nadšenci, někteří lidé na ně „koukají skrz prsty“, jiní jim kladou podezřívavé či ironické otázky. Cílem diplomové práce je proto mimo jiné přiblížit pojem dobrovolnictví, zvláště pak firemní dobrovolnictví, tak jak je realizováno ve třech vybraných firmách v České republice. Diplomová práce by mohla být vnímána jako přiblížení pojmu firemního dobrovolnictví, popis jeho fungování a propagace k jeho další implementaci do firem.

6. Firemní dobrovolnictví ve vybraných firmách

V České republice se firemnímu dobrovolnictví věnuje na profesionální úrovni nezisková organizace Fórum dárců. Ta zprostředkovává jednotlivým firmám projekt firemního dobrovolnictví, tedy možnost, aby jejich zaměstnanci mohli vypomáhat v určitých neziskových organizacích. Mezi firmy, které spolupracují s organizací Fórum dárců a realizují projekt firemního dobrovolnictví, patří T-Mobile, GlaxoSmithKline, Česká spořitelna, Česká rafinérská, Ernst&Young, Skupina ČEZ, ČSOB a další menší organizace. Na trhu existují samozřejmě další firmy, které zavedly do své firemní kultury realizování firemního dobrovolnictví.

V následujícím textu představím mechanismus fungování firemního dobrovolnictví v konkrétních firmách. Nejprve budu prezentovat každou firmu zvlášť, poté vyhodnotím společné rysy a mechanismus fungování firemního dobrovolnictví uvedu za všechny sledované firmy.

6.1. Projekt firemního dobrovolnictví zhodnocený za jednotlivé firmy

Předložené informace jsou výsledkem zpracování rozhovorů, které jsem vedla s manažerkami projektu firemního dobrovolnictví ve vybraných firmách (T-Mobile, ČSOB a Česká spořitelna). Rozhovory jsem zpracovala za každou sledovanou firmu zvlášť.

6.1.1. Česká spořitelna



Ing. Jana Cihlářová

Firemní komunikace České spořitelny, tým CSR a Nadace

http://www.csas.cz/banka/menu/nav10409_csr_sponzoring

O společnosti

Česká spořitelna respektive Spořitelna česká působí na českém finančním trhu již od roku 1825. Česká spořitelna jako akciová společnost zde působí od roku 1992.

Česká spořitelna patří počtem svých klientů mezi největší banku na trhu. Od roku 2000 je členem největší středoevropské banky Erste Group, která působí v osmi státech. Česká spořitelna podporuje charitativní a humanitární projekty. CSR aktivity jsou nedílnou součástí strategie firmy.

- CSR následuje hodnoty a principy řízení celé firmy
- CSR je součástí obchodní strategie
- do CSR aktivit zapojuje všechny klíčové skupiny - zejména zaměstnance a klienty
- CSR je víc než jen filantropie a charita
- CSR buduje pověst firmy a posiluje její značku

Mecenášství a filantropie sahají k samým začátkům vzniku spořitelnictví před 180 lety. (Česká spořitelna, 2009) Současná strategie CSR na období 2008-2010 se řídí heslem

„Investujeme pro budoucnost“. CSR strategie vychází z obecných zásad společenské odpovědnosti a stanovuje tři hlavní oblasti CSR aktivit, na které se Česká spořitelna zaměří:

1. vzdělávání (s primárním zaměřením na finanční vzdělávání)
2. pomoc lidem v nouzi (zejména stárnoucí společnost a prevence a léčba drogově závislých)
3. udržitelný rozvoj (především péče o životní prostředí, ve kterém žijeme)

Česká spořitelna je součástí skupiny ESBG (European Savings Banks Group - Evropská skupina spořitelén), jejíž členské banky se silně angažují pro udržitelný rozvoj a považují společenskou odpovědnost firem za integrální složku podnikání. Česká spořitelna je jedním z leaderů firemní filantropie v České republice. Získala druhé místo v žebříčku TOP Firemní filantrop 2008 v kategorii Absolutní objem poukázaných prostředků, kdy darovala více než 60 milionů korun na obecně prospěšné a charitativní účely.

Role firemního dobrovolnictví ve firmě

Česká spořitelna se do projektu firemního dobrovolnictví zapojila v roce 2007. Důvodem proč se do tohoto projektu zapojila, byla tendence začít pomáhat též aktivně a nejen formou finanční pomoci. Firemní dobrovolnictví je způsob, jak dokázat, že má firma zájem podělit se o část svých zisků - rozdělit je a pomáhat potřebným. Principy společenské odpovědnosti firem se snaží Česká spořitelna uplatnit nejen zapojováním svých zaměstnanců, ale i zapojováním klientů. Ti mají možnost prostřednictvím Bonus programu věnovat své Bonus body na vybrané charitativní projekty.

Firemní dobrovolnictví je součástí firemní kultury České spořitelny a je považováno za společensky prospěšné. Úzce souvisí s celkovou strategií společenské odpovědnosti. CSR strategie je nedílnou součástí koncepce řízení České spořitelny. Cílem je zvyšovat hodnotu firmy na základě spolupráce různých zájmových skupin, ze které má užitek jak společnost, tak akcionáři, zaměstnanci, klienti, vybraná komunita a vybrané neziskové organizace. CSR aktivity přispívají kromě lepšího vnímání banky k vyšší loajalitě zaměstnanců a klientů.

Česká spořitelna, jakožto člen banky Erste Group, je jedinou zemí, která realizuje v rámci své firemní kultury projekt firemního dobrovolnictví. Ze zkušeností České

spořitelny mohou čerpat další členové Erste Group, jak firemní dobrovolnictví integrovat do strategie CSR a jak realizovat samotný projekt.

Co se týká změn v projektu firemního dobrovolnictví, Česká spořitelna pracuje na novinkách, ale nejsou zásadní. Ve formě zapojování do projektu se žádné změny neplánují, rozšiřují se však nabídky neziskových organizací. Každý zaměstnanec má tedy možnost vybrat si podle svých možností a preferencí.

Výhody, které firemní dobrovolnictví přináší

Ve firemním dobrovolnictví spatřuje Česká spořitelna skvělou příležitost, jak přimět a motivovat své zaměstnance účastnit se obecně prospěšných a charitativních aktivit. Dle České spořitelny přispívá firemní dobrovolnictví ke zvyšování loajality zaměstnanců a k jejich hrdosti na značku.

Pro zaměstnance samotné představuje účast na projektu nové zkušenosti, dostanou se do prostředí, které znají jen okrajově a mohou tak změnit své dosavadní hodnoty a názory. Kromě toho, že pomáhají dobré věci, mohou navázat nová přátelství. Zaměstnanci České spořitelny vnímají projekt již od začátku velice pozitivně, někteří chodí pomáhat i nad rámec dvou pracovních dnů ve svém volném čase. Ti, co se účastní hromadně organizovaných dnů, dostanou tričko a občerstvení. Účastníci týmových dnů dostanou také tričko. Hlavní motivací je však dobrý pocit z pomoci dobré věci, zapojení se do obecně prospěšných aktivit.

Účast na projektu firemního dobrovolnictví

Česká spořitelna umožňuje svým zaměstnancům v pracovní době a za normální mzdu věnovat dva dny v roce na charitativní a obecně prospěšné aktivity. Tyto dny jsou hrazeny jako plně odpracované. Účast na projektu je dobrovolná. Záleží na každém zaměstnanci a jeho uvážení, zda se do projektu zapojí.

Zaměstnanci, kteří se účastní Dne pro charitu, by měli v neziskové organizaci strávit osm hodin, neboť se jedná o běžný pracovní den. Způsob využití dvou dnů na projektu firemního dobrovolnictví záleží na rozhodnutí každého jednotlivce. Někdo se přihlásí na jeden hromadně organizovaný den, druhý den si zvolí individuálně. Někdo zvolí dva týmové dny (může jít jednou na jaře, podruhé např. na podzim). Také se stává, že někdo

využije dva dny hned za sebou v případě, že, potřebuje ve zvolené neziskové organizaci na danou výpomoc více času.

Existují případy, kdy dobrovolník pomáhá po hodinách – např. právnícké konzultace. V takovém případě si sami evidují hodiny a v okamžiku, kdy je počet roven osmi hodinám strávených pro jednu či více neziskových organizací, tak má jeden den vyčerpaný. Standardní však je, že se dobrovolník věnuje jeden den jedné neziskové organizaci.

Zaměstnanec v rámci projektu firemního dobrovolnictví čerpá speciální druh volna, který je evidován v systému docházky, existuje i speciální formulář. Jedná se o vnitřní pravidlo České spořitelny. Dobrovolnický den je bez nároku na stravenku, účtování dopravného či služební cesty, tzn. že si náklady hradí každý zaměstnanec sám. Výjimkou jsou hromadné Dny pro charitu, kde je pro dobrovolníky zajištěno občerstvení (náklady hradí Česká spořitelna).

Možnosti, jak se zapojit do projektu Den pro charitu:

1) Hromadně organizovaný den

- koná se dvakrát v roce
- je naplánován na měsíc květen a září na jeden z pátečních dnů
- dobrovolníci jdou hromadně pomáhat v jeden den na různých místech ČR
- každý zúčastněný dobrovolník dostane od zaměstnavatele jako poděkování za účast tričko a občerstvení

2) Průběžné dobrovolnické dny

- uskutečňují se v průběhu celého roku
- vychází z potřeb neziskových organizací a záleží na zaměstnancích, zda si danou aktivitu vyberou
- lze vybírat z nabídky akcí, která je k dispozici na portále www.zapojimse.cz

3) Individuální den

- uskutečňují se v průběhu celého roku
- dobrovolník si může libovolně zvolit neziskovou organizaci, kterou by chtěl podpořit (například tu, která mu je blízká lokalitou, formou činnosti atd.)

4) Týmové dny – akce „na míru“

- uskutečňují se v průběhu celého roku
- jedná se o speciální akci „šitou“ na požadavek týmu (preferovaný druh práce, datum, nezisková organizace atd.)
- je určena pro skupinu dobrovolníků, kteří chtějí pomáhat společně
- benefit pro dobrovolníky: tričko

5) Rodinný den

- novinka roku 2009
- termín je pevně daný
- koná se o víkendu (zaměstnanci nemusejí čerpat svoje volno, jedná se v podstatě o třetí den, kdy se můžou zapojit Dne pro charitu)
- zaměstnanec může vzít s sebou své blízké - děti, partnera, sourozence, příbuzné

Pevně dané jsou termíny hromadných Dnů pro charitu, případně rodinného Dne pro charitu. Ostatní termíny jsou různorodé. Termíny průběžných Dnů pro charitu vycházejí z potřeb neziskových organizací a záleží na dobrovolnících, zda je využijí. Termíny individuálních Dnů pro charitu si volí sami dobrovolníci po dohodě s neziskovou organizací. Termíny týmových Dnů pro charitu vycházejí z požadavku týmu. Na tento požadavek se následně hledá vhodný druh dobrovolné práce.

U hromadně organizovaných dnů je vybrán měsíc květen z toho důvodu, že je to na začátku „léta“, zaměstnanci ještě nevybírají dovolené a zároveň je hezké a teplé počasí, aby mohli být venku. Naopak v září se většina zaměstnanců vrací z dovolených, je relativně ještě poslední hezký měsíc proto, aby mohli trávit aktivity na Dni pro charitu venku. „*Například prosinec by se z mnoha důvodů na hromadnou akci nehodil, proto jsme vytipovali jako strategické měsíce květen a září.*“, dodává manažerka projektu. Vychází se z toho, kolik zaměstnanců by mohlo mít v daném měsíci čas věnovat se charitativním a obecně prospěšným projektům.

Nejčastěji využívané jsou týmové dny pro charitu. Dle slov manažerky projektu se jedná o druh teambuildingu, kdy: „*Parta lidí, kteří se znají, jdou společně pomáhat dobré věci a přitom ještě zažijí něco nového a ještě se pobaví.*“ Zaměstnanci/dobrovolníci mohou

na Den pro charitu navázat společnou podvečerní akcí nebo i druhým dnem, který věnují klasickým teambuildingovým aktivitám. Vždy záleží na daném týmu, jak se domluví.

Výběr aktivit firemního dobrovolnictví

Zaměstnanci mohou podpořit neziskové organizace s nejrůznějším zaměřením: životní prostředí, sociální oblast, zdravotní oblast, senioři či drogová prevence. Česká spořitelna nemá vybranou jednu oblast, na kterou by se prioritně zaměřovala. Vychází se z toho, že zaměstnanci jsou nejráději v přírodě, jsou rádi venku, chtějí si odpočinout od práce v kanceláři a vyčistit si hlavu, takže pomáhají nejvíce právě zlepšovat životní prostředí. Česká spořitelna chce dát svým zaměstnancům, co nejširší pole výběru, kdy oni sami si můžou zvolit, co je opravdu zajímavá, co je baví a co si chtějí vyzkoušet. Zaměstnancům je ponecháno právo jít kamkoliv. Když má někdo vztah k seniorům, může jít pomáhat do domova důchodců. Ten, kdo má vztah k zvířatům, může si vyzkoušet práci v útulku apod. Není omezován elán a aktivita zaměstnanců/dobrovolníků.

Kontrolní mechanismus

Zaměstnanci, kteří se chtějí účastnit projektu firemního dobrovolnictví, se registrují na portále www.zapojimse.cz, který spravuje nezisková organizace Fórum dárců. Tento portál slouží zároveň jako evidence a kontrola dobrovolníků. Dalším druhem kontroly je systém evidence docházky, který spravuje přímo Česká spořitelna, oddělení HR. Čerpání dvou Dnů pro charitu je evidováno v přehledu docházky každého jednotlivého zaměstnance.

Statistika firemního dobrovolnictví za rok 2008

Největší účast dobrovolníků byla v Praze a ve Středních Čechách. Tato skutečnost je dána tím, že zde pracuje nejvíce zaměstnanců České spořitelny.

Projektu se zúčastnilo 927 zaměstnanců, což je 9% z celkového počtu zaměstnanců. Česká spořitelna si dělá na začátku roku přibližný odhad v počtech dobrovolníků zapojených do projektu, který se jí daří naplnit. Co se týká genderového zastoupení, účastnilo se 66 % žen a 34 % mužů (rozložení žen a mužů odpovídá poměru žen a mužů zaměstnaných v České spořitelně). Celkem bylo v roce 2008 podpořeno 75 neziskových organizací.

Údaj o dosaženém vzdělání dobrovolníků, kteří se projektu účastnili, není Českou spořitelnou zjišťován.

Ostatní firmy, které realizují projekt firemního dobrovolnictví, nejsou Českou spořitelnou vnímány jako konkurence. Naopak mohou být inspirací, pokud mají dobré nápady. Zatím nebyla realizována žádná společná akce České spořitelny a jiných firem, ale je možné, že se něco takového v budoucnu uskuteční.

Ostatní CSR aktivity

Česká spořitelna má i další CSR aktivity:

- Veřejné sbírky (Česká spořitelna se pravidelně podílí na zajištění několika veřejných sbírek vybraných neziskových partnerů ročně)
- Nadace České spořitelny¹⁵ (zaměřuje se zejména na pomoc lidem v nouzi - podpora seniorů a drogově závislých a na ochranu životního prostředí, dlouhodobě spolupracuje s neziskovými organizacemi: Charita Česká republika, Život 90, Sananim, Drop in, Domov Palata, Český svaz ochránců přírody, Nadační fond Livie a Václava Klausových, Nadace VIA nebo Nadace Partnerství)
- Bonus Program (klienti mají k dispozici speciální program, jehož prostřednictvím mohou své body za platby kartou věnovat na vybrané charitativní projekty)
- Věcné dary (daruje se například vyřazená IT technika, kancelářský nábytek či vozidla z vozového parku)
- Finační pomoc (zaměstnanci mají možnost poslat jakoukoli finanční částku na vybrané neziskové organizace – dlouhodobé partnery Nadace ČS)
- Právní poradenství (bezplatná forma pomoci neziskovým organizacím v oblasti právního poradenství v rámci Dnů pro charitu)
- Politika zodpovědného úvěrování (ČS je jedním ze zakladatelů Poradny při finanční tísní, o.p.s. která poskytuje bezplatné poradenství spotřebitelům, kteří se chtějí chytře zadlužit a pomáhá řešit problémy se splácením a insolvencí)
- Program Diversitas (rovné příležitosti pro všechny zaměstnance)

¹⁵ Z prostředků nadace jsou finančně podporováni partneři jako např. Charita Česká republika (projekty zaměřené na seniory), Nadace VIA (projekt na obnovu veřejných prostranství), Život 90 (zaměřuje se na zvyšování kvality života seniorů), občanské sdružení Sananim (zabývá se léčbou a prevencí drogových závislostí). (Fórum dárců, S.I.)

- Aktivity v obchodním řešení (příprava a realizace energetických projektů, financování projektů v oblasti energetických úspor a udržitelného rozvoje, elektronická faktura)
- Projekty Cause Related Marketingu¹⁶ (kampaň zaměřená na zvýšení užívání platebních karet, s charitativním cílem)

6.1.2. T-Mobile



Mgr. Dagmar Masopustová

Specialistka společenské odpovědnosti firmy

<http://www.prosvetkolemnas.cz/kontakt.html>

O společnosti

T-Mobile je členem mezinárodní telekomunikační skupiny Deutsche Telekom AG. V České republice funguje T-Mobile od roku 1996. Celá společnost podporuje jednotnou strategii CSR.

T-Mobile má v úmyslu dále rozvíjet a realizovat svůj program společenské odpovědnosti i přes dopady celosvětové finanční krize. Bude se snažit na CSR aktivity vynaložit alespoň takovou finanční částku jako v letech předchozích. Novinkou roku 2009 je spuštění portálu www.prosvetkolemnas.cz, který se snaží zlepšit informovanost o CSR problematice a aktivitách T-Mobile v této oblasti. (T-Mobile, 2009)

Role firemního dobrovolnictví ve firmě

T-Mobile s firemním dobrovolnictvím začal pilotně již v roce 2005 a od té doby v něm pokračuje. Projekt Jeden den pro váš dobrý skutek se stal nedílnou součástí firemního dárcovství a patří k nejoblíbenějším mezi zaměstnanci firmy. K tomu manažerka

¹⁶ Česká spořitelna za každou transakci provedenou platební kartou během určitého limitovaného časového období ze svých prostředků věnovala 0,5 Kč na předem dohodnuté charitativní účely. (Fórum dárců, Česká, S.l.)

projektu dodává: „Myslím, že jsme byli průkopníky v ČR, nevím o žádné jiné organizaci v ČR, která by se firemním dobrovolnictvím takto systematicky před pěti lety zabývala.“

V České republice se zaměstnanci začali o možnost pomáhat v neziskovém sektoru zajímat, a tak jsme se snažili jim vyjít vstříc. „Bylo to v roce 2005, kdy jsme spustili pilotní projekt a mohli jsme si tak vyzkoušet, jakou bude mít tato nová firemní aktivita u zaměstnanců odezvu.“, dodává manažerka projektu. Již první rok se projektu zúčastnilo 109 zaměstnanců (při původně plánované kapacitě 100), a tak management firmy rozhodl, že se v něm bude pokračovat.

Každá jednotlivá společnost, ať je to T-Mobile Česká republika, Slovensko, Maďarsko, nebo další dceřiné společnosti koncernu Deutsche Telekom, se rozhodují samostatně, zda dobrovolnické dny zahrnou do své firemní kultury. Například na úrovni koncernu Deutsche Telekom se dobrovolnické dny teprve letos rozjíždějí a T-Mobile Česká republika má tak jedinečnou příležitost podělit se před zahájením programu o své již pětileté zkušenosti.

V projektu firemního dobrovolnictví zatím T-Mobile změny neplánuje, nehodlá ani rozšiřovat možnost zapojení na dva dny. Velkou změnou byl přechod na dobrovolnický portál www.zapojimse.cz.

Výhody, které firemní dobrovolnictví přináší

Zaměstnanci mají možnost poznat spolupracovníky v jiném prostředí, poznat je z jiného úhlu pohledu. Je to výborná přirozená forma teambuildingu. A v neposlední řadě mají zaměstnanci dobrý pocit, že pomohli dobré věci a udělali kus práce tam, kde to je potřeba. Zároveň vidí, konkrétní výsledek svého, byť jen jednodenního snažení. T-Mobile se k myšlence CSR a dobrovolnictví přihlásil proto, že dobrovolnictví posiluje dle T-Mobilu týmového ducha, firemní kulturu a vztahy mezi zaměstnanci. Za zmínku stojí též výborné vztahy s místními komunitami v regionech, ve kterých T-Mobile působí.

Účast na projektu firemního dobrovolnictví

Zaměstnanci T-Mobilu mohou strávit jeden den pomocí potřebným nebo veřejně prospěšnou činností. Den strávený dobrovolnou prací je zaměstnavatelem hrazen stejně tak jako kdyby byl zaměstnanec v práci. Lze uvažovat o jistém druhu motivace ze strany

zaměstnavatele. Neziskové organizace, kam mohou jít zaměstnanci pomáhat, jsou z různých míst po celé republice a byly vytipovány ve spolupráci s neziskovou organizací Fórum dárců. V motivaci zaměstnanců hraje svou roli určitě i management naší společnosti, který jde sám příkladem a dobrovolnických dnů se pravidelně účastní. Přispívá též pravidelná interní komunikace, „zprávy z terénu“ o tom, kde zaměstnanci pomáhali, trička, možnost jít pomáhat i o víkendu a vybrat si volno jiný pracovní den.

Dobrovolník by měl strávit v neziskové organizaci jeden pracovní den, tedy osm hodin. Neziskové organizace jsou poučeny a ví, jak dlouho by měla trvat pracovní doba. Samozřejmě se někdy stane, že dobrovolníci stihnou svoji práci vykonat za kratší dobu, než bylo původně plánováno. V takovém případě pak většinou dobrovolníci sami proaktivně hledají nějaké další činnosti, aby co nejvíce pomohli, když už jsou na místě.

Zapojit se do projektu může každý zaměstnanec, který pro T-Mobile pracuje déle než tři měsíce. Pomáhat se přitom může v pracovní den, ale i o víkendu. To pak má zaměstnanec nárok vybrat si za sobotu nebo neděli, náhradní den volna z nějakého jiného pracovního dne, kdy zrovna jeho nepřítomnost neovlivní bezproblémový chod oddělení. Tato možnost je zaměstnanci využívána, ale ne v takovém množství jako běžný pracovní den.

Jeden den pro váš dobrý skutek je zvláštní druh volna, který se řídí interními směrnicemi. Žádosti o využití tohoto placeného volna mají své místo v systému, který eviduje vybírání volna (jako např. na svatbu, pohřeb, ošetřování člena rodiny atd.).

Pojištění

V rámci programu je samozřejmě velmi pečlivě ošetřeno pojištění zaměstnanců. Pokud by se zaměstnanci během dobrovolničení něco stalo, není úraz považován za pracovní, protože pracuje pro jinou organizaci a činí tak v rámci svého osobního volna, byť placeného zaměstnavatelem. Pojištění proti úrazu a odpovědnosti za škody zajišťuje pro zaměstnance T-Mobile Fórum dárců.

Zaměstnanec musí při registraci do dobrovolnického programu vyplnit kromě jména, kontaktu, vybrané akce a termínu i rodné číslo. To je použito pouze pro účely pojištění zaměstnanců/dobrovolníků na dobrovolnický den. Zaměstnanec, který rodné číslo

neposkytne, nemůže být bohužel pojištěn. Pracovník Fóra dárců odpovědný za program rozesílá dobrovolníkům zhruba sedm dní před zahájením akce organizační instrukce (kde se mají sejít, v kolik hodin, co mají mít s sebou, do kolika hodin práce potrvá atd.). V instrukcích je též informace, jak postupovat v případě potřeby odhlášení. Existuje tzv. „horká linka“, kterou mohou zaměstnanci využít ještě i ráno v den samotné akce a mohou se odhlásit. Na základě odhlášení mohou pracovníci Fóra dárců zrušit i pojištění.

Možnosti, jak se zapojit do projektu Jeden den pro váš dobrý skutek

- 1) „Dobrovolnické dny nabízené Fórem dárců“ (průběžné dobrovolnické dny)
 - dobrovolnické dny se uskutečňují v průběhu celého roku
 - vychází z potřeb neziskových organizací a záleží na zaměstnancích, zda si danou aktivitu vyberou
 - lze vybírat z nabídky akcí, která je k dispozici na portále www.zapojimse.cz

- 2) „Vím kam“ (individuální den)
 - uskutečňují se v průběhu celého roku
 - dobrovolník si může libovolně zvolit neziskovou organizaci, kterou by chtěl podpořit (například tu, kam již chodí pomáhat, která mu je blízká lokalitou, formou činnosti atd.)

- 3) „Akce na míru“
 - uskutečňují se v průběhu celého roku
 - speciálně vyžádaná akce (preferovaný druh práce, datum, nezisková organizace atd.)
 - je určena pro zaměstnance, kteří si nevybrali činnost z aktuální nabídky akcí (většinou se však jedná o týmové akce vnímané jako přirozený teambuilding)

- 4) „Nabízím své znalosti“ (pro bono služba)
 - dobrovolník může nabídnout svoje odborné znalosti

Výběr aktivit firemního dobrovolnictví

Zaměstnanci T-Mobilu si mohou vybrat neziskovou organizaci, kterou chtějí podpořit a druh aktivit z velice široké nabídky. T-Mobile se neomezuje na podporu určité oblasti, ale snaží se zaměstnancům poskytnout velký výběr aktivit.

T-Mobile spolupracuje s Fórem dárců a využívá od roku 2009 portál www.zapojimse.cz, v předchozích letech se zaměstnanci registrovali přes intranetovou aplikaci, kterou vyvíjeli firemní IT technici.

Výběr a registrace je jednoduchá a probíhá v internetovém prostředí přes portál www.zapojimse.cz. Zájemci si mohou vybrat některou z nabízených aktivit z připravené nabídky neziskových organizací, včetně typu práce. Druhou možností je navrhnout vlastní neziskovou organizaci. Pokud zaměstnanci s nějakou organizací již spolupracují a dlouhodobě ji znají, mají s ní vlastní zkušenost, tak ji mohou doporučit. Neziskové organizace navržené zaměstnanci jsou ověřeny pracovníky Fóra dárců podle předem stanovených kritérií (především se jedná o prověření serióznosti organizace a jejího předmětu činnosti) a poté zařazeny do portálu.

Nežádá se stává, že zaměstnanec v neziskové organizaci naváže hlubší vztahy a chodí tam pomáhat pravidelně každý rok. Sám si vše domluví a T-Mobile to jen administruje. Navíc často naláká i další kolegy nebo dokonce chodí pomáhat i mimo hrazené volno ve svém volném čase.

Registrace

Zaměstnanec se musí 14 dní před konáním vybrané akce registrovat v interním systému přes svoji emailovou adresu a na základě vyplněné elektronické žádosti požádat o využití Jednoho dne pro váš dobrý skutek a čekat na schválení svého nadřízeného.

Kontrolní mechanismus

Co se týče kontrolních mechanismů, je program Jeden den pro dobrý skutek postaven na důvěře zaměstnance a zaměstnavatele. T-Mobile nevyžaduje od dané neziskové organizace potvrzení, zda se zaměstnanec akce zúčastnil nebo ne, ale spoléhá na poctivost zaměstnanců. Za určitý druh „kontroly“ lze nicméně považovat dotazník na zpětnou vazbu, který hned druhý den po dobrovolnickém dni obdrží každý zaměstnanec e-mailem na svoji adresu. Navíc zaměstnanci píšou o své dobrovolnické zkušenosti krátké zprávy, které se umísťují na portál www.zapojimse.cz a spolu s fotkami slouží i k motivaci ostatních do programu. Zprávy pracovníků se také často objevují v interních médiích.

Do programu se lze přihlásit jen z firemní emailové adresy, která je jedinečná a portál www.zapojimse.cz umožní vždy jen jednu registraci, tedy na jeden den, v daném kalendářním roce.

Odhlašování

Pokud nastane situace, že se zaměstnanec nakonec nebude moci Jednoho dne pro váš dobrý skutek účastnit (nemoc, závažná překážka v práci atd.), je jeho povinností kontaktovat o této skutečnosti pracovníka Fóra dárců, a to i v den, kdy by měl nastoupit a vykonávat činnost pro neziskovou organizaci.

Statistika firemního dobrovolnictví za rok 2008

Co se týče hodnocení projektu a reportingu, Fórum dárců vyhotovuje závěrečnou zprávu, a posílá statistiky. Dále pak T-Mobile užívá zpětnou vazbu od zaměstnanců a interní průzkumy.

Podle očekávání byla největší účast dobrovolníků v Praze a ve Středočeském kraji, kde firma sídlí a má také největší počet zaměstnanců (1500 z celkových 2500). Navíc je v Praze větší koncentrace neziskových organizací, které si na tuto pomoc zvykly. V ostatních regionech se neziskové organizace, které by měly zájem o dobrovolnickou činnost, hledají problematičtěji. Na Lounsku a Královéhradecku je menší procento zastoupení neziskových organizací, se kterými Fórum dárců navázalo spolupráci.

Projektu se v roce 2008 zúčastnilo 454 zaměstnanců (18 %) z celkových 2500, a to včetně členů managementu společnosti. T-Mobile si nestanovil žádná procenta účasti, kterých by chtěl v projektu firemního dobrovolnictví dosáhnout, nicméně vycházel z všeobecných průzkumů, které prokazují, že cca 10 % populace má větší sociální citění. Přáním tedy bylo, aby se do programu zapojilo alespoň 10 % zaměstnanců, což se podařilo. Z celkového počtu zapojených zaměstnanců bylo 46 % žen a 54 % mužů. „*Máme to zhruba opravdu 50 na 50.*“, dodává manažerka projektu. Celkem bylo jen v roce 2008 podpořeno 52 neziskových organizací.

Údaj o dosaženém vzdělání dobrovolníků, kteří se projektu účastnili T-Mobile neeviduje, neboť jeho zaměstnanci mají minimálně středoškolské vzdělání. Kolik bylo zastoupeno vysokoškolsky vzdělaných dobrovolníků, není důležité.

Ostatní aktivity v rámci firemního dárcovství

T-Mobile považuje za důležité, aby firma pomáhala těm, kteří jsou sociálně či zdravotně znevýhodněni, a vracela část svého zisku společnosti, v níž podniká. Proto dlouhodobě realizuje nebo podporuje např. následující aktivity:

- V otevřených grantových řízeních Fondu T-Mobile se podporují projekty neziskových organizací na Královéhradecku, Lounsku a v městské části Praha 11
- Je jedním z hlavních partnerů projektu Senioři komunikují, který byl poprvé vyhlášen v březnu 2007 Nadačním fondem manželů Livie a Václava Klausových
- Dlouhodobě podporuje Centrum Paraple
- Byl iniciátorem zrodu dárcovských SMS (DMS) v České republice (dárcovská SMS je v dnešní době absolutně nejjednodušší způsob, jak přispět na charitativní účely; jen pro připomenutí nejznámější hesla: DMS ASIE, DMS SRILANKA, DMS TATRY, DMS PARAPLE, DMS KURE)
- Do aktivit v rámci CSR se zapojují i zaměstnanci, a to například účastí charitativních elektronických aukcí
- Program Cafeterie (zaměstnanci mají k dispozici speciální program, kde mohou využít své body buď na volnočasové aktivity, zdravotní péči, vzdělávání, a nebo mohou body věnovat neziskovým organizacím)
- Jarmarky chráněných dílen (tradičně každý rok pořádá velikonoční a vánoční jarmarky přímo ve svém sídle)

6.1.3. ČSOB



Ing. Pavlína Folovská

manažerka pro společenskou odpovědnost

<http://www.csob.cz/cz/Csob/O-CSOB/Spolecenska-odpovednost/Stranky/default.aspx>

O společnosti

Československá obchodní banka byla založena státem v roce 1964. V roce 1999 byla privatizována a jejím majoritním vlastníkem se stala belgická KBC Bank, která je součástí skupiny KBC. V roce 2000 ČSOB převzala Investiční a poštovní banku (IPB). ČSOB zaujímá silnou pozici ve všech segmentech českého finančního trhu.

ČSOB pociťuje zodpovědnost nejen za svěřené prostředky, ale i za společnost, v níž podniká. Uvědomuje si vztah mezi obchodem a společností a je připravena převzít svůj díl odpovědnosti za pozitivní rozvoj společnosti.

ČSOB se v rámci CSR soustředí na

- vzdělávání a finanční gramotnost
- podpora regionů a životní prostředí
- zapojování zaměstnanců
- zaměstnávání handicapovaných (Poštovní spořitelna)
- safer internet (novinka)

Role firemního dobrovolnictví ve firmě

Dobrovolnický program Pomáháme společně je určen pro zaměstnance ČSOB a Poštovní spořitelny, neboť Poštovní spořitelna je součástí značky Československé obchodní banky, a.s. (dále budu používat jen ČSOB). Program byl zahájen pilotním projektem v roce 2008.

Do projektu firemního dobrovolnictví se ČSOB zapojila proto, že chtěla dát zaměstnancům více příležitostí jak se aktivně zapojit do okolního dění. Dalším důvodem bylo, že se jedná o benefit pro zaměstnance. Projekt firemního dobrovolnictví je něco, co firma nabízí navíc, podporuje tím vnitřní firemní kulturu a přispívá k interní komunikaci.

Firemní dobrovolnictví v ČSOB je součástí firemní kultury, vlastně celkové strategie CSR. Angažovanost prostřednictvím společenské odpovědnosti vypovídá o způsobu myšlení a celkovém přístupu k podnikání. Každá firma by měla mít svůj vlastní příběh, se kterým se všichni dokážou pozitivně ztotožnit. Společenská odpovědnost je důležitým obrazem charakteru firmy. Právě ona umožňuje, aby celá společnost pochopila úplný příběh firmy.

CSR v ČSOB nebylo zařazeno do firemní strategie z impulsu nadnárodní společnosti. Naopak ČSOB je spíše lídrem v těchto inovativních věcech v rámci nadnárodní skupiny. Velký vliv na zavedení projektu firemního dobrovolnictví měl management, konkrétně generální ředitel, který přišel s myšlenkou projektu Pomáháme společně. ČSOB zjišťovalo mezi svými zaměstnanci, zda by měli zájem o projekt firemního dobrovolnictví a vyplynulo, že již na něco takového čekali.

Změny ČSOB v projektu firemního dobrovolnictví neplánuje, kromě rozšíření projektu o jarní víkendové dny. *„My jsme s dobrovolnickými dny, tak jak jsou nastaveny nyní, spokojeni. Dokud je spokojenost, tak si myslím, že není potřeba cokoli měnit“*, dodává manažerka projektu.

Výhody, které firemní dobrovolnictví přináší

Firemní dobrovolnictví je možností nahlédnout do světa neziskových organizací a strávit příjemný den s kolegy. Zapojování zaměstnanců do chodu jednotlivých organizací z neziskového sektoru je jedním z hlavních pilířů společenské odpovědnosti ČSOB. Pomáhá se všude tam, kde je to potřeba.

ČSOB je společností, která chápe potřeby svého okolí a chce být aktivním prvkem komunity, ve které působí. Uvědomuje si vztah mezi obchodem a společností a je ochotna převzít svůj díl odpovědnosti za pozitivní rozvoj společnosti. Firemní dobrovolnictví zaměstnancům umožňuje, aby se stali širší součástí komunity. Pro některé lidi je důležité být aktivní a podílet se na změnách okolí.

Motivací pro účast na projektu Pomáháme společně je jeden den pracovního volna navíc. Je s tím spojeno samozřejmě více výhod, například se jedná o formu smysluplného teambuildingu. Zaměstnanec má šanci nahlédnout do světa neziskových organizací, dále má možnost získat finanční příspěvek pro neziskovou organizaci, se kterou spolupracuje.

Účast na projektu firemního dobrovolnictví

Zaměstnanci ČSOB mohou strávit jeden den v roce v neziskové organizaci a pomáhat tak potřebným. Tento den je rovnocenný za pracovní den a je tedy zaměstnanci hrazen. Projekt Pomáháme společně, je realizován v pracovní době, do budoucna se uvažuje o rozšíření o víkendové dny, které budou ovšem v rámci osobního volna.

Dobrovolník by měl strávit v neziskové organizaci, které se rozhodl pomoci, osm hodin. ČSOB své zaměstnance/dobrovolníky nekontroluje, navíc neziskové organizace jsou informované, že by měl člověk pomáhat celý pracovní den, tedy osm hodin. ČSOB neziskové organizace objíždí kvůli pořizování fotografií ze dne Pomáháme společně, bylo by tedy nápadné, kdyby například pět lidí chybělo. Neziskové organizace se sami ozývají, pokud se větší počet dobrovolníků nedostaví, neboť s nimi počítají a chtějí se ujistit, zda dorazí či nikoliv.

V ČSOB bývá někdy složité uvolnit zaměstnance na projekt firemního dobrovolnictví, neboť by jeho přítomnost ovlivnila chod oddělení. ČSOB chce umožnit účast na projektu firemního dobrovolnictví všem zaměstnancům, zvažuje proto zavedení jarních dnů, ovšem v osobním čase zaměstnanců, za který by jim nenáleželo náhradní volno navíc. *„Dle předběžných průzkumů víme, že by o tyto dny byl zájem“*, dodává manažerka projektu. Zaměstnanci vnímají dobrovolnické dny jako benefit, nejedná se jim o uvolnění z práce.

Zaměstnanec v rámci projektu Pomáháme společně čerpá speciální druh volna, který je v systému docházky evidován jako pracovní volno za účelem dobrovolnictví. Jedná se o interní předpis ČSOB. V systému docházky vyplňuje zaměstnanec speciální formulář, aby se mohl uvolnit na projekt firemního dobrovolnictví. *„Bylo nutné ošetřit, aby pracovní volno dostal zaměstnanec opravdu jenom za to, že se účastní dobrovolnického dne, aby ho nemohl využít třeba na něco jiného“*, dodává manažerka projektu.

Možnosti, jak se zapojit do projektu Pomáháme společně

Kombinace hromadně organizovaných dnů a průběžného zapojování

- možnost pomáhat v neziskových organizacích v rámci společných komunitních dnů
- zaměstnavatel vyhlásí komunitní dny v rámci delšího časového období (např. pomoc se uskutečňuje v průběhu dvou měsíců)
- zaměstnanci si mohou vybrat, kam chtějí jít pomáhat a jakou oblast chtějí podpořit
- vychází se z potřeb neziskových organizací a záleží na zaměstnancích, koho podpoří
- lze vybírat z nabídky akcí, která je k dispozici na portále www.zapojimse.cz

Pro realizaci hromadně organizovaných dnů jsou zvoleny měsíce září a říjen. Důvodem výběru je skutečnost, že v průběhu roku má ČSOB v harmonogramu jiné CSR akce a nemůže dělat všechno v jeden čas. Při určení harmonogramu dobrovolnických dnů se myslelo na vhodnost počasí. Přes léto se moc akcí uskutečňovat nedá, protože jsou zaměstnanci na dovolených, v zimě není vhodné počasí pro venkovní aktivity. Zbývá tedy jaro a podzim. „Podzim nám vyhovuje víc, protože na jaře máme podporu regionu, což přináší větší nároky na organizaci“, říká manažerka projektu.

Výběr aktivit firemního dobrovolnictví

Zaměstnanci ČSOB mají možnost vybírat ze široké nabídky aktivit v různých neziskových organizacích. ČSOB nemá vytyčenou speciální oblast podpory, kterou by při realizaci projektu firemního dobrovolnictví preferovala. Naopak zastává názor, že se pomáhá těm neziskovým organizacím, které pomoc potřebují.

Kontrola účasti dobrovolníků na akci firemního dobrovolnictví

ČSOB nekontroluje účast svých zaměstnanců na akci firemního dobrovolnictví, nemá žádný systém, který by automaticky upozorňoval, kdo se již projektu účastnil. Manažer zaměstnancům schvaluje účast na projektu, pokud by se někdo hlásil dvakrát za rok namísto jednou, určitě by si toho všiml. Zatím se hlásilo do 200 zaměstnanců, což je možné uhlídat. Zaměstnanci se musí na projekt firemního dobrovolnictví přihlásit pomocí portálu www.zapojimse.cz spravovaného Fórem dárců. Fórum dárců eviduje jmenný seznam zaměstnanců/dobrovolníků dle jednotlivých přihlášek. ČSOB také dostává zpětnou vazbu od dobrovolníků o konané akci. Navíc ČSOB počítá personální náklady, kolik vlastně volno stálo, takže ví přesně kdo, kde i kdy byl.

Statistika firemního dobrovolnictví za rok 2008

Největší účast dobrovolníků byla v Praze a ve středočeském kraji. Centrála ČSOB je v Praze, a centrály mívají tendenci se projektu účastnit více než jednotlivé regiony. To je asi hlavní důvod.

Firemního dobrovolnictví se účastnilo 188 zaměstnanců (cca 3 %) z celkových 7000. ČSOB nemá stanoveny ambice, jakého počtu dobrovolníků by chtělo dosáhnout, takto stanovený cíl nemá. ČSOB neplánuje mít velké množství dobrovolníků a být tím známý, nechce z projektu udělat marketingovou nátlakovou akci, ale spíš se snaží prosazovat to

jako benefit pro zaměstnance. „Bylo by však příjemné počet dobrovolníků zdvojnásobit“, říká manažerka projektu. Do projektu bylo zapojeno 64 % žen a 36 % mužů. Celkem se pomáhalo ve 25 neziskových organizacích, v deseti krajích České republiky.

Údaj o dosaženém vzdělání dobrovolníků, kteří se projektu účastnili, ČSOB neviduje. Kolik bylo zastoupeno vysokoškolsky vzdělaných dobrovolníků, není podstatné.

Ostatní CSR aktivity

ČSOB má i další CSR aktivity¹⁷

- Trhy (vánoční, velikonoční, fair-trade)
- Sbírkové akce (ČSOB pravidelně znásobuje příspěvky svých zaměstnanců)
- Darování krve
- Veřejné sbírky (Sluníčkový den, Květinový den aj.; ČSOB vede zdarma zpracování pokladniček a administraci sbírky)
- Fond vzdělání (poskytování stipendia nadaným dětem se zdravotním postižením, dětem z dětských domovů nebo jinak sociálně znevýhodněných dětí ke studiu na středních a vysokých školách v České republice; prvních deset patronů, z řad zaměstnanců ČSOB pečuje o své zdravotně handicapované studenty)
- Spolupráce s neziskovými organizacemi (dlouhodobá spolupráce s Výborem dobré vůle, Člověkem v tísní, organizací ADRA, Životem 90, ICN, Nadací naše dítě, aj.; je generálním partnerem festivalu Ekofilm a podporuje knihovnu samizdatových textů Libri Prohibiti)
- Projekt Ergotep (projekt Poštovní spořitelny zaměřený na efektivní zaměstnávání lidí se zdravotním postižením formou chráněné dílny)
- Garance neziskové organizaci (ČSOB je hlavním partnerem dané neziskové organizace; dojednávají jí styky z jiných firem a snaží se získat další partnery; je garantem daného projektu)
- Věcné dary (propagační předměty)
- Odborné poradenství (bezplatná forma pomoci neziskovým organizacím, školení)
- Program podpory rozvoje regionů (finanční podpora projektů, které inovativně řeší problematiku obnovy krajiny se zapojením místních obyvatel do realizace)

¹⁷ Více informací na stránkách Fóra dárců: <http://www.donorsforum.cz/filantropicke-aktivity-klubu?id=637>

- Platby Maxkartou (za každou platbu uskutečněnou v srpnu 2008 Maxkartou Poštovní spořitelny byla předána 1 Kč na vytvoření multifunkční tréninkové kanceláře pro zdravotně znevýhodněné studenty)

6.2. Projekt firemního dobrovolnictví zhodnocený za všechny sledované firmy

Předložené informace jsou výsledkem zpracování rozhovorů, které jsem vedla s manažerkami projektu firemního dobrovolnictví ve vybraných firmách (T-Mobile, ČSOB a Česká spořitelna). Rozhovory jsem zpracovala za všechny sledované firmy. Zaměřila jsem se na společné rysy a sepsala je.

Zapojení firem do projektu firemního dobrovolnictví

- T-Mobile se zapojil do firemního dobrovolnictví pilotním projektem v roce 2005
- Česká spořitelna s projektem začala v roce 2007
- ČSOB se do firemního dobrovolnictví zapojilo pilotním projektem v roce 2008

Česká spořitelna, ČSOB i T-Mobile zavedly projekt firemního dobrovolnictví do své firemní kultury nezávisle na svých členských organizacích. Naopak jsou spíše průkopníky v této inovativní záležitosti.

Role firemního dobrovolnictví ve firmě

Společenská odpovědnost firem je nedílnou součástí všech tří firem. Uvědomují si dopady podnikatelských aktivit na společnost a bezprostřední okolí, a proto se dobrovolně přihlásily k odpovědnému chování. Zaměřují se na spolupráci různých zájmových skupin (akcionáři, zaměstnanci, klienti, vybraná komunita a vybrané neziskové organizace) a pomáhají, kde je potřeba.

Vybrané firmy se přihlásily k myšlence CSR a firemnímu dobrovolnictví proto, že se chtěly aktivně zapojit do okolního dění. Firemní dobrovolnictví je něco, co firma nabízí navíc, upozorňuje, že má zájem pomáhat potřebným, přispívá tím k vnitřní firemní kultuře a posiluje vztahy mezi zaměstnanci.

Změny v projektu firemního dobrovolnictví

Co se týká změn v projektu firemního dobrovolnictví, žádné podstatné změny neplánuje ani jedna z posuzovaných firem. Česká spořitelna stále něco vylepšuje, ale podstata zůstává stejná. Projevuje snahu rozšířit nabídky aktivit jednotlivých neziskových organizací. T-Mobile změny neplánuje, neuvažuje ani o navýšení dnů vyhrazených na firemní dobrovolnictví. Velkou změnu již představuje přechod na využívání portálu www.zapojimse.cz. ČSOB také zásadní změny v projektu neplánuje, kromě rozšíření projektu o jarní víkendové dny.

Výhody, které firemní dobrovolnictví přináší

Zaměstnanci vnímají projekt firemního dobrovolnictví velice pozitivně, někteří chodí pomáhat i ve svém volném čase.

Účast na projektu představuje především:

- nové zkušenosti
- možnost poznat spolupracovníky v jiném prostředí
- změna dosavadních hodnot a názorů
- nahlédnutí do světa neziskových organizací
- navázání nových přátelství
- obdržení drobného dárku
- dobrý pocit z pomoci dobré věci
- druh teambuildingové akce
- vztahy s místními komunitami v regionech
- den volna navíc
- finanční příspěvek pro neziskovou organizaci, ve které se pomáhalo

Účast na projektu firemního dobrovolnictví

Zaměstnanci ČSOB a T-Mobilu mohou strávit jeden den pomocí potřebným nebo veřejně prospěšnou činností, Česká spořitelna umožňuje věnovat na charitativní a obecně prospěšné aktivity dokonce 2 dny v roce. Den strávený dobrovolnou prací je zaměstnavatelem hrazen jako plně odpracovaný. Účast je dobrovolná, žádný ze zaměstnanců není nucen zapojit se.

Česká spořitelna nabízí navíc účast na víkendovém dni, takže to je jakoby třetí den určený charitativním a obecně prospěšným aktivitám, které jsou ovšem v rámci osobního volna zaměstnance. ČSOB také uvažuje o rozšíření projektu o víkendové dny, které budou probíhat v rámci osobního volna. Zaměstnanci T-Mobilu mají možnost pomáhat o víkendu, s tím rozdílem, že si za tento den mohou vybrat náhradní volno v jiný pracovní den.

Dobrovolník by měl v neziskové organizaci strávit osm hodin, neboť se jedná o běžný pracovní den. Neziskové organizace jsou poučeny a ví, že by měl člověk pomáhat celý pracovní den. Pokud se větší počet dobrovolníků nedostaví, neziskové organizace se sami ozvou, aby se ujistily, zda dotyční přijdou či nikoliv.

Ve všech dotazovaných firmách je den určený na veřejně prospěšné aktivity, veden jako speciální druh volna, který se řídí interními směrnicemi. Žádosti o využití tohoto volna se registrují v systému, který eviduje vybírání volna. Tím je ošetřeno, aby zaměstnanec získal volno na den v rámci projektu firemního dobrovolnictví a nebyl využit na něco jiného.

Pojištění

Fórum dárců zajišťuje pro vybrané firmy speciální pojištění zaměstnanců/dobrovolníků, pro případ, že by způsobili škodu sobě či organizaci, které se rozhodli pomoci.

Pojištění zahrnuje

1. Pojištění odpovědnosti dobrovolníka za škodu způsobenou organizaci
2. Pojištění odpovědnosti organizace za škodu způsobenou dobrovolníkovi
3. Úrazové pojištění dobrovolníka

Oblast podpory

Dotazované firmy nemají konkrétně určené oblasti, na které by svou pomoc prioritně zaměřovaly. Zaměstnanci mohou podpořit neziskové organizace s nejrůznějším zaměřením. Vybírat mohou z velice široké nabídky, která čítá organizace z různých koutů republiky.

Firmy nemají v úmyslu omezovat aktivity svých zaměstnanců, chtějí jim dát, co nejširší pole výběru, kdy si sami zvolí, co je opravdu zajímavá, co je baví a co si chtějí vyzkoušet.

Registrace

Zaměstnanci zmiňovaných tří organizací, kteří se chtějí účastnit projektu firemního dobrovolnictví, se registrují na portále www.zapojimse.cz, který spravuje nezisková organizace Fórum dárců. Tento portál slouží zároveň jako evidence a kontrola dobrovolníků. Zaměstnanec se přihlašuje přes svoji emailovou adresu, která je jedinečná a systém dokáže vyhodnotit, že se daný člověk již dobrovolnického dne účastnil a nepustí ho dál, nemůže se tedy zaregistrovat.

Kontrolní mechanismus

Zaručeným druhem kontroly je systém schvalování dobrovolnického dne nadřizným. Ten zaměstnancům schvaluje účast na projektu, pokud by se někdo hlásil vícekrát, jistě by si toho všiml. Dalším druhem kontroly je zpětná vazba, kterou dobrovolníci po ukončení akce odevzdávají. Vše je ovšem na důvěře zaměstnance a zaměstnavatele.

Statistika

Shodně ve všech dotazovaných firmách byla největší účast dobrovolníků v Praze a ve středočeském kraji, což je dáno tím, že v Praze mají centrálu.

V České spořitelně se v roce 2008 účastnilo dnů firemního dobrovolnictví 9% zaměstnanců, v T-Mobilu 18 % zaměstnanců a v ČSOB 3 % zaměstnanců. Počet dobrovolníků, kteří se projektu v jednotlivých firmách účastní, může být ovlivněn tím, jak dlouho je již projekt součástí firemní kultury. Nejdlejší zkušenost s projektem firemního dobrovolnictví má T-Mobile a teprve s časovým odstupem implementovala projekt do své firemní kultury i Česká spořitelna a posléze ČSOB.

Česká spořitelna si dělá na začátku roku přibližný odhad počtu dobrovolníků, kteří by se mohli projektu firemního dobrovolnictví zúčastnit. T-Mobile si neurčuje žádná procenta účasti, kterých by chtěl v projektu dosáhnout. ČSOB si neklade, jakého počtu

dobrovolníků by chtělo dosáhnout, neboť nechce z projektu udělat marketingovou nátlakovou akci, ale spíše se snaží prosazovat to jako benefit pro zaměstnance.

Co se týká genderového zastoupení v České spořitelně se projektu účastnilo 66 % žen a 34 % mužů (rozložení žen a mužů odpovídá poměru žen a mužů zaměstnaných v České spořitelně), v T-Mobilu bylo zapojeno 46 % žen a 54 % mužů (rozložení žen a mužů je poměrně vyrovnané) a v ČSOB bylo zapojeno 64 % žen a 36 % mužů.

Údaj o dosaženém vzdělání dobrovolníků, kteří se projektu účastnili, není zjišťován ani v jedné firmě, neboť to kolik bylo zastoupeno vysokoškolsky vzdělaných lidí, není důležité. Podstatné je, že se chtěli zapojit a jít pomáhat dobré věci.

7. Postoje firemních dobrovolníků na projekt firemního dobrovolnictví

V následujícím textu předkládám výsledky dotazníkového šetření zaměřeného na názory zaměstnanců tří vybraných firem: ČSOB, Česká spořitelna a T-Mobile na účast v projektu firemního dobrovolnictví. Dotazování byli firemní dobrovolníci, kteří se projektu účastnili v roce 2008. Osloveno bylo 100 zaměstnanců ČSOB, 100 zaměstnanců České spořitelny a 50 zaměstnanců T-Mobilu. Reprezentativní vzorek byl získán náhodným výběrem, nemohlo být, tudíž ovlivněno kolik bude osloveno mužů a žen, v jaké věkové kategorii a jakého vzdělání. Výběr oslovených dobrovolníků byl nezávislý i v ohledu na volbě kraje, druhu vykonávané činnosti či měsíce, ve kterém se projektu účastnili. Návratnost vyplněných dotazníků nebyla ideální, neboť sběr dat proběhl v polovině července, tedy v době čerpání dovolených. Prezentovaná data představují evaluaci 105 zpětných vazeb z původně oslovených 250 respondentů.

Postoje dobrovolníků jsem vyhodnotila více způsoby. Nejprve jsem posuzovala postoje dobrovolníků za jednotlivé firmy, za druhé jsem hodnotila názory dobrovolníků obecně za všechny tři firmy dohromady a nakonec jsem provedla srovnání výsledků jednotlivých firem.

V dotazníku byly některé otázky otevřené, v takovém případě mohl dobrovolník libovolně odpovědět. Pro vyhodnocení jsem proto zvolila stupnici hodnot vytvořenou z nejčastěji volených odpovědí všech dobrovolníků. Často se stávalo, že na jednoho dobrovolníka připadalo více hodnot ze stupnice odpovědí, neboť tomu odpovídalo jeho slovní vyjádření.

7.1. Zhodnocení šetření za jednotlivé firmy

Firmy, které umožňují svým zaměstnancům zapojit se do veřejně prospěšných a charitativních aktivit jsou veřejností všeobecně vnímány pozitivně. V následujícím textu budu sledovat, jak hodnotí projekt firemního dobrovolnictví ti, kteří se jej účastnili, a to zvláště za jednotlivé firmy.

7.1.1. Česká spořitelna

1) Proč jste se projektu firemního dobrovolnictví účastnil/a (co Vás motivovalo)?

Dobrovolníci se převážně účastnili projektu kvůli potřebě pomoci a být užitečný. Hodně dobrovolníků též uvádělo jako důvod ochotu pomoci, čímž chtěli zřejmě vyjádřit svou dobrou vůli podílet se na charitativních aktivitách. Velký počet dotazovaných uvedl, že chtěl využít možnost účastnit se dobrovolnického dne, možnost participovat na projektu vnímal kladně ze strany zaměstnavatele. Pro mnohé zaměstnance znamenala participace na projektu změnu stereotypu, možnost poznat své kolegy hlouběji než jen po pracovní stránce. Někteří dobrovolníci očekávali od projektu získání nových zkušeností, jiné nalákala reference kolegů, další se těšili na pobyt v přírodě spojený s pomocí. Dobrovolníci měli též zájem poznat neziskovou organizaci blíže či nahlédnout, jak žijí ostatní lidé.

25 dobrovolníků se účastnilo charitativních aktivit poprvé. Osm dobrovolníků si činnost pro neziskové organizace vyzkoušelo po druhé. Třetí účastí na projektu se mohlo pochlubit šest dobrovolníků, již čtvrtou účast mělo pět dobrovolníků a dokonce pětkrát se charitativních akcí účastnili dva dobrovolníci.

2) Věnujete se dobrovolnictví i ve svém volném čase?

Deset dobrovolníků se věnuje dobrovolnictví i ve svém volném čase a zbylých 36 nikoliv. Z deseti dobrovolníků, kteří se věnují dobrovolnictví i ve volném čase se devět z nich věnovalo dobrovolnictví ze své vlastní pohnutky, pouze jeden dobrovolník až na základě zkušenosti z firemního dobrovolnictví.

Ze 36 dobrovolníků, kteří se ve volném čase dobrovolnictví nevěnují by s tím devět z nich rádo začalo. Důvodem je potřeba pomáhat při dobré věci nebo zájem, po zkušenosti s firemním dobrovolnictvím, začít pomáhat; jeden dobrovolník uvažuje o pomoci při charitativních akcích pro naplnění svého dobrého pocitu. Většina dobrovolníků však neuvažuje věnovat se ve svém volném čase dobrovolnictví, neboť jsou časově vytíženi, z toho jeden dobrovolník uvedl, že posílá alespoň peníze na charitativní projekty, další dobrovolníci uvádějí jako důvod svou rodinu, která je pro ně prioritou (dva dobrovolníci naznačili, že se starají o malé děti a dva dobrovolníci se starají o svou matku). Ostatní dobrovolníci mají své osobní důvody, proč nemají zájem participovat na charitativních

akcích ve svém volném čase. Deset dobrovolníků se k otázce nevyjádřilo.

3) Jakou oblast jste se v projektu firemního dobrovolnictví rozhodl/a podpořit a proč?

Více než polovina dobrovolníků si zvolila jako oblast pomoci ekologii a zvířata, další oblíbenou oblastí byly sociální služby a zdraví. Pomoc byla poskytnuta též akcím pro děti a mládež nebo ve prospěch komunitního rozvoje.

Oblast ekologie a zvířat si dobrovolníci vybírali proto, že k ní mají blízký vztah. Ostatní aktivity si vybírali proto, že jim nabízená možnost vyhovovala nebo proto, že chtěli pomáhat při zajímavé činnosti. Někteří dobrovolníci si zvolili danou oblast na základě pocitu, že je třeba pomáhat nebo že v této oblasti není dost dobrovolníků, jiní se chtěli seznámit s činností organizace. Dohoda týmu nebo vhodný termín akce též sehrál roli při výběru oblasti. Někteří dobrovolníci pomáhali konkrétní organizaci z důvodu, že již v její prospěch určité aktivity vykonávají nebo se jedná o organizaci v okolí jejich bydliště. Deset dobrovolníků nevedlo důvod výběru oblasti, ve které se rozhodli pomáhat.

4) Jaký byl charakter činnosti, kterou jste vykonával/a?

Kromě dvou dobrovolníků se všichni zúčastnění věnovali manuální činnosti, pouze jeden dobrovolník se věnoval manuální a administrativní činnosti zároveň a jeden dobrovolník vykonával administrativní činnost.

5) Co Vám účast na firemním dobrovolnictví přinesla?

Většina dobrovolníků měla z účasti na aktivitách ve prospěch neziskových organizací dobrý pocit z toho, že udělali kus práce nebo měli jen dobrý pocit obecně. Pro mnohé účastníky představoval projekt firemního dobrovolnictví nové zkušenosti, možnost družít se se spolupracovníky nebo jim otevřel prostor pro nové vnímání věcí. Účast na akci znamenala též změnu od stereotypu, nové zážitky (jeden dobrovolník uvedl, že získal silný emocionální zážitek), odpočinek a poznání osob, které svou práci zasvětili potřebným. Pro některé dobrovolníky byl projekt firemního dobrovolnictví příležitostí poznat nové přátele. Jeden dobrovolník uvedl, že dosáhl jen málo z předpokládaného uspokojení.

6) Region, ve kterém jste se projektu firemního dobrovolnictví účastnil/a?

Dobrovolníci se zapojili do charitativních aktivit v osmi krajích České republiky. Nejvíce dobrovolníků bylo v hlavním městě Praha, s velkým početním odstupem byla podpora ve střeđočeském kraji, dále v královéhradeckém kraji. Olomoucký kraj, pardubický kraj a kraj vysočina byly zastoupeny dvěma podpořenými neziskovými organizacemi a karlovarský a plzeňský kraj měly zastoupenou jednu neziskovou organizaci.

7) Měsíc, ve kterém jste se projektu firemního dobrovolnictví účastnil/a?

V České spořitelně se mohou zaměstnanci účastnit Dnů pro charitu kdykoliv během roku, záleží tedy na jejich rozhodnutí, který měsíc si zvolí. Nejvíce dobrovolníků se rozhodlo pomáhat v květnu a červnu, někteří dobrovolníci zvolili duben a září.

Z dotazovaných dobrovolníků bylo 13 mužů a 33 žen. Jelikož v České spořitelně pracuje více žen nežli mužů, nedá se usuzovat, že by byly ženy aktivnější v účasti na dnech pro charitu. Genderové zastoupení na projektu firemního dobrovolnictví spíše reflektuje složení mužů a žen v České spořitelně.

Dobrovolníci, kteří se účastnili Dnů pro charitu byli ponejvíce ve věkové kategorii 36-45 let a 26-35 let. Ve věkové kategorii 18-25 let a 46-55 let bylo zastoupeno méně dobrovolníků. Jeden dobrovolník byl dokonce ve věkové kategorii 56 let a více.

Dobrovolníci, kteří se účastnili projektu firemního dobrovolnictví byli převážně středoškoláci a vysokoškoláci. Jeden dobrovolník měl vyšší odborné vzdělání a jeden dobrovolník se k otázce nevyjádřil.

7.1.2. T-Mobile

1) Proč jste se projektu firemního dobrovolnictví účastnil/a (co Vás motivovalo)?

Dobrovolníci se do projektu zapojovali proto, že chtěli pomáhat a být užiteční. Dalším důvodem zapojit se bylo využít nabídku firemního dobrovolnictví, což zároveň představovalo sounáležitost s nápadem a jeho kladné přijetí. Někteří dobrovolníci měli zájem poznat neziskovou organizaci blíže nebo chtěli využít příležitost a nahlédnout, jak žijí ostatní lidé. Jmenovaným důvodem též bylo lépe poznat své kolegy, a to nejen z pracovního hlediska, vybočit ze stereotypu kancelářského prostředí nebo sehrálo roli

vyličení projektu od kolegů, kteří se již účastnili. Jeden dobrovolník chtěl získat nové zkušenosti a jeden dobrovolník byl ochoten pomáhat.

Čtyři dobrovolníci se projektu firemního dobrovolnictví účastnili poprvé, druhou účast si připsali dva dobrovolníci a již třetí účast čtyři dobrovolníci. Tři dobrovolníci participovali na projektu dokonce počtvrté.

2) Věnujete se dobrovolnictví i ve svém volném čase?

Ze 13 dobrovolníků, kteří poskytli zpětnou vazbu, 7 uvedlo, že se dobrovolnictví věnují i ve svém volném čase. Z těchto sedmi dobrovolníků se všichni věnovali dobrovolnictví již dříve nezávisle na zkušenostech z firemním dobrovolnictvím.

Šest dobrovolníků se dobrovolnictví ve volném čase nevěnuje, dva dobrovolníci by ovšem rádi začali. Zbýlí čtyři dobrovolníci neuvažují, že by se dobrovolnictví věnovali ve svém volném čase, a to kvůli časové vytíženosti.

3) Jakou oblast jste se v projektu firemního dobrovolnictví rozhodl/a podpořit a proč?

Nejvíce podporovanou oblastí byly děti a mládež, dále sociální služby a zdraví a s delším početním odstupem se umístil komunitní rozvoj a ekologie a zvířata. Jeden dobrovolník otázku nezodpověděl.

Podporované aktivity si dobrovolníci vybírali z různých důvodů. Někdo proto, že chtěl pomáhat při zajímavé činnosti nebo na základě pocitu, že je třeba pomáhat. Jiní proto, že v této oblasti není dost dobrovolníků, chtěli získat nové zkušenosti, seznámit se s činností organizace. Dohoda týmu nebo blízký vztah ke zvířatům a přírodě též sehrála roli při výběru oblasti. Někteří dobrovolníci pomáhali konkrétní organizaci z důvodu, že již v její prospěch určité aktivity vykonávají nebo se jedná o organizaci v okolí jejich bydliště. Pět dobrovolníků nevedlo důvod výběru oblasti, ve které se rozhodli pomáhat.

4) Jaký byl charakter činnosti, kterou jste vykonával/a?

Většina dobrovolníků si vybrala manuální činnost, jeden dobrovolník zvolil odbornou pomoc a jeden dobrovolník se k otázce nevyjádřil.

5) Co Vám účast na firemním dobrovolnictví přinesla?

Více než polovina zúčastněných se shodla, že měli z projektu firemního dobrovolnictví dobrý pocit, že získali nové zkušenosti nebo měli možnost družít se se svými spolupracovníky. Dobrovolníkům přinesla účast dobrý pocit z vykonané práce, zážitky a přiměla je pohlížet na určité věci jinak. Odpočinek a noví přátelé byli také hodnoceny jako výhoda. Někteří dobrovolníci uvítali změnu od stereotypu a začali cítit vyšší loajalitu ke svému zaměstnavateli. Jeden dobrovolník otázku nezodpověděl.

6) Region, ve kterém jste se projektu firemního dobrovolnictví účastnil/a?

Dobrovolníci podpořili celkem čtyři kraje České republiky. Jednalo se o Prahu, dále jihomoravský, plzeňský a střeďočeký kraj. Jeden dobrovolník neuvědl ani název neziskové organizace, ani kraj ve kterém se charitativních aktivit účastnil.

7) Měsíc, ve kterém jste se projektu firemního dobrovolnictví účastnil/a?

V T-Mobilu se mohou dobrovolníci přihlásit na akci firemního dobrovolnictví kdykoliv během roku, záleží tedy na jejich rozhodnutí, který měsíc si zvolí. Nejvíce byly podporovány aktivity v měsíci květnu, dále v dubnu a červnu a v červenci. Jeden dobrovolník se k otázce nevyjádřil.

Na projektu firemního dobrovolnictví se účastnilo sedm mužů a šest žen.

Dobrovolníci byli z věkové kategorie 26-35 let a 36-45 let. Jeden dobrovolník otázku nevyplnil.

Šest dobrovolníků, kteří se účastnili charitativních projektů, mělo vysokoškolské vzdělání, čtyři středoškolské a jeden vyšší odborné. Dva dobrovolníci se k otázce nevyjádřili.

7.1.3. ČSOB

1) Proč jste se projektu firemního dobrovolnictví účastnil/a (co Vás motivovalo)?

Většina dobrovolníků se do projektu zapojila proto, že měla potřebu pomoci a být užitečný. Druhým nejčastějším důvodem bylo lépe poznat své kolegy nejen z pracovního prostředí, ale i po neformální stránce. Řada dobrovolníků vnímala účast na dobrovolnickém dni jako vybočení ze stereotypu kancelářské práce a stejné množství dobrovolníků bylo zkrátka ochotno se projektu účastnit. Dalšími důvody pro zapojení se do projektu bylo využití této nabídky, což bylo zároveň vnímáno jako velice pozitivní gesto ze strany zaměstnavatele, možnost strávit den venku v přírodě, získat nové zkušenosti a poznat neziskovou organizaci blíže (v některých případech se jednalo o jedinečnou příležitost, jak se podívat do zákulisí dané organizace, kam se běžně člověk nedostane) a příležitost zjistit, jak žijí ostatní lidé, což pro jednoho dobrovolníka znamenalo sblížit se s lidmi, kteří mají oční vadu a jsou na tom podobně jako on. Dva dobrovolníci se nevyjádřili, co je vedlo k účasti na dni firemního dobrovolnictví.

Dotazovaní dobrovolníci patřili v ČSOB mezi průkopníky akce firemního dobrovolnictví, účastnili se tedy poprvé, neboť projekt v roce 2008 byl pilotní.

2) Věnujete se dobrovolnictví i ve svém volném čase?

Ze 46 dobrovolníků, kteří poskytli zpětnou vazbu, 15 uvedlo, že se dobrovolnictví věnuje i ve svém volném čase. Z těchto patnácti dobrovolníků se pouze dva začali věnovat dobrovolnictví po zkušenosti s firemním dobrovolnictvím, ostatní se dobrovolnictví věnovali již dříve.

Kromě jednoho dobrovolníka vyjádřili všichni důvod, proč neuvažují, ani po zkušenosti s firemním dobrovolnictvím, že by se dobrovolnictví věnovali ve svém volném čase. Hlavní příčinou je časová vytíženost, někteří uváděli, že prioritou je rodina, že se musí starat buď o malé děti či o své rodiče. Ostatní dobrovolníci udávali osobní důvody a jeden dobrovolník zdravotní problémy. Jako přesvědčení proč začít s dobrovolnictvím i ve volném čase zaznělo, že by prostě rádi začali, že o tom přemýšlejí nebo že rádi pomůžou dobré věci. Ostatní dobrovolníci pomáhají finančně a rádi by se zapojili do charitativních projektů i aktivně nebo by začali pro svůj dobrý pocit. Jeden dobrovolník uvedl, že by se účastnil dobrovolnictví i ve svém volném čase, pokud by zaměstnavatel přizpůsobil

podmínky.

3) Jakou oblast jste se v projektu firemního dobrovolnictví rozhodl/a podpořit a proč?

U dobrovolníků, s velkým předstihem před ostatními oblastmi podpory, převládala pomoc těm akcím, které podporovali ekologii a zvířata, další oblíbenou oblastí podpory byl komunitní rozvoj. Podpoře se též těšili akce zaměřené na děti a mládež či sociální služby a zdraví. Podporu získala i akce zaměřená na sport a volný čas nebo vzdělávání a výzkum. Jeden dobrovolník se k otázce nevyjádřil.

Z výpovědí dobrovolníků proč si vybírali převážně oblast podporující ekologii a zvířata je patrné, že mají blízký vztah ke zvířatům a přírodě, ostatní oblasti si dobrovolníci vybírali proto, že jim nabízená možnost v nabídce aktivit nejvíce vyhovovala nebo jim zkrátka vyhovoval termín akce. Řada dobrovolníků si vybrala akci na základě neziskové organizace, s jejíž činností se chtěli blíže seznámit (jeden dobrovolník má oční vadu, a proto se chtěl setkat s lidmi, kteří jsou na tom podobně jako on) nebo se jim vybraná aktivita zdála být zajímavá a chtěli se jí účastnit (jeden dobrovolník uvedl, že ho zajímá historie a architektura, že již pomáhá při opravě památek a aktivita, kterou si vybral mu přišla zajímavá a podobná té, kterých se již účastní). Někteří dobrovolníci se účastnili projektu firemního dobrovolnictví na základě dohody týmu, z potřeby pomáhat, z pocitu, že ve vybrané oblasti není dost dobrovolníků. Důvodem byla také skutečnost, že dobrovolníci vybrané organizaci již pomáhají nebo se jednalo o pomoc v blízkosti bydliště, dále proto, aby získali nové zkušenosti. Deset dobrovolníků se nevyjádřilo z jakých důvodů volili danou činnost.

4) Jaký byl charakter činnosti, kterou jste vykonával/a?

Přes 80 % dobrovolníků se podílelo na aktivitách manuálního charakteru. Jeden dobrovolník pomáhal jak manuálně, tak i administrativně. Jeden dobrovolník si zvolil aktivitu přímo s klientem, a to celodenní program s hluchoslepou dívkou. Tři dobrovolníci vykonávali administrativní činnost a dva dobrovolníci se k otázce nevyjádřili.

5) Co Vám účast na firemním dobrovolnictví přinesla?

Většina dobrovolníků si odnesla z účasti na firemním dobrovolnictví dobrý pocit, někteří dobrovolníci vysloveně zdůraznili dobrý pocit z vykonané práce. Hodně dobrovolníků mělo radost, že mohli lépe poznat své spolupracovníky a družít se s nimi a také možnost poznat spolupracovníky, se kterými by se jen těžko pracovně setkali. Pro mnoho dobrovolníků představovalo firemní dobrovolnictví odpočinek, nové zkušenosti (seznámení se s odlišnou oblastí v porovnání s tou, ve které dobrovolník pracuje) a poznání osob, které mají zájem pomáhat ostatním a přičinit se o jejich lepší život. Účast na projektu znamenala změnu od stereotypu a umožnila dobrovolníkům zaujmout jiný pohled na věc, dala jim zážitky (jeden dobrovolník zdůraznil, že měl díky akci silný emocionální zážitek), nové přátele, nabídla představit a poznat činnost podporované neziskové organizace blíže (člověk se dozví informace a pozná taková místa, do kterých by se za normálních okolností nepodíval). Jeden dobrovolník nabyl vyšší loajality k zaměstnavateli, neboť sdílí stejné názory jako on tím, že projekt firemního dobrovolnictví realizuje a podporuje. Jeden dobrovolník naopak dosáhl jen malého uspokojení z účasti na akci firemního dobrovolnictví.

6) Region, ve kterém jste se projektu firemního dobrovolnictví účastnil/a?

Jeden dobrovolník tuto otázku vynechal. Dobrovolníci pomáhali celkem v osmi krajích České republiky. Nejvíce byla zastoupena Praha, dále Středočeský a Moravskoslezský kraj. Pomoc byla poskytnuta též v Libereckém, Olomouckém a Zlínském kraji. Podpořen byl i Jihočeský a Jihomoravský kraj.

7) Měsíc, ve kterém jste se projektu firemního dobrovolnictví účastnil/a?

V ČSOB se mohli dobrovolníci účastnit projektu firemního dobrovolnictví pouze v měsících září a říjen. V září se účastnilo projektu 31 dobrovolníků, v říjnu 10 dobrovolníků a 5 dobrovolníků otázku nezodpovědělo.

Projektu firemního dobrovolnictví se účastnilo 14 mužů a 32 žen.

Projektu firemního dobrovolnictví se nejvíce účastnili dobrovolníci ve věku 36-45 let, dále ve věku 46-55 let, další v pořadí byli dobrovolníci ve věku 26-35 a jeden dobrovolník byl ve věkové kategorii 56 let a více. Jeden dobrovolník otázku vynechal.

Všichni dobrovolníci měli vysokoškolské vzdělání.

7.2. Zhodnocení šetření za všechny sledované firmy

Firemní dobrovolnictví představuje společnou pomoc zaměstnavatele a zaměstnanců při podpoře charitativních aktivit. Zaměstnanci se projektu firemního dobrovolnictví účastní především proto, že mají zájem pomáhat a být užiteční, chtějí poznat své kolegy jinak než jen po formální stránce v pracovním prostředí nebo chtějí využít nabídky participovat na projektu, což dokazuje sounáležitost s nápadem a jeho kladné přijetí. Mnozí dobrovolníci vnímají účast na dobrovolnickém dni jako vybočení ze stereotypu kancelářské práce.

Graf 1. Důvod participace na projektu firemního dobrovolnictví



Zdroj: vlastní výzkum

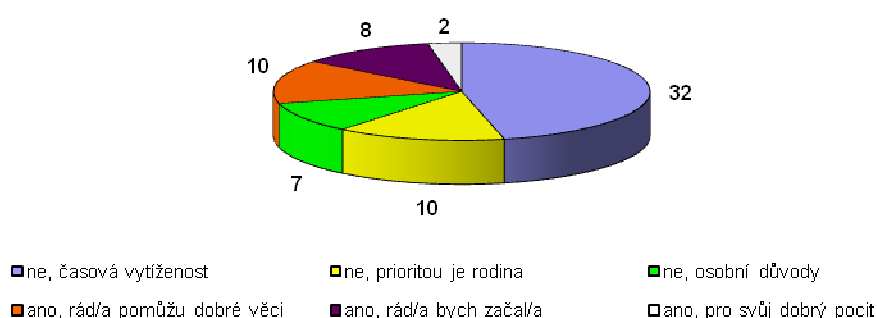
Většina dobrovolníků participovala na projektu firemního dobrovolnictví poprvé. Tato skutečnost je dána tím, že se v ČSOB projekt firemního dobrovolnictví poprvé realizoval v roce 2008 a dotazník byl určen dobrovolníkům, kteří se projektu účastnili právě v tomto roce. Několik dobrovolníků však participovalo na projektu po několikáté. Dva dobrovolníci dokonce již po páté. Je tedy patrné, že má projekt u dobrovolníků úspěch.

Třicet procent respondentů se věnuje dobrovolnictví i ve svém volném čase, z toho dva na základě zkušenosti s projektem firemního dobrovolnictví. Většina dobrovolníků,

kteřá se nevěnuje ve volném čase dobrovolnictví o tom, že by v budoucnu začala ani neuvažuje, neboť je časově vytížena. Našli se ovšem i tací, kteří by po zkušenosti s firemním dobrovolnictvím rádi začali pomáhat i ve svém volném čase. Což opět poukazuje na kladnou odezvu a úspěch projektu.

Graf 2. Účast na dobrovolnických aktivitách ve volném čase

Uvažujete po zkušenosti s firemním dobrovolnictvím, že byste se dobrovolnictví věnoval/a ve svém volném čase?



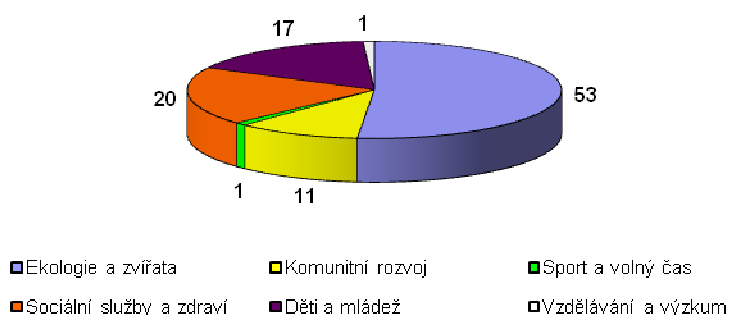
Zdroj: vlastní výzkum

Polovina dobrovolníků si zvolila jako oblast pomoci ekologii a zvířata, další oblíbenou oblastí byly sociální služby a zdraví. Podpoře se též těšili akce zaměřené na děti a mládež či komunitní rozvoj. Ze šetření vyplynulo, že jsou zaměstnanci nejraději v přírodě, chtějí být venku a odpočinout si od práce v kanceláři. Při volbě aktivit proto dávají přednost těm, které se zaměřují na zlepšování životního prostředí.

..

Graf 3. Oblast pomoci, kterou si dobrovolník zvolil

Jakou oblast jste v projektu firemního dobrovolnictví podpořil/a?

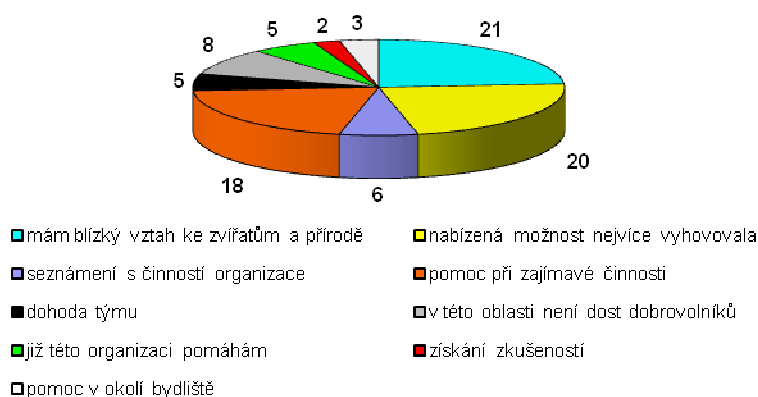


Zdroj: vlastní výzkum

Podporované aktivity si dobrovolníci vybírali z různých důvodů. Oblast ekologie a zvířat volili proto, že k ní mají blízký vztah. Ostatní aktivity si vybírali proto, že zkrátka splňovaly jejich představu o typu pomoci nebo ji shledali jako zajímavou činnost.

Graf 4. Důvod volby podpořené oblasti

Proč jste podpořil/a zvolenou oblast?



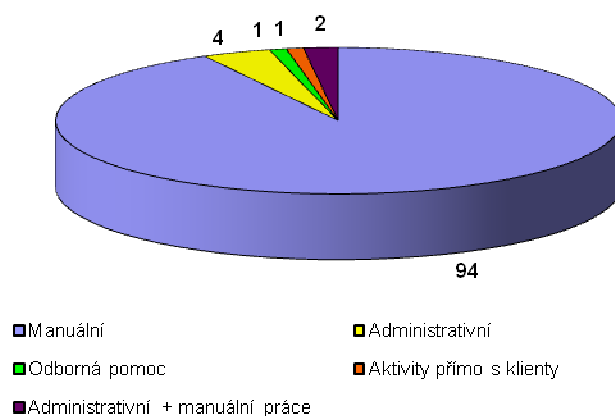
Zdroj: vlastní výzkum

Téměř 90 % dobrovolníků se podílelo na aktivitách manuálního charakteru. Tato skutečnost je dána tím, že v nabídce aktivit připravené Fórem dárců převládají činnosti manuální.

Druh aktivit, na kterých se budou moci dobrovolníci podílet, určuje nezisková organizace na základě svých momentálních potřeb. Tím, že se nejedná o stálé dobrovolníky, kteří by docházeli do organizace pravidelně, připravují neziskové organizace převážně manuální druh činnosti, neboť nepředpokládá zaškolení jako například v případě aktivit s klienty či při administrativní činnosti. Navíc sami dobrovolníci chtějí vykonávat spíše manuální činnost, neboť většina z nich vykonává sedavou kancelářskou práci. Od pomoci neziskovým organizacím očekává většina změnu od stereotypu, tudíž i práci klidně fyzickou jako je například natírání plotu či sekání trávy, při kterých aktivně relaxují

Graf 5. Charakter vykonávané činnosti

Jaký byl charakter činnosti kterou jste vykonával/a?

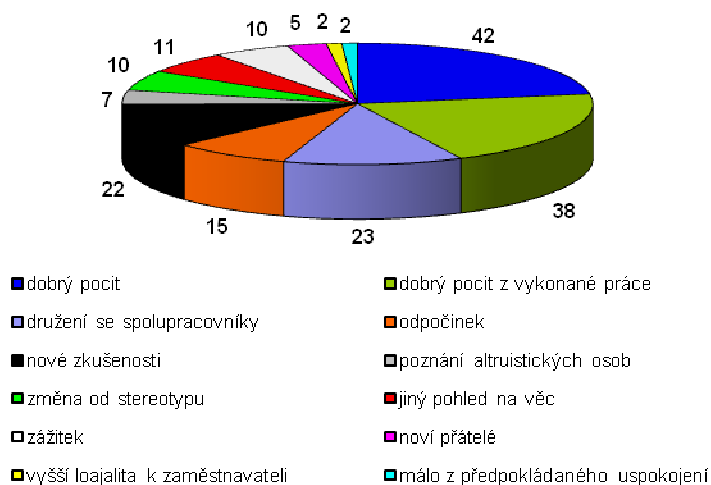


Zdroj: vlastní výzkum

Většina respondentů si odnesla z účasti na firemním dobrovolnictví dobrý pocit, někteří dobrovolníci vysloveně zdůraznili dobrý pocit z vykonané práce. Pro mnohé účastníky byla participace na projektu přínosná ve smyslu družení se spolupracovníky a získání nových zkušeností.

Graf 6. Přínos z účasti na projektu firemního dobrovolnictví

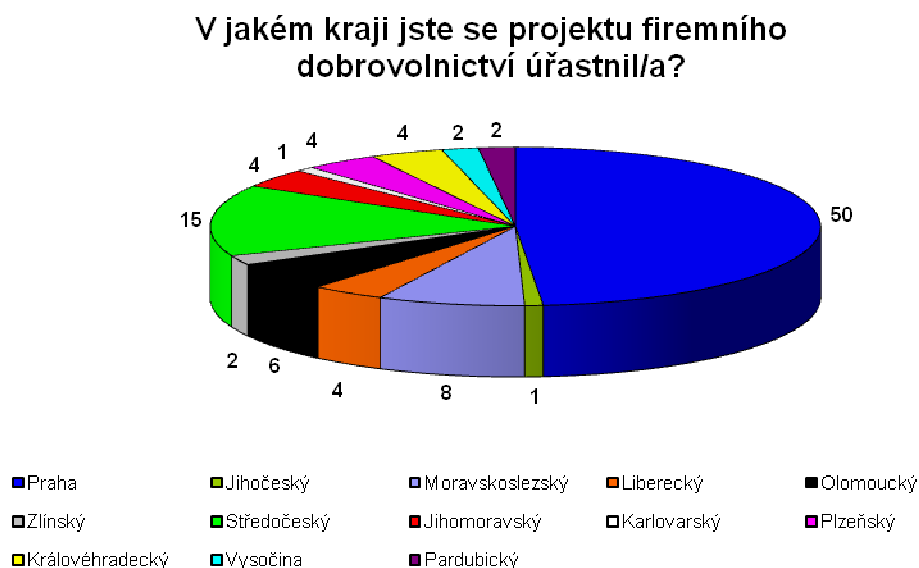
Co Vám účast na firemním dobrovolnictví přinesla?



Zdroj: vlastní výzkum

Dobrovolníci pomáhali celkem ve třinácti krajích České republiky. Nejvyšší účast byla v hlavním městě Praha a ve středočeském kraji. Je to dáno tím, že v Praze sídlí velké množství neziskových organizací, v ostatních krajích není zastoupení neziskových organizací tak velké a Fórum dárců, které jednotlivé neziskové organizace oslovuje, navázalo kontakt jen s některými z nich. Další důvod proč se dobrovolníci účastnili aktivit ve prospěch pražských a středočeských neziskových organizací je ten, že v Praze je centrála sledovaných firem, kde pracuje velké množství zaměstnanců a centrály všeobecně mívají tendenci se projektu účastnit více než pobočky v jednotlivých krajích.

Graf 7. Kraj, ve kterém probíhal projekt firemního dobrovolnictví



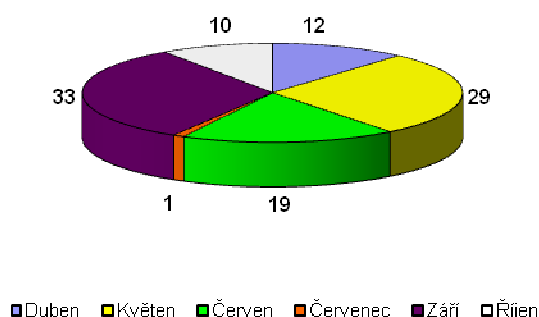
Zdroj: vlastní výzkum

V České spořitelně a v T-Mobilu se mohou zaměstnanci účastnit dobrovolnických aktivit kdykoliv během roku, záleží tedy na jejich rozhodnutí, který měsíc si zvolí. V ČSOB se mohou dobrovolníci účastnit projektu firemního dobrovolnictví pouze v měsíci září a říjnu. Výsledek může být proto zkreslen.

Z provedeného šetření vyplynulo, že nejvíce dobrovolníků se rozhodlo pomáhat v květnu a září. Tato skutečnost je dána mimo jiné i tím, že v České spořitelně jsou, jako strategické měsíce pro konání hromadně organizovaných akcí, vyhrazeny měsíce květen a září. Každopádně při výběru vhodného termínu pro participaci na projektu vychází dobrovolníci z několika hledisek. Řídí se vhodností počasí, neboť rádi pomáhají při venkovních aktivitách. S létem počítají minimálně, protože odjíždějí na dovolené. Květen jim vyhovuje proto, že se jedná o teplé jarní dny a září je naopak období, kdy se vrací z dovolených a je relativně ještě pěkné počasí pro venkovní aktivity.

Graf 8. Měsíc, ve kterém se dobrovolníci projektu firemního dobrovolnictví účastnili

Ve kterém měsíci jste se projektu firemního dobrovolnictví účastnil/a?



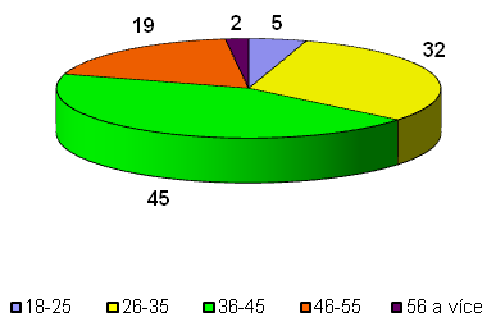
Zdroj: vlastní výzkum

Projektu firemního dobrovolnictví se účastnilo více žen než mužů. Při pohledu na jednotlivé firmy se ukázalo, že v České spořitelně odpovídá participace žen a mužů na projektu poměru žen a mužů zde zaměstnaných. V T-Mobilu je účast dobrovolníků rozložena rovnoměrně a v ČSOB se účastní projektu také více žen nežli mužů.

Projektu firemního dobrovolnictví se účastnili nejvíce dobrovolníci ve věkové kategorii 26-35 let a 36-45 let. Tato skutečnost zřejmě vychází z toho, že v jednotlivých firmách je nejvíce zaměstnanců z této věkové kategorie. Zaměstnanci ve věkové kategorii 18-25 let nemají pravděpodobně tak velké zastoupení ve firmě, neboť se jedná o takový časový úsek, kdy spousta mladých lidí ještě studuje v prezenční formě studia.

Graf 9. Věková kategorie dobrovolníka, který se projektu firemního dobrovolnictví účastnil

Věková kategorie dobrovolníka



Zdroj: vlastní výzkum

Z dotazovaných dobrovolníků, kteří se účastnili projektu firemního dobrovolnictví, bylo nejvíce těch, kteří mají vysokoškolské vzdělání.

Ani v jedné z vybraných organizací (Česká spořitelna, ČSOB a T-Mobile) však tento údaj nebyl zjišťován, a to zřejmě ze dvou důvodů. Prvním důvodem je, že v daných organizacích pracují lidé minimálně se středoškolským vzděláním a za druhé není podstatné zkoumat, jaké má firemní dobrovolník vzdělání, neboť nejdůležitější a nejcennější je samotná účast na projektu.

V České republice zatím není mnoho zaměstnavatelů, kteří do své firemní kultury zařadili projekt firemního dobrovolnictví, který umožňuje zaměstnancům participovat na charitativních a veřejně prospěšných aktivitách. Zapojit se do charitativních projektů může pouze omezená část zaměstnanců. Podle výsledků průzkumu postojů lidí k zapojování zaměstnanců do podpory veřejně prospěšných projektů, realizovaného společností Factum Invenio, je v ČR asi desetina lidí, kteří mohou této možnosti u svého zaměstnavatele využít. Navíc mívají větší možnost zapojit se do takovýchto projektů lidé s vysokoškolským vzděláním. (Petrová, Záborská, 2008b)

Graf 10. Vzdělání dobrovolníka, který se projektu firemního dobrovolnictví účastnil



Zdroj: vlastní výzkum

Při detailnějším prostudování výsledků šetření není možné určit souvislosti mezi výběrem aktivit, pocitů z účasti na projektu a pohlavím dobrovolníků, jejich vzděláním či věkem. Nelze vyvodit, že určitá věková skupina nebo zaměstnanci s vysokoškolským vzděláním si vybírají spíše takový druh činnosti nežli jiná posuzovaná skupina.

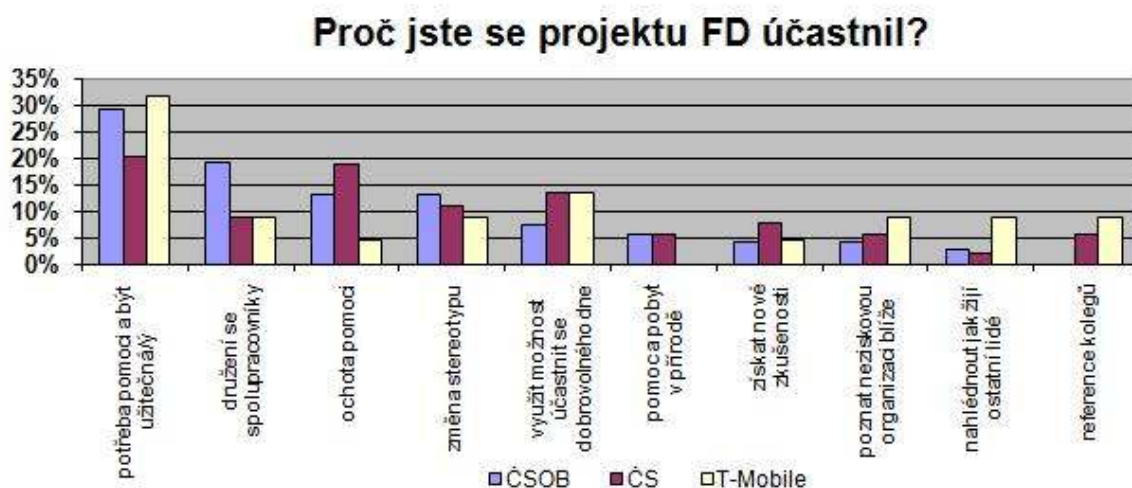
7.3. Srovnání výsledků šetření za jednotlivé firmy

Každá firma je svým způsobem jedinečná a firemní kultura může hrát určitou roli ve volbě odpovědí a preferencí hodnocených oblastí. Při srovnání jsem však nenarazila na podstatné rozdíly v odpovědích dobrovolníků sledované za jednotlivé firmy.

V grafech jsou hodnoty sledovaných oblastí uváděny v procentech. Sto procent netvoří součet sledované oblasti za jednotlivé firmy, nýbrž součet všech sledovaných oblastí za jednu firmu.

Zaměstnanci, nehledě na to v jaké firmě jsou zaměstnáni, se projektu firemního dobrovolnictví účastnili hlavně proto, že měli zájem pomáhat a být užiteční.

Graf 11. Důvod participace na projektu firemního dobrovolnictví



Zdroj: vlastní výzkum

Pokud se dobrovolníci ve volném čase nevěnují dobrovolnictví o této možnosti ani neuvažují, a to především kvůli časové vytíženosti. Je však velice zajímavé, že z T-Mobilu několik respondentů uvedlo, že by po zkušenosti s firemním dobrovolnictvím rádi začali pomáhat i ve svém volném čase.

Graf 12. Účast na dobrovolnických aktivitách ve volném čase



Zdroj: vlastní výzkum

V ČSOB a České spořitelně se dobrovolníci nejvíce podíleli na aktivitách podporujících ekologii a zvířata, kdežto v T-Mobilu převládala oblast zaměřující se na děti a mládež. V žádné z posuzovaných firem není volba oblasti podpory omezena či předurčena speciálními prioritami firmy. Dobrovolníkům je ponechána volba aktivit, kterým se chtějí věnovat zcela na jejich vlastním uvážení.

Graf 13. Oblast pomoci, kterou si dobrovolník zvolil



Zdroj: vlastní výzkum

Při zjišťování důvodu výběru podpořených aktivit lze vysledovat, že v ČSOB dobrovolníci volili oblast na základě toho, že jim daná aktivita ze všech nabízených možností vyhovovala nejvíce, v České spořitelně se rozhodovali na základě toho, že shledali vybranou aktivitu za zajímavou a v T-Mobilu též zvolili aktivitu, která se jim zdála zajímavá, ale navíc sehrál roli fakt, že dobrovolníci v dané organizaci již pomáhali.

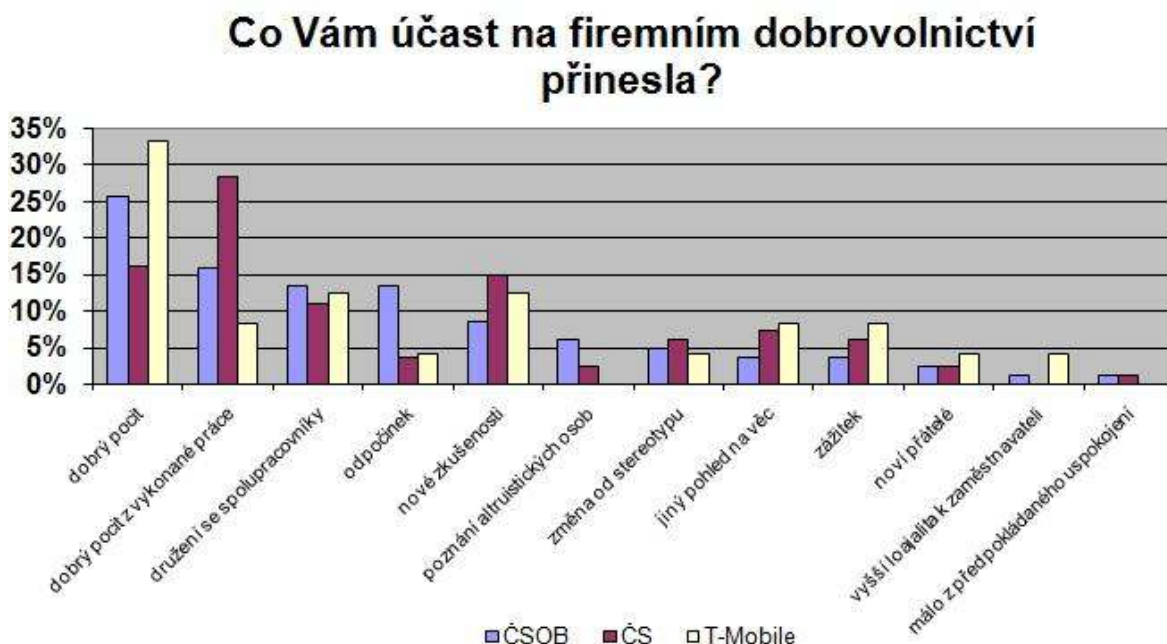
Graf 14. Důvod volby podpořené oblasti



Zdroj: vlastní výzkum

Dobry pocit z účasti na projektu firemního dobrovolnictví si odnesli dobrovolníci z T-Mobilu a ČSOB, dobrovolníci České spořitelny při svých odpovědích zdůrazňovali dobrý pocit z vykonané práce.

Graf 15. Přínos z účasti na projektu firemního dobrovolnictví



Zdroj: vlastní výzkum

Ve všech sledovaných firmách se téměř všichni dobrovolníci podíleli na aktivitách manuálního charakteru, což je způsobeno tím, že neziskové organizace i sami dobrovolníci

preferují tento typ pomoci.

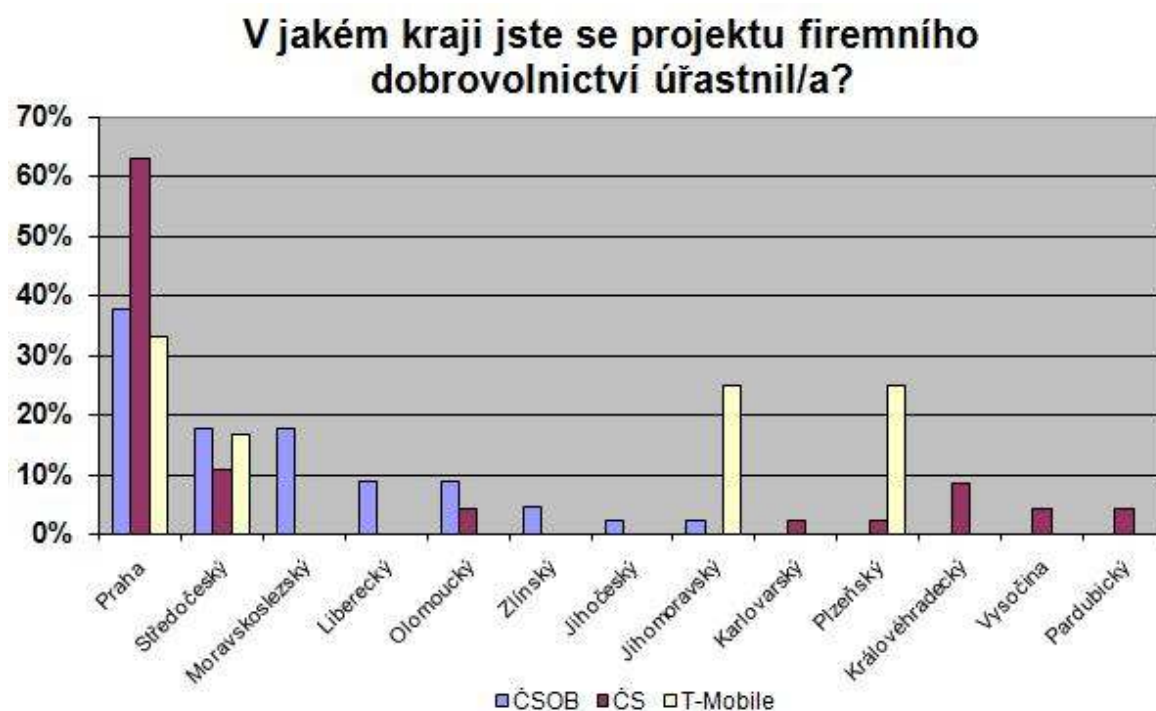
Graf 16. Charakter vykonávané činnosti



Zdroj: vlastní výzkum

Ve všech sledovaných firmách nejvíce podporovanými kraji byla Praha a Středočeský kraj. V T-Mobilu byla značná podpora Jihomoravského a Plzeňského kraje (Nelze však usoudit, že by se jednalo o preferované kraje například z důvodu umístění poboček, kde pracuje velké množství zaměstnanců, neboť takovéto dvě velké pobočky se v případě T-Mobilu nacházejí v jiných krajích České republiky).

Graf 17. Kraj, ve kterém probíhal projekt firemního dobrovolnictví



Zdroj: vlastní výzkum

Jelikož se v ČSOB konají dobrovolnické dny v měsíci září a říjnu nemohl být uveden žádný jiný měsíc kromě těchto dvou. Více dobrovolníků se však podílelo na charitativních aktivitách v září, kdy je poměrně ještě hezké počasí. V T-Mobilu a v České spořitelně se nejvíce pomáhalo v květnu, což je jeden z prvních teplých měsíců, kdy je možné vykonávat venkovní aktivity.

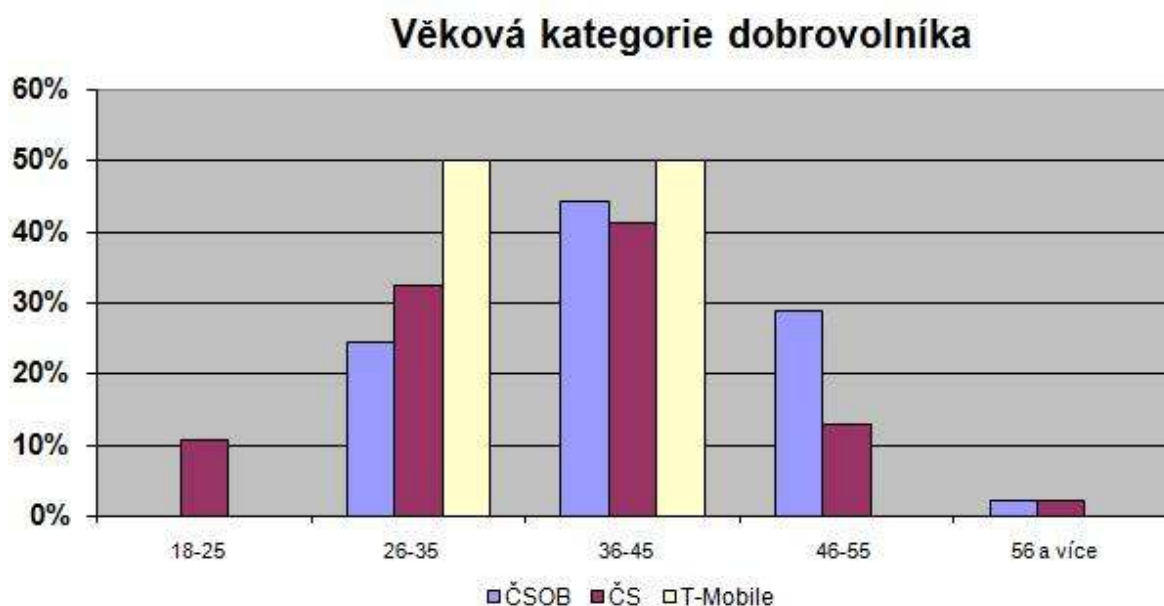
Graf 18. Měsíc, ve kterém se dobrovolníci projektu firemního dobrovolnictví účastnili



Zdroj: vlastní výzkum

Projektu firemního dobrovolnictví se účastnili nejvíce dobrovolníci ve věkové kategorii 36-45 let. Předpokládám, že se jedná o průměrnou věkovou kategorii zastoupenou v jednotlivých firmách a nesoudím, že by se lidé tohoto věku více věnovali dobrovolnictví než ostatní.

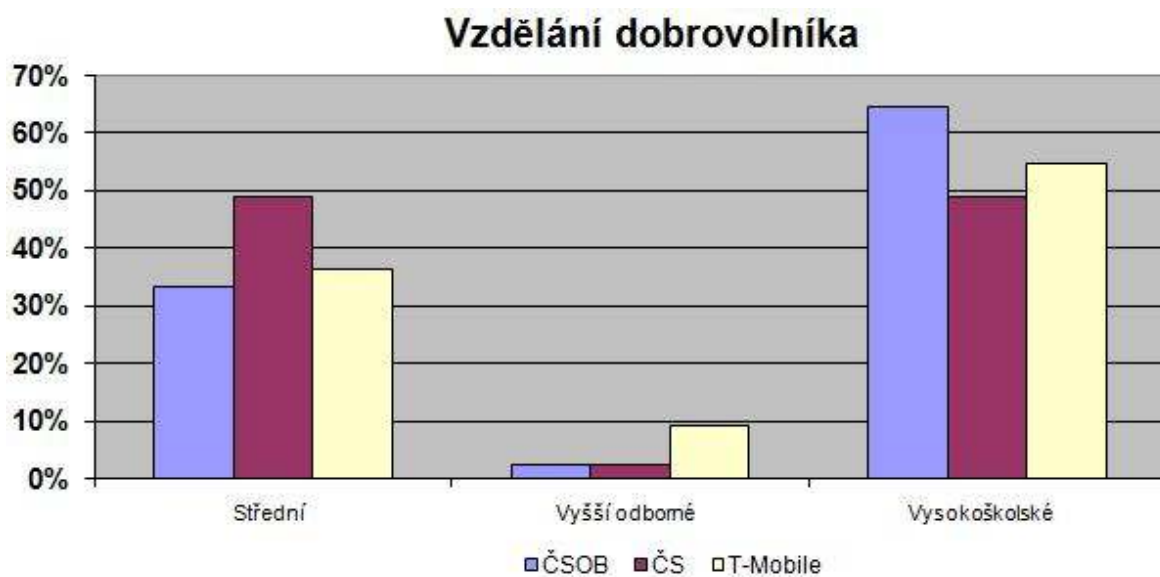
Graf 19. Věková kategorie dobrovolníka, který se projektu firemního dobrovolnictví účastnil



Zdroj: vlastní výzkum

Z dotazovaných dobrovolníků, kteří se účastnili projektu firemního dobrovolnictví, bylo v ČSOB a T-Mobilu nejvíce těch, kteří mají vysokoškolské vzdělání, v České spořitelně participovalo na projektu více středoškolsky vzdělaných lidí. Tento údaj však nemusí být relevantní, neboť při větším sledovaném vzorku by mohl být výsledek zcela odlišný.

Graf 20. Vzdělání dobrovolníka, který se projektu firemního dobrovolnictví účastnil



Zdroj: vlastní výzkum

8. Závěr

Záměrem teoretické části diplomové práce bylo představit firemní dobrovolnictví. Abych tak mohla učinit, zaměřila jsem se nejprve na představení občanského dobrovolnictví, abych čtenáři přiblížila souvislost s daným tématem.

Občanské dobrovolnictví

Občanské dobrovolnictví je důležitou součástí demokratického rozvoje, které přispívá k soudržnosti ve společnosti. Dobrovolníci svými aktivitami přispívají v různých oblastech života, jako je například integrace menšin, sociální inkluze, solidarita, humanitární a rozvojová pomoc, celoživotní vzdělávání, aktivní stárnutí či ochrana životního prostředí. Dobrovolnictví též přispívá k budování evropské identity. „*Odhaduje se, že dobrovolnický sektor tvoří přibližně 5 procent HDP našich národních ekonomik.*“ (European, 2008)

V mnoha českých neziskových organizacích je dobrovolnictví hojně využíváno. Najdou se však takové organizace, které využívají dobrovolníky minimálně. Jedná se o tzv. kamenné neziskové organizace (bývalé rozpočtové a příspěvkové organizace), kam se řadí například školy, nemocnice či domovy důchodců. Aby se pohled na dobrovolnictví změnil, je nezbytné poskytovat více informací a vyzdvihovat jeho pozitivní vliv na organizaci a klienty.

S přibývajícím počtem neziskových organizací, které pracují s dobrovolníky a berou je za nedílnou součást organizace a díky práci dobrovolnických center se dobrovolnictví dostává do povědomí více lidí. Záporný postoj k dobrovolnictví, který u některých lidí přetrvává, má na svědomí především minulý režim. Další překážku pro rozvoj dobrovolnictví představuje současná konzumně orientovaná společnost, která potlačuje filantropické sklony.

Dobrovolnictví lze považovat za přínosné nejen samotnému dobrovolníkovi (získání prostoru pro seberealizaci, možnost setkávat se a komunikovat s lidmi, nalézt nové přátele, odpočinout si a cítit se užitečný), ale i neziskové organizaci (nový pohled na řešení problémů, užitečná pomoc při nejrůznějších činnostech, šíření povědomí o dané organizaci a celkové pozitivní vnímání nestátních neziskových organizací).

Pro oblast dobrovolnictví byl významný rok 2001, který byl vyhlášen Mezinárodním rokem dobrovolníků a šířil povědomí o daném tématu. Dalším významným rokem byl rok 2002, kterým nabyl účinnosti Zákon o dobrovolnické službě. Ten upravuje podmínky dobrovolnictví (charakterizuje dobrovolníka, vysílající organizaci a přijímající organizaci). Tématu dobrovolnictví se bude opět věnovat rok 2011 vyhlášený jako rok Evropského dobrovolnictví. Od tohoto období si neziskové organizace pracující s dobrovolníky slibují mediální zájem, pozornost vlády a zainteresovaných skupin, který by mohl přispět k rozvoji dané problematiky, čímž je myšlena propagace, oficiální uznání, ulehčování a podporování dobrovolnické činnosti.

Firemní dobrovolnictví

V České republice se firemní dobrovolnictví stále rozvíjí, je však zřejmé, že pro neziskové organizace již představuje velkou pomoc (finanční prostředky, kapacita, reklama, šíření pojmu). Proces firemního dobrovolnictví od jeho plánování, přes realizaci, až po konečné zhodnocení představuje pro všechny zúčastněné odbourávání bariér, tedy sbližování komerčního a neziskového sektoru. Zapojení zaměstnanců do charitativních aktivit přináší prospěch nejen podporované neziskové organizaci, ale také nese výhody firmě a jejím zaměstnancům.

V diplomové práci jsem představila také koncepci společenské odpovědnosti firem s tím, že jsem detailněji popsala firemní filantropii. Ta je součástí širšího konceptu společenské odpovědnosti firem, přičemž se primárně zaměřuje na společenskou prospěšnost (vykonávání aktivit směřujících ve prospěch veřejnosti, určité komunity či určitých opomíjených činností). Jedním z nástrojů firemní filantropie je právě firemní dobrovolnictví. V našich podmínkách realizují projekt firemního dobrovolnictví především velké národní firmy.

Firemní dobrovolnictví napomáhá utvářet inovativní partnerství mezi neziskovým a komerčním sektorem. Reflektuje potřeby vznikající ve společnosti a odpovídá na ně. Firemní dobrovolnictví je společná snaha zaměstnavatele a jeho zaměstnanců podílet se na charitativních a veřejně prospěšných aktivitách vykonávaných pro blaho svého okolí. Implementací firemního dobrovolnictví se firma snaží přiblížit lidem žijícím v jejím okolí, lidem využívajících služeb podporované neziskové organizace a svým zaměstnancům umožňují vyzkoušet si jiný druh činnosti, něco, co je může obohatit a vnitřně naplnit.

Rozsah a význam firemního dobrovolnictví v České republice stále roste. Tuto koncepci využívají zejména firmy, které chtějí být dobrými partnery a sousedy a přispívat k řešení společenských problémů nad rámec své hospodářské činnosti.

Z realizace projektu firemního dobrovolnictví plynou výhody firmě (navázání bližšího vztahu se zaměstnanci, zvyšování jejich loajality, alternativní druh školení, forma teambuildingu, lepší vztahy se zákazníky aj.), neziskové organizaci (časová úleva, finanční posila, profesionalizace, zviditelnění, řešení problémů aj.) i zaměstnancům (zlepšení komunikačních a sociálních schopností, získání nových dovedností a znalostí nejrůznějšího druhu, odpočinek, uznání, změna hodnot aj.).

V závěru teoretické části jsem provedla shrnutí, kde jsem upozornila na možné problémy s terminologií.

Cílem praktické části bylo zjistit postoje a názory firemních dobrovolníků vybraných tří českých firem (ČSOB, Česká spořitelna, T-Mobile) na projekt firemního dobrovolnictví, přičemž jsem si v úvodu práce stanovila hypotézy, na které jsem se snažila najít odpovědi. Na základě otázek z dotazníku, vedeného rozhovoru a prostudované literatury jsem mohla potvrdit či vyvrátit stanovené hypotézy.

První hypotéza, ve které uvádím, že firemní dobrovolnictví není typickým občanským dobrovolnictvím, ale že se jedná o příležitost zkusit si pracovat v neziskové organizaci, byla naplněna.

Dobrovolníci, kteří pomáhají neziskovým organizacím, poskytují svou pomoc většinou pravidelně (například dochází do neziskové organizace dvakrát v týdnu v rozsahu jedné hodiny po celý rok). Neziskové organizace, které využívají činnosti dobrovolníků, se na jejich pomoc spoléhají a jsou pro ně v některých případech obrovskou posilou. Dobrovolníci tak představují součást fungování neziskové organizace a závazně se s nimi počítá. Firemní dobrovolníci představují pro neziskovou organizaci jednorázovou pomoc. Všeobecně se doporučuje uzavírat s dobrovolníky smlouvu, v případě firemních dobrovolníků to není zapotřebí právě z důvodu jednorázového charakteru akce.

Pokud se dobrovolník neúčastní pomoci ve prospěch neziskové organizace opakovaně, nemůže s ním být počítáno na určité druhy aktivit. Činnosti, u kterých je třeba pravidelné docházky, například aktivity s klienty vyžadujícími speciální péči nebo pomoc při šíření informací o dané organizaci a její osvětě nejsou pro firemní dobrovolníky vhodné, neboť by bylo nutné účastnit se školení, na které při jednorázové pomoci není čas. Navíc by takováto výpomoc nebyla efektivní, protože určité aktivity předpokládají pravidelnost, aby se dalo hovořit o prospěšnosti. Proto jsou firemním dobrovolníkům nabízeny většinou činnosti manuálního charakteru. S čímž souvisí odpověď na další hypotézu, že si firemní dobrovolníci častěji volí aktivity manuálního charakteru nežli aktivity s klienty či administrativní činnost.

Preference manuální činnosti (ta představovala 90 %) tedy nesouvisí pouze s vlastním uvážením firemních dobrovolníků, ale je též dána nabídkou aktivit vypisovaných neziskovými organizacemi. Z výpovědí jednotlivých firemních dobrovolníků je ovšem patrné, že přeci jen nehledě na poskytnutý výběr upřednostňují manuální činnost, neboť pro ně představuje změnu od pracovního stereotypu, je zdrojem načerpání energie, možností strávit den netradičně a venku mimo kancelář.

Další hypotézou bylo, že firemní dobrovolníci nemají zájem věnovat se dobrovolnictví ve svém volném čase. I tato hypotéza byla naplněna, ačkoliv třicet procent respondentů uvedlo, že se dobrovolnictví věnuje ve svém volném čase (dva respondenti dokonce na základě zkušenosti s projektem firemního dobrovolnictví). Ze šetření vyplynulo, že sedmdesát procent dobrovolníků, kteří se nevěnují ve volném čase dobrovolnictví o tom, že by v budoucnu začali ani neuvažují. Participovat na dobrovolnických aktivitách není pro mnohé lidi možné z různých důvodů. Na základě vyhodnocení dotazníků, které mimo jiné tuto skutečnost měli zjistit, je především časová vytíženost, rodinné důvody a osobní důvody. Dalšími překážkami jsou nedostatek informací o možnostech dobrovolnictví, s čímž souvisí i pocity, že dobrovolnictví je přežitek z minulých dob.

Postoje a názory firemních dobrovolníků na projekt firemního dobrovolnictví jsem v této práci detailně popsala v samostatných kapitolách.

Dále jsem si vytyčila představit projekt firemního dobrovolnictví, tak jak jej realizují zmíněné firmy a upozornit na přínosy, které díky projektu firemního dobrovolnictví firmě vznikají. Pro splnění tohoto cíle jsem uskutečnila rozhovory s manažery jednotlivých firem, kteří mají projekt na starosti a závěry zpracovala v samostatných kapitolách.

Projekt firemního dobrovolnictví

Ačkoliv každá ze sledovaných firem zahájila projekt firemního dobrovolnictví v jiném roce (T-Mobile se zapojil do firemního dobrovolnictví pilotním projektem v roce 2005, Česká spořitelna s projektem začala v roce 2007 a ČSOB se do firemního dobrovolnictví zapojilo pilotním projektem v roce 2008), je možné vysledovat společné znaky. Projekt firemního dobrovolnictví je považován za benefit určený zaměstnancům, firma ukazuje svůj zájem aktivně se zapojit do okolního dění a demonstruje svůj kladný postoj ke komunitě.

Společenská odpovědnost firem obecně je nedílnou součástí mnoha českých firem. V ČSOB, České spořitelně a T-Mobilu je navíc do firemní strategie implementována koncepce firemního dobrovolnictví. Díky ní mohou upozornit na svůj zájem pomáhat potřebným, přispívají tím k vnitřní firemní kultuře a posilují vztahy mezi zaměstnanci.

Česká spořitelna, ČSOB i T-Mobile zavedly projekt firemního dobrovolnictví do své firemní kultury nezávisle na svých členských organizacích. Naopak jsou spíše průkopníky v této inovativní záležitosti. Hypotéza, ve které jsem tvrdila, že projekt firemního dobrovolnictví zařadily sledované firmy do svého konceptu CSR díky zavedené firemní kultuře svých mateřských společností nebyla naplněna. Jednotlivé firmy uvedly, že o zavedení firemního dobrovolnictví rozhoduje každá společnost samostatně nezávisle na své nadnárodní společnosti. Firemní dobrovolnictví tedy nebylo zařazeno do firemní strategie z impulsu nadnárodní společnosti, naopak z jejich zkušeností s projektem mohou čerpat další dceřiné společnosti.

Současná situace v oblasti firemního dobrovolnictví

Firem, které realizují projekt firemního dobrovolnictví, stále přibývá, a nejsou to jen velké organizace, ale i řada menších. Firemní dobrovolnictví přispívá k pozitivnímu vnímání nestátních neziskových organizací, proto by měli i neziskové organizace na oplátku podporovat a šířit informace o firemním dobrovolnictví.

Spolupráce mezi komerčními podniky a občanskou společností se stále ještě rozvíjí. Otevřenost na straně vedení firmy a ochota zaměstnanců účastnit se je nezbytná pro realizaci projektů firemního dobrovolnictví. Velké firmy se již pomalu učí využívat při svém obchodním jednání sociální zodpovědnost, ale bývají podezírány z reklamy a sebe-propagace. „Proto také dvě třetiny představitelů neziskových organizací označují postoj firem k aktivitám občanské společnosti za lhostejný.“ (Vajdová, 2005: 12) Malé firmy se čas od času chovají sociálně zodpovědně, ale kolikrát si to ani neuvědomují. Například v místech, kde působí, podporují komunitní aktivity.

Výrobní firmy projekt firemního dobrovolnictví většinou nerealizují, neboť představuje výpadek pracovníků ze směny. Mluvčí výrobních firem sice namítají, že se pro ně tento druh firemní filantropie nehodí, ale firemní den by se mohl realizovat o víkend, kdy by jej firma svým zaměstnancům kompenzovala náhradním nebo placeným volnem. (Hospodářské noviny citováno in Fórum dárců, 2007)

Finanční situace v neziskovém sektoru bude obtížnější než kdykoliv předtím. Dárci a sponzoři nemusí být kvůli dopadům ekonomické krize tolik štedří jako v letech předchozích, v horším případě mohou od filantropických aktivit ustoupit úplně. Realizování projektu firemního dobrovolnictví přináší neziskovým organizacím finanční úlevu v podobě odvedené práce. Firemní dobrovolníci každoročně odpracují ve prospěch neziskových organizací několik desítek hodin zdarma. Ty přispívají ke zlepšování kvality služeb neziskových organizací stejně tak, jako sbírky, věcné dary a jiné finanční příspěvky, neboť i odpracované hodiny lze vyjádřit finančně a navíc mnohdy představují i penězi nevyčíslitelnou pomoc.

Doufám, že diplomová práce pomůže k lepšímu pochopení problematiky firemního dobrovolnictví a přispěje k jejímu dlouhodobému rozvoji a zakořenění ve firemní kultuře a v neposlední řadě probudí zájem aktivně se zapojit do projektů pomáhajících dobré věci.

Literatura (Bibliografie)

Bartošová, Zuzana. 2005. „Z ‚tvůrců zisků‘ na ‚spolutvůrce hodnot‘. *Firemní filantropie jako klíčová oblast CSR.*“ In kolektiv autorů. *Napříč společenskou odpovědností firem.*

Kladno: AISIS

(Bartošová, 2005)

Bartošová, Zuzana. 2006a. *Měření a benchmarking jako součást strategie CSR.*

Praha:Fórum dárců, o. s.

(Bartošová, 2006a)

Bartošová, Zuzana. 2006b. *Průvodce firemní filantropií.* Praha:Fórum dárců, o. s.

(Bartošová, 2006b)

Commission of the European Communities. 2001. *Greenpaper – Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility.* Brussels: Commission of the European Communities.

(Commission, 2001)

Dohnalová, Marie. 2004. *Antropologie občanské společnosti.* Brno: Akademické

nakladatelství CERM

(Dohnalová, 2004)

Dohnalová, Marie. 2008. „Český prostor pro organizace občanské společnosti“. In Bittnerová, Dana, Martin Heřmanský (eds.). *Kultura českého prostoru, prostor české kultury.* Praha: ERMAT, s. 151-160.

(Dohnalová, 2008)

Franc, Pavel, Jiří Nezhyba, Cornelia Heydenreich. 2006. *Když se bere společenská odpovědnost vážně.* Brno: Ekologický právní servis.

(Franc et al., 2006)

Frič, Pavol, Rochdi Goulli. 2001. *Neziskový sektor v České republice*. Praha: Eurolex Bohemia

(Frič, Goulli, 2001)

Frýdlová, Hana. 2009a. „Ministerstvo vnitra České republiky, Odbor prevence kriminality, Oddělení preventivních programů a dobrovolnické služby“. In Oddělení právní podpory služeb zaměstnanosti MPSV. S.l.: Ministerstvo vnitra České republiky.

(Frýdlová, 2009a)

Frýdlová, Hana. 2009b. „Ministerstvo vnitra České republiky, Odbor prevence kriminality, Oddělení preventivních programů a dobrovolnické služby“. In Odbor rodiny a dávkových systémů MPSV. S.l.: Ministerstvo vnitra České republiky.

(Frýdlová, 2009b)

Gregor, Filip. 2007. *Společenská odpovědnost firem a ochrana životního prostředí*. s.l.: Zelený kruh

(Gregor, 2007)

Kolektiv autorů. 2005. *Napříč společenskou odpovědností firem*. Kladno: AISIS

(Kolektiv autorů, 2005)

Kotler, P., Keller, K. L. 2007. *Marketing management, 12. vydání*. Praha: Grada Publishing.

(Kotler, Keller, 2007)

Kotler, P. 2005. *Marketing v otázkách a odpovědích*. Brno: CP Books.

(Kotler, 2005)

Krebs, Vojtěch, Jiřina Jílková, Juraj Nemeč, Jan Pavel, Jiří Přibíl, Leoš Vítek. 2005.

„Formulace doporučení MPSV v oblasti sociálního pilíře udržitelného rozvoje vycházejících z mezinárodní komparace“. Závěrečná zpráva k projektu MPSV HR139/05. s.l.: MPSV.

(Krebs et al., 2005)

Michaela Nešporová, Hans-Ludwig Schmidt. 2005. „Firemní dobrovolnictví“. In kolektiv autorů. Napříč společenskou odpovědností firem. Kladno: AISIS (Nešporová, Schmidt, 2005)

Ministerstvo práce a sociálních věcí. 2002. *Mezinárodní rok dobrovolníků v ČR*. Praha: Ministerstvo práce a sociálních věcí (Ministerstvo, 2002)

Petrová, Iva, Žaneta, Zábranská . 2008. „Dobrovolnictví vyhovuje aktivním lidem“. CSR FÓRUM 2 (3): 28-29. (Petrová, Zábranská, 2008)

Prachař, Jaroslav, Pavel Ryšánek, Vladimír Straka, Jiří Zajíc. 2008. *Společenská odpovědnost organizací*. Praha: Národní informační středisko podpory kvality. (Prachař et al., 2008)

Řezníková, Dana. 2007. „Pioneer Investments – zkušený hráč na poli corporate social responsibility“. Nadační bulletin Fóra dárců 1 (4): 7. (Řezníková, 2007)

Salomon, Lester M.; Anheier, Helmut K. 1999. *Nástup neziskového sektoru, Mezinárodní srovnání*. Praha: Agens (Salomon, Anheier, 1999)

Šromová, L., A. Klégrová. 2006. *Dobrovolnictví*. Praha: AGAMA (Šromová, Klégrová, 2006)

Štajer, Libor. 2008. „Firemní dobrovolnictví a zákoník práce“. CSR FÓRUM 2 (3): 20-21. (Štajer, 2008)

Tošner, J., O. Sozanská. 2002. *Dobrovolníci a metodika práce s nimi v organizacích*. Praha: Portál (Tošner, Sozanská, 2002)

Vajdová, Tereza. 2005. *Česká občanská společnost 2004: Po patnácti letech rozvoje*. Brno: Akademické nakladatelství CERM

(Vajdová, 2005)

Zadek, Simon. 2005. „*Globální rovnováha*“. In kolektiv autorů. *Napříč společenskou odpovědností firem*. Kladno: AISIS

(Zadek, 2005)

Webové stránky:

BusinessInfo. 2006. *Základní informace o firemní filantropii*. 31. března 2006. [online].

S.l.: BusinessInfo. [cit. 14. 5. 2009]. Dostupné z :

<<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/podnikatelske-prostredi/firemni-filantropie-pruvodce/1001234/39988/?rtc=1>>

(BusinessInfo, 2006)

Česká spořitelna. 2009. *Profil České spořitelny*. [online]. S.l.: Česká spořitelna. [cit. 16. 8.

2009]. Dostupné z : <http://www.csas.cz/banka/menu/cs/banka/nav10002_profil>

(Česká spořitelna, 2009)

European Volunteer Centre. 2008. *Směrem k Evropskému roku dobrovolnictví 2011 – Stanovisko (Únor 2008)* [online]. S.l.: European Volunteer Centre [cit. 16. 5. 2009].

Dostupné z:<[http://www.cev.be/99-](http://www.cev.be/99-towards_a_european_year_of_volunteering_2011_position_paper_182-CS.html)

[towards_a_european_year_of_volunteering_2011_position_paper_182-CS.html](http://www.cev.be/99-towards_a_european_year_of_volunteering_2011_position_paper_182-CS.html)>.

(European, 2008)

Fórum dárců. S.d. *Česká spořitelna, a. s.* [online]. S.l.: Fórum dárců. [cit. 16. 8. 2009].

Dostupné z : <<http://www.donorsforum.cz/filantropicke-aktivity-klubu?id=125>>

(Fórum dárců, S.l.)

Chlouba, Martin. 2007. *CSR : Výmysl, nebo nutnost?* 27. prosince 2007. [online]. S.l.: Business Leaders Forum. [cit. 2. 5. 2009]. Dostupné z : <<http://www.csr-online.cz/NewsDetail.aspx?p=3&id=415>>
(Chlouba, 2007)

iPrávník. 2006. *Evropská komise podpořila založení Evropské aliance pro sociální odpovědnost podniků.* 6. dubna 2006. [online]. S.l.: iPrávník. [cit. 2. 5. 2009]. Dostupné z : <http://www.ipravnik.cz/cz/aktuality/pd_6/rbsearchsource_articles/art_3041/txtexpresion_oce%C5%88ov%C3%A1n%C3%AD/evropska-komise-podporila-zalozeni-evropske-aliance-pro-socialni-odpovednost-podniku.aspx>
(iPrávník, 2006)

Sasínová, Petra. 2009. *O práci dobrovolníků je rvačka. Kvůli sníženým dávkám.* 4. srpna 2009. [online]. S.l.: Aktuálně.cz. [cit. 12. 8. 2009]. Dostupné z : <<http://aktualne.centrum.cz/ekonomika/prace/clanek.phtml?id=643866>>
(Sasínová, 2009)

Skalková, Olga. 2007. *Velké firmy půjčují pracovníky charitativním organizacím.* 15. ledna 2007 [online]. S.l.: Hospodářské noviny. [cit. 29. 8. 2009]. Dostupné z : <<http://www.donorsforum.cz/napsali-o-nas?id=394>>
(Hospodářské noviny citováno in Fórum dárců, 2007)

T-Mobile. 2009. *T-Mobile: Pro svět kolem nás i v roce 2009.* 20. ledna 2009 [online]. Praha: T-Mobile. [cit. 16. 8. 2009]. Dostupné z : <http://tpress.cz/tiskove_zpravy/2009/950/>
(T-Mobile, 2009)

Přílohy

Seznam příloh

Příloha 1.: Dotazník pro zaměstnance, kteří se účastnili projektu firemního dobrovolnictví

Příloha 2.: Osnova rozhovoru pro manažery projektu firemního dobrovolnictví

Příloha 1.: Dotazník pro zaměstnance, kteří se účastnili projektu firemního dobrovolnictví

Dobrý den,

prosím Vás o zodpovězení následujících otázek. Dotazník je koncipován tak, že Vám zabere maximálně 10 minut času. Vyplněný soubor prosím uložte a zašlete nejpozději do **31. července 2009** na emailovou adresu: pavlina.tosnerova@centrum.cz.

1) Proč jste se projektu firemního dobrovolnictví účastnil/a (co Vás motivovalo)?

2) Účastnil/a jste se projektu firemního dobrovolnictví poprvé? Pokud ne, uveďte po kolikáté.

ano ne

3) Věnujete se dobrovolnictví i ve svém volném čase?

ano ne

3a) Pokud ano, věnujete se dobrovolnictví díky zkušenosti s firemním dobrovolnictvím?

ano ne, dobrovolnictví jsem se věnoval již předtím

3b) Pokud ne, uvažujete, po zkušenosti s firemním dobrovolnictvím, o tom, že byste se věnoval/a dobrovolnictví i ve svém volném čase?

ano ne

Prosím uveďte, proč ano/ne:

4) Jakou oblast jste se v projektu firemního dobrovolnictví rozhodl/a podpořit a proč?

Sociální služby a zdraví

Kultura a umění

Ekologie a zvířata

Krizová a humanitární pomoc

Náboženství a víra

Sport a volný čas

Právo, gender, lidská práva a menšiny Komunitní rozvoj

Děti a mládež

Vzdělávání a výzkum Jiná (uveďte)

Proč:

5) Jaký byl charakter činnosti, kterou jste vykonával/a?

Manuální Administrativní Odborná pomoc

Jiný (uved'te)

6) Co Vám účast na firemním dobrovolnictví přinesla?

7) Název podpořené neziskové organizace:

8) Region, ve kterém jste se projektu firemního dobrovolnictví účastnil/a:

9) Měsíc, ve kterém jste se projektu firemního dobrovolnictví účastnil/a:

10) Vaše pohlaví:

muž žena

11) Váš věk:

18 - 25 26 - 35 36 - 45 46 - 55 56 a více

12) Vaše nejvyšší dosažené vzdělání:

základní vyučen/a střední vyšší odborné vysokoškolské

jiné

Děkuji za Vámi věnovaný čas tomuto dotazníku při vyplňování otázek.

Příloha 2.: Osnova rozhovoru pro manažery projektu firemního dobrovolnictví

- 1) Ve kterém roce jste se do projektu firemního dobrovolnictví zapojili?
- 2) Z jakých důvodů se vaše firma zapojila do projektu firemního dobrovolnictví?
- 3) Jakou roli hraje firemní dobrovolnictví ve Vaší firmě (je součástí firemní kultury)?
- 4) Máte stanoveno, jak velké účasti byste chtěli v projektu firemního dobrovolnictví dosáhnout?
- 5) Daří se vám stanoveného podílu dosáhnout?
- 6) Je zaměstnanec nějakým způsobem motivován, aby se projektu firemního dobrovolnictví účastnil?
- 7) Je účast na projektu firemního dobrovolnictví uskutečněna v pracovní době zaměstnance nebo v jeho osobním volnu (po pracovní době, víkendy)?
- 8) V jakém režimu se zaměstnanec nachází, pokud se účastní projektu firemního dobrovolnictví (pracovní cesta, pracovní volno....)?
- 9) Jakým způsobem si může zaměstnanec zvolit organizaci, kterou chce podpořit?

- 10) Dle jakých kritérií volíte harmonogram, ve kterém se mohou dobrovolníci projektu firemního dobrovolnictví účastnit?
- 11) Jak často může zaměstnanec/dobrovolník danou organizaci podpořit?
- 12) Jakým způsobem kontrolujete, kdo se projektu firemního dobrovolnictví již účastnil a kdo ne?
- 13) Je stanoveno kolik času musí zaměstnanec věnovat svou dobrovolnou práci dané organizaci?
- 14) Plánujete do budoucna nějaké změny v projektu firemního dobrovolnictví?
- 15) Spolupracujete s neziskovými organizacemi i jinými způsoby?
- 16) Jaké oblasti podpory Vaše firma v rámci projektu firemního dobrovolnictví prioritně podporuje?
- 17) Ve kterých regionech byla v roce 2008 největší účast dobrovolníků?
- 18) Kolik procent zaměstnanců se firemního dobrovolnictví účastnilo v roce 2008?
- 19) Jaké bylo v roce 2008 genderové zastoupení zaměstnanců/dobrovolníků?
- 20) Jaký byl v roce 2008 vzdělanostní podíl zaměstnanců/dobrovolníků?
- 21) Máte povědomí o dalších firmách, které se projektu firemního dobrovolnictví věnují?

O autorce



Pavlína Tošnerová (13. 8. 1981) studovala na Obchodní akademii v Lounech, kde v roce 2001 odmaturovala. Ve stejném roce nastoupila na jednoletý pomaturitní kurz anglického jazyka na Obchodní akademii a jazykovou školu v Ústí nad Labem, který zakončila státní jazykovou zkouškou. V roce 2002 byla přijata na Fakultu sociálně ekonomickou Univerzity Jana Evangelisty Purkyně v Ústí nad Labem, obor Sociální práce, kde následně získala bakalářský titul. V letech 2003 – 2006 studovala na téže fakultě, a to obor Ekonomika a management, zaměření: Regionální rozvoj. Studium však nebylo ukončeno státní bakalářskou zkouškou.

V magisterském studiu pokračovala na Fakultě humanitních studií, Univerzity Karlovy v Praze, obor: Studia občanského sektoru. Během svého magisterského studia pracovala v následujících organizacích

- Dům dětí a mládeže Nový Prosek; pozice Lektorka anglického jazyka (1. 3. – 30. 6. 2006)
- Expertis; pozice Asistentka projektu Třetí kariéra (4. 5. – 31. 10. 2006)
- Nadace rozvoje občanské společnosti (NROS); pomoc při vyhodnocování projektu Pomozte dětem (25. 4. – 30. 9. 2006)
- Greater London Enterprise (GLE); pozice Office manager (13. 12. 2006 – 30. 5. 2007)

- Greater London Enterprise (GLE); pozice Project support Officer
(18. 6. – 30. 11. 2007)
- Člověk v tísni, o. p. s.; pozice Koordinátorka podpory drobného podnikání a komunitního rozvoje (2. 7. – 30. 11. 2007)
- Lidl (personální oddělení); pozice Payroll assistant
(11.12. – 21. 12. 2007 a 3. 1. – 14. 1. 2008)
- Nadační fond Českého rozhlasu; pozice Asistentka projektu Světluška
(19.3. – 31. 3. 2008)
- Fórum dárců; pozice CSR koordinátor
(2.6. 2008 – 28. 2. 2009)

Slovník důležitějších jmen a pojmů

Fórum dárců

Fórum dárců (Czech Donors Forum) je občanské sdružení, které vzniklo v roce 1997. Zaměřuje se na rozvoj filantropie v České republice. Členy Fóra dárců jsou významné nadace, nadační fondy a firemní dárci.

Fórum dárců spolupracuje s řadou světově uznávaných organizací na poli CSR, přináší nové poznatky z oblasti CSR, zavádí programy a metody firemního dárcovství (jak efektivně podporovat veřejně prospěšné aktivity), podporuje spolupráci mezi firemním, veřejným a neziskovým sektorem.

Fórum dárců dlouhodobě spolupracuje s celou řadou celosvětově uznávaných asociací a střešních organizací: Worldwide Initiative for Grantmaker Support – WINGS (sdružení nadací, firem a dárců), European Foundation Center – EFC (členové a představitelé předních i menších evropských nadací a neziskových organizací), je iniciátorem a regionálním centrem projektu Central and Eastern European Network for Responsible Giving – CEENERGI, je partnerem mezinárodního Standardu odpovědná firma - London Benchmarking Group - LBG.

Poskytuje poradenské a konzultační služby, usiluje o vytváření podmínek firemního dárcovství a zlepšování legislativního prostředí pro filantropii (tím je mimo jiné prosazování možnosti poskytnout 1 % z daně z příjmů občanů ve prospěch veřejně prospěšných a charitativních aktivit, provozuje systém dárcovských SMS (tzv. DMS), vede Klub firemních dárců Donator (podporuje rozvoj strategické a transparentní firemní filantropie v ČR).

Corporate Social Responsibility (CSR)

Trend v podnikání, který zohledňuje kromě generování zisků také dopady podnikání na společnost. Připojení se k tomuto trendu vychází z vlastního rozhodnutí firmy, které jde nad rámec etických, zákonných, komerčních a společenských očekávání. CSR ovlivňuje prostředí, ve kterém působí a své zájmové skupiny (zaměstnance, klienty, akcionáře). CSR má tři pilíře: ekonomický, sociální a environmentální.

Filantropie

Je složenina dvou řeckých slov „filein“ – milovat a „anthrópos“ – člověk. Filantropie je tedy láska k člověku, lidumilnost. Lidé konající dobro jsou nazýváni filantropové, lidumilové. Filantropie zahrnuje altruistické počiny podporující obecně prospěšné aktivity. Filantropie je jednou ze součástí CSR.

Altruismus

Pojem vytvořil francouzský myslitel Auguste Comte. Jedná se o postoje a jednání sledující prospěch druhého člověka. Altruistické jednání je vlastně dobročinnost.

Dobročinnost

Nezištná pomoc někomu druhému (povzbuzení, podpora, finanční prostředky, dary aj.).

Mecenášství

Podpora prospěšných aktivit (umění, věda aj.) a šíření dobra. Termín vznikl podle jména starořímského diplomata G. C. Maecenata.