
UNIVERZITA KARLOVA

Husitská teologická fakulta

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Praha 2010

Michaela Jandová

BAKALÁŘSKÁ PÍSEMNÁ PRÁCE

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE
HUSITSKÁ TEOLOGICKÁ FAKULTA**

**SPECIALIZACE V PEDAGOGICE
SOCIÁLNÍ PEDAGOGIKA**

DOBROVOLNICTVÍ V NEZISKOVÉ A KOMERČNÍ SFÉŘE

Praha 2010

Michaela Jandová

Abstrakt

Tato práce v teoretické části srovnává firemní dobrovolnictví s klasickým dobrovolnictvím vykonávaným občany. Na každý pojem je nejprve pohlíženo z úhlu pohledu občanského dobrovolnictví a poté ze strany firemního dobrovolnictví. V praktické části jsou zaznamenány rozhovory s lidmi pracujícími s dobrovolníky (občanskými i firemními). Zde jde o praktické srovnání těchto dvou oblastí dobrovolnictví.

Klíčová slova:

Dobrovolnictví, dobrovolník, firemní dobrovolnictví, společenská odpovědnost firem, management dobrovolnictví.

Abstract

This thesis in the theoretical part contains comparison of corporate volunteering (concept of corporate social responsibility) with traditional volunteering of ordinary citizens. Each concept is defined firstly from the perspective of civil volunteering and secondly as a part of corporate volunteering. The practical part contains interviews with people working with volunteers (civil volunteering and corporate volunteering). In this part is the main goal to compare these two kinds of volunteering practically.

Keywords:

Volunteering, volunteers, corporate volunteering, corporate social responsibility, volunteer management.

Čestné prohlášení:

Prohlašuji, že jsem tuto práci zpracovala samostatně a všechny použité prameny a literaturu jsem uvedla v závěrečném seznamu.

Poděkování:

Děkuji Mgr. Haně Nádvorníkové za metodické vedení mé bakalářské práce. Děkuji PhDr. Jiřímu Tošnerovi za konzultace a připomínky k problematice dobrovolnictví a též děkuji všem, kteří mi věnovali svůj čas a poskytli rozhovor pro praktickou část této práce.

V Praze dne 10. dubna 2010

Michaela Jandová

ÚVOD	- 7 -
1 TERMINOLOGIE	- 10 -
1.1 MÝTY O DOBROVOLNICTVÍ ANEB O ČEM DOBROVOLNICTVÍ JE A O ČEM NENÍ - TERMINOLOGIE OBČANSKÉHO DOBROVOLNICTVÍ	- 10 -
1.1.1 DOBROVOLNICTVÍ NENÍ OBĚŤ	- 11 -
1.1.2 DOBROVOLNICTVÍ NENÍ ZCELA ZADARMO	- 11 -
1.1.3 DOBROVOLNICTVÍ NENÍ AMATÉRISMUS	- 11 -
1.1.4 DOBROVOLNÍCI NEJSOU LEVNÁ PRACOVNÍ SÍLA	- 12 -
1.2 FIREMNÍ DOBROVOLNICTVÍ - TERMINOLOGIE	- 12 -
2 HISTORIE	- 13 -
2.1 HISTORIE OBČANSKÉHO DOBROVOLNICTVÍ	- 13 -
2.2 HISTORIE FIREMNÍHO DOBROVOLNICTVÍ	- 15 -
2.2.1 VE SVĚTĚ	- 15 -
2.2.2 HISTORIE FIREMNÍHO DOBROVOLNICTVÍ V ČR	- 16 -
3 PRÁVNÍ ASPEKTY DOBROVOLNICTVÍ	- 17 -
3.1 PRÁVNÍ ASPEKTY OBČANSKÉHO DOBROVOLNICTVÍ	- 17 -
3.2 PRÁVNÍ ASPEKTY FIREMNÍHO DOBROVOLNICTVÍ	- 18 -
4 MOTIVACE DOBROVOLNICTVÍ	- 19 -
4.1 MOTIVACE OBČANSKÉHO DOBROVOLNICTVÍ	- 19 -
4.1.1 KONVENČNÍ ČI NORMATIVNÍ MOTIVACE	- 19 -
4.1.2 RECIPROČNÍ MOTIVACE	- 19 -
4.1.3 NEROZVINUTÁ MOTIVACE	- 19 -
4.2 MOTIVACE FIREMNÍHO DOBROVOLNICTVÍ	- 21 -
4.2.1 POSÍLENÍ IMAGE	- 21 -
4.2.2 TEAMBUILDING	- 21 -
4.2.3 SOFT-SKILLS	- 21 -
4.2.4 POCIT SPOKOJENOSTI	- 21 -
4.2.5 PODPORA OBCHODNÍCH ZÁJMŮ	- 22 -
5 FORMY DOBROVOLNICTVÍ	- 23 -
5.1 FORMY OBČANSKÉHO DOBROVOLNICTVÍ	- 23 -
5.2 FORMY FIREMNÍHO DOBROVOLNICTVÍ	- 26 -
5.2.1 PENĚŽNÍ DÁRCOVSTVÍ	- 26 -
5.2.2 NEPENĚŽNÍ DARY	- 27 -
5.2.3 SPOJENÍ FILANTROPIE A JINÝCH AKTIVIT FIRMY	- 28 -
6 IMPLEMENTACE DOBROVOLNICTVÍ	- 30 -
6.1 IMPLEMENTACE OBČANSKÉHO DOBROVOLNICTVÍ	- 30 -
6.1.1 SUPERVIZE/MONITORING ORGANIZACE	- 30 -
6.1.2 ZPRACOVÁNÍ PROJEKTU ZAŘAZENÍ DOBROVOLNÍKŮ DO ORGANIZACE	- 31 -

6.1.3	ORGANIZAČNÍ A PRÁVNÍ ASPEKTY DOBROVOLNICTVÍ	- 31 -
6.1.4	SAMOTNÁ REALIZACE PROJEKTU	- 31 -
6.1.5	EVALUACE DOBROVOLNICKÉHO PROGRAMU	- 31 -
6.2	IMPLEMENTACE FIREMNÍHO DOBROVOLNICTVÍ	- 32 -
6.2.1	ZAHÁJENÍ IMPLEMENTACE SYSTÉMU FIREMNÍ DOBROVOLNICTVÍ	- 32 -
6.2.2	REALIZACE PROJEKTOVÉHO ZÁMĚRU	- 34 -
6.2.3	FÁZE 3 – ZPRÁVA O FIREMNÍM DOBROVOLNICTVÍ	- 36 -
7	PŘEDSTAVENÍ OTÁZEK	- 40 -
8	PŘEDSTAVENÍ VÝZKUMNÉHO SOUBORU	- 41 -
8.1	PHDR. LUDMILA VOSTŘÁKOVÁ	- 41 -
8.2	ING. KAREL PELÁN	- 41 -
8.3	MGR. RADEK JIRÁNEK	- 41 -
8.4	ING. MONIKA STRAKOVÁ	- 41 -
8.5	MGR. LENKA ČERNÁ	- 42 -
8.6	ING. JITKA CHOCOVÁ	- 42 -
8.7	ING. PŘEMYSL FILIP, MSc.	- 42 -
9	POSTUPY ANALÝZY	- 43 -
10	PRŮBĚHY JEDNOTLIVÝCH ROZHOVORŮ	- 44 -
10.1	PHDR. LUDMILA VOSTŘÁKOVÁ	- 44 -
10.2	ING. KAREL PELÁN	- 45 -
10.3	PHDR. RADEK JIRÁNEK	- 46 -
10.4	ING. MONIKA STRAKOVÁ	- 48 -
10.5	MGR. LENKA ČERNÁ	- 50 -
10.6	ING. JITKA CHOCOVÁ	- 51 -
10.7	ING. PŘEMYSL FILIP, MSc.	- 52 -
11	ANALÝZA ZÍSKANÝCH ODPOVĚDÍ	- 56 -
12	SOUHRN A ROZBOR VÝZKUMNÝCH OTÁZEK	- 59 -
ZÁVĚR		- 61 -
13	SEZNAM ZDROJŮ	- 62 -
13.1	SEZNAM LITERATURY	- 62 -
13.2	SEZNAM PRAMENŮ	- 62 -
14	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ	- 64 -

Úvod

Obor sociální pedagogika má dle mého názoru velmi blízko k dobrovolnictví. Myslím si to, protože „charakteristika oboru analyzuje ty stránky výchovy a vzdělávání, které někdy přispívají k záměrnému, cílevědomému působení na člověka, k záměrnému směřování k tzv. optimalizaci člověka z hlediska cílových představ o osobnosti, která by měla být ideálem pro danou společnost. Z podmínek výchovy, vzdělávání a seberealizace se tedy sociální pedagogika zaměřuje na aspekty sociální povahy.¹“ Dobrovolnictví všechny tyto ohledy splňuje. Proto mám za to, že dobrovolnictví má své místo v oboru sociální pedagogiky.

Na tiskové konferenci uspořádané k jednomu dobrovolnickému projektu jsem byla svědkem výměny názorů na to, zda je firemní dobrovolnictví skutečným dobrovolnictvím. Do té chvíle mě nenapadlo o něm přemýšlet jinak než jako o jedné z forem dobrovolnictví. Začala jsem se terminologií firemního dobrovolnictví zabývat hlouběji a zjistila jsem, že se na českém území pohybují v oblasti firemního dobrovolnictví na tenkém ledě. Prakticky tu neexistuje jasný návod „jak by se firma měla chovat, popř. na koho by se měla obrátit, chce-li se zapojit do firemního dobrovolnictví nebo zda se může do firemního dobrovolnictví pustit jakákoliv firma bez pomoci další organizace.

Stejně tak jako se dobrovolnictví jako takové (v této práci jej nazývám občanským dobrovolnictvím – jde „pouze“ o zesílení zobrazení rozdílů mezi dobrovolnictvím a firemním dobrovolnictvím, nevycházím z žádného zavedeného pojmenování) v poslední době stává módní záležitostí a narůstá na oblíbenosti, tak i firemnímu dobrovolnictví stoupá kredit a popularita. A opět se dostávám k chybějící metodice zavádění firemního dobrovolnictví. Zdrojů a materiálů, z kterých se dá čerpat, je poměrně hodně. To si dovoluji říct, protože pracuji v dobrovolnickém centru, které se metodikou dobrovolnictví a jeho managementem zabývá. Mám tedy přístup k relevantním materiálům. Oficiálně vydaných je však jen mizivé procento z nich. Hodně jsem čerpala z materiálů uveřejněných na www.dobrovolnik.cz. Co se týká firemního dobrovolnictví, čerpala jsem z materiálů uveřejněných na stránkách velkých korporací, které se zaměřují na společenskou odpovědnost firem, například Fórum dárců, Bussines Leaders Forum, Společenská odpovědnost firem.

¹ Zdroj o Hesle sociální pedagog
http://wiki.rvp.cz/Knihovna/1.Pedagogicky_lexikon/S/Soci%C3%A1ln%C3%AD_pedagogika

Ve své práci chci proto získat odpovědi na následující otázky :

Výzkumné otázky:

- 1) Liší se firemní dobrovolnictví od občanského?
- 2) Pociťuje příjemce dobrovolnictví, zda pomoc poskytuje firemní či občanský dobrovolník? Příjemcem zde není myšlen občan, ale organizace jako celek.
- 3) Chybí ve firemním dobrovolnictví vymezená terminologie?

Právě na tyto oblasti se zaměřím v praktické části při řízených pohovorech s lidmi.

Pro získání odpovědí na své otázky jsem zvolila kvalitativní metodu na úkor kvantitativní, protože mi jde především o kvalifikovaný názor lidí pohybujících se v oblasti dobrovolnictví (občanského i firemního). Není pro mě důležité, kolik lidí ví, co je firemní dobrovolník, ale například jak by firemním dobrovolníkům a lidem z nestátní neziskové organizace (NNO) pomohlo, kdyby povědomí o dobrovolnictví bylo mnohem širší. Vím, že otevřené otázky dávají mnohem větší svobodu dotazovaným .

Teoretická část

1 Terminologie

Pracovníci dobrovolnických center se často setkávají s otázkou: „Kolik je dobrovolníků?“ Je dobré to vědět. Odpověď se hodí do statistik o občanské uvědomělosti, hezky vypadá v různých závěrečných zprávách i studentských a jiných pracích. Oblast dobrovolnictví je široká a odpovědět na otázku četnosti dobrovolníků je nemožné. A není to proto, že by v dobrovolnických centrech pracovali ve svém oboru nevzdělaní lidé. Pokud bychom otázku zúžili jen na Českou republiku, stále bychom nedostali jasnou odpověď – dobrovolníci jsou ze své podstaty nespočitatelní.

Obecná definice dobrovolnictví praví:

„Dobrovolníkem je každý občan, který poskytuje svůj čas, svoji energii, vědomosti a dovednosti ve prospěch ostatních“² lidí či společnosti (ať už je to soused, komunita, nezisková nebo jiná organizace a v době krizových situací jako jsou třeba povodně příjemcem může být vlastně kdokoliv) bez nároku na finanční odměnu. Zásadním pro dobrovolníka je motivace, která ho vede k vykonávání dané činnosti. Dobrovolnost musí být na obou stranách, jak na straně poskytovatele – tedy dobrovolníka, tak i na straně příjemce – člověk nebo subjekt, pro kterého je dobrovolná práce vykonávána.

Právě z důvodu výše popsaného je velmi těžké nebo spíše nemožné spočítat dobrovolníky v České republice i jinde na světě. Stejně obtížné je vymezit, co přesně dobrovolnictví je, ale na druhou stranu se dá vymezit co dobrovolnictví není.

1.1 Mýty o dobrovolnictví aneb o čem dobrovolnictví je a o čem není³ - terminologie občanského dobrovolnictví

Není snadné říct, co dobrovolnictví je. Dá se lépe popsat a pochopit, co dobrovolnictví není. Mýty o dobrovolnictví, „sesbíral“ a sepsal PhDr. Jiří Tošner. Zboření těchto mýtů napomáhá uvědomit si podstatu dobrovolnictví a zároveň přispívá k mravní obrodě národa.

² J.Tošner a O. Sozanská; Dobrovolníci a metodika práce s nimi v organizacích str. 35

³ J. Tošner; *Průvodce dobrovolnictvím pro neziskové organizace* str. 4-5

1.1.1 Dobrovolnictví není obět'

Závěr průzkumu dobrovolníků provedeného v Domově sv. Karla Boromejského v Praze-Řepích v roce 2000. Na rozdíl od očekávání ukázal, že motivace dobrovolníků, docházejících do domova, který je ve správě Kongregace milosrdných sester sv. Karla Boromejského, není především náboženská. Ve výsledcích bylo zřejmé, že dobrovolníci nejsou lidé s nenaplněným volným časem, nebo chybějícími rodinnými vazbami. Jako nejlepší dobrovolníci se jeví humanisticky orientovaní jedinci, sociálně integrovaní a angažovaní v mnoha dalších aktivitách. Toto zjištění není náhodné a zkušenost organizace HESTIA, o.s. ho jen potvrzuje.

1.1.2 Dobrovolnictví není zcela zadarmo

Nejprve se sluší říci, že zde nehovoříme o dobrovolnictví typu: „**Dnes já tobě, zítra ty mně**“, kterému můžeme říkat přátelská či sousedská výpomoc. Tato forma **vzájemné** dobrovolné pomoci vždy byla, je a bude postavena na dobrých vztazích mezi lidmi v domě, ulici či obci, tedy v přirozené komunitě. Zabýváme se zde **veřejně** prospěšným dobrovolnictvím, kdy lidé nabízejí svůj čas a energii, aniž by očekávali „oplátku“. Toto dobrovolnictví lidé nabízejí buď prostřednictvím dobrovolnických center, nebo se obrátí na nejbližší organizaci, kde se mohou uplatnit.

Příkladem dobře koordinované dobrovolné pomoci může být pečovatelský ústav v holandském Driebergenu, jenž má necelou stovku klientů, většinou ležících a chronicky nemocných, o které se stará necelá stovka placených zaměstnanců a kterým pomáhají téměř dvě stovky dobrovolníků. V ústavu pracuje placený koordinátor dobrovolníků na celý úvazek. Jeho přítomnost je zde zdůvodněna a jeho mzda je dobře vynaložena a bohatě vyvážena činností dobrovolníků, jak z pohledu odpracovaných hodin, tak z pohledu kvality péče.

1.1.3 Dobrovolnictví není amatérismus

Aby byla dobrovolná pomoc účinná, je potřeba její efektivní organizování. Dobrovolnictví ve světě dosáhlo takového rozsahu, že se vytvořil nový obor – management dobrovolnictví. Dobře připravený dobrovolnický program může zvýšit nejen výkonnost, ale i profesionalitu neziskové organizace, a při tom nic neubírá z tvořivosti a nadšení dobrovolníků.

Realita na našem území je jiná. Stále chybí dostatek dobře připravených míst pro dobrovolníky v organizacích. Naopak lidí, kteří chtějí jako dobrovolníci pomáhat, začíná přibývat.

1.1.4 Dobrovolníci nejsou levná pracovní síla

V posledních letech, jak se o dobrovolnictví dozvídá stále více lidí, se stává, že se na dobrovolnická centra obrací zástupci organizací s tím, ať jim na určitý den pošlou určité množství dobrovolníků, protože je potřebují naléhavě na to či ono.

Dobrovolná pomoc ale nemůže být předepsána, musí vyvěrat z potřeb a motivace dobrovolníků, zaměstnanců i vedení organizace a musí respektovat potřeby klientů či charakter služeb, které organizace poskytuje. Na druhé straně je několik málo omezení, která limitují činnost dobrovolníků. Mezi ně patří zásada, že dobrovolník by neměl nahrazovat práci profesionálů. Dobrovolník by neměl dělat činnosti, do kterých se nikomu nechce. Objednat si dobrovolníky jako předem připravený a hotový nástroj – o tom dobrovolnictví není.

1.2 Firemní dobrovolnictví - terminologie

Terminologie k firemnímu dobrovolnictví (dále jen FrD) není ustálená, s tím souvisí „nesoulad“, který panuje v užívání jednotné terminologie.

Součástí každé vyspělé občanské společnosti je kromě výskytu dobrovolnictví jednotlivců i tzv. firemní dobrovolnictví. Firemní dobrovolnictví je součástí Corporation social responsibility (CSR) anglický výraz, který se překládá jako Společenská odpovědnost firem/organizací/korporací/podniků. Pro snadnější srozumitelnost je pro tuto práci používán pouze jeden český výraz Společenská odpovědnost firem (SOF). Podrobnější vysvětlení pojmů SOF naleznete v Příloze č.1.

Pojem „firemní dobrovolnictví“ označuje koncept spojující obecně prospěšné aktivity podniku s podporou dobrovolné činnosti zaměstnanců. Ve smyslu tohoto konceptu se firma snaží vzbudit a zvýšit zájem svých zaměstnanců o dobrovolnou práci tím, že jejich dobrovolnou činnost uznává, oceňuje a podle možnosti různým způsobem podporuje. Pro tuto práci se tedy ztotožňuji s definicí, že: “o firemním dobrovolnictví mluvíme pokaždé, kdy firma provádí nebo podporuje obecně prospěšnou činnost, na které se zaměstnanci firmy dobrovolně podílejí a v jejímž rámci popřípadě investuje věcné nebo finanční prostředky.”⁴

⁴ Michaela Nešporová, Firemní dobrovolnictví, Slovník pojmů of-line

2 Historie

2.1 Historie občanského dobrovolnictví

Dobrovolnictví není v lidské společnosti ničím novým. V každé kultuře a společnosti pomáhali ti, kteří na tom byli lépe, méně šťastným, kteří pomoc potřebovali. Solidarita a vzájemná pomoc tvoří základ existence lidské společnosti i všech náboženství.

V České republice je dobrovolnictví v oblibě ve vlnách. Mnozí slovo dobrovolnictví vnímají pouze ve spojitosti se Sbory dobrovolných hasičů, v lepším případě s dobrovolníky v době živelných pohrom. Přesto má dobrovolnictví v zemích Koruny české hluboké kořeny, které nedokázal přetrhnout ani minulý režim.

Nejvíce se současnému chápání dobrovolnictví blížily nábožensky motivované činnosti v období středověku.

Výrazný rozmach dobrovolnictví jako činnosti konané mimo své hlavní zaměstnání nastává v 19. stol. v souvislosti se vznikem občanského spolkového života a také jako odpověď na vzrůstající počet lidí žijících v nedůstojných podmínkách. Charakteristické pro toto období je, že řada dobrovolnických organizací vznikla za účelem národního povznesení. Být členem vzdělávacích, muzejních, kulturních, turistických či sportovních spolků bylo považováno za čest a vlasteneckou povinnost.

Po vzniku samostatného Československa se dobročinnost ještě rozvinula. Dobrovolné organizace zahrnovaly škálu organizačních forem: soukromé, obecní, náboženské, národnostní až po tzv. spolky s charakterem polooficiálním, které byly pověřeny poměrně širokým kompetencemi (např. Československý červený kříž, Masarykova liga proti TBC). Dobrovolné organizace byly bohatě strukturovány a zahrnovaly sítě malých organizací a poboček až po okresní, zemská nebo národní ústředí.

Vývoj byl přerušen nejprve německou okupací a později vznikem socialistického státu. Nová kapitola občanských aktivit v našich zemích se začíná psát od roku 1990.

Dobrovolnictví si muselo znovu obhájit své právo na existenci a dodnes musí být lidem vysvětlován rozdíl mezi dobrovolnictvím a akcí „Z“ (naštěstí čím dál méně častěji – jistě nastane doba, kdy naopak bude zapotřebí vysvětlit, co to byla tak zvaná Akce „Z“). „Po roce 1989 respektive po roce 1990 se začíná psát nová kapitola dobrovolnictví.

„Jako zásadní problém se ukázalo, že veřejnost zcela nerozumí významu a poslání neziskových organizací. K tomu zřejmě přispěl i název „nezisková“ organizace, který evokuje v lidech pocit nedůvěry, nečinnosti a navozuje otázky typu: „Proč a jak tedy fungují, když nemají zisk?“. K tomu se ještě v prvních letech po roce 1990 připojily ojedinělé mediální

skandály, kdy šlo o zneužití některých neziskových organizací, především nadací, k finančním machinacím. Pověst neziskových organizací tak nebyla nejlepší. To byl jeden z důvodů, proč vznikla iniciativa „30 dní pro neziskový sektor“, celostátní mediální a vzdělávací kampaň, jejímž cílem bylo informování veřejnosti České republiky o významu neziskových organizací ve společnosti. Kampaň se konala od roku 1998 do roku 2007⁵. V roce 2008 tuto kampaň „vystřídala“ soutěž Žihadlo, která má za cíl každoročně oceňovat a tím motivovat organizace v mediální kampani (ceny jsou předávány ve čtyřech kategoriích – a) televizní spot, b) rozhlasový spot, c) tištěná reklama, d) internetová reklama).

Rok 2001 byl rezolucí Valného shromáždění OSN č. 52/17 z 20. listopadu 1997 vyhlášen Mezinárodním rokem dobrovolníků. Hlavním cílem Mezinárodního roku dobrovolníků bylo upozornit veřejnost na existenci a práci mnoha miliónů dobrovolníků, kteří se podílejí na zkvalitnění života občanské společnosti a pomáhají tam, kde je třeba. Hlavní cíle Roku dobrovolníků byly:

1. posílení prestiže dobrovolnictví
2. zlepšení právních podmínek pro výkon dobrovolné služby
3. vytváření sítí pro vzájemnou informovanost
4. popularizace dobrovolnictví ve společnosti.

Česká republika byla jednou z prvních zemí světa, které podepsaly rezoluci podporující Mezinárodní rok dobrovolníků, a tak se k němu přihlásila. Byla také jednou z prvních postkomunistických zemí světa, které ustavily Národní koordinační výbor pro průběh Roku dobrovolníků a realizaci všech výše uvedených cílů na území republiky. Vláda ČR svým Usnesením č. 82 ze dne 22. ledna 2001 o zajištění Mezinárodního roku dobrovolníků 2001 v České republice rozhodla, že v ČR vznikne Národní koordinační výbor, jehož předsedou se stal 1. místopředseda vlády a ministr práce a sociálních věcí PhDr. Vladimír Špidla a předsedou čestného předsednictva Výboru se stal předseda vlády ČR Ing. Miloš Zeman.

Tímto personálním obsazením se náš stát zařadil mezi státy, které konkrétně ukázaly velký politický zájem o otázku dobrovolnictví a také o systémové řešení problematiky dobrovolné služby českých občanů.

Přes současnost se dostávám k budoucnosti dobrovolnictví. Zdá se být růžová. Obrysy jsou sice neostré a rozmazané, ale jako maják svítí rok 2011, který bude Evropským rokem dobrovolnictví (10 let po Mezinárodním roce dobrovolnictví). Mnohé neziskové organizace zabývající se dobrovolnictvím si od něj slibují mediální zájem a v neposlední řadě pomoc státu s šířením povědomí o dobrovolnictví.

⁵ zdroj <http://neziskovky.cz/cz/neziskovky-cz/30-dni/> ICN Marek Šedivý

2.2 Historie firemního dobrovolnictví

Firemní dobrovolnictví nemá tak bohaté a hluboko do historie sahající prameny. Protože firemní dobrovolnictví je úzce vymezeným pojmem souvisejícím s mnohými místními okolnostmi. Proto jeho historii popisují zvlášť v zahraničí a zvlášť v českých zemích.

2.2.1 Ve světě

Zemí původu myšlenky firemního dobrovolnictví jsou Spojené státy americké. Idea je instrumentem společenské odpovědnosti firem. Proto se také rozvíjela současně s vývojem tohoto konceptu. Za zlomový rok bývá považován rok 1953, kdy Howard Sosen vydal svou knihu „Social Responsibilities of The Businessman“, v níž uvádí první definici společenské odpovědnosti. V druhé polovině 20. století a především od jeho 70. let dochází v USA a na půdě Organizace spojených národů (OSN) k původním debatám o obsahu pojmu CSR a vytváření základů pro chápání jeho obsahu v dnešní podobě. V posledních letech je to pak sociální oblast činnosti podniku jako součást triple-bottom-line. Firemním dobrovolnictvím jako ohraničenou a přesně definovanou činností se však firmy a ostatní intenzivně zabývají až v 90. letech minulého století. Ke skutečnému rozvoji konceptu CSR pak dochází až v poslední dekádě minulého století, kdy je také na mezinárodní úrovni pečlivěji definován, jsou vypracovávány první etické kodexy pro obchodní společnosti, podnikatele.

V zemích jako USA a Velká Británie se tento prostředek CSR těší velké pozornosti a oblibě. Atraktivnost těchto aktivit je spojena s vnímáním fenoménu dobrovolnictví celou společností. Být dobrovolníkem je v těchto zemích prestižní. Dobrovolníků je dostatek na všechny probíhající aktivity neziskových organizací. Jestliže do takovéto atmosféry přichází myšlenka dobrovolnictví zaměstnanců podniků, pak má prakticky vyhráno.

Firemní dobrovolnictví je chápáno jako sociální investice, která se vyplatí. V rámci celé strategie CSR a v duchu její charakteristické dlouhodobosti se pracuje převážně na dlouhodobých projektech dobrovolnictví. Ty spolu s dalšími filantropickými aktivitami vyúsťují v úzké partnerství v komunitě. Vysocí manažeři firem jsou členy správních rad neziskových organizací. Do příprav akcí firemního dobrovolnictví jsou vtaženy odborové organizace. Firemní filantropie má v těchto zemích hlubokou tradici. Jistě musela podstoupit dlouhý vývoj, než se stala uznávanou součástí strategie firmy. Naše společnost vývojem k tomuto cíli stále prochází. Ani po dosažení tohoto stupně však nemůže usnout na vavřínech, ale stejně jako v zahraničí dále rozvíjet celý systém mezisektorové spolupráce komerčního sektoru s komunitou zastoupenou různými institucemi.

2.2.2 Historie firemního dobrovolnictví v ČR

V našich podmínkách je situace poněkud jiná. Dobročinnost a dobrovolnost byly rozvíjenými tématy v době 1. republiky. Aktivity dobrovolných spolků zasahovaly do mnoha oblastí života. V dalším vývoji naší země bylo téma dobrovolnosti několikrát zneužito pro potřeby státní moci. Dobrovolná práce a její význam byly v průběhu minulého režimu degradovány. Nedávná doba a osobní zkušenosti staví dobrovolnost do negativního světla v očích dnešní veřejnosti.

Především s příchodem mezinárodních firem na český trh se pak dostává do povědomí lidí firemní dobrovolnictví. Vývoj dává prostor k diskusi o možnosti spolupráce obou sektorů, předávání dovedností a výměně zkušeností. Nadnárodní firmy se řídí globálními strategiemi, přizpůsobují je konkrétním podmínkám v naší republice. Jejich plány jsou prověřeny léty a praxí za našimi hranicemi. Byly a jsou v tomto vzoru pro místní podniky. K praxi CSR a firemního dobrovolnictví se však aktivně hlásí také velké a střední české firmy. Malé podniky v tomto stále trochu pokulhávají. Různými programy a brožurami jsou však i ony motivovány k novému vývoji v této oblasti. Všechny tyto podniky se vyvinuly v našich podmínkách, vedení se orientuje v regionální problematice, zaměstnanci jsou motivováni k řešení lokálních problémů právě tím, že je denně pocítují na vlastní kůži. Celé pojetí firemní filantropie a firemního dobrovolnictví je aplikováno do firemní strategie a je rovněž chápáno jako systém. Zjevná je snaha tyto aktivity dělat plánovitě a systematicky. Malé a střední podniky ovšem v tomto účelném přístupu za velkými značně zaostávají.⁶

⁶ Srov. BARTOŠOVÁ, Z. *Průvodce firemní filantropií*. s. 22.

3 Právní aspekty dobrovolnictví

3.1 Právní aspekty občanského dobrovolnictví

Za mezník v historii českého dobrovolnictví můžeme považovat 1. leden 2003, kdy začíná platit zákon o dobrovolnické službě jako zákon č. **198/2002 Sb.** ze dne 24. dubna 2002 pod názvem: "**Zákon o dobrovolnické službě**".⁷ Hmatatelným výsledkem práce expertů v rámci Mezinárodního roku dobrovolníků a na základě požadavku nestátních neziskových organizací, které kritizovaly legislativní vakuum v oblasti dobrovolnictví a malou angažovanost státu při jeho podpoře, byl vznik již zmiňovaného zákona č.198/2002 Sb. O dobrovolné službě. Zákon zavádí do českého právního řádu několik zcela nových pojmů. Jedná se o pojmy – *dobrovolník*, *dobrovolnická služba*, *vysílající organizace*, *přijímající organizace*. Zákon upravuje postavení dobrovolníka – zakotvuje povinnost uzavírat smluvní vztahy, čímž poskytuje dobrovolníkovi vysokou míru ochrany, upravuje nábor, evidenci, přípravu a vykonávání dobrovolnické činnosti a poskytuje jistotu příjemcům dobrovolnické činnosti.

Zákon nabyl účinnosti 1. ledna 2003 a teprve praxe ukázala slabá místa.

„Pro mnoho dobrovolníků se nic na jejich situaci nezmění - nakonec je to v některých případech i v jejich zájmu, aby nemuseli procházet zbytečnými administrativními procesy. Důležité je ale to, že v určitých případech dává dobrovolníkovi možnost získat určité výhody, jako je hrazení zdravotního a sociálního pojištění státem apod. Ulehčí také práci organizacím pracujícím s dobrovolníky, které si budou moci ušetřit kličkování mezi dosud platnými předpisy, které pojem dobrovolnictví a dobrovolník neznají.“⁸

S odstupem času, kdy je zákon o dobrovolné službě na světě, už můžeme hodnotit. Přestože má své nedostatky, je všeobecně pozitivně hodnocena existence zákona jako právní normy, která vytváří jistý legislativní rámec dobrovolnické činnosti a vztahů, které při ní vznikají. Přitom se nemusí vždy jednat o dobrovolnickou službu – tj. činnost organizovanou podle jmenovaného zákona. Mnohé organizace se vyjádřily v tom smyslu, že využívají vzory smluv, mohou se na ně odvolat v komunikaci s dobrovolníky i se třetími stranami, i když nepracují v režimu zákona – tj. nejsou akreditovanými organizacemi.

V současné době Ministerstvo vnitra ČR připravuje novelizaci Zákona o dobrovolné službě, která by měla odstranit většinu zjištěných nedostatků (např. doplnění o preambuli s definicí

⁷ Článek dostupný na www.ecn.cz J.Tošner a V.Tutr; Zákon o dobrovolné službě je na světě

⁸ Článek dostupný na www.ecn.cz J.Tošner a V.Tutr; Zákon o dobrovolné službě je na světě

dobrovolnictví, taxativní výčet oblastí dobrovolnické služby bude nahrazen seznamem pouze doporučeným aj.).

3.2 Právní aspekty firemního dobrovolnictví

Stejně jak je těžko uchopitelná role klasického dobrovolníka a jak je obtížné jeho legislativní vymezení, tak snad ještě obtížněji to jde u firemního dobrovolnictví. To, co není přesně definováno a vymezeno, je nemožné napasovat do konkrétního kodexu, natož předpisu či zákonu. Přesto je mnoho principů nebo dokumentů, které jsou primárně adresované vládám; některé však mohou ovlivnit i další subjekty, včetně soukromých organizací. Jedná se především o Všeobecnou deklaraci lidských práv a dvě související úmluvy – Směrnice OECD pro nadnárodní organizace, Deklarace základních principů a práv při práci, Zelená kniha – Podpora evropského rámce pro společnou odpovědnost organizace. Odkazy na znění jednotlivých dokumentů viz seznam dalších zdrojů.

4 Motivace dobrovolnictví

4.1 Motivace občanského dobrovolnictví

Důvodů, proč se stát dobrovolníkem je spousta – záleží na typu dobrovolné práce (viz.kap.6). A každý může být motivován pro svou práci jinak.

Ve vyspělých státech (evropských i světových) je dobrovolnictví samozřejmostí a nepředpokládají, že je tomu v jiných zemích jinak. Například když přijedou studenti na stáž do České republiky začnou se zajímat o dobrovolnictví v ČR (není to zlaté pravidlo, ale ani to není situace neobvyklá) – chtějí být dobrovolníkem – prostě protože je to samozřejmá součást jejich života.

Pokud se na motivaci dobrovolníků podíváme „shora“ bez rozdílů, o jaký druh dobrovolné činnosti jde, můžeme ji rozdělit do tří typů. Jde o motivace, které se navzájem prolínají, ale u konkrétních jednotlivců některé z nich nabývají dominantní vliv.

4.1.1 Konvenční či normativní motivace

Motivace k dobrovolnictví má konvenční charakter, když se její nositel stal dobrovolníkem proto, že ho k tomu vedly morální normy buď jeho nejbližšího okolí, anebo obecná normální pravidla chování v dané společnosti. V širším slova smyslu se tato motivace opírá o principy křesťanské morálky a představy o správném způsobu života příslušné vrstvy obyvatelstva. Konvenční či normativní motivací se častěji vyznačují starší lidé nad 60 let a věřící⁹.

—

4.1.2 Reciproční motivace

Jak už z názvu vyplývá reciproční motivace orientuje svého nositele k tomu, aby v dobrovolné práci hledal prvky, které by byly užitečné i pro něho samého. Recipročně motivovaní dobrovolníci chápou svoji práci jako organické spojení dobra pro jiné a vlastního prospěchu. Typický je pro ně zájem o získávání nových zkušeností, navazování nových vztahů a snaha uplatnit svoje schopnosti a udržovat se prostřednictvím dobrovolné práce v kondici. Tato pragmatická motivace je patrná hlavně u mladých lidí do 30 let¹⁰.

—

4.1.3 Nerozvinutá motivace

Jde o motivaci, která se omezuje na soubor prvků vytvářejících základní prostor pro rozhodování dobrovolníků. Jde o prvky jako je důvěra v organizaci, pro niž by měli pracovat, přesvědčení o smysluplnosti dobrovolné práce v konkrétním případě a pocit, že se

⁹ J.Tošner a O. Sozanská; Dobrovolníci a metodika práce s nimi v organizacích str. 47

¹⁰ J.Tošner a O. Sozanská; Dobrovolníci a metodika práce s nimi v organizacích str. 47

prostřednictvím dobrovolnictví mohou podílet na šíření dobré myšlenky. Významně častěji se vyskytuje u vysokoškoláků a osob náležejících ke střední a starší generaci (od 46 do 60 let).¹¹

Příklady motivace dobrovolníků:

- Pomoc druhým jako taková - altruismus
 - Spokojenost na duši, sebenaplnění
 - Poznání nových lidí, prostředí
 - Zvýšení nebo uplatnění odbornosti/praxe v oboru (studenti, vědci)
 - Relaxace od stereotypů (změna životního stylu)
 - Osobní zainteresovanost (postižení v rodině, patriotismus, vazby na region, zájem o přírodu apod.)
 - Náboženské přesvědčení
 - Snaha o změnu stávajícího stavu v určité oblasti
 - Dobrovolná povinnost (firemní dobrovolníci)
 - „Povinnost“ vrátit, co jsem dostal
 - Osobní vazby na další dobrovolníky (známí, přátelé, příbuzní)
 - Výlučnost či zajímavost projektu jako takového
 - Zájem na získání nových poznatků
 - Efektivní využití volného času
 - Zapojení známé či zajímavé osobnosti do projektu
 - Právo na uvažování a spolurozhodování o činnosti dobrovolnického týmu
 - Spoluzodpovědnost za výsledek projektu
 - Zajímavá cílová skupina projektu
 - Nabídnutí protihodnoty za jejich práci formou protislužeb organizace - zvýhodnění
 - Nabídnutí protihodnoty za jejich práci formou školení, dalšího vzdělávání
 - Přístup k informacím (internet, média, tiskoviny apod.)
 - Přístup k technickému zázemí organizace
 - Drobné dárkové předměty
 - Účast na společenské akci - mimopracovní sociální kontakt
 - Medializace dobrovolníka v rámci medializace projektu¹²
-

¹¹ J. Tošner a O. Socanská; Dobrovolnictví a metodika práce s nimi v organizacích str. 46-47

¹² J. Popovičová; Dobrovolníci v neziskových organizacích str. 6

4.2 Motivace firemního dobrovolnictví

Ve firemním dobrovolnictví se skloubí motivace jednotlivce (dobrovolníka) s prospěchem firmy a prospěchem pro NNO.

Kdyby bylo firemní dobrovolnictví pouze náročné, složité a pro samotnou firmu nijak nepřínosné, určitě by se do toho málokterá firma pustila. Proto je na místě uvést několik přínosů, které z toho plynou pro samotnou firmu a její zaměstnance.

4.2.1 Posílení image

Firma, která umožní svým zaměstnancům angažovat se ve veřejně prospěšných projektech, si buduje navenek i mezi vlastními zaměstnanci lepší image. To platí jak u „mladých“ firem, tak u firem s pevnou strukturou.

4.2.2 Teambuilding

Firemní dobrovolnictví má pozitivní přínos pro práci se zaměstnanci, hlavně pro týmovou spolupráci, při přijímání zaměstnanců a při vytváření pocitu sounáležitosti s firmou.

Teambuilding

Firemní dobrovolnictví zlepšuje schopnost zaměstnanců pracovat v týmu a pomáhá při sbližování zaměstnanců v rámci jednoho týmu i z různých týmů. Zaměstnanci se tímto způsobem mohou víc dozvědět o fungování, aktivitách a kompetencích na jiných odděleních, případně poznat své kolegy v jiném prostředí, což je motivuje ke spolupráci.

4.2.3 Soft-skills

Vhodně nastavený dobrovolnický program může přímo posilovat soft-skills zaměstnanců.

Zapojování zaměstnanců může být napojeno na jejich rozvojové plány a konkrétní projekty mohou být určeny také k posílení jejich měkkých dovedností, jako jsou komunikační dovednosti, leadership, flexibilita práce s různými sociálními skupinami apod.

4.2.4 Pocit spokojenosti

Dlouhodobější zkušenosti pak ukazují, že firemní dobrovolnictví zlepšuje motivaci zaměstnanců a přispívá ke snižování fluktuace zaměstnanců a ke zlepšení jejich spokojenosti v zaměstnání.

Pocit spokojenosti / sounáležitosti s firmou

Jak může firemní dobrovolnictví zvýšit loajalitu zaměstnanců?

- zvyšuje produktivitu a motivaci zaměstnanců
- snižuje fluktuaci

- přispívá k pocitu spokojenosti s prací
- u zaměstnanců vytváří dobré mínění o firmě
- zvyšuje chuť zaměstnanců zůstat ve firmě delší dobu ve srovnání s firmami, které se v sociální sféře neangažují
- zaměstnanci mohou rozvíjet své schopnosti, např. prezentační a komunikační

4.2.5 Podpora obchodních zájmů

Podpora obchodních zájmů, patří mezi „nižší“ motivace, ale není nutné ji ztracovat. Málokterá firma přizná, že jejím motivem, s kterým vstupuje do firemního dobrovolnictví, je potřeba získání kontaktů nebo možnost dostat se mezi společnost jiných firem, které firemně dobrovolničí.

Jako u žádného rozdělení tak ani tady nelze říct, že by se jednotlivé motivační způsoby neprolínaly. Čím více je firma motivovaná – čím více důvodů ji vede k zapojení, realizaci a hodnocení firemního dobrovolnictví, tím větší šanci mají, že jejich „program“ bude úspěšný. Ať už je hnacím motorem pro firmu cokoliv, pracuje-li zodpovědně a svědomitě dle principů SOF, dojde k propojení s neziskovou sférou a jedním z výstupů je smysluplná a ze strany neziskového sektoru očekávaná spolupráce.

5 Formy dobrovolnictví

Dobrovolnictví má mnoho forem a druhů. V nejobecnějším smyslu slova dobrovolnictví se objevuje na mnoha místech, kde si jej ani nevšimneme - pomůžeme-li sousedovi s nákupem do schodů nebo neznámému člověku přejít silnici, uklidíme-li před domem, prospějeme tak širšímu okolí (těmto formám se však budu věnovat jen velmi okrajově). Každý člověk má vrozenou schopnost darovat dobrovolně a nezištně svůj čas a práci, lišíme se pouze v tom, do jaké míry a v jaké formě jsme ochotni tak činit. I zde bude těžké rozdělit, které formy dobrovolnictví se týkají pouze občanského a které pouze firemního dobrovolnictví.

5.1 Formy občanského dobrovolnictví

Rozlišit dobrovolnictví dle forem můžeme z různých rovin úhlu pohledu.

a) způsob pomoci

Dárcovství

Dárcovství si již u naší veřejnosti našlo své místo. Pro stále více lidí je přirozené jednorázově přispívat na veřejně prospěšné účely či do sbírek pro obyvatele postižené přírodními katastrofami. Je to jednoduchá pasivní forma, jak jednorázově uspokojit své vlastní svědomí a zároveň vložit peněz na dobrý účel. Věnovat svůj čas a energii jako dobrovolník již vyžaduje větší odhodlání a nadšení.

Dobrovolná občanská výpomoc

Dobrovolná občanská výpomoc je tradiční součástí jakékoli společnosti již od prvopočátku její existence. Jedná se o systém vzájemných protislužeb, který se úspěšně rozvíjel v uplynulém období totalitní společnosti díky absenci normálně fungujícího trhu i služeb. Tento systém se rozrostl do nevídaných rozměrů a připomínal spíše starověkou ekonomiku. Stalo se tradicí, že v okruhu svých známých či spolupracovníků si lidé půjčovali náradí i oblečení, obydlí a vozidla za přidružené výměny aktuálních, více či méně relevantních informací. Během uplynulých deseti let se tyto formy dobrovolnictví postupně transformují v tržní vztahy, ale jsou doposud běžné v rámci rodiny, širšího příbuzenstva a sousedských vztahů. Na venkově si lidé ještě dnes navzájem pomáhají při sklizni či stěhování.

Dobrovolnictví vzájemně prospěšné

Dobrovolnictví vzájemně prospěšné je činnost, kterou vykonávají členové určitého sdružení či klubu v zájmu realizace svých cílů a poslání. Sbor dobrovolných hasičů je snad jednou z nejstarších a nejvíce rozšířených dobrovolnických organizovaných aktivit. Místní cvičení a následné taneční zábavy se zapsaly do historie mnoha obcí. Po politické změně v roce 1989

došlo v ČR k nebývalému rozvoji neziskového sektoru. Byly obnoveny spolky a sdružení, minulým režimem potlačené, řada z nich získala v rámci restitucí původní majetek a mohla tak pokračovat ve své činnosti. Patří k nim například Sokol, kterému se v krátké době podařilo znovuvytvořit celostátní síť organizací, které jsou v podstatné míře postaveny na dobrovolné práci svých členů.

Vedle toho vznikly tisíce nových organizací, které staví svoji činnost na lidském nadšení a dobrovolné práci. Jedná se o mnoho kulturních, sportovních, dětských a mládežnických organizací, kde určité skupiny občanů dobrovolně, samy pro sebe a své přátele realizují řadu aktivit.

Patří sem i organizace, jež se snaží pomáhat svým členům, kteří jsou nějakým způsobem ve společnosti znevýhodněni, ať již jsou to senioři (například Život 90), Romové (např. Nadace Tolerance, Člověk v tísní - Společnost při České televizi, Sdružení dětí a mládeže Romů, HOST nebo handicapovaní (např. Pražská organizace vozíčkářů, Český paralympijský výbor. Ve všech těchto sdruženích a spolcích jsou při organizování volnočasových aktivit každoročně odpracovány desetitisíce hodin zdarma, které spolu se sbírkami, finančními i věcnými přispívají ke zvýšení kvality života svých členů.

Dobrovolnictví veřejně prospěšné

Dobrovolnictví veřejně prospěšné vychází z ochoty občanů angažovat se svobodně a podle svého přesvědčení, ať již pro druhé, nebo pro určité změny ve společnosti. Oproti vzájemně prospěšnému dobrovolnictví je u tohoto typu dobrovolnictví na prvním místě potřeba být užitečný svému okolí. Klasickým příkladem jsou dobrovolní dárci krve či horská služba, ale i skauting a YMCA. Po roce 1989 se u nás stala platformou pro tento typ dobrovolnictví řada nevládních neziskových organizací, které se snaží získat pro svoji činnost dobrovolníky z řad veřejnosti, ať již se jedná o jednorázové akce nebo dlouhodobou dobrovolnou spolupráci.

Dobrovolnická služba

Dobrovolnická služba je obvykle dlouhodobý (až několikaměsíční) závazek věnovat se dobrovolné práci často mimo svoji zemi. V ČR se tento typ dobrovolnictví objevuje až po roce 1989, kdy k nám přijela řada dobrovolníků především z USA a západoevropských zemí, jejichž činnost byla zaměřena převážně na výuku jazyků. Postupem času vznikají i české organizace, které se věnují vysílání dobrovolníků do zahraničí, ať již na skupinové "pracovní tábory" či na samostatné studijní a vzdělávací pobyty v humanitárních či ekologických organizacích. Různé organizace poskytují různé výhody, pojištění, kapesné, příspěvek na stravu a bydlení apod. Některé organizace pouze dobrovolníky vysílají, často však pracují recipročně. Organizací dobrovolné služby se v ČR věnují organizace jako např.:

Česká národní agentura Mládež s programem Evropské dobrovolné služby
United Nations Volunteers dobrovolníci OSN jsou činní po celém světě
INEX - sdružení dobrovolných aktivit
SCI - Service Civil International - průkopník dobrovolnictví

b) dle časové náročnosti

Jednorázové akce

Dobrovolníci pomáhají při jednorázových akcích např. při pořádání mezinárodních konferencí, festivalů, závodů ...atd. Spolupracují „pouze“ po dobu předem vymezenou. Tato dobrovolná činnost může trvat od několika hodin po několik dnů.

Krátkodobá výpomoc

Dobrovolnická krátkodobá výpomoc může od několika dnů až dva měsíce.

Dlouhodobá aktivita

Do této skupiny patří dobrovolnické programy typu LATA, Pět P, Máme otevřeno?, akce Pontony, dobrovolnická výpomoc v org. Paraple. Dobrovolník se například schází jednou týdně po dobu 10 měsíců s klientem, s kterým tráví svůj volný čas – svou přítomností klientovi pomáhá (společník v nemocnicích, starší kamarád /program Pět P x LATA/, doprovod k lékaři)

c) dle typu práce

tato skupina může mít nespočet odvětví, a proto uvádím pouze příklady prací

Manuální práce – například Dílny tvořivosti, Zajíček na koni

Volnočasové aktivity – Pět P, LATA, ...

Organizační práce

Administrativní práce

d) dle cílové skupiny příjemců pomoci

Děti – Pět P, LATA, ..

Nemocní – Lékořice, Dobrovolnické centrum FN Motol ...

Senioři – Život 90, Domov Sue Ryder ...

Zvířata – Svaz na ochranu zvířat, Svaz na ochranu přírody ...

Ekologie – Arnika, Podhoubí, Ekocentrum ...

5.2 Formy firemního dobrovolnictví

Firemní filantropie je kombinace možných přístupů podpory neziskových organizací a nejen jich - nejčastěji jde o dary finanční i věcné, služby i zcela nové partnerství firem a neziskových organizací. Je to nová orientace firem na posilování hodnoty značky a jejich role ve společnosti.

5.2.1 Peněžní dárcovství

Finanční podpora je nejjednodušší a nejrychlejší způsob podpory. Jakou formou může být finanční podpora poskytována?

A Přímá podpora

Nejvíce využívanou a nejjednodušší formou podpory je přímá podpora prostřednictvím finančního či věcného daru. Tato podpora spočívá v tom, že firma jednorázově nebo opakovaně daruje prostředky na podporu veřejně prospěšného projektu. Opakovaná podpora je z hlediska obdarovaného (ale v podstatě i dárce) mnohem přínosnější, protože mu umožňuje použití daru plánovat a používat efektivněji. Dlouhodobější podpora, z pohledu firmy, také umožňuje lépe sledovat přínos prostředků poskytovaných formou daru.

B Sbírka mezi zaměstnanci a matchingový fond

Sbírku mezi zaměstnanci organizuje přímo firma nebo sami zaměstnanci, často probíhá na principu „matchingu“. Ten je založen na tom, že firma navýší - např. zdvojnásobí, ztrojnásobí - prostředky získané mezi zaměstnanci. Jiným, především v zahraničí oblíbeným způsobem, je tzv. payroll giving (dárcovství strháváním ze mzdy), který spočívá v tom, že firma podporuje dárcovství zaměstnanců tím, že jim administruje pravidelné strhávání darů z jejich příjmů ve prospěch vybrané neziskové organizace, následně je pak opět může v určitém poměru navýšit. Tento způsob dárcovství je důležitý z pohledu interní komunikace, neboť umožňuje firmě aktivně zapojit zaměstnance do dárcovských aktivit.

C Firemní nadace/Firemní nadační fond

Firemní nadace si firmy zakládají pro své dlouhodobé dárcovské programy. Jedná se o samostatné právní subjekty, které fungují na stejném principu jako jakákoli jiná nadace. Jejich zakladateli jsou firmy, které rovněž poskytují většinu (nebo veškeré) prostředky na podporu veřejně prospěšných projektů i na provoz nadace. Firemní nadace v ČR fungují buď tak, že rozdělují každoročně přidělený rozpočet od mateřské firmy, nebo mají samy velké nadační jmění, jehož výnosy každoročně rozdělují. Zcela zvláštní kategorií jsou firemní nadace, které

vedle zdrojů od mateřské firmy získávají i další zdroje, například od jiných firem, pořádají veřejné sbírky apod.

D Charitativní aukce a výstavy

Firma organizuje různé charitativní aukce a výstavy pro zaměstnance, obchodní partnery nebo zákazníky. Získaný finanční výtěžek pak daruje na dobročinné účely.

5.2.2 Nepeněžní dary

Stále běžnějším způsobem podpory charitativní činnosti se stávají dary nepeněžní povahy. Správně zvolená forma nefinanční podpory může přinést benefity jak neziskové organizaci, tak firmě. Typickým příkladem této win-win situace je podpora, kterou firmy poskytují prostřednictvím vlastního majetku a výrobků, kdy kromě toho, že podpoří neziskovou organizaci, mohou takto rovněž propagovat svou značku.

A Školení, vzdělávání a odborná pomoc

Řada veřejně prospěšných projektů je založena na vzdělávání, zvyšování odbornosti, integraci handicapovaných apod. Odborné znalosti firem mohou přispět k rozvoji těchto projektů a úspoře nákladů v případě, že firmy poskytnou neziskovým organizacím své poradenské služby či know-how zdarma nebo levněji. Tento způsob zvyšování odbornosti a profesionalizace obdarovaných má pozitivní dopad zejména při podpoře ze strany firem podnikajících ve službách (např. školení ze strany finančních institucí, grafické návrhy u reklamních firem). Dobré zkušenosti však jsou i ze strany jiných firem - např. firmy Hewlett Packard a Microsoft darují každoročně software a výpočetní techniku za miliony korun studentům, ale i tělesně handicapovaným a jinak sociálně znevýhodněným občanům.

B Poskytnutí zázemí

Vše, co potřebuje firma ke svému dobrému fungování, potřebuje rovněž nezisková organizace. Firmy mohou svou pomoc zprostředkovat formou poskytování prostoru, hrazení nájemného, zapůjčování techniky, poskytování prezentačních a reklamních ploch (na obalech výrobků, v korespondenci), zapůjčování distribuční sítě.

C Secondement (služební pobyt)

Dobrovolnictví může mít rovněž formu tzv. secondement, kdy firma dočasně přidělí pracovníka podniku na práci do neziskové organizace na období alespoň 6 měsíců. V ČR se takové formě Firemního dobrovolnictví věnuje firma Vodafone ČR v projektu „Rok jinak“

D Účast ve správních radách a grantových komisích neziskových organizací

Tato forma podpory je velmi cenná. Zástupci firem přinášejí do neziskové organizace úhel pohledu profesionála z „druhé“ strany a zároveň přispívají k důvěryhodnosti organizace v očích veřejnosti.

5.2.3 Spojení filantropie a jiných aktivit firmy

Firma může prokázat svůj filantropický přístup i propojením se svými komerčními aktivitami, například využitím marketingových nástrojů.

A Cause related marketing

Tato forma spočívá v tom, že firma propojí své komerční aktivity s filantropickými a z určitého vybraného produktu daruje určitou částku na dobročinné účely. Výrobek tak získá přidanou hodnotu tím, že podporuje dobrou věc, a zároveň zajišťuje prostředky pro neziskovou organizaci, které převede předem dohodnutou částku z prodaných výrobků. Typickým příkladem je např. kampaň Volná cesta, kterou společně organizoval Svaz paraplegiků a společnost Léčiva, a. s. Oběma společnostem se podařilo spojit jejich činnosti tak, že Zentiva po dobu 5 měsíců odváděla na konto Paraple jednu korunu z každého prodaného nebo na lékařský předpis vydaného balení Ibuprofenu. Tyto aktivity přinášejí benefity neziskovým organizacím také v tom, že vedle finančních příjmů se zvyšuje i zájem veřejnosti o téma filantropie.

B Nové produkty s využitím stávajících technologií

Firma se může projevit jako filantrop tím, že pomůže vytvořit nějaký mechanismus, který usnadní podporu veřejně prospěšné činnosti (např. Sbírkové konto České spořitelny), která je pro neziskové organizace osvobozena od poplatků. Úspěšným příkladem je např. projekt dárcovských SMS zpráv.

Dárcovská SMS funguje díky tomu, že mobilní operátoři s Fórem dárců nabídli své existující technologie ke spolufinancování neziskového sektoru. Princip je založen na získávání finančních prostředků od jednotlivců prostřednictvím SMS zpráv.

6 Implementace dobrovolnictví

Rozdíl mezi implementací firemního dobrovolnictví a občanského dobrovolnictví.

Když se firma/nezisková organizace snaží o implementaci „novinky“ (ať už jde o dobrovolnictví, corporate identity, komunikační mapou v organizaci, nový způsob managementu ...aj.) je lepší, když se spojí s odborníky, než když se řídí způsobem „pokus – omyl“ nebo dodržuje postup z „manuálu“. Na poli dobrovolnictví (především občanského) je v zainteresovaných kruzích tím odborníkem například HESTIA, o.s. (Informace o HESTIA, o.s. viz. Příloha č.2). Ve firemním dobrovolnictví je Česká republika zatím stále „nováčkem“. Necelých dvacet let po pádu komunismu ještě ČR nestačila srovnat krok s vyspělými státy. Zatím neexistuje jasná metodika, kterou by se firmy mohly řídit, a jak už jsem zmínila výše, ani terminologie zatím není ujednocena.

6.1 Implementace občanského dobrovolnictví

Popisuje cyklus od rozhodnutí organizace přijmout dobrovolníka (v tuto chvíli už není prioritní, zda jde o dobrovolníka občanského nebo firemního). Jde o pohled přijímající organizace. Přijímající organizací může být nezisková nebo příspěvková (např. nemocnice). Vycházím z metodiky a dlouholetých zkušeností Národního dobrovolnického centra HESTIA, o.s., z materiálů kurzu Management dobrovolnictví I a z publikace Dobrovolníci a metodika práce s nimi v organizaci.

6.1.1 Supervize/monitoring organizace

- zhodnocení dosavadní dobrovolnické činnosti
- mapování „motivace organizace“ k přijetí dobrovolníků
- vyhledání a výběr možných činností pro dobrovolníky
- seminář pro pracovníky organizace o dobrovolnictví
- dotazníky a rozhovory s pracovníky organizace, rozhovory s klienty
(dobrovolnictví musí být chtěné nejen vrcholným managementem, ale také pracovníky a klienty organizace)
- pojmenování bariér a příležitostí k realizaci dobrovolnického programu

6.1.2 Zpracování projektu zařazení dobrovolníků do organizace

- konzultace s koordinátorem dobrovolníků nad osnovou programu,
- sepsání osnovy dobrovolnického programu,
- osnova – klíčové aktivity dobrovolnického programu: Určení koordinátora dobrovolníků, jeho role a výcvik; příprava na vstup dobrovolníků do organizace z hlediska vedení organizace, personálu i klientů; vyhledání a výběr činností pro dobrovolníky v organizaci; zpracování harmonogramu práce s dobrovolníky z hlediska cyklů činnosti organizace i dobrovolníků.

6.1.3 Organizační a právní aspekty dobrovolnictví

- dohody a další dokumenty uzavírané s dobrovolníky a organizacemi
- pojištění dobrovolníků
- dokumentace dobrovolnictví v organizaci (provozní řády, ochrana osobních údajů, vykazování dobrovolné činnosti apod.)

6.1.4 Samotná realizace projektu

- Vlastní práce s dobrovolníky
 - koordinátor dobrovolníků, jeho role, výcvik a supervize
 - výběr a výcvik dobrovolníků: **výběr** (metody získávání dobrovolníků s ohledem na jejich možné „zdroje“); **výcvik** – obecná část (seznámení dobrovolníků s posláním a činností organizace, s jejími specifiky, základními dokumenty - statut, provozní řád apod., organizační strukturou a místem a rolí dobrovolníka v organizaci) odborná část (obavy a očekávání dobrovolníka, hraní rolí – nácvik činností, psychologické posouzení dobrovolníka)
 - postupy při zařazování dobrovolníků do činnosti organizace
 - supervize dobrovolné činnosti a jejich důsledků pro organizaci
 - hodnocení činnosti a podpora motivace dobrovolníků

6.1.5 Evaluace dobrovolnického programu

rozumová rovina

- ekonomický pohled na program
- hodí se psát od výročních zpráv organizace a závěrečných zpráv programu
- podklady pro hledání sponzorů a propagaci organizace

emocionální rovina

- zároveň oceňování samotných dobrovolníků
- propagace organizace

6.2 Implementace firemního dobrovolnictví

Vycházím především z publikace Společenská odpovědnost organizací (CSR) – APLIKACE A HODNOCENÍ, text je upraven pro firemní dobrovolnictví. Popsaný text je ideální příklad. V každé organizaci je samozřejmě tento postup přizpůsoben konkrétnímu programu a prostředí v organizaci. Proto nemusí být splněny všechny body, tak jak jsou zde popsány.

6.2.1 Zahájení implementace systému Firemní dobrovolnictví

Rozhodnutí vrcholného vedení o implementaci firemního dobrovolnictví v organizaci

Vrcholné vedení musí po konzultaci se zainteresovanými stranami přijmout jasné rozhodnutí o implementaci firemního dobrovolnictví. Rozhodnutí by mělo jednoznačně vyjadřovat ochotu vedení organizace aktivně se na tomto procesu podílet. Optimální je řešení zavedení firemního dobrovolnictví jako projekt, jehož výsledkem bude včlenění systému firemního dobrovolnictví do systému managementu organizace.

Jmenování manažera projektu (představitele pro Firemní dobrovolnictví)

Jmenování představitele vedení pro Firemní dobrovolnictví je důležitý krok. Měla by být vybrána osoba, která má přehled o dění v organizaci, postavení organizace na trhu i vztazích ke komunitě a ostatním zainteresovaným stranám, v neposlední řadě by se manažer projektu měl vyznat i v neziskovém sektoru. Organizace se může spojit i s odborníkem na NNO vně organizace. Nemusí jít o samostatnou funkci, jde především o osobu, která má dobré organizační schopnosti a je schopna týmové práce.

Jmenování řešitelského týmu

Mělo by být pravomocí představitele firemního dobrovolnictví jmenovat tým, který se bude implementací firemního dobrovolnictví zabývat. Členové týmu by měli být zaměstnanci – zástupci různých organizačních složek organizace a různého funkčního zařazení. Počet členů týmu nelze doporučit, je odvislý od místních podmínek a velikosti organizace, neměl by ale překročit 10 u větších organizací. Úvodní školení členů vrcholného vedení a týmu firemního dobrovolnictví je nutné seznámit členy nejvyššího vedení a týmu Firemního dobrovolnictví s průběhem projektu. Musí být znám systém

kontroly a podávání zpráv. Školení by mělo zahrnovat, jak informace o širším pojetí SOF, tak i informace o NNO.

- Zahájení činnosti týmu Firemní dobrovolnictví – projektování

Vstupní analýza (tým Firemního dobrovolnictví)

Cílem tohoto posouzení by mělo být zamyšlení nad aspekty společenské odpovědnosti z hlediska činností, procesů, výrobků a služeb organizace jako východiska pro vytvoření vlastního systému managementu firemního dobrovolnictví. Doporučujeme analýzu provést např. formou analýzy SWOT.

- jaké produkty organizace poskytuje (výroky, služby, veřejné služby, veřejná správa apod.) ?
- Jaké aktivity realizuje organizace nad rámec legislativních požadavků? V čem je organizace úspěšná?
- Je možno konstatovat, že firemní dobrovolnictví je integrováno do kultury organizace?
- Kdo jsou zainteresované strany, co čekávají, jaký k nim má firma vztah, co by bylo třeba na vzájemných vztazích zlepšit?
- Jsou realizovány v organizaci i jiné systémy managementu? Jak by měl být realizován jejich vztah k Firemnímu dobrovolnictví?
- Existují v organizaci řídicí normy, které slouží k podpoře a implementaci firemního dobrovolnictví? Co bude třeba změnit?

Závěr – výstupy z analýzy:

- zpráva pro vedení – výstupy analýzy SWOT

Rozhodnutí o podobě systému Firemního dobrovolnictví a stanovení požadavků na jeho organizaci

Na základě výsledků analýzy by mělo vedení rozhodnout o rozsahu a struktuře systému firemního dobrovolnictví.

Funkční systém vyžaduje organizační zabezpečení (včlenění Firemního dobrovolnictví do organizačního řádu a stanovení odpovědností a pravomocí), potřebu systémových norem, které určí kupř. formu a předávání interních a externích výsledků i cest zlepšování. Jedním z nástrojů zlepšování může být i sebehodnocení.

Plánování projektu – projektový záměr (tým firemního dobrovolnictví)

- a) Stanovení cílů projektu a výstupů.

- b) Stanovení časového rámce, milníků (kontrolních bodů).
- c) Formulace požadavků na zdroje (požadavek na vedení).
- d) Školení zaměstnanců.
- e) Komunikace
- f) Postupy sběru a shromažďování dat, jejich třídění a evidence.
- g) Sebehodnocení: Určení silných stránek a námětů na zlepšování, návrh priorit
- h) Formulování konceptu první Zprávy o Firemním dobrovolnictví
- i) psaní první Zprávy.
- j) Předání první Zprávy stěžejním zainteresovaným stranám k připomínkám.
- k) Zpětná vazba interní.
- l) Zpětná vazba externí.
- m) Realizace připomínek, závěrečná redakce Zprávy o Firemním dobrovolnictví.
- n) Harmonizace designu Zprávy o Firemním dobrovolnictví s výroční zprávou organizace.
- o) Grafická podoba a design Zprávy.
- p) Schválení zprávy vedením organizace.
- q) Distribuce Zprávy (media, externí zainteresované strany, vnitřní útvary).
- r) Externí hodnocení

Takto formulovaný projektový úkol a jeho jednotlivé kroky by mělo vedení organizace odsouhlasit.

6.2.2 Realizace projektového záměru

Stanovení cílů projektu a výstupů

Stěžejním cílem bude zcela určitě integrace Firemního dobrovolnictví do kultury organizace. To není lehký úkol. Jde o změnu myšlení nejen vedení a prakticky všech zaměstnanců organizace, ale i o změnu pohledu zainteresovaných stran na organizaci.

Rozhodující úlohu ovšem musí sehrát vedení, jehož úkoly lze shrnout do několika bodů:

- zavést požadavky udržitelného rozvoje do praxe;
- definovat nově misi, vizi a hodnoty, tomu přizpůsobit strategii;
- zapojovat zaměstnance do dialogu, vzbudit jejich zájem o organizaci a její nově definované hodnoty, vybudovat vzájemnou důvěru;

- cíleně podporovat spolupráci s místním společenstvím, nevládními organizacemi, s dodavateli a odběrateli, spotřebiteli.

Stanovení časového rámce, milníků (kontrolních bodů)

Jde o důležité rozhodnutí, projektování by nemělo být unáhlené, ale ani ne příliš dlouhé.

Formulace požadavků na zdroje

Přidělení zdrojů by mělo být zvaženo jak pro současné, tak i pro budoucí potřeby organizace. Při přidělování potřebných zdrojů by organizace měla stanovit postup sledování přínosů, stejně jako nákladů na činnosti vztahující se ke společenské odpovědnosti.

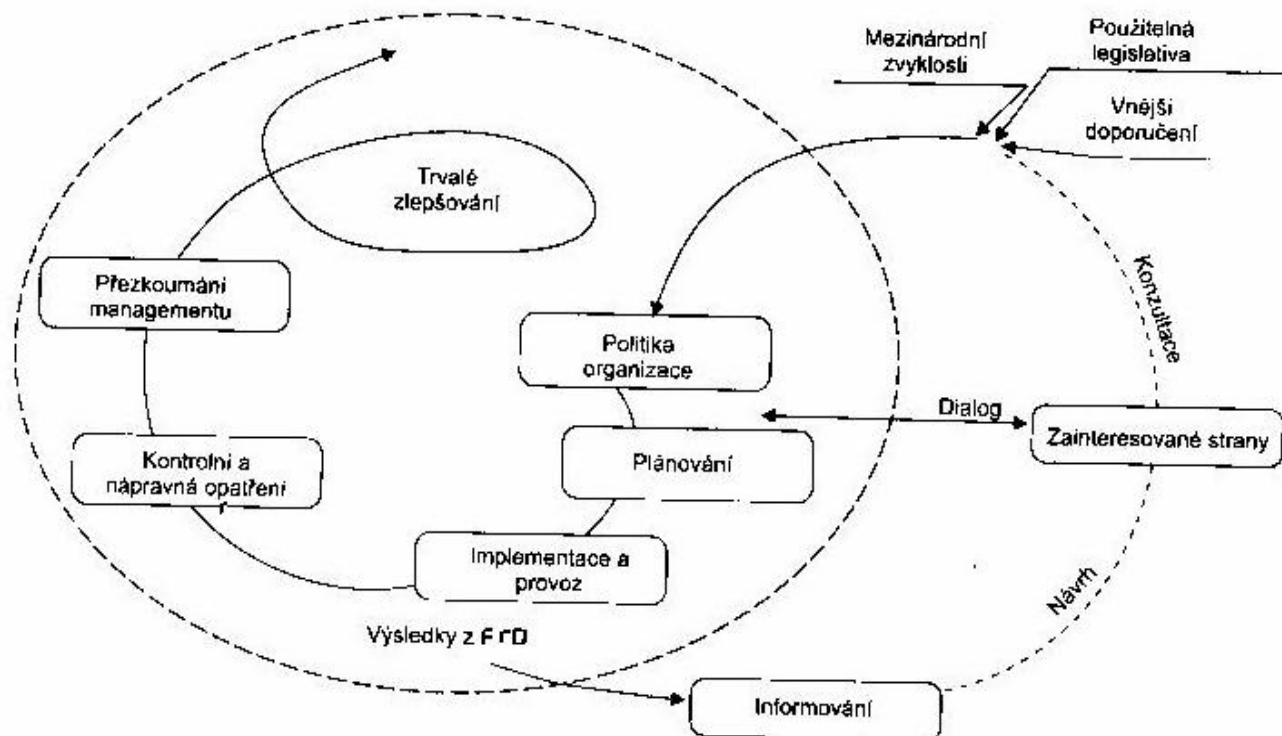
Školení zaměstnanců

Součástí projektu by měl být i projekt vzdělávání a informování zaměstnanců. Nejde pouze o informování – mělo by jít především o nalezení vhodné formy motivování pracovníků a nalezení „společné řeči“ při prosazování zásad udržitelnosti.

Komunikace

Při vytváření komunikačních programů by měla organizace zohlednit svůj charakter a velikost, významné aspekty pro společenskou odpovědnost a charakter a potřeby zainteresovaných stran.

Komunikace by měla být otevřená jak vně organizací tak i směrem dovnitř viz. obr. 1



Postupy sběru a shromažďování dat

Projekt by měl jasně stanovit, kdy, jak a kde data získávat a shromažďovat (externí, interní). Metody sběru dat by měly být vytvořeny tak, aby se shromážděná data stala (i do budoucna) podkladem pro trvalé zlepšování. Osobě významného manažera a cyklu změn se věnuje v příloze č.3. Všichni, od nichž budou požadována data, by měli být informováni o cílech projektu a potřebách informací a dat.

Určení silných stránek a námětů na zlepšování

V této stěžejní části provede tým CSR sebehodnocení. V rámci sebehodnocení jsou týmem provedeny hluboké analýzy pro každý stanovený cíl. Výstupem těchto analýz jsou silné stránky a náměty ke zlepšování. Tým navrhne jejich priority, podle kterých je vytvořen akční plán, východisko zlepšování. Výsledky realizace akčního plánu by měly být vyhodnoceny při příštím sebehodnocení. Toto je nosná osa zlepšování Firemního dobrovolnictví.

6.2.3 Fáze 3 – Zpráva o Firemním dobrovolnictví

Formulování konceptu první zprávy o Firemním dobrovolnictví

V této fázi projektu by měly být shromážděny všechny potřebné informace, rozděleny úkoly pro jednotlivé členy týmu CSR, vyškoleni pracovníci, realizovány cesty komunikace se zainteresovanými stranami, vytvořeno organizační zázemí. Koncept Zprávy o Firemním dobrovolnictví by měl především vycházet z těchto všech zjištění.

Psaní zprávy

Obsah zprávy:

- Základní údaje o organizaci: název, adresa, statutární zástupce (+ podpis), registrace, manažer CSR – jméno, spojení (telefon, fax, e-mail, internet)
- Představení organizace: místo působení, výrobní program, případně jiné činnosti.
- Mise, vize, strategie dlouhodobá, střednědobá.
- Přehled všech zainteresovaných stran.
- Držení certifikátů a ocenění.
- Bližší popis produktů.
- Výrobní a technologické faktory.
- Organizační faktory.
- Závazek k dodržení platné legislativy.
- Pravidla etického chování (etický kodex).

Praktická část

Cílem praktické části je zjistit, jaké rozdíly mezi občanským a firemním dobrovolnictvím vidí samotní účastníci dobrovolnických procesů (občanských i firemních). Při rozhodování, zda zvolit kvantitativní či kvalitativní metodu, jsem zvolila druhou možnost, a to z několika důvodů:

- a) „Kvalitativní výzkum se provádí nejčastěji jako intenzivní a dlouhý kontakt s terénem nebo životní situací¹³.“ A já v dobrovolnickém světě žiji už přes pět let. Přešla jsem od role dobrovolníka na druhou stranu a nyní se zaměřuji na management dobrovolnictví.
- b) „Otevřenost v kvalitativním výzkumu má charakter zvýšené vnímavosti a citlivosti, jak situace definují druzí a v umění přebírání jejich rolí.“¹⁴ „Výzkumník se sám stává účastníkem výzkumu a má možnost s dalšími účastníky sdílet zkušenosti, prožitky. Během výzkumu dochází ke vzájemnému ovlivňování účastníků“¹⁵
- c) „Osobní vztah s účastníky výzkumu je základním předpokladem úspěchu. Autentičnost vztahu patří mezi základní kritéria validity. Žádný výzkumník není bez předsudků a nezatížený svými zkušenostmi a osobní historií a s tímto faktem je třeba ve výzkumu počítat.“¹⁶
- d) „Kvantitativní výzkum je založen na ověřování platnosti teorií, konstruovaných pomocí konceptů a měřených čísel, analyzované vzápětí pomocí statistických procedur s cílem zjistit, zda prediktivní zobecnění teorie je pravdivé.“¹⁷ Touto cestou jsem se nechtěla ubírat.

Při srovnávání kvalitativního a kvantitativního výzkumu mi zkrátka ten kvalitativní přišel vhodnější k povaze dobrovolnictví.

Výběr tazatelů (výzkumného souboru) jsem provedla metodou záměrného výběru. Tato metoda je vůbec nejrozšířenější metodou výběru, s jakou se při aplikaci kvalitativního přístupu setkáváme. Cíleně jsem vyhledávala účastníky podle jejich vztahu k dobrovolnictví tak, abych zastoupila jak kategorii občanských dobrovolníků, tak i firemních. Zároveň jsem zohledňovala i jakou mám možnost se k těmto lidem dostat. Vzhledem k tomu, že jsem neměla ambice o vytvoření rozsáhlé studie a považuji svůj výzkum spíše za jednodušší, zvolila jsem metodu prostého záměrného výběru. K těm „správným“ lidem jsem se dostala na dvou konferencích a) „Senioři jako dobrovolníci – dobrovolníci seniorům, kterou pořádal Klub UNESCO ve spolupráci s organizací HESTIA, o.s.a konala se 11.-12. května 2009

¹³ Jan Hendl; Úvod do kvalitativního výzkumu, str. 32

¹⁴ Jan Hendl; Úvod do kvalitativního výzkumu, str. 32

¹⁵ Michal Miovský; Kvalitativní přístup a metody v psychologickém výzkumu; str.25

¹⁶ Michal Miovský; Kvalitativní přístup a metody v psychologickém výzkumu; str.26

¹⁷ Jan Hendl; Úvod do kvalitativního výzkumu, str. 13

v Kroměříži. a b) Developing Employee Volunteering A joint venture between volunteer organizations and companies; Strategies – Success Stories – Challenges, kterou pořádalo European volunteer centre 15 května 2009 v Praze. S některými tazateli jsem si domluvila individuální schůzku.

Jako metodu získávání kvalitativních dat jsem zvolila interview. Rozhovor byl veden vždy pouze s jedním respondentem. Na průběh rozhovoru mělo vliv, v jakém prostředí se setkání uskutečnilo. Pohovory na konferenci v Praze jsem posbírala o přestávkách v docela rušném prostředí, oproti tomu v Kroměříži proběhly rozhovory po skončení celého programu v neformální atmosféře, i když také v hlučném prostoru. Nejideálnější bylo prostředí na individuální schůzce. Rozhovory z konferencí měly své klady ve velké koncentraci vhodných respondentů. A podařilo se mi promluvit s lidmi, kteří by si na rozhovoru pro mou bakalářskou práci našli jen stěží čas.

Formou rozhovoru bylo polostandardizované interview. Měla jsem stanovený základ otázek, které jsem chtěla položit a počítala jsem s tím, že se v průběhu rozhovoru budu doptávat, nebo že se na něco budou ptát i tazatelé. Ve většině případů, ale k doptávání nedošlo. Využila jsem možnosti nedržet se striktně pořadí otázek ani jejich přesného znění, důraz jsem kladla na autentičnost situace a kontextu rozhovoru.

Rozhovory jsem zaznamenávala na diktafon. Nahraný záznam jsem zpracovala metodou doslovné transkripce. Text jsem přenesla do spisovného jazyka a snažila jsem se o očištění větné skladby, upravila ho stylisticky. Bez těchto úprav by přepsaný text nedával po přečtení smysl.

7 Představení otázek

Protože jsem chtěla mluvit s různými skupinami lidí, bylo potřeba některé otázky upravit pro určitou skupinu. Jinak musela znít otázka pro dobrovolníka a jinak pro poskytovatele nebo příjemce dobrovolnické činnosti. Všechny otázky jsou subjektivního charakteru, který má záměr zjistit, jaký názor na danou otázku má tazatel. Otázky, které jsem kladla nemají správnou a špatnou odpověď. Každá odpověď, míněná upřímně a pokud tazatel porozuměl položené otázce, byla správná.

1. Jaký je dle vašeho názoru rozdíl mezi občanským a firemním dobrovolnictvím?

- Protože nejsou standardy a pevné vymezení obou termínů, nezbývalo než se ptát na názor zainteresovaných lidí. Otázka byla stejná pro zástupce z firem nebo neziskového sektoru či státní správy. Tato otázka koresponduje s výzkumnou otázkou číslo jedna: Liší se firemní dobrovolnictví od občanského?

2. Je třeba vymežit a definovat firemní dobrovolnictví? Pokud ano, proč?

- Touto otázkou jsem chtěla poznat názor zainteresovaných lidí, jestli by jim pomohla výrazná změna současného stavu. Otázka koresponduje s výzkumnou otázkou číslo tři: Chybí ve firemním dobrovolnictví vymezená terminologie?

3. Vykonáváte vy sám dobrovolnou činnost (firemní x občanskou)? popř. jak dlouho a co vás k tomu přivedlo?

- Záměrem bylo zjistit zkušenosti dotazovaného s dobrovolnictvím. Lépe to tak objasní postoj dotazovaného k dobrovolnictví. Otázka byla stejná pro všechny dotazované. Tato otázka není přímo spojena s žádnou výzkumnou otázkou. Přesto je důležitá a dokresluje celý obraz dotazovaného.

4. a) Je pro vaši organizaci přínosnější firemní či občanský dobrovolník? A proč?

4. b) Jak prospívá vaší firmě, že její zaměstnanci jsou firemně odpovědní?

- Otázka č.4 zaměřená na motivaci. Musela být modifikována pro různé skupiny dotazovaných a pro dotazované ze státní správy se nehodila vůbec. Úkolem otázky bylo zjistit, proč se rozhodli pro vykonávání dobrovolnické činnosti nebo proč se rozhodli přijímat firemního/občanského dobrovolníka. Otázka číslo 4a je spojena s výzkumnou otázkou číslo dvě: Pociťuje příjemce dobrovolnictví, zda pomoc poskytuje firemní či občanský dobrovolník? Otázka 4b není přímo spojena s výzkumnými otázkami, přesto zde má své místo.

5. Jakou vidíte budoucnost občanského dobrovolnictví a firemního dobrovolnictví.

- Zde byl záměr zjistit vyhlídky dobrovolnictví z pohledu dotazovaného.

8 Představení výzkumného souboru

Vybraní lidé byli z řad komerčních firem, kteří poskytují své zaměstnance, zástupci neziskových organizací, které naopak dobrovolníky přijímají nebo servisní organizace, které zajišťují kontakt mezi neziskovou a komerční sférou. Důležitou součástí dobrovolnictví je pohled ze strany zákonodárných orgánů, státní a veřejné správy.

8.1 PhDr. Ludmila Vostřáková

Ředitelka odboru zdravotně sociálních služeb Ministerstva zdravotnictví. Účastní se rozhodování o přidělování grantů na zdravotně sociální služby, v které se ucházejí i dobrovolné organizace. V dobrovolnické oblasti se velmi dobře orientuje. Zúčastnila se například pracovní skupiny, která vybírala dobrovolníky, jimž byla udělena cena Křesadlo za rok 2009. Rozhovor byl pořázen na konferenci k dobrovolnictví seniorů v Kroměříži.

8.2 Ing. Karel Pelán

Ředitel pro rozvoj ve firmě Sodexo.

Firma Sodexo dva roky realizovala program firemního dobrovolnictví. Jejich program S.T.O.P. hunger je součástí nadnárodní strategie firmy a v České republice je jejich pozornost zaměřena na lidi žijící v léčebnách dlouhodobě nemocných a v domovech pro seniory. Rozhovor byl pořázen na konferenci v Kroměříži věnované dobrovolnictví seniorů.

8.3 Mgr. Radek Jiránek

Vedoucí oddělení preventivních programů a dobrovolnické služby na ministerstvu vnitra.

Byl důležitou osobou při tvorbě zákona o dobrovolnické službě a prosazuje se o novelizaci tohoto zákona. Jeho role není jen ve vymýšlení zákona, ale pořádá také semináře k implementaci dobrovolnictví. Rozhovor byl veden na konferenci k dobrovolnictví seniorů a pro seniory v Kroměříži.

8.4 Ing. Monika Straková

Fundraising a koordinátor dobrovolníků Domova sv. Karla Boromejského. Domov sv. Karla Boromejského přijímá jak dobrovolníky občanské, tak firemní dobrovolníky, proto byl ideálním zástupcem organizace, ve které dobrovolníci působí, protože má srovnání a zkušenosti s oběma skupinami. Na rozhovor jsme si museli domluvit individuální termín.

8.5 Mgr. Lenka Černá

Ředitelka Dobrovolnického centra Ústí nad Labem. Dobrovolnické centrum je servisní organizací, kromě svých dobrovolnických programů zprostředkovává dobrovolníky pro neziskové organizace jak z řad občanů tak i firemní dobrovolníky. Rozhovor byl sebrán na konferenci v Praze.

8.6 Ing. Jitka Chocová

Manažer společenské odpovědnosti firem v T-mobile. Firma T-mobile má svůj program firemního dobrovolnictví. Rozhovor byl proveden na konferenci k firemnímu dobrovolnictví v Praze.

8.7 Ing. Přemysl Filip, MSc.

Senior manažer společenské odpovědnosti Vodafone. Firma Vodafone ČR spolupracuje od roku 2008 s organizací HESTIA, o.s. na programu Den pro neziskovku (jedná se o firemní dobrovolnictví). Rozhovor byl veden v pražské konferenci k firemnímu dobrovolnictví.

9 Postupy analýzy

Pro sumarizaci rozhovorů jsem zvolila několik postupů. Nejprve jsem zvolila metodu vytváření trsů, abych seskupila a konceptualizovala výroky. Jednotícím prvkem byla shodná oblast odpovědí, tím jsem se snažila o obecnější jednotku. Tyto obecnější jednotky jsem se snažila převrátit a sledovala jsem, zda se takový názor neobjevil v odpovědích respondentů (metoda kontrastů a srovnávání). Snažila jsem se nenechat zapadnout i jednotlivé názory (metoda prostého výčtu). Tímto způsobem jsem ze sesbíraných rozhovorů složila vždy jednu odpověď. Kurzívou jsem doplnila své poznámky a komentáře.

10 Průběhy jednotlivých rozhovorů

10.1 PhDr. Ludmila Vostráková

Jaký je dle vašeho názoru rozdíl mezi občanským a firemním dobrovolnictvím?

Já si myslím, že ve výsledku se obě formy spojí. Firemní dobrovolnictví vás popostrčí. Ukáže vám cestu. Nabídne dobrovolnictví lidem, kteří by sami od sebe dobrovolníkem nebyli.

K občanskému dobrovolnictví je zapotřebí velmi silná motivace. Dobrovolnictví chybí reklama. Pokud vás nevede vlastní motivace, či nepotkáte něco nebo někoho, kdo vás osloví, tak se vůbec nemusíte s fenoménem dobrovolnictvím setkat.

Dobrovolnictví je oboustranně prospěšné – jak dobrovolníkům samotným, tak těm kteří pomoc přijímají. Člověk osobně získá zkušenost.

Je třeba vymezit a definovat firemní dobrovolnictví? Pokud ano, proč?

Určitě pomůže ukázat firemní dobrovolnictví na konkrétních příbězích. To vidím jako jedinou cestu, jak dostat firemní dobrovolnictví do povědomí širší veřejnosti.

Vykonáváte vy sama dobrovolnou činnost (firemní x občanskou)? popř. jak dlouho a co vás k tomu přivedlo?

Pracovní vytížení a rodinná situace mi nedovolují věnovat se dobrovolnictví. Kdyby tomu bylo jinak, bezpochyby bych byla vzorným dobrovolníkem.

Jakou vidíte budoucnost dobrovolnictví (firemního i občanského)?

Přála bych mnohem větší prostor firemnímu dobrovolnictví, protože nadnárodní celky se budou rozšiřovat a FD je důležité už jen pro popularizování dobrovolnictví. Je to ukázka, co může dobrovolník dělat. Český člověk potřebuje vědět, že co dělá, má smysl a je důležité.

10.2 Ing. Karel Pelán

Jaký je dle vašeho názoru rozdíl mezi občanským a firemním dobrovolnictvím?

To je složitá otázka. Záleží na úhlu pohledu, a protože se věnujeme firemnímu dobrovolnictví, vím o něm více. Nemám srovnání s občanským dobrovolnictvím. Pro naši firmu je firemní dobrovolnictví její zajímavá součást. Každá dobrá firma vyžaduje od svých zaměstnanců stále lepší výkony, lepší komunikaci, inovativní přístupy. Zkrátka každá firma by měla stát o angažované a spokojené lidi. My děláme každé dva roky výzkum a sledujeme spokojenost našich lidí. A tyto výzkumy nám ukazují jak jsou naši zaměstnanci spokojeni. Člověk může být spokojený a taky nemusí nic dělat. Takováto spokojenost je samozřejmě nežádoucí. Náš člověk by měl být spokojený, motivovaný a pak také angažovaný. A my jako vedení jsme tvrdě hodnoceni za to, jestli se nám mění a zvyšuje angažovanost našich lidí. Takže hlídají se nejen tvrdé ekonomické výsledky, ale i takovéto měkké dovednosti (soft-skills pozn.) jako je třeba skutečnost, zda chtějí zaměstnanci za firmu „dýchat“. Aktivita firemního dobrovolnictví přispějí k tomu, že její lidé jsou více součástí firmy. Lidé si řeknou: „Když pro mě firma připraví tyto dobré věci a já to dělám s ní, jsem její součástí.“

Dobrovolnictví je nejelegantnější, nejpřirozenější forma, jak docílit spolupráce mezi zaměstnanci. Vy těm lidem dáte šanci, aby konali dobro. Nestojí vás to tolik peněz jako uměle vytvořené soutěže a hry, ti lidé z toho mají dobrý pocit a efekt to má úplně stejný. Lidi se stmelí a dělají akci, která je ještě propojí a možná ještě víc emocionálně obohatí, než kdyby se „projeli“ na raftech. Mezinárodní firmy, které jsou o dost napřed, toto pochopily už dříve, a proto hodně využívají firemního dobrovolnictví místo teambuildingových aktivit.

A k čemu je to firmě dobré, že se jí zaměstnanci stmelí a začnou si povídat o zážitcích, které spolu zažili?

To, co velké firmy sledují, je angažovanost lidí. Zjistilo se, že čím jsou lidé angažovanější, motivovanější pro práci, tím lépe se daří firmě.

Je třeba vymezit a definovat firemní dobrovolnictví? Pokud ano, proč?

Na začátku našeho firemního dobrovolnictví jsem měl velký strach. Naštěstí jsme nenarazili na žádný problém. Měl jsem obavy z hygienických předpisů během přípravy jídla (pozn. v projektu S.T.O.P.hunger zaměstnanci připravují a rozdávají klientům sociálních zařízení ovocné saláty). Zatím se naštěstí nic špatného nestalo. Hygienické předpisy a normy jsme až přeháněli a dělali jsme větší opatření, než bylo potřeba, aby se nestalo něco, co by

se obrátilo proti nám. Měli jsme partnera, který se v neziskové sféře pohybuje a vedl nás za ruku. Nešli jsme hlavou proti zdi a nezkoušeli jsme slepé uličky.

Vykonáváte vy sám dobrovolnou činnost (firemní x občanskou)? popř. jak dlouho a co vás k tomu přivedlo?

Zatím ne. Ve svém bydlišti jsem vyplňoval dotazník, co má vzniknout na volném prostranství. Hlasoval jsem pro vznik centra péče o seniory, přislíbil jsem že na to přispěji. Až tam takové středisko vznikne, budu tam chodit jako dobrovolník. Ale je to otázka více času.

Jakou vidíte budoucnost dobrovolnictví?

Tu nejlepší.

10.3 PhDr. Radek Jiránek

Jaký je dle vašeho názoru rozdíl mezi občanským a firemním dobrovolnictvím?

Když to vezmu z hlediska zákona o dobrovolné službě, tak firemní dobrovolnictví pod tento zákon nespadá (pozn. Vysílající organizace může být pouze nestátní nezisková organizace), a proto z hlediska zákona o dobrovolnické službě je to nezajímavá věc. Firemní dobrovolnictví bez zřetele na zmiňovaný zákon by mělo moji větší podporu, kdyby firma věnovala víc než jeden den v roce za svého zaměstnance. Jsem pro to, aby neziskový sektor vstoupil do firmy, udělal tam přednášku, výcvik, kurz, ukázal možnosti, co všechno se dá dělat. Na oplátku by firma věnovala neziskové organizaci své zaměstnance ne na jeden den v roce, ale třeba jeden den v týdnu, nebo jiný viditelný kus pracovní doby vzhledem k celému roku, aby se mohli realizovat.

Ale kdybych se k tomu mohl vyjádřit z hlediska mimo zmiňovaný zákon, nebo pokud projde nový zákon o dobrovolnické službě, který se připravuje, tak nejsem zastáncem formy, kdy firma dovolí jeden den v roce svým zaměstnancům něco udělat pro blaho jiných – to si myslím, že je strašně triviální až jednoduché a nijak bych se tím nechlubil.

Zároveň bych se vůbec nebránil, kdyby firmy (a to je úplně mimo duch zákona o dobrovolné službě) pomohly komukoliv, fyzické osobě, nevládní organizaci, obci, z toho pohledu, co umí (účetnictví, komunikace, poradenství všeho druhu aj.) Vůbec bych se nebránil, kdyby

se firmy zapojily svou odborností, ale ne aby to byl jeden den v roce na nějaké „kaširované“ akci, která je posléze vyvěšená na internetu nebo je zapsaná do portfolia dané firmy.

Zákon klade firemnímu dobrovolnictví velké limity: dobrovolnosti (v častých případech by se dalo o motivaci lidí k dobrovolnictví spekulovat) bezplatnost (většinou zaměstnancům „běží“ při dobrovolné aktivitě mzda, proto o bezplatnosti nemůže být řeč).

Firemní dobrovolnictví a legislativa ?

Za stávajícího právního stavu by si firma musela najít partnera v neziskovém sektoru a ten by musel mít akreditaci od Ministerstva vnitra, to samozřejmě není problém a pro firmu je další příležitost, jak se propojit s neziskovou sférou (příležitost nejen utužit pracovní kolektiv vlastní firmy, ale i příležitost k navázání spolupráce s neziskovou organizací) .

Když se podíváme hodně dopředu s trochou fantazie, kdo ví, jak dopadnou plány s novým zákonem o dobrovolné službě. Potom by dobrovolnictví mělo být hodně otevřené. Zákon by měl dvě velké části: 1) část volná – kde by firma mohla organizovat dobrovolnictví, legálně nazývat své zaměstnance dobrovolníky, mohla by vysílat své zaměstnance kamkoliv, ale opět by tam musela být podmínka bezplatnosti. 2) část akreditovaná (dosavadní situace – vysílající NNO) . Stále se pohybujeme na tom tenkém ledě, kdy firma stojí před situací – uvolním člověka a plat mu „běží“ nebo uvolním člověka a plat mu v tu dobu „nenaskakuje“ – to je dle mého názoru základní rozdíl.

Jste sám dobrovolníkem?

Dobrovolníkem podle zákona o dobrovolnické službě (dobrovolníkem v akreditovaném programu) nejsem – nemám žádnou smlouvu, nedocházím nikam pravidelně, nebyl jsem proškolen a nejsem pojištěn. Vyrůstal jsem v prostředí malého města, kde jsem co čtrnáct dní byl dobrovolníkem v různých organizacích, tu jsem pomáhal hasičům nebo tělovýchovné jednotě, tu červenému kříži nebo jsem pomáhal organizovat dětské dny na jednorázových nebo komunitních aktivitách. Tyto akce „Z“, které po roce osmdesát devět přestaly mít pejorativní nádech, kde stále bylo potřeba udělat spoustu věcí – opravit kapličku, upravit zeleň v parku, úprava hřiště a podobné aktivity, které posléze slouží všem – tak takovýto neorganizovaný dobrovolníkem jsem stále (dobrovolník v záloze). Jeden gerontolog řekl, že lidé se dělí na dvě kategorie a) lidé do 60 let nemají čas a b) ti starší už se cítí zbyteční, tak já jsem v té kategorii „nemám čas“.

Jak vidíte budoucnost dobrovolnictví?

Jsem optimista až naivní člověk, vidím budoucnost dobrovolnictví velmi dobře. Kdyby se povedl uvést v život nový zákon o dobrovolné službě, tak tomu jediné pomůže. To, co se tady

událo od roku 2003 (pozn.vstoupil v platnost zákon o dobrovolné službě) do letošního roku, je opravdu profesionalizace dobrovolnictví neziskového sektoru, povědomí o dobrovolnictví alespoň v určité úrovni neziskového sektoru a veřejné správy je slušná, nyní k tomu přispívá i veřejná služba – to, že dochází až k zaměňování s tímto termínem, mě na jednu stranu mrzí, ale na druhou pomáhá šířit pozitivní atmosféru.

Co se týká budoucnosti firemního dobrovolnictví – pomalu začínám věřit tomu, co stále slyším na přednáškách a prezentacích různých dobrovolnických programů. Současná situace – hospodářská krize, stárnutí populace - bude nahrávat firemnímu dobrovolnictví, protože se budou více hledat nové možnosti využití lidského potenciálu. Myslím, že každý je něčím užitečný – jde spíše o přenastavení optiky, není užitečný jen ten, který vydělává peníze a je za ním nějaká hodnota. Dobrovolnictví fandím.

10.4 Ing.Monika Straková

Jaký je podle vás rozdíl mezi firemním a občanským dobrovolnictvím?

Ze své zkušenosti tady z „domova“ vím, že občanský dobrovolník se přihlásí a chce se stát dobrovolníkem z nějakého vnitřního popudu, sami si najdou informace o programu a možnostech dobrovolnictví a přijdou k nám většinou přes internetové stránky. Firemní dobrovolnictví u nás máme zprostředkované přes organizaci Fórum dárců, která je jejich vysílající organizací. U firemních dobrovolníků jsou jiné motivace, které je vedou k dobrovolnictví, je tu více faktorů než u dobrovolníka občana, protože to skýtá i příjemněji strávený pracovní den, než jsou lidé zvyklí. Neříkám, že lidé nechtějí konat dobro, to určitě také, ale navíc mají bonus, že den mohou strávit jinak než například v kanceláři. Navíc i relaxace a utužení týmu.

Je pro vás užitečnější firemní či občanský dobrovolník?

My to rozdělujeme, protože firemní dobrovolníci nedělají přímou práci s klienty, ale většinou je využíváme na práci vesměs manuálního charakteru. Nepřijdou popovídat si s klientem, ale přijdou jako parta a udělají kus práce – natírali podium, zahradnické práce a podobně. Naopak

občanský dobrovolník je tu právě kvůli té přímé práci s klientem. Obě skupiny nám jsou hodně užitečné, ale každou využíváme na jiný druh práce, která se nedá porovnat.

Uvažovala jste o vlastním dobrovolnictví?

Kdyby mi to časové a rodinné podmínky dovolily, určitě bych byla někde dobrovolníkem. Už jenom proto, že jsem sama nahlédla, jací lidé dělají dobrovolnictví a co je k tomu motivuje a co jim to přináší a vidím i velkou potřebnost dobrovolníků. Takhle vedu k dobrovolnictví aspoň své děti. Na druhou stranu, kdybych nepracovala v tomto zařízení a nestarala se sama o dobrovolníky, tak by mě třeba ani nenapadlo stát se dobrovolníkem.

Setkala jste se s problémem chybějící definice firemního dobrovolnictví nebo dokonce s nedostatkem legislativních podkladů?

Vzhledem k tomu, že spolupracujeme s Fórem dárců, které nám firemní dobrovolníky posílá, považuji to za dostatečně ošetřenou záležitost. K nám přijdou částečně proškolení a pojištění dobrovolníci.

Jakou má podle vás dobrovolnictví budoucnost?

Věřím, že dobrovolnictví s námi bude pořád. V poslední době se dobrovolnictví začalo více posouvat a stává se součástí běžného života. Firemní dobrovolnictví se také začalo více prohlubovat. V cizině je to samozřejmostí už delší dobu, ale Češi už si to začínají také připouštět a firemní dobrovolnictví se společně s pojmem společenská odpovědnost stává módní záležitostí a konkurenční prostředí firmy donutilo zabývat se touto problematikou.

10.5 Mgr. Lenka Černá

Jaký je rozdíl mezi občanským a firemním dobrovolnictvím?

Nabízí se rozlišení, že firemní dobrovolnictví působí v pracovním čase. Nevím podle jakého jednotného systému by se to rozdělení mělo ustanovit. Máme zatím jedinou dobrovolnickou zkušenost se zprostředkováním dobrovolné činnosti pro jednu firmu, vyhledali jsme vhodné místo pro realizaci firemních dobrovolníků a dbali jsme na to, aby firemní dobrovolníci přišli a udělali velký kus práce. To znamená nejen aby se dobrovolníci seberealizovali a bylo to pěkné, ale aby to bylo i efektivní.

Každá forma dobrovolnictví má svá specifika a firemní dobrovolnictví je jednou z forem dobrovolnictví, nehledala bych odlišnosti. Tak jako dobrovolníci v nemocnicích mají svá specifika, která jsou odlišná od dobrovolnictví na jiných místech.

Je to dle mého názoru i svobodné rozhodnutí dané firmy zabývat se pomocí komunitě a nebýt u toho „ztrátoví“.

Jste sama dobrovolníkem?

Jsem profesionálním koordinátorem dobrovolnictví. Pokud mohu nějaký čas věnovat, tak ho využiji k manažerování. Věnuji se mu určitě nad rámec pracovního úvazku, nad rámec finančního vyčíslení, ale je toto, co vidím jako smysluplné. Moje úloha je zmanažerovat to tak, aby to co nejvíc pomáhalo komunitě. Není pro mě efektivní věnovat se pouze jednotlivci. Než jsem se stala profesionálním koordinátorem, trénovala jsem volejbal – pokud to člověk cítí jako smysluplné, měl by se tomu věnovat. A já vidím potřebnost v činnosti, kterou právě dělám a v té formě a náplni.

Co dobrovolnictví přináší vaší organizaci?

Je to pro nás podstata, poslání. Když vysvětluji, co je podstatou naší organizace, tak říkám, že naším posláním je propojit dva světy – svět těch, kteří pomoci mohou, chtějí, dočasně se jim vytvořily možnosti, mají elán, čas, jsou v nějaké životní etapě, a propojit je se světem lidí, kteří pomoc potřebují a my jsme informační místo, kde se tyto dva světy setkávají a naším úkolem je propojit je tak, aby to bylo co možná nejefektivnější a nejužitečnější na obě strany.

Jakou vidíte budoucnost dobrovolnictví?

Já ji vidím velkou. Vzpomenu slov pana Špidly, když hovořil v roce 2001 na konferenci v Kroměříži a řekl, že on sám vidí za dvacet, třicet let dobrovolnictví jedním z pěti nástrojů jak udržovat populaci v aktivním životním tempu. Protože práce chtě nechtě ubývá a mění se i styl práce. Lidé mají kratší úvazky, nebo dva roky pracují, pak rok nepracují, pak zase dva roky pracují, mají, řekla bych, přerušovanou pracovní kariéru. A dobrovolnictví je velice účinným a levným nástrojem, jak udržovat schopnou populaci, která zrovna zaměstnaná není, v aktivním tempu, aby neztrácela sociální a společenské návyky, případně získávaly další nebo rozšiřovali své dosavadní vzdělávání, které jim umožní získat další perspektivní zaměstnání.

Takže tam já vidím šance obrovské. Samozřejmě evropský rok dobrovolníků je veliká šance, je otázkou, jak ho dokážeme jako Česká republika i jako evropská unie zužítkovat.

Před deseti lety jsme byli v ústeckém regionu jedinou organizací zabývající se dobrovolnictvím, teď je tam deset dalších velkých dobrovolnických organizací, které s dobrovolníky umějí a chtějí pracovat a vědí, jak je uplatnit. My musíme o každého dobrovolníka zabojet a musíme být lepší než ostatní – to znamená je pořád kam růst a jak se zlepšovat. Dobrovolnictví znamená být v trendu, být v přítomnosti, když se nám tohle bude dařit, tak si myslím, že uplatnění pro nás bude vždycky.

10.6 Ing. Jitka Chocová

Jaký je podle vás rozdíl mezi firemním a občanským dobrovolnictvím?

Já se obávám, že firemní dobrovolnictví je takové poloviční dobrovolnictví, že není úplně čisté. Lidé z firem nemůžou spoléhat na jiný program, než že budou platit lidem jejich dobrovolné aktivity, že je budou motivovat k nějaké charitativní činnosti ve volném čase. Je to dobrovolnictví na půl cesty – cesta k čirému dobrovolnictví.

Setkali jste se s legislativním problémem s dobrovolnictvím?

Ne nesetkali.

Co firemní dobrovolnictví přináší vaší firmě.

Zaměstnanci mají pocit, že se firma nechová jen komerčně, že dělá něco prospěšného a oni můžou tímto způsobem pomoci. Určitě firemní dobrovolnictví zvyšuje loajalitu zaměstnanců k firmě. My máme velmi pozitivní vazby od zaměstnanců, kromě pár případů, kdy zaměstnanci byli nespokojení s náplní práce – přišli si neužiteční, máme samé pozitivní ohlasy. Je to intuitivní, není to měřitelné hledisko.

Byla jste někdy dobrovolník?

Zapojovala jsem se nárazově při realizaci letních táborů.

Jakou vidíte budoucnost dobrovolnictví.

Růžovou, jak jinak. Jsou lidé, které dobrovolnictví neosloví, ale kdo chce, tak se zapojí.

10.7 Ing. Přemysl FILIP, MSc.

Jaký je podle vás rozdíl mezi firemním a občanským dobrovolnictvím?

Myslím si, že hlavním rozdílem je možná organizovanost. V individuálním dobrovolnictví člověk musí vyvinout maximální aktivitu a musí být maximálně motivován, aby realizoval toto dobrovolnictví, protože je to „jeho“. Firemní dobrovolnictví, pokud má fungovat, tak je to o tom, že se snažíme odstranit co nejvíce možných bariér, to znamená, že se snažíme co nejvíce předpřipravit dané aktivity, vymyslet systém, zajistit pojištění, aby se nebáli, informovat lidi o daných možnostech – jinými slovy ten člověk, pokud chce, tak dostane aktivitu připravenou na stříbrném podnose – má daleko jednodušší volbu.

Pokud bych se zamýšlel dál, jde o zacílení aktivit. U občanského dobrovolnictví jde většinou o dlouhodobé aktivity, u firemního jde většinou o krátkodobé akce, ze kterých se občas rekrutují dlouhodobější dobrovolníci. To znamená, že i charakter akcí je odlišný u těch dlouhodobějších. Jde většinou i o využití specifického know-how toho člověka nebo talentu nebo zkušeností, u krátkodobých akcí si ti lidé jdou většinou odpočinout od práce, „vyčistit hlavu“.

Setkal jste se někdy s problémem, že dobrovolnictví není jasně definováno a nepamatuje na něj ani zákon o dobrovolné službě?

Nemyslím si, že by definice firemního dobrovolnictví dramaticky pomohla uvést ho v život. Ale jednotné pojmenování a vymezení může napomoci rozjet celý systém.

Nevím, zda je náš dosavadní systém – bez pevného legislativního zakotvení – správný, ale byli jsme ujištěni našimi experty, že můžeme využívat systém placeného volna.

Vy sám jste dobrovolníkem?

To by bylo špatné, kdybych vůbec nic v tomto směru nedělal. Mám s dobrovolnictvím zkušenosti už z dob studentských let a doprovází mě stále ve všech firmách, kde jsem působil. Vždy jsem si to nadefinoval a přizpůsobil svému zaměstnání a stylu života, aby mi to vyhovovalo a aby to mělo smysl a podle dosavadních zkušeností, které jsem nabral.

Co konkrétně vaší firmě přináší, že má firemní dobrovolníky?

U nás je to především o tom, že sami lidi o to mají zájem, takže v podstatě při vzniku dobrovolného programu paralelně vznikaly otázky, zda už firemní dobrovolnictví existuje, zda a v jaké formě jej mohou využívat. Bylo to samozřejmě i vyslyšení firmy shora a plynulé naskočení na vlnu, která vzniká – vyjít zaměstnancům vstříc, motivovat zaměstnance k firemnímu dobrovolnictví, protože je to jedním z motivačních faktorů v okamžiku, kdy pracují pro firmu, která ukazuje, že má zájem o své okolí a dává své know-how, své zaměstnance, čas, peníze ku prospěchu svému okolí. Samozřejmě je to čest, hrdost, to znamená emoční záležitost zaměstnanců, zvyšování loajality, retence zaměstnanců. Přispívá to k tomu, že lidé jsou svázáni s firmou, reprezentují ji, je to dalším komunikačním kanálem s okolím. V okamžiku, kdy se zaměstnanec chová slušně, pracuje dobře, tak je to pro firmu jenom plus. Na druhou stranu si neziskovka může říct: „to není jen ta značka, která prodává telefony na Václaváku, ale jsou to lidé z masa a kostí, kteří někde s něčím pomůžou. A samozřejmě je to součástí celého kontextu odpovědnosti firem jako takové tzn. další kousek skládačky. Není to tedy jen charitativní organizace, která někam posune finance, není to jen zelená firma, která chrání životní prostředí, ale je to o tom, že má v těchto oblastech více aktivit, že si vydefinuje a zhodnotí jaké jsou její možnosti a schopnosti a v místě, kde se tato strategie shoduje s tím, co by chtěli dělat její zaměstnanci. Děláme férový marketing, máme závazky v oblasti snižování emisí, děláme dobrovolnictví, máme nadaci, prostě jsou to aktivity, které jsou průřezové a doplňují naše portfolio. Bylo by strašně hloupé a omezené, mít „jenom“ nadaci a dobrovolnictví a nedělat nic dalšího k tomu. Odpovědností firmy

to můžeme nazývat, až když to je dlouhodobé a vychází to z filozofie firmy a není to jen marketingový trik.

Jaká je podle vás budoucnost dobrovolnictví?

Budoucnost dobrovolnictví vidím realisticky (po zkušenostech, které máme s firemním dobrovolnictvím za uplynulý rok, dva). Teď jsem měl například v průběhu týdne několik telefonátů s neziskovými organizacemi, a tak jsem z toho rozpačitý. Zkontaktoval jsem se s člověkem v neziskovce, kterému jsem nabídl naše zaměstnance co by dobrovolníky a ten mě odmítl s tím, že firemní dobrovolníky jejich organizace nevyužije, že mají dost jiných nabídek. Nedalo mi to, a když jsem dostal kontakt na osobu, která zodpovídá za danou organizaci, tak ten mi původní tvrzení vyvrátil a z firemních dobrovolníků byl nadšen. Vše záleží na lidech, nic není jen černé nebo jen bílé. Pokud se firma snaží o firemní dobrovolnictví a pak je celé její snažení jen chápáno z pohledu jestli je to PR nebo je to něco víc, a přitom o propagaci to není. Firma pouze nabízí další možnost, ona se nevnucuje. Neziskové organizace její služby mohou využít. V okamžiku, kdy nebude nabídka a poptávka v rovnováze, tak to bude problém. My se můžeme snažit vytvářet možnosti a různá schémata, jak se zapojit, ale dostaneme se do určitého stropu, protože těch firem přibývá a neziskových organizací je sice spousta, ale ne všechny pracují s firmami (můžou mít spoustu důvodů, proč to tak je) a pak je to o tom, že sebevětší počet firem nepomůže počtu neziskových organizací jenom z toho důvodu, že tam nebude poptávka po dobrovolnících, ta nabídka může být, ale v okamžiku, kdy to bude převis nad poptávkou, tak je problém. V tomto směru jsem relativně skeptický, protože samozřejmě je to trend, spousta firem se snaží dělat dobrovolnické programy. A tady není neomezené množství neziskových organizací ne ve smyslu počtu, ale ve smyslu ochoty a schopností něco zorganizovat, ve smyslu myslet za práh svého domu. Myslím si, že se v brzké době naplní limit a firmy pojedou nějakým způsobem. Omezený počet lidí bude dobrovolničit a pokud se nenajde forma osvěty nebo pokud organizace nepochopí, že by měly reagovat na tuto nabídku, firmy se samozřejmě nebudou opakovaně „vnucovat“. Druhá věc je ochota dobrovolničit nebo dělat něco, protože výzkumy, které jsou dostupné, nebo které si můžeme udělat na vzorku našich zaměstnanců říkají, že lidí, kteří jsou ochotni „něco dělat“, může být tři, pět procent, v některých případech deset procent. Myslím si, že dál než k jedné pětině zaměstnanců ve firmě se to nemůže dostat- takže je zase limit deseti procent v průměru v tom ideálním horizontu, výjimky se dostanou na pětinu, ale dál už ne protože samozřejmě víc lidí nebude chtít dobrovolnictví ve firmě dělat – raději pošlou někam peníze – pokud vůbec, nebo zvolí jinou formu, nebo se vymluví, že mají rodinu,

že nemají čas, nebo cokoliv jiného. To jsou dvě věci, které to mohou limitovat. Pokud se najde někdo, kdo to odstraní – jsou to těžko odstranitelné věci, pak se to může posouvat někam dál. A to se bavím stále jen o interakci firma versus neziskový sektor, nebavím se vůbec o pobídkách v rámci legislativního rámce, o tom, že by do tohoto prostoru vstupoval státní subjekt, který by pomáhal, chtěl by to propagovat, který by v rámci informačních kampaní v rámci republiky o tomto tématu informoval. My můžeme spoustu věcí dělat interně ve firmě a samozřejmě má to dopad jen na omezený počet lidí ve firmě a už vůbec se to nemusí dostat k těm neziskovým organizacím.

11 Analýza získaných odpovědí

1. Jaký je dle vašeho názoru rozdíl mezi občanským a firemním dobrovolnictvím?

Firemní dobrovolnictví (FD) je pouhá ukázka dobrovolnictví. FD nabídne dobrovolnictví těm, kteří o existenci fenoménu dobrovolnictví zatím nemají ponětí. Je to dobrovolnictví na půl cesty – cesty k čistému dobrovolnictví, ke kterému může dojít, pokud aktivita bude probíhat dlouhodobě a s větší iniciativou samotného dobrovolníka. Na druhé straně FD je pro firmy laciná efektivní forma teambuildingu s podtextem dobrého skutku. FD je nejelegantnější, nejpřirozenější forma, jak docílit spolupráce mezi zaměstnanci. FD může skýtat i příjemně strávený pracovní den, při kterém si zaměstnanci mohou odpočinout od jejich tradiční pracovní náplně – „pročistí si hlavu“, relaxují při něm. Pokud je akce pro firemní dobrovolníky správně nastavená, odcházejí tito dobrovolníci po skončení aktivit s pocitem dobře odvedené práce. Z toho vyplývá, že z FD, pokud má správně fungovat, musí být odstraněno co nejvíc bariér, které by mohly zaměstnance od výkonu této činnosti odradit.

Zcela odlišný pohled na FD měl pan Jiránek, když se na FD díval přes Zákon o dobrovolné službě, FD tam zatím své místo nemá. A mimo tento zákon je ve většině případů do FD zapojeno minimum zaměstnanců a zpravidla na pouhý jeden den v roce, že je až směšné jakou publicitu tomu některé firmy věnují. Viděl by změnu k lepšímu, kdyby zaměstnancům v té době, kdy jsou zapojeni do FD nešel plat, ale nebylo třeba ani čerpat dovolenou, aby firma umožnila svým zaměstnancům působit klidně deset dní v roce či jiný viditelný kus pracovní doby pro blaho komunity (v podobě NNO jednotlivcům, státní správě či samosprávě ...).

Občanské dobrovolnictví klade na člověka mnohem větší nároky, co se týká motivace i samotné aktivity při hledání dobrovolné činnosti. O celou aktivitu se mu nepostará firma a nepřipraví vše, ale musí si vše zařídit sám .

Při rozhovorech se objevil i jeden názor, že FD je jednou z forem dobrovolnictví. A dvakrát se vyskytl názor /u paní Černé a paní Vostřákové/, že by nehledaly rozdíly, ale spíše společné rysy.

2. Je třeba vymezit a definovat firemní dobrovolnictví? Pokud ano, proč?

Tuto otázku bylo zapotřebí nejvíce vysvětlovat a velkou roli hrálo, „pro co“ by to mělo být potřeba? A zde jsem byla nejvíc překvapená z jednoznačné odpovědi.

Pro uvedení firemního dobrovolnictví v život by definice nijak dramaticky nepomohla. Jednotné pojmenování a vymezení může napomoci rozjet celý systém. Pro lepší propagaci a dostání FD do širšího povědomí společnosti by více pomohlo ukazovat konkrétní příběhy.

Pro bezproblémové zavedení a fungování FD se komerční firmy i neziskové organizace spoléhají více než na zákon na spojení se silnějším partnerem (ve většině případů na prostředníka mezi komerční a neziskovou sférou).

V případě, že bude přijat nový zákon o dobrovolné službě tak jak je nyní připravován, bude hodně otevřen i firemním dobrovolníkům (za určitých podmínek). *Ale na tento zákon si budeme muset ještě nějakou dobu počkat a ani po jeho přijetí nás nečeká jednotné nastavení systému FD.*

3. Vykonáváte vy sám dobrovolnou činnost (firemní x občanskou)? popř. jak dlouho a co vás k tomu přivedlo?

Všichni dotazovaní vědí o čem dobrovolnictví je a co to obnáší, jak z vlastní dobrovolnické zkušenosti, tak ze své pracovní pozice.

Pracovní vytížení dotazovaným brání věnovat se dobrovolnictví. *Pouze paní Černá se vyjádřila ve smyslu, že se věnuje managementu dobrovolnictví na profesionální úrovni a je to nejefektivnější způsob, jak se dobrovolnictví chce věnovat.*

4. a) Je pro vaši organizaci přínosnější firemní či občanský dobrovolník? A proč?

Organizace přijímající obě formy dobrovolníků se nedokázala přiklonit ani k jedné z variant. Obě skupiny jim jsou hodně užitečné, ale každou využívají na jiný druh práce, která se nedá porovnat.

4. b) Jak prospívá vaší firmě, že její zaměstnanci jsou firemně odpovědní?

To, co velké firmy sledují, je angažovanost lidí. Zjistilo se, že čím jsou lidé angažovanější, motivovanější pro práci, tím lépe se daří firmě. FD zvyšuje loajalitu zaměstnanců k firmě. Jsou vysledované pozitivní ohlasy od zaměstnanců, kromě pár případů, kdy zaměstnanci byli nespokojení s náplní práce – přišli si neužiteční. FD přináší dobré jméno značce, polidšťuje ji.

5. Jakou vidíte budoucnost občanského dobrovolnictví a firemního dobrovolnictví?

Dotazovaní vidí budoucnost v dobrovolnictví pozitivně a v nejjasnějších barvách.

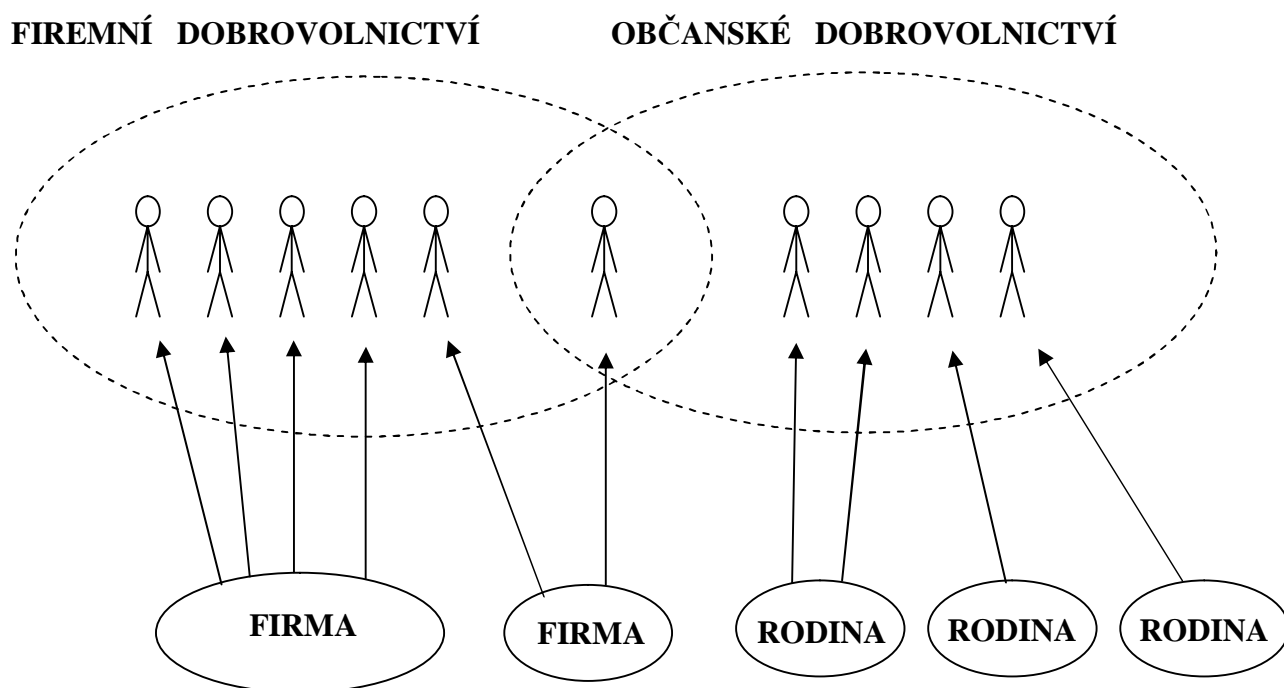
Větší prostor pro firemní dobrovolnictví má pozitivní význam pro popularizování samotného dobrovolnictví.

12 Souhrn a rozbor výzkumných otázek

Když se na odpovědi podíváme z úhlu pohledu výzkumných otázek, zjistíme zajímavé skutečnosti.

První výzkumná otázka byla: „**Liší se firemní dobrovolnictví od občanského?**“

Předpokládala jsem, že se dozvím něco v tom smyslu, že pokud je člověk firemním dobrovolníkem, nelze jeho chování nepovažovat i za občansky dobré a odpovědné a jeho pomoc má dopad i v občanské rovině. Můj předpoklad se plně nepotvrdil. Tazatelé se hodně soustředili na popis FD. Ve firemním dobrovolnictví je třeba správně motivovat vedení firmy. Pokud je firma k dobrovolnictví nakloněna, máme vyhráno, ale neméně důležité je celý proces vysvětlit též zaměstnancům a správně je motivovat pro výkon dobrovolnické činnosti. Na obrázku níže se v průniku občanského a firemního dobrovolnictví ukazuje ta část firemních dobrovolníků, kteří jsou dobrovolníky opravdovými – svou dobrovolnickou aktivitu vykonávají mimo pracovní dobu, dlouhodobě.



Druhá výzkumná otázka byla: „**Pocit'uje příjemce dobrovolnictví, zda pomoc poskytuje firemní či občanský dobrovolník?**“ I pro tuto otázku jsem měla předpokládaný výsledek. Pro příjemce je nejdůležitější, aby pomoc byla smysluplná a žádaná. Jaká je odpověď však záleží na tom, jak je celý projekt vymyšlen a nastaven. V ideálním případě příjemce dobrovolnické aktivity (klient) vůbec nemusí poznat, kdo mu pomáhá, zda člověk poslaný

z firmy nebo „obyčejný“ člověk z ulice. Organizace, která přijímá dobrovolníky, by měla vědět, co potřebuje. Podle toho najít správně motivované dobrovolníky. Pro organizaci je neefektivnější, když je dobrovolník dlouhodobě aktivní a po celou dobu motivovaný, proto je důležité se o svého dobrovolníka starat (v případě FD je zapotřebí ošetřovat firmu, ale také lidi, kteří do organizace docházejí pomáhat).

Třetí výzkumná otázka: **„Chybí ve firemním dobrovolnictví vymezená terminologie?“**

Jak už jsem psala výše, byly pro mě odpovědi na tuto otázku největším překvapením, protože jsem předpokládala, že stačí nastavit systém, vymezit terminologii a firemní dobrovolnictví se objeví v každé firmě a najde si svou neziskovku. Můj předpoklad byl značně naivní a příliš přímočarý. Tak jako občanská společnost se dívá na celé dobrovolnictví dost skepticky, s nedůvěrou, je s tím spojen i negativní pohled na firemní dobrovolnictví. Jednoznačná odpověď firemnímu dobrovolnictví nebo spíše těm, kteří jsou zapojeni do firemního dobrovolnictví (firmám i neziskovým organizacím) nepomůže jasné vymezení pojmů.

Dobrovolnictví celkově pomůže větší propagace. V tomto směru snad přinese zlepšení rok 2011 jako Evropský rok dobrovolnictví, na který se už teď Česká republika připravuje.

Závěr

Svou práci jsem věnovala pojmu dobrovolnictví. Záměrem bylo porovnat firemní dobrovolnictví s občanským dobrovolnictvím a nalézt společné rysy. Samozřejmě, že rozsah bakalářské práce mi nedovoloval doširoka se rozepsat. Práce by si zasloužila větší vzorek respondentů. Na práci je vidět, že ve zpracování kvalitativního výzkumu jsem nováčkem. Praktická část diplomové práce pro mě byla velkou výzvou. Bylo zajímavé provádět rozhovory, byla jsem ve výhodě, že se v oblasti dobrovolnictví pohybuji a mnohé respondenty jsem znala osobně nebo oni znali organizaci, ve které pracuji, a tak jsem pro ně byla důvěryhodným tazatelem. Novinkou pro mě bylo zpracovávat kvalitativní výzkum, a přestože jsem v některých chvílích zpracovávání rozhovoru zapochybovala o svých schopnostech coby tazatele, nelitovala jsem zvoleného typu výzkumu. A myslím si, že by to jinak ani nešlo. Se svými zkušenostmi získanými v průběhu psaní mé práce můžu říct, že bych určité fáze a zvolené postupy pozměnila. K pořizování rozhovorů bych kromě diktafonu použila i záznamový arch. Diktafon bych měla spíše jako pomocný záznamový prostředek, protože transkripce rozhovorů a následné „očišťování“ bylo dost náročné. Při rozhovorech jsem se více soustředila na prostředí, v kterém rozhovor probíhá, abych položila všechny otázky, aby dotazovaný správně porozuměl položené otázce, za jakými dalšími tazateli musím jít. Samotný průběh rozhovorů bych se proto snažila provádět v klidnějším prostředí. Při přepisování jsem zjistila pár drobností, na které jsem se měla a mohla v dané chvíli doptat, v době přepisu už ale pro mne bylo příliš náročné kontaktovat tazatele, vysvětlovat jim kontext jejich slov a můj doplňující dotaz, proto jsem se spokojila s danými odpověďmi. Aby výsledky výzkumu mohly mít větší váhu, musel by se výzkum rozšířit na více respondentů.

S blížícím se Evropským rokem dobrovolnictví sílí i jeho přípravy a zpracovávají se výsledky jednotlivých výzkumů, s těmito průzkumy se nechci porovnávat, protože většina z nich je zpracovávána profesionální agenturou. Ale chci tím poukázat, že zástupci organizací, které se zabývají dobrovolnictvím, jsou připraveni na diskusi a propagaci dobrovolnictví.

Přála bych si, aby dobrovolnictví bylo přirozenou součástí naší společnosti a to jak občanské tak i firemní.

13 Seznam zdrojů

13.1 Seznam literatury

- 1) TOŠNER, Jiří, SOZANSKÁ, Olga: *Dobrovolníci a metodika práce s nimi v organizacích*. 1. vyd. Praha: Portál 2002. ISBN 80-7178-514-8
- 2) kolektiv autorů: *Společenská odpovědnost organizací (CSR) – APLIKACE A HONOCENÍ* - 1. vyd. Praha: Národní informační středisko podpory kvality 2008. ISBN 978-80-02-01989-3
- 3) FRIČ, Pavel, a kol.: *Dárcovství a dobrovolnictví v České republice*[Výsledek výzkumu NROS a AGNES]. 1. vyd. Praha: AGNES, NROS 2001. ISBN 80-902633-7-2
- 4) BARTOŠOVÁ, Z. *Průvodce firemní filantropií*. Praha: Forum dárců, 2005. ISBN 80-902965-5-6
- 5) Jan Hendl; *Úvod do kvalitativního výzkumu*, Karolinum, Praha 1997 ISBN 80-7184-549-3
- 6) Michal Miovský; *Kvalitativní přístup a metody v psychologickém výzkumu*; Grada, Praha 2006 ISBN 80-247-1362-4

13.2 Seznam pramenů

- 1) Heslo sociální pedagogika zdroj Metodický portál WIKI RVP on-line
http://wiki.rvp.cz/Knihovna/1.Pedagogicky_lexikon/S/Soci%C3%A1ln%C3%AD_pedagogika
- 2) TOŠNER, J. (ed.) *Průvodce dobrovolnictvím pro neziskové organizace*. Praha: Hestia, 2003. Dostupné na <http://www.hest.cz/pruvodce.shtml>
- 3) Michaela Nešporová, *Firemní dobrovolnictví*, Slovník pojmů [off-line]
- 4) Článek M. Šedivý dostupný na <http://neziskovky.cz/cz/neziskovky-cz/30-dni/> ICN Marek Šedivý
- 5) Článek J.Tošner a V.Tutr; Zákon o dobrovolné službě je na světě dostupný na <http://nno.ecn.cz/index.stm?apc=nP1v9--&x=91854>
- 6) *Všeobecná deklarace lidských práv*; dostupná na: http://juristic.zcu.cz/dostal/docs/udhr_cz.htm
- 7) *Směrnice OECD pro nadnárodní organizace*; dostupná na: <http://www.oecd.org/dataoecd/61/37/38111122.pdf>

- 8) *Zelená kniha* – Podpora evropského rámce pro společnou odpovědnost organizace
http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/en/com/2001/com2001_0366en01.pdf
- 9) J. Popovičová; Dobrovolníci v neziskových organizacích, druhé přepracované vydání
z roku 2004

14 SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ

CSR Corporation social responsibility (společenská odpovědnost firem)

FrD, FD Firemní dobrovolnictví.

NNO Nestátní nezisková organizace.

Org. Organizace

o.s. Občanské sdružení

OSN Organizace spojených národů

SOF Společenská odpovědnost firem

Přílohy

SEZNAM PŘÍLOH:

1. Společenská odpovědnost firem
2. HESTIA, o.s.

PŘÍLOHA Č. 1

Společenská odpovědnost firem (SOF)

Ačkoliv se koncept SOF vyvíjí v Evropě minimálně od 70. let minulého století, není pro něj dosud jednotná definice. Je to pravděpodobně dáno i tím, že SOF nemá de facto konkrétní vymezující hranice a je založena na dobrovolnosti. Již od počátku vývoje odpovědného způsobu chování obchodních společností se začíná utvářet názor, že korporaci, která naplňuje pouze legislativní požadavky, nelze považovat za skutečně společensky odpovědnou. Je trendem, který apeluje na změnu orientace firem z krátkodobých cílů na dlouhodobé, z maximálního zisku na zisk optimální. Přesto plnění závazků deklarované jednotlivými společnostmi v zásadě nelze právně vynutit.

Z řady definic SOF zde uvedu alespoň ty nejznámější:

SOF dobrovolně integruje sociální a ekologické ohledy do podnikatelských činností firmy, a to ve spolupráci se zainteresovanými stranami podniku neboli stakeholdery. (Komise Evropských společenství – Zelená kniha – Podpora evropského rámce pro SOF, 2001)

SOF je způsob podnikání, který je v souladu s etickými, zákonnými, komerčními a společenskými očekáváními, případně jde nad jejich rámec (Nevládní organizace Business for Social Responsibility).

CSR je trvalý závazek podniků chovat se eticky a přispívat k ekonomickému růstu a zároveň se zasazovat o zlepšování kvality života zaměstnanců a jejich rodin, stejně jako místního společenství a společnosti jako celku (World Business Council for Sustainable Development, 1997)¹⁸

A.B. Carroll v roce 1979 navrhl definici SOF, která se skládá ze čtyř složek: odpovědnosti ekonomické, zákonné, etické a dobrovolné. Zároveň s touto definicí Carroll navrhl váhy jednotlivých složek: 4:3:2:1

„SOF je závazek těch, co rozhodují činit opatření, která povedou k ochraně a zlepšení blahobytu společnosti jako celku při uskutečňování svých vlastních zájmů“ (Keith Davis a Robert Blomstrom, 1966)¹⁹

SOF spočívá rámcově v tom, že daná společnost zná, řídí a zlepšuje své působení na ekonomiku, životní prostředí a na společnost. Lidé, jejichž zájmy s firmou souvisejí, například zákazníci, dodavatelé, zaměstnanci, investoři, neziskové organizace, místní komunita a další, od ní postupem času začnou takové chování očekávat. Jejich očekávání směřuje dál k tomu, že společnost jde nad rámec základních legislativních požadavků a vyhoví směrnícím a regulacím.²⁰

¹⁸ Společenská odpovědnost organizace; Aplikace a hodnocení

¹⁹ Když se bere CSR vážně

²⁰ 10 přínosů CSR str. 1

Společensky odpovědné firmy staví na první místo plnění legislativních požadavků a poté nad jejich rámec dobrovolně uplatňují odpovědné chování. Výsledkem je pozitivní vliv na společnost a zároveň prospěch a konkurenční výhody pro firmu.

CHARAKTERISTICKÉ RYSY CSR:

■ tři roviny aktivit²¹:

ekonomická činnost firmy

- kodex podnikatelského chování korporace, etický kodex
- transparentnost
- uplatňování principů dobrého řízení
- odmítnutí korupce
- vztahy s akcionáři
- chování k zákazníkům/spotřebitelům
- chování k dodavatelům
- chování k investorům

sociální rozvoj

- dialog se zainteresovanými skupinami
- zdraví a bezpečnost zaměstnanců
- rozvoj lidského kapitálu
- dodržování pracovních standardů, zákaz dětské práce
- vyváženost pracovního a osobního života zaměstnanců
- rovné příležitosti pro ženy a muže a ostatní znevýhodněné skupiny obecně
- rozmanitost na pracovišti – etnické minority, handicapovaní a starší lidé
- zajištění rekvalifikace propouštěných zaměstnanců pro jejich další uplatnění a jistota zaměstnání
- korporátní filantropie, sponzorství a dobrovolnictví
- angažmá v komunitě
- lidská práva

ochrana životního prostředí

- ekologická výroba, produkty a služby
- ekologická politika podniku
- snižování dopadů na životní prostředí, investice do nejlepších dostupných technologií

²¹ Pavel Franc, Jiří Nezhyba, Cornelia Heydenreich, Když se bere CSR vážně; dostupný na <http://www.responsibility.cz/index.php?id=328>

PŘÍLOHA č. 2

HESTIA, o.s.

Hestia je antická bohyně rodinného krbu a dobrých lidských vztahů, podle které byla v roce 1993 nazvána nadace pro rodinu, založená při pražské rodinné poradně. Připravovala semináře a kurzy pro sociální pracovníky a další pomáhající profese, vydávala adresáře sociálních služeb.

V roce 1998 se nadace změnila na občanské sdružení, díky fondům Georgie Sorose se začala věnovat managementu dobrovolnictví a založila organizační článek „HESTIA – Národní dobrovolnické centrum“.

HESTIA, o.s. „nastartovala“ v ČR řadu dobrovolnických projektů zaměřených na děti, mládež, pacienty seniory i nezaměstnané (mimo jiné její zakladatelé stojí za programem „Pět P“ – jehož předlohu převzaly z amerického programu Big Brother, Big Sister). Pomohla při založení dvaceti regionálních dobrovolnických center, připravila řadu metodik, vyjednala pojištění dobrovolníků u Hasičské vzájemné pojišťovny, pořádá vzdělávací a supervizní akce pro koordinátory dobrovolníků. Metodicky pomáhá více než padesáti organizacím sdruženým v Koalici dobrovolnických iniciativ.

V roce 2001, v mezinárodním roce dobrovolníků, se podílela na přípravě zákona o dobrovolnické službě jako prvním legislativním počinem českého státu, který uznává dobrovolnictví jako součást společnosti. Spolupracuje s řadou mezinárodních dobrovolnických organizací, každoročně pořádá národní i mezinárodní konference věnované dárcovství a dobrovolnictví v Kroměříži.

Jejími dobrovolnickými centry projde ročně několik stovek dobrovolníků do několika desítek pražských neziskových organizací. Každoročně předává primátor hl. města Prahy vybraným dobrovolníkům „Křesadlo – cenu pro obyčejné lidi, kteří dělají neobyčejné věci“. Cena Křesadlo prostřednictvím HESTIE, o.s. nachází cestu do dalších již více než deseti měst a regionů ČR.

Na jedné straně se věnuje těm velmi potřebným – nezaměstnaným, kterým dobrovolnictví pomáhá nalézt novou cestu do zaměstnání a na druhé straně spolupracujeme s několika komerčními firmami na filantropických programech a jejich společenské odpovědnosti (dárcovský program ETELA, Den pro neziskovku).

V posledních letech se rozšiřují naše aktivity zaměřené na pracovníky v sociálních službách. Proto jsme v roce 2005 založili druhý organizační článek „HESTIA – Metodické a vzdělávací centrum“. V jeho rámci se podílí na projektech celoživotního vzdělávání, systému kvality v sociálních službách a výzkumné činnosti v oblasti dobrovolnictví.

Činnost HESTIE, o.s. je stále zaměřena na původní cíl – dobré lidské vztahy. Dobrovolnictví učí lidi spolupracovat na základě dobré vůle, která vyžaduje dobrou vzájemnou komunikaci. To všechno jsou zároveň předpoklady pro kvalitu péče v sociálních a zdravotních službách a dalších pomáhajících profesích.