

Dárcovství a dobrovolnictví



Struktura přednášky

- Úkoly z minula
- Vymezení a definování filantropie
- Vývoj a podmínky rozvoje filantropie
- CSR= Corporate Social Responsibility



Právní formy v odvětví kultury dle NIPOS

		Hudební soubory 2015			
		celkem	zřizované MK, kraji obcemi a městy	zřizované spolky, obecně prospěšnými společnostmi a Českým rozhlasem	zřizované podnikatelskými subjekty a podnikateli
Počet hudebních souborů		44	11	24	9
Počet hudebních těles v nich		74	35	27	12
Počet koncertů celkem		3 186	1 744	1172	270
v tom	orchestru	583	211	274	98
	orchestru se sborem	59	17	34	8
	orchestru se sólistou	1 070	577	420	73
	orchestru se sborem a sólistou	308	174	133	1
	orchestru s komorním souborem	44	19	25	-
	sboru s orchestrem nebo jiným doprovodem	34	13	21	-
	sboru a capella	49	10	39	-
	solistů (recitály)	60	44	16	-
	komorních souborů	452	254	140	58
	ostatních	527	425	70	32
	Z celkového počtu koncertů koncerty ve vlastní režii		1 585	1 054	475
v tom	abonentní	573	364	197	12
	školní	308	224	84	-
	charitativní, benefiční, příležitostné, mimořádné	145	103	36	6
	kolonádní apod.	65	30	35	-
	ostatní	494	333	123	38
Koncerty spolupořádané		209	97	26	86
Veřejné generální zkoušky		81	74	7	-
Koncerty ve vlastní režii provedené hostujícími interprety		165	138	27	-
v tom	jednotlivé	98	80	18	-
	školní	30	24	6	-
	charitativní, benefiční, příležitostné, mimořádné	10	8	2	-
	kolonádní apod.	2	2	-	-
	ostatní	25	24	1	-
Koncerty spolupořádané		72	72	-	-
Veřejné generální zkoušky		-	-	-	-
Počet koncertů v zahraničí		519	189	299	31
Počet návštěvníků na koncertech ve vlastní režii		580 720	354 701	185 478	40 541
Procento návštěvnosti na koncertech ve vlastní režii		83,9	82,0	84,9	97,9

Situace dárcovství v ČR I.

Tab. Průměrný podíl financí z jednotlivých zdrojů ve vztahu k typu organizace

N=507, údaje v %	veřejné rozpočty	domácí nadace	zahraniční nadace	vlastní činnost	firemní dárci	členské příspěvky	oddílové příspěvky	individuální dary	jiné zdroje	CELKEM
volnočasové NNO	44	3	0	21	5	14	4	3	6	100
servisní NNO	53	6	1	17	7	2	0	7	5	100
advokační NNO	30	5	6	19	13	4	1	17	2	100
ostatní NNO	42	5	4	16	10	5	0	12	5	100
PRŮMĚR	47	5	2	18	7	7	1	7	5	100

Situace dárcovství v ČR II.

Tab. Agregovaný průměrný podíl financí z jednotlivých zdrojů ve vztahu k typu organizace

<i>N=507, údaje v %</i>	veřejné rozpočty	vlastní činnost	soukromé dary	jiné zdroje	CELKEM
volnočasové NNO	44	39	11	6	100
servisní NNO	53	19	21	5	100
advokační NNO	30	25	43	2	100
ostatní NNO	42	21	31	5	100
CELKEM	47	26	21	5	100

Rámcové srovnání indiv.dárcovství ČR vs.svět

Tab. 2 Podíl občanů, kteří v roce 2017 darovali peníze na charitu nějaké občanské organizaci za poslední měsíc –srovnání vybraných evropských zemí

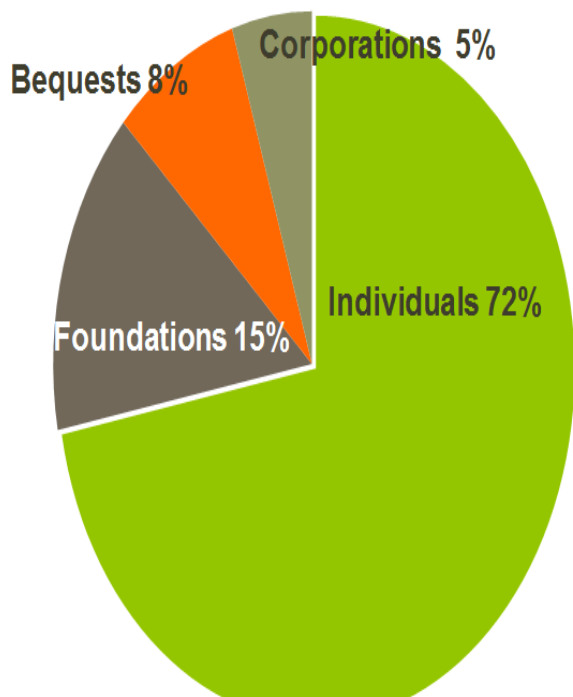
%	2017
Velká Británie	64
Nizozemsko	64
Švédsko	55
Německo	55
Dánsko	54
Luxembursko	48
Rakousko	48
Finsko	37
Belgie	34
Španělsko	33
Slovinsko	32
Itálie	30
Francie	30
Chorvatsko	28
Rumunsko	24
Estonsko	22
Lotyšsko	20
Česká republika	18
Portugalsko	14
Řecko	10

Zdroj: WGI, Gallup's World View World Poll, N=1000 per country.

USA

USA Total Giving 2016 | **\$390.05 Billion** (up \$10.53 billion from '15)

Sources of Philanthropy



- Individuals
- Foundations
- Bequests
- Corporations

ČR

- Veřejné zdroje: 47 %
- Vlastní příjmy : 26 %
- Jednotlivci: 21 %
- Jiné zdroje: 5 %

Možné důvody:

- Liberální tradice angloamerického světa vs. kontinentální tradice sociálního státu
- Daňová legislativa a daňové zatížení
- Kostelní sbírky v ČR (není povinnost je evidovat)....

Co je to filantropie?

- **filos-** milující +
anthropos - člověk
- je to tedy **láska k
člověku**, lidumilnost
- souhrn činností a chování,
které vedou k **vědomé
podpoře druhých osob**
(jednotlivců, skupin,
organizací)



Definice filantropie

- ***Filantropie je mechanismus, skrze něhož lidé vyjadřují své humánní impulsy a potvrzují svoje členství ve společnosti*** (Theresa Llyod)
- ***Filantropie zahrnuje dary nebo poskytnutí peněz na různé hodnotné dobročinné účely*** (Wikipedia)
- ***Filantropie se odkazuje na využívání osobního bohatství a schopností ve prospěch specifických veřejných účelů*** (Anhaier)
- **Dobrovolné dávání za účelem podpory činností, které vedou k vědomé podpoře třetích osob (jednotlivců, skupin, organizací) bez nároku na finanční odměnu.**

Doplňte sami
dle definice.....

- Kdo dává:
- Co dává:
- Komu dává:
- Na co dává:
- Za jakých
podmínek dává:



George Soros



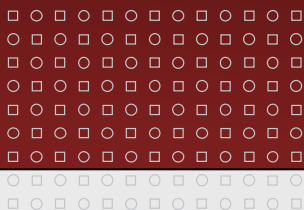
Altruismus vs. filantropie

Altruismus je morální princip předpisující upřednostnit účely jiných, potlačit vlastní egoismus nebo také nezištná služba bližnímu, ochota obětovat vlastní zájem ve prospěch jiných, mravní princip, podle něhož je blaho jiného a on sám mravně důležitější než mé vlastní já a vlastní blaho, resp. reálné chování založené na těchto principech nebo jim odpovídající. Altruismus je tedy morální princip i reálné chování, zaměřené na kohokoliv kromě nositele altruismu.

Filantropie je také reálné chování, řídící se uvedenými altruistickými mravními principy, ale na rozdíl od altruismu se zaměřuje obecněji: nikoli jen na lidi z bezprostředního okolí nositele, nýbrž i mimo ně. Pojem filantropie je navíc bohatší o institucionální rozměr.

Kořeny a současnost filantropie

- Nejprve: péče o osiřelé děti, starce, chudé, ...
- Nyní: také péče o kulturní památky, duchovní blaho, vzdělávání, rozvoj vědy a výzkumu, ..
- Z historie filantropie se dozvídáme, že např.: *základním motivem vztahu k druhému ve starověku a středověku bylo Ježíšovo přikázání lásky "Miluj svého bližního jako sebe samého". Slovo milosrdenství obsahuje lásku, odpuštění i starost, péči, která vyplývá ze závazku vůči bližnímu.*
- *Renesance a osvícenství přineslo zcela nové motivy do filantropie, jde doslova o byrokratickou revoluci. Péče o chudé je promyšlena jakou součástí správy státu, stát organizuje a přebírá funkce původně církevních špitálů. Zde se začíná utvářet prostor pro filantropické aktivity významných společenských a kulturních osobností.*
- *Moderní industriální společnost národních států v době romantismu probouzí nacionální myšlení a formuluje myšlenku vzájemnosti. Péče o společné věci je obohacena hodnotou "národního života". Novým mohutným impulsem pro filantropii je pak kumulování kapitálu v rukou podnikatelsky úspěšných jednotlivců. Díky těmto motivům, větší organizovanosti a snadné komunikaci, začínají působit velké neziskové organizace typu Armáda spásy a YMCA - u nás známá jako Křesťanské sdružení mladých lidí.*



Bída jednotlivců + řešení individuálních problémů ⇒ racionální řešení problémů obecných



Samaritánovo dilema

James Buchanan (viz. veřejné finance)

Pomáhat někomu znamená podlamovat jeho
motivaci pracovat



Pomáhat či nepomáhat?

Forma občanské spoluúčasti:

- Filantropie jako taková nabízí širokou škálu možností občanské participace na veřejném životě od „nenáročných forem“ občanské solidarity (anonymní účast na veřejných sbírkách) po **aktivní vstup do věcí veřejných** na různých rozhodovacích úrovních (podpora akcí proti postavení hypermarketu v obci, kde žiji, podpora snah vedoucích ke změně obecně platné legislativy).

Filantropické akty umožňují existenci občanského sektoru, jeho fungování, jeho činnost.

Dělení filantropie

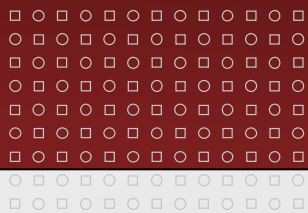
- **Individuální: jedinec, rodina,**
 - Historicky nejstarší formou (poskytování almužen)

- **Institucionalizovaná: firemní, nadační**
 - Církevní společenství (již od 12. stol.)

Podmínky rozvoje filantropie

- Velký počet ekonomicky silných subjektů
- Výchova k filantropii (existence občanských organizací a jejich aktivit, vzdělávací soustava,...)
- Rozvoj komunit (inspirace občanů řešit věci veřejné)





Dobrovolnictví



Práce s dobrovolníky

- **Zákon č. 198/2002 Sb., o dobrovolnické službě**
- **Zákon zavádí do českého právního řádu několik zcela nových pojmů. Jedná se např. o pojmy**
 - Dobrovolník - člověk vykonávající dobrovolnou činnost, resp. práci bez nároku na finanční ohodnocení
 - Dobrovolnická činnost - aktivity spojené s organizací dobrovolnictví
 - Dobrovolnická služba - výkon dobrovolné práce na základě smluvního vztahu (krátkodobá a dlouhodobá - delší než 3 měsíce)

Další pojmy....

- vysílající organizace (v ČR 76)

- Občanské sdružení
- Obecně prospěšná společnost
- Církev nebo církevní právnická osoba

Tato NNO dostává od MV akreditaci na 3 roky, může být obnovena.

- přijímající organizace (státní správa, samospráva, fyzická osoba,)

Zákon upravuje postavení dobrovolníka - zakotvuje povinnost uzavírat smluvní vztahy, čímž poskytuje dobrovolníkovi vysokou míru ochrany, upravuje nábor, evidenci, přípravu a vykonávání dobrovolnické činnosti, poskytuje podporu a motivaci nezaměstnaným,..

Kdo není dobrovolník

1) Osoba, která vykonává dobrovolnickou činnost, je v pracovněprávním vztahu k příjemci činnosti

2) Osoby vykonávající civilní vojenskou službu (dříve)



3) Členové Červeného kříže



4) Dobrovolní hasiči



Uplatnění dobrovolníků v ČR...

- **Ochrana životního prostředí (Hnutí DUHA, Děti země, Český svaz ochránců přírody)**
- **Humanitární organizace a organizace na ochranu lidských práv (ADRA, Člověk v tísni při ČT)**
- **Sociální a zdravotní oblast (Česká katolická charita, Fokus)**
- **Kulturní oblast**
- **Sportovní a vzdělávací činnost (Sokol, Skaut, Orel)**
- **Zahraniční dobrovolná služba (ADRA)**

Metody ocenění dobrovolné práce

- **1. Output-related method**
- **2. Input-related method**
 - Global Substitute Method
 - Specialized Substitute Method
 - Cost Opportunity Method
- **3. MPSV**

1. Output-related method

- Ocenění hodnoty poskytnutých služeb a odečtení jejich nákladů na vstup

Náklady na vstup = náklady na nábor a školení + vybavení a zařízení+ materiální náklady

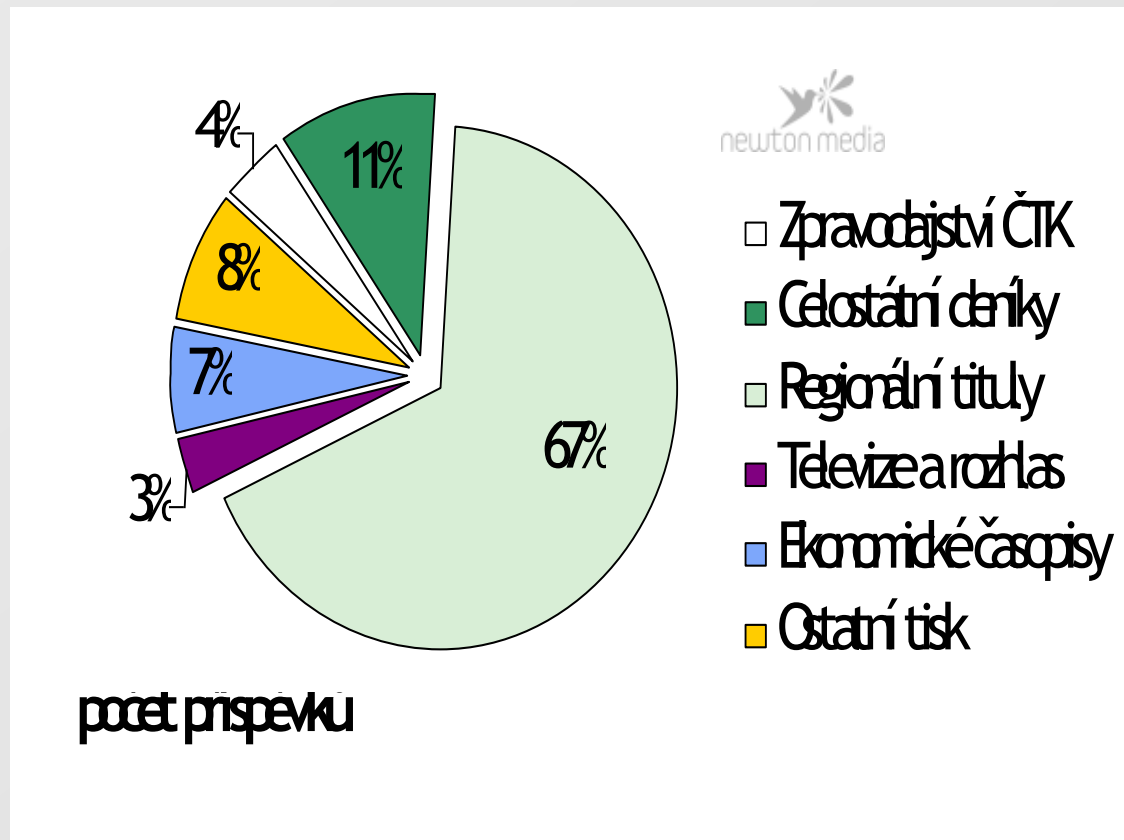
2. Input-related method

- Vyjádření hodnoty času potřebného na práci
 - Náklady na pronájem placené síly k provedení práce
 - Průměrný plat specialisty na provedení neplacené práce
 - Tržní mzda, o kterou dobrovolník přichází výkonem neplacené práce

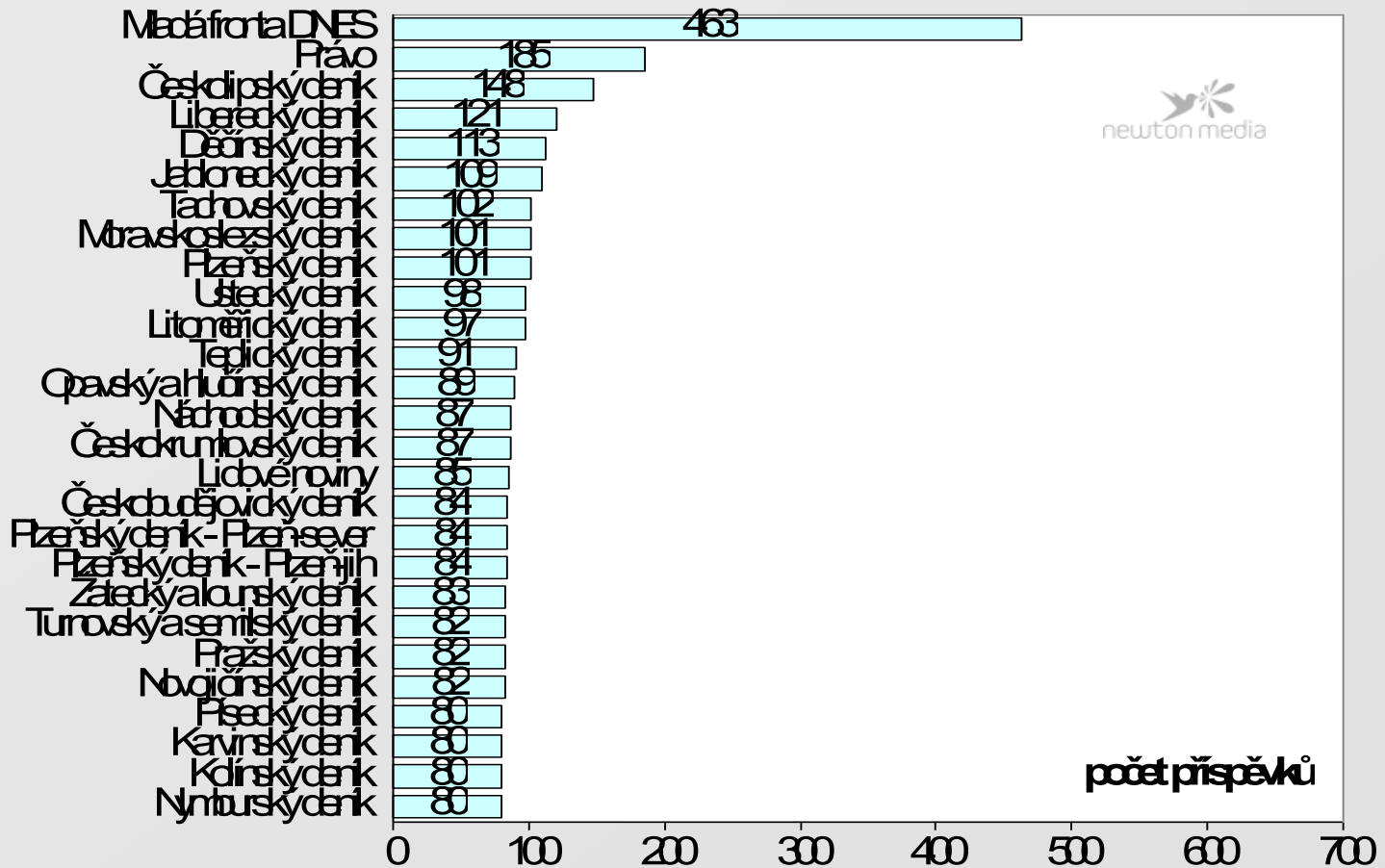
3. MPSV

- Kvalifikovaná práce - Průměrná mzda nebo 6.platová třída
- Nekvalifikovaná práce - minimální mzdové tarify v katalogu, vydávaném MPSV

Medializace firemní filantropie v roce 2008: Filantropie v jednotlivých skupinách médií:



Top média o filantropii



Corporate Social Responsibility - CSR

= Společenská odpovědnost firem

Liší se z pohledu:

- managementu
- marketingu
- Evropské unie

Corporate Social Responsibility

- se začala rozvíjet už od poloviny 20. století především v USA, kdy Bowen vydal knihu **Social Responsibilities of the Businessman** (1953), v níž definuje společenskou odpovědnost jako závazek podnikatele uskutečňovat takové postupy, přijímat taková rozhodnutí, nebo následovat takový směr jednání, které je žádoucí z hlediska cílů a hodnot naší společnosti.

Pohled managementu

Carollova čtyřdílná definice CSR, která se skládá z následujících složek:

- *Ekonomická odpovědnost*, kdy na sebe podnik bere závazek vyrábět výrobky a služby a prodávat je za spravedlivou cenu,
- *Zákonná odpovědnost*, kdy na sebe podnik bere závazek chovat se v souladu s místní legislativou,
- *Etická odpovědnost*, kdy na sebe podnik bere závazek chovat se v souladu s očekáváním společnosti, která nejsou upravena legislativou,
- *Dobrovolná*, resp. *filantropická odpovědnost*, která není společností očekávána, ale nabývá na strategické úloze.

Pohled marketingu

- Pracuje jen s filantropickou odpovědností:
 - Účelové sponzorství (MUSH sponzoring)
 - Sociální marketing
 - Cause related marketing
- Proto CSR (mylně?) označována za „nálepku“ kvalitního PR
- V ČR tento trend prosazuje Fórum dárců (poté, co opustilo lobbing za prosazení daňových asignací)
 - Konference: CSR- značka, která se vyplácí
 - Projekt: Sociální marketing - prostor pro inovativní marketingové kampaně

Pohled EU

- „CSR - je dobrovolné integrování sociálních a ekologických hledisek do každodenních firemních operací a interakcí s firemními stakeholders“ (Trnková, 2004 dle Zelené knihy, 2001)
- podporuje tedy dobrovolný, nikoli povinný charakter společenské odpovědnosti firem!!!

Společenská odpovědnost firem

- způsob dobrovolného jednání podniku, který zásadním způsobem přispívá ke zvyšování důvěryhodnosti podniku v očích zákazníků, obchodních partnerů i společnosti jako celku
- společensky odpovědné firmy staví na první místo dodržování postupů, které mu přikazují legislativní předpisy, a nad jejich rámec dlouhodobě uplatňují odpovědné, etické chování vůči svému okolí

společenská odpovědnost firem

- **principy společenské odpovědnosti firem** tak druhotně působí i na ekonomickou výkonnost, zvyšování hodnoty a posilování konkurenční výhody firmy.
- společenská odpovědnost firem je postavena na třech pilířích – **ekonomickém, společenském a environmentálním**
- **společensky odpovědná firma** by se měla věnovat stejnou měrou všem třem oblastem, protože jsou vzájemně provázány

CSR- EKONOMICKÝ pilíř

- v **ekonomické oblasti** se od firmy očekává transparentní podnikání a pozitivní vztahy s investory, zákazníky, dodavateli a dalšími obchodními partnery
- sledují se také její dopady na ekonomiku na regionální, národní i globální úrovni, například prostřednictvím rozvoje zaměstnanosti či boje proti korupci

CSR - SOCIÁLNÍ pilíř

- v sociální oblasti se **odpovědné chování firmy** zaměřuje na přístup k zaměstnancům a podporu rozvoje regionu
- podnik tak pozitivně působí na životní úroveň, zdraví, bezpečnost, vzdělávání a kulturní rozvoj občanů

CSR- EKOLOGICKÝ pilíř

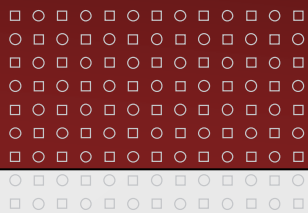
- v environmentální oblasti si podnik uvědomuje své dopady na životní prostředí včetně ekosystému, půdy, vzduchu a vody
- předpokládá se, že svou podnikatelskou činnost bude vykonávat tak, aby chránil přírodní zdroje a co nejméně se svými aktivitami podílel na zatěžování životního prostředí

Přínosy principu CSR pro firmy

- Jednání podniku v souladu s principy společenské odpovědnosti přináší podniku řadu výhod a zisků především nefinančního rázu
 - posilování důvěryhodnosti firmy,
 - jednodušší získávání obchodních partnerů a posilování vzájemných vztahů,
 - budování reputace a z ní vyplývající silné pozice na trhu,
 - odlišení od konkurence, zviditelnění značky pro spotřebitele,
 - zvýšení spokojenosti a loajality stávajících zaměstnanců,
 - možnost získání a udržení kvalitních zaměstnanců,
 - přímé finanční úspory spojené s ekologickým chováním (např. úspora energie, opětovné využití odpadového materiálu ve výrobě),
 - zvýšení obratu,
 - zvýšení kvality produktů či služeb,

Přínosy principu CSR pro NNO

- pokud se firma rozhodne zabývat **společenskou odpovědností**, tak by její aktivity měly být prvotně prospěšné pro podporované organizace, současně ale musí kladně působit i na podnikání samotné firmy
- aktivity v rámci společenské odpovědnosti firmy jsou dlouhodobou investicí do rozvoje firmy, která se vrací posílením firemní pozice na trhu a zvýšením hodnoty pro akcionáře, přínosy plynoucí z odpovědného chování firmy se však jen velmi těžko dají vyjádřit ve finanční podobě



Děkuji za pozornost!

