

Nadace Eurotel

Jiří Kuchyňa

UČO 100305

Kombinované studium

Obor: Veřejná ekonomika a správa

Obsah:

1. Úvod	2
2. Zákon o nadacích a nadačních fondech	2
3. Ostatní právní předpisy nutné pro fungování a existenci nadací	3
4. Zřízení Nadace Eurotel	3
5. Poslání a cíle Nadace Eurotel	4
6. Organizační struktura Nadace Eurotel	5
7. Technické a hmotné zabezpečení provozu Nadace Eurotel	6
8. Grantová řízení	7
9. Hospodaření Nadace Eurotel	9
10. Účetnictví, audit a kontrola hospodaření	11
11. Nadace Eurotel a daně	13
12. Efektivnost činnosti Nadace Eurotel a přinesené inovace	15
13. Marketingové aktivity Nadace Eurotel a public relations	16

14. Spolupráce s obdobnými subjekty	
18	
15. SWOT analýza	18
16. Závěrečné zhodnocení Nadace Eurotel	20
17. Seznam použité literatury	21

1. Úvod

Nadace Eurotel je typickou firemní nadací. Jedná se o organizaci s relativně malým technickým a personálním zabezpečením, která však efektivně splňuje účel svého založení, převod peněz vydělaných úspěšnou soukromou společností ke skupině obyvatel, která tyto peníze potřebuje ke svému každodennímu životu a která tyto peníze může efektivně využívat pro dosahování veřejně prospěšných cílů. Z hlediska právních předpisů však neexistují výrazné a podstatné rozdíly mezi firemními nadacemi a nadacemi založenými jinými zřizovateli. Všechny nadace se samozřejmě musí řídit platnými právními předpisy, z nichž nejvýznamnější pro její činnost je jistě zákon č. 227/1997 Sb., o nadacích a nadačních fondech, ve znění novel č. 210/2002 Sb. a 257/2004 Sb.

2. Zákon o nadacích a nadačních fondech

Tento zákon upravuje základní a hlavní pravidla fungování nadací a nadačních fondů na území České republiky. Definuje obecnou náplň činnosti těchto organizací prostřednictvím pojmu „obecně prospěšný cíl“, kterým rozumí zejména rozvoj duchovních hodnot, ochranu lidských práv nebo jiných humanitárních hodnot, ochranu přírodního prostředí, kulturních památek a tradic a rozvoj vědy, vzdělání, tělovýchovy a sportu. Z právního pohledu se nejedná o taxativní výčet, nicméně díky slovnímu spojení „humanitárních hodnot“ lze do této kategorie začlenit opravdu každou obecně prospěšnou činnost. Na konkrétním příkladu Nadace Eurotel je patrné, že její zaměření je plně v souladu s tímto ustanovením a velká část její činnosti spadá právě pod ochranu humanitárních hodnot.

Mezi další podstatná ustanovení tohoto zákona poté zcela jistě patří jednoduchá a krátká věta obsažená v druhém odstavci § 1. Tato věta definuje, že jak nadace, tak nadační fond, jsou právnickou osobou. Důsledky tohoto ustanovení se mohou následně při činnosti nadace projevit například typem uzavíraných smluv, kdy některé smlouvy by byly primárně řešeny dle občanského zákoníku, nicméně vzhledem ke vztahu dvou právnických osob jsou uzavírány s odkazem na obchodní zákoník. Přestože se u nadací zcela jistě nepočítá s příliš velkým množstvím nesplacených pohledávek a závazků, je jedním z podstatných rozdílů u smluv uzavřených dle obchodního a občanského zákoníku například promlčecí doba.

Tento zákon dále upravuje majetkové poměry nadací a nadačních fondů, kdy definuje pojem nadační jmění, nadační příspěvek a nadační dar. Definování těchto pojmů je významné zejména z hlediska propojení tohoto zákona na další obecně platné právní předpisy, zejména pak daňové, které svým přístupem k poskytnutým darům vlastně umožňují fungování nadací a obdobných obecně prospěšných organizací. V dalších ustanoveních pak nadační zákon stanovuje podmínky zřízení nadace, jejího zápisu do nadačního rejstříku a vymezuje mantinely fungování nadací a nadačních fondů. Jelikož při podrobném popisu Nadace Eurotel budou předmětem rozboru tyto jednotlivé činnosti a mimo jiné i jejich návaznost na legislativu České republiky, bude se těmito tématům věnováno níže.

3. Ostatní právní předpisy nutné pro fungování a existenci nadací

Je zcela zřejmé, že činnosti každé nadace ovlivňuje značná spousta právních předpisů. Jedním z těch, který díky svým ustanovením velkou měrou přispěl k rozvoji neziskového sektoru, je rozhodně zákon o daních z příjmů. Tato právní norma totiž definuje daňové úspory jednak na straně nadace a jednak, a to je podstatnější, na straně dárce. V letošním roce dosahuje tato čistá úspora 28 % z poskytnutého daru. Jde o finanční prostředky, které by, pokud by nedošlo k darování obecně prospěšným organizacím, musel daňový poplatník odvést na dani z příjmů právnických osob státu. Rovněž tak částka přijatého nadačního daru, pokud jsou splněny podmínky jeho využití v souladu se statutem nadace, je pro nadaci od daně osvobozena. Stát tak umožňuje svým přístupem, který je ale nutno označit v rámci vyspělých zemí za standardní, existenci neziskových organizací a podporuje jejich snahu o získání finančních prostředků nutných na jeho činnost. V zájmu objektivitě však je nutné zdůraznit, že stát v tomto případě nedělá žádný dobročinný skutek, ale i v těchto podmínkách se jedná o předem zkalkulovanou úsporu, neboť nadace a obdobné neziskové organizace svým působením často nahrazují nefungující sociální roli státu.

Další podstatné zákony pro fungování nadace již nemají tolik speciálních ustanovení, ale při každodenním fungování organizace se jejich činností úzce dotýkají. Jde zejména o zákon o účetnictví (povinnost vést účetnictví dle zvláštního právního předpisu stanoví nadacím zákon o nadacích a nadačních fondech).

4. Zřízení Nadace Eurotel

Společnost Eurotel Praha spol. s r.o. patří již delší dobu mezi nejúspěšnější a nejznámější firmy v České republice. Tato společnost svým působením ovlivňovala a ovlivňuje život takřka každého občana naší republiky ať již prostřednictvím poskytování svých služeb, odváděním vysokých daní do státního rozpočtu, masivními reklamními kampaněmi nebo například drobnými zásahy do životního prostředí při budování své telekomunikační sítě. Každá firma s obdobným postavením na trhu a s obdobným rozsahem zásahů do životů všech občanů by měla chápat jako svou povinnost přispívat na chod společnosti v těch oblastech, kde se účinné pomoci ze strany státu nebo neziskových organizací nedostává.

V tiskové zprávě, jejíž celé znění lze nalézt na www.nadace-eurotel.cz, oznamující založení Nadace Eurotel tehdejší generální ředitel společnosti pan Terrence Valeski mimo jiné uvedl: „Chápeme Nadaci Eurotel jako dlouhodobý závazek naší firmy vůči společnosti.“ Tato věta zcela jednoznačně dokládá přístup zakladatele nadace k činnostem, jež má tato nadace ve svém statutu. Z rozhodnutí managementu společnosti Eurotel Praha spol. s r.o. tak vznikla jedna z nejvýraznějších firemních nadací v České republice.

Ke svému vzniku však samozřejmě potřebovala splnit podmínky uložené zákonem o nadacích a nadačních fondech. V prvním kroku musela být ze strany jediného zřizovatele vypracována zakládací listina. V tomto dokumentu byly uvedeny všechny zákonem požadované náležitosti, mezi nejdůležitější lze uvést například vymezení účelu, pro který se nadace zřizuje (této oblasti bude věnována samostatná pasáž popisující poslání a cíle Nadace Eurotel) a výše vkladu zřizovatele (nadační jmění). Výše nadačního jmění při založení Nadace Eurotel byla stanovena na minimum zákonem požadované částky 500.000,-- Kč a byla plně splacena v peněžních prostředcích.

Po splnění všech zákonných požadavků byl podán návrh na vklad do nadačního rejstříku. Tento nadační rejstřík vede k tomu pověřený soud, vzhledem k sídlu Nadace Eurotel na Praze 4 se jedná o Městský soud v Praze. Tento správce rejstříku, který je shodný se správcem obchodního rejstříku, Nadaci Eurotel zapsal dne 29. května 2002 v oddílu N., vložka 450. K tomuto dni došlo dle § 5 zákona o nadacích a nadačních fondech ke vzniku Nadace Eurotel. Všechny tyto údaje o registraci subjektu, včetně přehledu obsahu sbírky listin lze najít na internetovém portálu www.justice.cz. Bohužel na těchto internetových stránkách je sice odkaz na sbírku listin, k dnešnímu dni však jejich digitalizace nepokročila do takové podoby, aby bylo možno konkrétní listiny prohlížet prostřednictvím internetu.

Po vzniku Nadace Eurotel byl v souladu se zákonem o nadacích a nadačních fondech vydán Statut nadace, který je plně v souladu se zakládací listinou. Jedná se sice dle zákona o zcela veřejnou listinu, do které je každý oprávněn nahlédnout a pořizovat si z ní výpisy či opisy, nicméně pro zpracování této práce se autorovi nepodařilo kopii této listiny získat.

Ode dne zápisu do nadačního rejstříku je z právního pohledu Nadace Eurotel na svém zřizovateli společností Eurotel Praha spol. s r.o. již zcela nezávislým právním subjektem.

5. Poslání a cíle Nadace Eurotel

Na úvod této části jen krátká citace z Výroční zprávy Nadace Eurotel za rok 2003:

„Posláním Nadace Eurotel je podpora projektů, které přispívají ke zdravému vývoji dětí a mládeže a k jejich lepšímu duševnímu i tělesnému rozvoji. Nadace Eurotel rovněž podporuje projekty vedoucí ke zlepšení různých druhů komunikace u těch skupin dětí a mládeže, které mohou být ve společnosti jakýmkoliv způsobem znevýhodněny. Jde o:

- pomoc při vyrovnání šancí u dětí a mládeže se sociálním a zdravotním znevýhodněním,
- pomoc při přípravě a realizaci kvalitních aktivit zaměřených na volný čas dětí a mládeže,
- pomoc při řešení komunikačních problémů dětí a mládeže s cílem zabránit jejich sociální exkluzi - vyloučení ze společnosti,
- podporu rozvoje zdravotně či sociálně handicapovaných dětí a mládeže, které projevují mimořádné nadání v oblasti umění, sportu či odborné činnosti.“

Při pohledu na výpis z nadačního rejstříku je patrné, že se jedná o přesný výčet činností uvedených jako účel nadace. Z tohoto výčtu je zřejmé, že společnost Eurotel Praha spol. s r.o. při založení Nadace Eurotel myslela zejména na budoucnost nás všech a na oblast, jež je ze strany firemních nadací spíše přehlíženým tématem. Dle Analýzy pozice firemních nadačních subjektů v České republice, kterou v říjnu roku 2003 zpracovalo Fórum dárců, o.s. pro Nadaci Eurotel je pouze 9 % finančních prostředků z firemních nadací věnováno na podporu mládeže. Lze proto říci, že Nadace Eurotel je svým působením významným subjektem vystupujícím v této oblasti a její podpora je více než významným přínosem pro příjemce nadačních příspěvků.

Veřejná prospěšnost činnosti Nadace Eurotel je tak již zcela zřejmá z účelu nadace.

Z výroční zprávy za rok 2003 vyplývá, že nejvíce podpořených projektů bylo

zaměřeno na začlenění zdravotně nebo mentálně postižených dětí, odbourávání bariér a podpora dětí z dětských domovů a pěstounské péče. Podporováním těchto projektů dala Nadace Eurotel zcela jasně najevo, kterým směrem se při své činnosti hodlá i v budoucích letech ubírat a v jakých oblastech bude i nadále finančně podporovat naši mládež. Prospěšnost těchto projektů ocení zcela jistě zejména rodiče dotčených dětí, ale rozhodně i široká veřejnost. Budou-li tyto děti postupně začleňovány do ostatní společnosti, jejich přínos v budoucnosti pro rozvoj společnosti bude zcela jistě vyšší, než pokud budou stále stát stranou zájmu veřejnosti.

6. Organizační struktura Nadace Eurotel

Jak je již uvedeno v textu výše, po svém vzniku je Nadace Eurotel již z právního hlediska zcela nezávislá na svém zřizovateli společnosti Eurotel Praha spol. s r.o. Tato nezávislost je však spíše formálním stavem, než stavem skutečným. Určitou provázanost lze například nalézt v organizační struktuře.

Nejvýraznějším orgánem Nadace Eurotel je správní rada, která, dle zákona o nadacích a nadačních fondech, spravuje majetek nadace, řídí činnost a rozhoduje o všech záležitostech nadace a je statutárním orgánem nadace. Dle výpisu z nadačního rejstříku za nadaci jednají navenek samostatně předseda a místopředseda správní rady, která má celkem devět členů. V tomto orgánu lze sledovat výraznou propojenost mezi Nadací Eurotel a jejím zřizovatelem společností Eurotel Praha spol. s r.o. Od vzniku Nadace Eurotel byl předsedou správní rady pan Terrence Valeski, který byl zároveň generálním ředitelem a jednatelem společnosti Eurotel Praha spol. s r.o. Místopředsedou správní rady pak byl pan Luboš Bórik, který ve společnosti Eurotel Praha spol. s r.o. působil na postu výkonného ředitele právní divize a zároveň i on byl jednatelem této společnosti. V roce 2003 bylo z devíti členů správní rady pět zaměstnanci společnosti Eurotel Praha spol. s r.o.

Po personálních změnách uvnitř společnosti Eurotel Praha spol. s r.o. došlo ke změnám i ve správní radě Nadace Eurotel. Předsedou správní rady se stal pan Martin Bek, který v té době figuroval na výpisu z obchodního rejstříku společnosti Eurotel Praha spol. s r.o. jako jednatel této společnosti a

v současné době působí na pozici výkonného ředitele prodeje. Z postu místopředsedy správní rady byl odvolán i pan Luboš Bórik a na jeho místo byl jmenován pan Martin Kovář, poradce ministra práce a sociálních věcí.

V současné době je z devíti členů správní rady stále celkem pět zaměstnanci společnosti Eurotel Praha spol. s r.o.

Nadace Eurotel nemá v souladu se zákonem o nadacích a nadačních fondech zřízenou dozorčí radu, její funkci tak vykonává revizor. Od vzniku Nadace Eurotel byl vždy revizorem jeden z řídících pracovníků finanční divize společnosti Eurotel Praha spol. s r.o. V současné době tuto funkci zastává pan Henrich Daubner, který je ve společnosti Eurotel Praha spol. s r.o. na pozici zástupce finanční ředitelky.

Výkonným orgánem Nadace Eurotel jsou rovněž zaměstnanci zřizovatele. Jde o Jitku Volkovou, která svým působením velmi výrazně přispěla k založení Nadace Eurotel a svou každodenní činností na pozici manažerky nadace se stará o její chod. Rovněž tak druhá členka výkonného orgánu, paní Ivana Šatrová je nepostradatelným článkem v chodu nadace a působí na postu vedoucí projektů nadace. Bez vysokého pracovního úsilí těchto dvou dam by každodenní chod nadace nebylo možno udržet v provozuschopném stavu a úspěšná činnost Nadace Eurotel je z velké míry jejich zásluhou.

V této souvislosti je důležité zmínit, že nikdo z představitelů Nadace Eurotel nevykonává práce pro tento subjekt za finanční odměnu, ale navíc ke svým běžným pracovním povinnostem vyplývajícím z jejich zaměstnání. Motivací pro tyto pracovníky pak je pouze jejich vědomí, že skutečně a adresně pomáhají tam, kde je to nejvíce potřeba. Ve výroční zprávě za rok 2003 je rovněž uveden jmenný seznam 143 zaměstnanců společnosti Eurotel Praha spol. s r.o., kteří se jako dobrovolníci podíleli na práci Nadace Eurotel v roce 2003. I tito lidé byli ochotni obětovat svůj volný čas a mnohdy i finanční prostředky pro dosažení cílů Nadace Eurotel. Díky všem těmto dobrovolníkům může Nadace Eurotel uskutečňovat své cíle s minimálními finančními výdaji na provoz a personální politiku.

7. Technické a hmotné zabezpečení provozu Nadace Eurotel

Nadace Eurotel nevlastní žádný hmotný či nehmotný dlouhodobý majetek. Veškeré vybavení nutné k její činnosti, zejména kancelářské prostory, movitý majetek (v převážné většině případů se jedná o výpočetní techniku) a ostatní majetek užívá na základě uzavřených nájemních a podnájemních smluv. Smluvním partnerem v těchto vztazích je společnost Eurotel Praha spol. s r.o., která i tímto způsobem podporuje činnost nadace, jejímž je zřizovatelem.

Nadaci Eurotel tak díky tomuto postupu odpadla značná část provozních výdajů nutných ke každodenní činnosti a lze tak říci, že došlo ke značné úspoře finančních prostředků určených na provoz nadace, což se projevilo i v úpravě statutu Nadace Eurotel. V roce 2002 bylo statutem nadace stanoveno, že celkové roční náklady související s provozem Nadace Eurotel nesmí převýšit 35 % hodnoty ročně vyplacených poskytnutých nadačních příspěvků. V roce 2003, po zjištění výsledků hospodaření za předcházející období, byl tento poměr snížen na 30 %.

Toto snížení má praktický dopad do činnosti nadace, kdy přijaté nadační dary, které nejsou definovány jako provozní, či účelové v souladu se statutem Nadace Eurotel jsou v daném poměru rozúčtovány jednak do provozních výnosů a jednak do fondů nadačních darů. Blíže k této problematice bude věnována samostatná pasáž této práce.

8. Grantová řízení

Dle, již jednou zmiňované, Analýzy pozice firemních nadačních subjektů v České republice vypracované v říjnu roku 2003 Fórem dárců, o.s. je Nadace Eurotel jednou ze tří firemních nadací, které vypisují standardní otevřená grantová řízení.

Tato grantová řízení jsou zásadní a hlavní činností Nadace Eurotel. Z výroční zprávy za rok 2003 lze vyčíst, že v tomto období se do grantového řízení přihlásilo celkem 319 organizací z celé České republiky. Aby byla zaručena spravedlnost při rozdělování grantů z hlediska územního působení ohodnocených organizací, byly vždy dva kraje sloučeny do jedné kategorie s výjimkou Středočeského kraje a Hlavního města Prahy. Vzniklo tak celkem 8

regionů a v každém z nich bylo vybráno 6 organizací, kterým byly granty přiděleny.

Zároveň byly všechny přihlášené projekty rozděleny do dvou kategorií - malorozpočtové a velkorozpočtové.

Základním principem grantového řízení bylo vyhodnotit a dle předem stanovených podmínek vybrat z každého regionu šest nestátních neziskových organizací, kterým byl udělen nadační příspěvek. Jednou z hlavních podmínek, samozřejmě kromě účelu projektu, který musel být v souladu s posláním Nadace Eurotel, byla finanční spoluúčast dalších subjektů v minimální výši 20 % z celkového rozpočtu projektu.

Projekty, které splnily předem dané podmínky, postoupily do výběrového řízení, kdy je v každém z osmi regionů hodnotila pětičlenná regionální rada, která byla složená z místních odborníků a dobrovolníků z řad společnosti Eurotel Praha spol. s r.o. Každá rada vybrala na základě jasně stanovených kritérií prvních dvanáct postupujících kandidátů. Projekty byly následně opatřeny nezávislými expertizami odborníků z oblasti výchovy dětí a mládeže, sociologie a zdravotnictví. Po dalším posouzení vybrala regionální rada v každé kategorii tři vítězné projekty, které byly oceněny granty v následující výši:

Malorozpočtové projekty	- 1. místo	100.000,-- Kč
	- 2. místo	80.000,-- Kč
	- 3. místo	40.000,-- Kč

Velkorozpočtové projekty	- 1. místo	450.000,-- Kč
	- 2. místo	350.000,-- Kč
	- 3. místo	300.000,-- Kč

Výjimkou v této struktuře by Jihomoravský a Zlínský kraj, kde regionální rada v kategorii malorozpočtových projektů neudělila druhé místo, ale tři třetí místa.

Dále byly v roce 2003 uděleny Ceny veřejnosti. Každému z takto oceněných projektů bylo přiděleno 55.000,-- Kč. Cena veřejnosti byla udělena vždy

jednomu projektu z daného regionu a o jejím přidělení rozhodovali občané prostřednictvím odevzdaných hlasů. Toto udělení bylo možné díky spolupráci s vydavateli regionálních denníků, které otiskly hlasovací kupony. Vzhledem ke spolupráci se společností Eurotel Praha spol. s r.o. bylo hlasování rovněž možné prostřednictvím SMS zpráv.

Zajímavými ukazateli jsou pak i statistiky zaměření přihlášených projektů. Z údajů zveřejněných ve výroční zprávě za rok 2003 vyplývá následující statistika:

Nejvíce přihlášených projektů se zaměřovalo na aktivní využití volného času (35 %), dále následovaly projekty zaměřené na výchovu a vzdělávání (29 %), zdravotní znevýhodnění (22 %) a sociální znevýhodnění (14 %).

Struktura oceněných projektů však je zcela odlišná. Bohužel v žádném dostupném dokumentu není zpracováno procentuální rozdělení oceněných projektů dle jejich zaměření, naprostá většina se však vztahuje k oblastem zdravotního a sociálního znevýhodnění. Naopak minimum oceněných projektů bylo zaměřeno na aktivní využití volného času.

O stavu uvnitř nestátních neziskových organizací vypovídá i statistika, jakým způsobem chtěly přihlášené organizace využít získaný grant Nadace Eurotel. Zcela jednoznačně z této statistiky vyplývá nutnost těchto organizací zabezpečit materiálové náklady (34 %) a mzdové náklady (31 %). Z celkem 319 přihlášených organizací jich 245 má statut občanského sdružení.

Za rok 2003 byly nejvyšším možným grantem ve výši 450.000,-- Kč oceněny následující organizace a projekty:

ARKADIE, společnost pro komplexní péči o zdravotně postižené z Teplic

- Projekt „Pravidelná doprava dětí se zdravotním postižením do škol, školských a sociálních zařízení“

ASISTENCE Z PRAHY

- Projekt „Pilíře – a stavíme dál, 2004“

ASOCIACE RODIČŮ A PŘÁTEL ZDRAVOTNĚ POSTIŽENÝCH DĚTÍ V ČR, KLUB KLUBÍČKO BEROUN

- Projekt „Klub Uzlík“

CENTRUM J. J. PESTALOZZIHO Z CHRUDIMI

- Projekt „Výstavba nového domu na půli cesty v Havlíčkově Brodě“

DIAKONIE ČCE – STŘEDISKO PLZEŇ

- Projekt „Odborníci postiženým dětem“

CHARITA OPAVA

- Projekt „Terapeutické a volnočasové aktivity v Domově Agapé“

SDRUŽENÍ PŘÁTEL ZRAKOVĚ POSTIŽENÝCH DĚTÍ Z HRADCE KRÁLOVÉ

- Projekt „Dětská zahrada pro potěšení smyslů II“

SPONDEA PŘI ČČK BRNO

- Projekt „Centrum pro týrané, zneužívané a ohrožené děti“

Z tohoto výčtu nejvíce oceněných projektů je patrné konkrétní zaměření Nadace Eurotel na zdravotně a sociálně postižené děti.

9. Hospodaření Nadace Eurotel

Výše uvedená grantová řízení představují hlavní složku práce Nadace Eurotel. Představují i nejvyšší položku ve finančních výkazech na výdajové straně. K zajištění potřebných finančních prostředků využívá Nadace Eurotel nadačních darů od svého zřizovatele společnosti Eurotel Praha spol. s r.o. Tímto způsobem jsou pokryty veškeré nadační příspěvky.

Samozřejmě je nutné rovněž pokrýt i výdaje potřebné k provozu nadace. I na tuto část získává Nadace Eurotel finanční příspěvky od svého zřizovatele, společnosti Eurotel Praha spol. s r.o. Nicméně v této rovině se musí chovat jako každý jiný samostatný ekonomický subjekt. Je nutné vypracovávat roční rozpočty, ve kterých je kalkulováno jednak s úhradou za služby pronájmu a podnájmu materiálního a technického vybavení, s úhradou cestovních výdajů členů regionálních rad a správní rady a obdobných provozních výdajů.

Specifikem v této oblasti pak jsou dárci nadačních darů. Kromě společnosti Eurotel Praha spol. s r.o. totiž v tomto seznamu figurují i společnosti, které pro Nadaci Eurotel zajišťují dodavatelsky různé aktivity. Lze říci, že tyto aktivity poskytují nadaci zdarma, ale z hlediska daňových a účetních se jedná o běžné poskytnutí služby a zároveň o poskytnutí daru ve stejné výši. Mezi tyto společnosti patří firmy AMI Communications, spol. s r.o., která je dodavatelem PR služeb, bez kterých se v dnešní době fungování žádné organizace, tedy i neziskové, neobejde, dále společnost ENTRE s.r.o., která se podílela na grafické úpravě výroční zprávy a společnost iAudit International, s.r.o., která se zabývá sledováním návštěvnosti on-line medií a tím značnou mírou pomáhá v realizaci marketingových aktivit.

Veškeré ostatní služby, které Nadace Eurotel nakupuje od svých dodavatelů však musí být nadací standardně hrazeny. Jde například o vedení účetnictví, povinný účetní audit, příprava a tvorba reklamních kampaní, pronájem inzertních ploch, tvorbu a udržování internetových stránek a podobné náklady, které jsou v případě neziskových organizací stejné jako v případě firem založených za účelem dosažení zisku.

Veškeré odhadnuté náklady na zajištění těchto nezbytných služeb slouží pro vypracování plánu hospodaření na příští rok. Při sestavení těchto odhadů se vychází z částek vyplývajících z již uzavřených smluv nebo z odhadů vyplývajících z předchozích období. Pro účely plánování je jednoznačně lepší situace, kdy tyto odhady jsou postaveny na již uzavřených smlouvách, proto je snahou Nadace Eurotel uzavírat se svými dodavateli dlouhodobé smlouvy s pevně stanovenými cenami za poskytnuté služby.

Takto sestavené plány jsou potom rovněž podklady pro plánování ve společnosti Eurotel Praha spol. s r.o., kdy je rovněž nutné předem v rozpočtu počítat s částkou, která bude muset být Nadaci Eurotel darována na pokrytí provozních výdajů. Toto je hlavním důvodem rozpočtování v Nadaci Eurotel, protože této organizaci se zřejmě nikdy nestane, že by neměla k dispozici dostatek volných finančních prostředků, protože případné chybějící zdroje budou řešeny formou daru určeného na provoz nadace poskytnutého společností Eurotel Praha spol. s r.o.

Samozřejmostí u naprosté většiny ekonomických subjektů je již v dnešní době pravidelné porovnávání plánu s dosahovanými skutečnými výsledky v průběhu naplánovaného období. Výjimku v této oblasti netvoří ani Nadace Eurotel, která sestavuje pravidelně ke konci každého čtvrtletí účetní závěrku (tento termín bude upřesněn v části věnující se účetnictví) a porovnává dosažené výsledky s očekávanými skutečnostmi. Tento systém jakési vnitřní kontroly prvního stupně dokáže poměrně spolehlivě odhalit včas chybu v původních rozpočtech a, pokud se nejedná o závažné pochybení při sestavení rozpočtu, tuto chybu řádně napravit.

Lze tedy říci, že přestože se Nadace Eurotel v této fázi hospodaření chová jako jakákoliv nezávislá společnost, nevznáší se nad ní hrozba případného nesplácení svých závazků a následného konkurzu. Rovněž fakt, že Nadace Eurotel nevlastní žádný majetek snižuje riziko případného konkurzního vyrovnání, protože jeho předmětem je vždy zahojení se na majetku úpadce.

Tato úzká provázanost má své pozitivní i negativní stránky. Plná finanční závislost nadace na jedné společnosti může v budoucnosti přinést problémy se zajištěním chodu nadace v případě, kdy zřizovatel nebude schopen již z jakýchkoliv důvodů podporovat činnost nadace. Toto riziko je omezeno tím, že společnost Eurotel Praha spol. s r.o. je kapitálově silnou společností podnikající ve specifickém oboru na trhu s malým množstvím konkurentů. Za výrazněji negativní faktor této spřízněnosti lze označit dle mého názoru ztrátu efektivity. Pokud se jakákoliv organizace, a není důvod z této skupiny vyjímát organizace neziskového charakteru, nemusí obávat o příliv finančních prostředků a nemusí rozvážně zvažovat investování téměř každé koruny, stává se taková organizace neefektivní z hlediska růstu nákladů. Dříve či později totiž dojde k situaci, kdy nebudou všechny náklady vynakládány účelově, ale budou směřovat do oblastí, kde z nich nebudou plynout žádné výnosy, popřípadě kde nebudou splňovat základní předpoklady existence takovéto organizace. Rovněž tak neexistence vlastního majetku a vlastních zaměstnanců může budit méně seriózní dojem, než opačná situace. Jen těžko si lze například představit situaci, kdy jakákoliv tuzemská nebo zahraniční banka bude ochotna poskytnout byť jen krátkodobý překlenovací úvěr organizaci, která nedisponuje žádným majetkem s výjimkou budoucích práv vyplývajících z uzavřených dárcovských smluv.

Na druhou stranu výhodou v této oblasti je bezesporu průhlednost hospodaření. A v poměrech české ekonomiky jde rozhodně o nezanedbatelnou výhodu. Z účetnictví Nadace Eurotel lze dohledat, jakým způsobem byly vynaloženy darované prostředky a jelikož se jedná více méně o jediného dárce (zejména vzhledem k objemu darovaných financí) má tento dárce možnost poměrně snadné kontroly nad svou investicí do neziskového subjektu.

10. Účetnictví, audit a kontrola hospodaření

Nadace Eurotel vede účetnictví v souladu se zákonem o nadacích a nadačních fondech a v souladu se zákonem č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů. Vedení účetnictví Nadace Eurotel je svěřeno externí společnosti. Významnou roli v rozhodování o této záležitosti sehrála skutečnost, že Nadace Eurotel vyvíjí sice svou činnost poměrně pravidelně, ale počet účetních případů není tak vysoký, aby bylo efektivnější pro Nadaci Eurotel zaměstnat byť jednoho účetního na plný či částečný úvazek. I z tohoto kroku je patrné, že Nadace Eurotel se chová ve svých aktivitách stejně jako jakýkoliv jiný ekonomický subjekt a poměřuje vždy získaný přínos s nákladem, který bude na konkrétní službu nutno vynaložit. Samozřejmým řešením se sice nabízí možnost využít pro vedení účetnictví služby účetního oddělení společnosti Eurotel Praha spol. s r.o., ale tento krok by nepřinesl žádnou výraznou úsporu, neboť by cena za poskytnutou službu musela být zřizovatelem nadací stejně přefakturována. Rovněž by došlo k rozšíření závislosti nadace na svém zřizovateli a tato situace není z různých hledisek (zejména PR) příliš žádoucí.

Určitá závislost se však projevuje i v této oblasti. Jak je již uvedeno v textu výše, připravuje Nadace Eurotel své roční rozpočty a na základě takto sestavených rozpočtů jsou částky nutné na provoz nadace zahrnovány i do rozpočtu společnosti Eurotel Praha spol. s r.o. Pro lepší kontrolu účelnosti vynaložených prostředků a v souvislosti s pravidelnou kontrolou rozpočtu prochází Nadace Eurotel stejně jako její zřizovatel martýriem pravidelných čtvrtletních účetních závěrek. Nejedná se samozřejmě o účetní závěrku ve smyslu zákona o účetnictví a k němu navazujících předpisů, kde by docházelo k fyzickému zavírání účetních knih a převodů zůstatků jednotlivých účtů, ale o jakousi formou zjednodušené účetní závěrky, kdy

zůstatky na jednotlivých účtech jsou použity pro sestavení rozvahy a výkazu zisku a ztráty ke konci daného kalendářního čtvrtletí a získané údaje slouží jednak pro kontrolu původně sestaveného rozpočtu, jednak pro případné korekce rozpočtu na zbývající čtvrtletí a jednak pro nutné účetní operace, například pro zaúčtování rezerv na budoucí rizika.

Na konci kalendářního roku je pak samozřejmě provedena účetní závěrka v souladu s účetními předpisy, kdy dochází k fyzické inventarizaci pohledávek a závazků, peněžních prostředků, nadačních fondů a ostatních aktiv a pasiv nadace. Majetek pronajatý od společnosti Eurotel Praha spol. s r.o. je nutno evidovat na podrozvaze a jako takový samozřejmě rovněž podléhá inventarizaci. Jelikož je ale Nadace Eurotel po této stránce velmi malou účetní jednotkou, jsou inventarizace majetků a závazků poměrně snadnou a rychlou záležitostí.

V účetnictví nadací, a nejinak tomu je i námi sledované Nadace Eurotel, jsou jistá specifika oproti účetnictví ziskových subjektů. Nejvýraznější odchylkou je účtování přijatých nadačních darů. Z účetních předpisů vyplývá povinnost sledovat všechny přijaté dary a individuálně u nich posuzovat účel jejich poskytnutí. Přijaté nadační dary účelově určené na poskytování nadačních příspěvků jsou účtovány do fondů nadačních darů (v případě Nadace Eurotel se jedná zejména o účet 911). Je tedy patrné, že takto přijaté nadační dary nejsou účtovány ve prospěch výnosových účtů, což mimo jiné znamená nižší dosažený obrát, který se pro účely účetních a daňových předpisů počítá jako součet zůstatků výnosových účtů. Naopak ve prospěch výnosových účtů jsou účtovány všechny přijaté nadační dary účelově určené na provoz Nadace Eurotel. Pokud by takto přijaté dary převýšily náklady na dané služby, musel by být kladný rozdíl standardně zdaněn dle platného znění zákona o daních z příjmů. Této problematice ale bude věnována samostatná kapitola.

Nadace Eurotel rovněž ve svých účetních směrnících počítá se situací, kdy dojde k přijetí nadačního daru, u něž nebude možno jednoznačně určit, zda byl účelově poskytnut na provoz nebo na poskytování nadačních příspěvků. O takovémto daru se účtuje poměrem v souladu se statutem Nadace Eurotel, který uvádí maximální výši nákladů souvisejících s provozem v porovnání s hodnotou vyplacených poskytnutých nadačních příspěvků. Pro rok 2003 byl

tento poměr stanoven v maximální výši 30 %, dle přílohy k účetní závěrce však byla skutečná výše tohoto ukazatele 11,70 %.

Veškeré skutečnosti uvedeny v textu výše dokládá prostý rozbor účetních výkazů Nadace Eurotel. Jedinou položkou aktiv této organizace jsou peníze uložené na bankovních účtech. Struktura pasiv je sice poměrně rozličnější, ale rovněž dává dokonalý obraz jednoduchosti zvolené struktury při založení Nadace Eurotel. Vlastní zdroje jsou tvořeny pouze vlastním jměním, které představuje nadační jmění dle zákona o nadacích a nadačních fondech, a zůstatkem na účtech fondů. Tento zůstatek představuje rozdíl přijatých nadačních darů oproti již vyplaceným nadačním příspěvkům. V oddílu věnovanému cizím zdrojům můžeme rovněž najít pouze dvě základní položky. Jde o závazky vůči dodavatelům, které byly ke dni účetní závěrky již po splatnosti, ale dle přílohy k účetní závěrce byly dne 9. ledna 2004 uhrazeny, a o dohadné účty pasivní, tedy o účty časového rozlišení nákladů.

Podobně přehledný pohled nám poskytuje i výkaz zisku a ztráty. Mezi náklady můžeme najít opět pouze nejzákladnější položky: spotřebu materiálu, náklady na reprezentaci, ostatní služby a jiné ostatní náklady. Na výnosové straně pak dominují přijaté příspěvky, kdy se jedná o nadační dary, a položka označená jako zúčtování fondů, která v sobě skrývá přeúčtování části přijatých darů z fondů do výnosů dle předem popsaného mechanismu poměru nákladů proti vyplaceným poskytnutým nadačním příspěvkům. Ostatní výnosové položky (například úroky z bankovních účtů) jsou pro výsledek hospodaření dané organizace zcela zanedbatelné.

Zodpovědné plánování a rozpočtování, předem přesně specifikované ceny za služby, pravidelné sledování vývoje hospodaření a v neposlední řadě i možnost kdykoliv upravit výši nadačního daru určeného na provoz Nadace Eurotel poskytnutého společností Eurotel Praha spol. s r.o. vedou ke skutečnosti, že výsledek hospodaření před zdaněním je roven nule. Je tak dodržena základní zásada neziskového sektoru a lze říci, že veškeré náklady vynaložené na provoz Nadace Eurotel jsou vynaloženy v souladu s posláním a cíly této organizace.

Účetní závěrka nadace musí být ověřena auditorem, pro Nadaci Eurotel v tomto případě poskytuje služby auditorů jedna z nejvýznamnějších

společností na trhu PricewaterhouseCoopers Česká republika. Za obě ukončená období (rok 2002 a rok 2003) byl výrok auditorů „bez výhrad“.

Tomu zcela jistě napomáhá i precizní vnitřní kontrola hospodaření Nadace Eurotel. Jak je již uvedeno v textu výše, Nadace Eurotel nemá dozorčí radu a její povinnosti tak přebírá revizor. Revizorem je pan Henrich Daubner, což je jeden z největších finančních odborníků zřizovatele společnosti Eurotel Praha spol. s r.o. Revizorovi jsou pak předkládány výsledky pravidelných čtvrtletních závěrek, porovnání výsledků hospodaření s plánovanými údaji a podobné ekonomické rozbory.

Revizor je rovněž jedna ze dvou nutných osob pro podpisy na platební příkazy odesílané do bank. Bez jeho souhlasu tedy nelze nejen uhradit dodavatelské faktury, ale ani zaslat nadační příspěvky na které vznikl nárok konkrétní organizaci na základě grantového řízení. Tento stav má faktickou výhodu skutečné reálné kontroly přímo v čase, kdy k jednotlivým transakcím dochází, na druhou stranu je závislost každého ekonomického subjektu na jednom nenahraditelném podpisu vždy jakýmsi rizikovým faktorem. Rovněž postavení revizora ve společnosti Eurotel Praha spol. s r.o. na funkci zástupce finanční ředitelky je časově značně náročnou záležitostí a může tak docházet, zejména v hektických obdobích konce roku, k mírnému zanedbávání kontrolních povinností pro podstatně menší a z hlediska vlastníků společnosti Eurotel Praha spol. s r.o. i méně důležitou organizaci.

Nadace Eurotel nemá vlastní speciální systém vnější kontroly. Jako dostatečné se u tak malé organizace ukazuje externí vedení účetnictví v kombinaci s účetním auditem. Nad správností a úplností uzavíraných smluv pak bdí ve svém volném čase pracovníci právního oddělení společnosti Eurotel Praha spol. s r.o., kteří jsou ochotni podílet se i na kontrole chodu nadace.

11. Nadace Eurotel a daně

Specifickou činností každého ekonomicky aktivního subjektu je jeho vztah k územním finančním orgánům a nejenak tomu je i u Nadace Eurotel. Jelikož se jedná o relativně novou organizaci, která má sídlo v ekonomicky aktivním regionu (Praha 4) a která vykazuje malé obraty, nebylo hospodaření Nadace Eurotel v minulosti předmětem daňové kontroly ze strany finančního úřadu.

Rovněž z praktických zkušeností lze označit riziko daňové kontroly prováděné v budoucnosti za velmi nízké a to zejména díky neziskovosti organizace.

I přes tuto skutečnost je snahou představitelů Nadace Eurotel mít s finančním úřadem jasné a čisté vztahy. Jak již bylo uvedeno v textu zabývajícím se účetnictvím nadace, jsou přijaté nadační dary účelově určené na poskytování nadačních příspěvků účtovány do fondů nadačních darů. Jejich neúčtování ve prospěch výnosových účtů je odraženo i v daňovém pohledu na tuto problematiku. Zákon o dani z příjmů totiž jako základnu pro výpočet daně používá výsledek hospodaření zjištěný dle zvláštního právního předpisu, kterým je dle odkazu zákon o účetnictví. Tato základna je následně upravována dle jednotlivých ustanovení zákona o daních z příjmů. Jelikož žádné konkrétní ustanovení se přijatým nadačním darům nevěnuje a jelikož tyto nebyly účtovány při svém přijetí do výnosů, nejsou předmětem daně z příjmů. Naopak předmětem této daně by byly přijaté nadační dary účelově určené na provoz nadace, pokud by převýšily náklady na tento provoz vynaložené. Takto zjištěný základ daně mohou poplatníci, kteří nejsou založeni za účelem podnikání, snížit až o 30 %, maximálně však o 1 milion korun, pokud takto získané prostředky použijí ke krytí nákladů souvisejících s činnostmi, z nichž získané příjmy nejsou předmětem daně. Význam tohoto ustanovení využívá i Nadace Eurotel, neboť její výsledek hospodaření je sice dle účetnictví roven nule, ale po úpravách při sestavení daňového priznání (zejména vyloučení nákladů na reprezentaci z daňově uznatelných nákladů) vykazuje Nadace Eurotel základ daně, který by za standardních podmínek měl být zdaněn příslušnou sazbou daně. Díky využití tohoto ustanovení je však tento základ daně snížen o 30 % a o tuto částku je i nižší vypočtená daň.

Druhým podstatným zákonem, na jehož znění naráží Nadace Eurotel při své každodenní činnosti je zákon o dani darovací, dědické a o dani z převodu nemovitostí. Tento zákon totiž stanoví, že prostředky, které jsou formou grantu poskytnuty nadacemi nebo nadačními fondy jsou v České republice předmětem daně darovací, ale jsou od této daně osvobozeny. To v praxi znamená, že příjemce daru nemusí odvádět část obdržených peněz do státního rozpočtu.

V této kapitole je ještě podstatné poznamenat, že ačkoliv dle obchodních a dalších souvisejících předpisů jsou Nadace Eurotel a společnost Eurotel Praha spol. s r.o. právně zcela nezávislé společnosti, pro účely zákona o daních z příjmů se jedná o spřízněné osoby. Tento fakt vyplývá ze skutečnosti, že v čele obou organizací figurují stejné osoby. Takto propojené osoby musí ve svých vzájemných vztazích vždy uplatňovat ustanovení o ceně obvyklé. Konkrétní dopad tohoto ustanovení lze spatřovat v situaci, kdy Nadace Eurotel má se společností Eurotel Praha spol. s r.o. uzavřeny nájemní a podnájemní smlouvy a v těchto smlouvách musí být ceny sjednány na úrovni tržních cen, které by byly dosaženy při spolupráci dvou na sobě zcela nezávislých subjektů. Rovněž tak pokud dojde k poskytnutí služby ze strany společnosti Eurotel Praha spol. s r.o., musí být tato služba nadaci vyúčtována v cenách obvyklých. Takovéto případy nastávají například při právním servisu zajišťovaném prostřednictvím právního oddělení společnosti Eurotel Praha spol. s r.o. Všechny tyto dopady jsou na první pohled negativní pro hospodaření Nadace Eurotel, ve skutečnosti jen zvyšují hodnotu vynaložených nákladů, které jsou následně uhrazeny z nadačních darů poskytnutých společností Eurotel Praha spol. s r.o.

12. Efektivnost činnosti Nadace Eurotel a přinesené inovace

Jen těžko lze měřit efektivnost organizace, jejímž skutečným účelem je převod peněz vydělaných soukromou společností k občanům, jež vzhledem ke své situaci tyto peníze skutečně potřebují. Z ekonomického hlediska nelze měřit efektivnost pomocí počtu dětí, k nimž se potřebná pomoc zásluhou Nadace Eurotel dostala.

Jedno z možných ekonomických kritérií lze najít v poměru nákladů vůči vyplaceným nadačním příspěvkům. Tento ukazatel ukazuje, kolik haléřů je potřeba vynaložit na poskytnutí daru ve výši 1 Kč. Tento ukazatel (pro rok 2003 má hodnotu 11,7 %) musí být udržen pod hodnotou předpokládaných nákladů, které by musel vynaložit na stejnou akci zřizovatel společnost Eurotel Praha spol. s r.o. Pokud by totiž za stávající ekonomické situace byl zřizovatel schopen tuto službu prostřednictvím svých zaměstnanců a svých dodavatelů zajistit levněji, samozřejmě po zohlednění daňových úspor plynoucích z v současné době používané struktury, nebyl by reálný ekonomický důvod pro existenci Nadace Eurotel a to zejména v době, kdy

společnost Eurotel Praha spol. s r.o. je více méně jediným dárce pro Nadaci Eurotel.

Všeobecně je obdobný ukazatel používán i pro srovnání ziskových subjektů. Jedná se o ukazatel návratnosti investic, který udává, kolik získá investor z jedné vložené koruny. Pro běžně fungující ziskové i neziskové organizace je výsledek dosažený Nadací Eurotel v podstatě nemyslitelný. Je to dáno převážně specifikou neziskového sektoru a v rámci tohoto sektoru i specifikou postavení Nadace Eurotel, která funguje pouze jako prostředník pro přerozdělení finančních prostředků od prosperující soukromé společnosti k různým nestátním neziskovým organizacím.

Nadace Eurotel se pohybuje na poli, které nemotivuje příliš mnoho subjektů k velkému rozvoji a přinášení novinek. V České republice není stále vybudována tradice firemních nadací a každou nově založenou firemní nadaci tak lze považovat za samostatnou inovaci, neboť každá z nich je založena na alespoň částečně odlišných principech.

Jako značně inovativní projekt lze chápat například spolupořádání prvního ročníku konference o firemní filantropii České republiky, kterou uspořádala ve spolupráci s Fórem dárců právě Nadace Eurotel. Tato konference se konala dne 18. listopadu 2003 v prostorách Senátu ČR pod záštitou předsedy Petra Pikharta a tehdejšího velvyslance USA v České republice Craiga Stapletona. Konference byla pojata jako jednodenní pracovní – společenské setkání, které mělo otevřít otázku podnikové filantropie jako strategické součásti konceptu společenské odpovědnosti firem. Zúčastnilo se jí více než sto manažerů významných firem z České republiky a v rámci této konference si předávali své zkušenosti s dárcovstvím. Třešničkou na dortu při pořádání této konference pak bylo slavnostní vyhlášení Klubu firemních dárců Donátor, který by měl sdružovat firmy, které podnikají v České republice a věnují se firemní filantropii.

Dalším významným projektem, který není v České republice příliš typickým v neziskové sféře je projekt Zaměstnanci pomáhají. V rámci tohoto projektu jsou ve svém volném čase zapojeni zaměstnanci společnosti Eurotel Praha spol. s r.o. do akcí organizovaných Nadací Eurotel ve spolupráci s dvěma dětskými domovy. Takovéto masivní zapojení zaměstnanců podnikatelského

subjektu do dobročinné činnosti je rozhodně velkým přínosem Nadace Eurotel a lze očekávat, že zaměstnanci, kteří v budoucích letech opustí společnost Eurotel Praha spol. s r.o. jako svého zaměstnavatele, přenesou podobné zvyky i do jiných firem.

13. Marketingové aktivity Nadace Eurotel a public relations

Na první pohled by se mohlo zdát, že Nadace Eurotel nepotřebuje ke své činnosti žádné marketingové aktivity. Je pravdou, že na společnost velikosti společnosti Eurotel Praha spol. s r.o. dochází skutečně značné množství žádostí o finanční výpomoc od jednotlivých subjektů a toto byl i jeden z důvodů založení nadace Eurotel, na druhou stranu je stále nutné ukládat do povědomí neziskových organizací možnost přihlásit se do grantového řízení a požádat o přidělení grantu.

V oblasti marketingu ve vztahu Nadace Eurotel a společnosti Eurotel Praha spol. s r.o. platí známé české pořekadlo, že ruka ruku myje. Pro společnost Eurotel Praha spol. s r.o. je v podstatě sama existence založené nadace nesoucí její jméno nepřehlédnutelnou reklamní aktivitou a zvýšením prestiže této společnosti v očích široké veřejnosti. Rovněž tak pro Nadaci Eurotel je spojení se jménem a zázemím prestižní společnosti samotnou a velmi úspěšnou reklamou.

Přesto se i Nadace Eurotel věnuje, samozřejmě v úzké kooperaci se svým zřizovatelem, i vlastním marketingovým aktivitám. Jako jednu z nejvýraznějších za uplynulé období lze jistě chápat pořádání Konference o firemní filantropii v České republice. Je nesporně účelným marketingovým tahem, když pořádání této konference bude v očích manažerů nejvýznamnějších tuzemských podniků spojováno právě se jménem Nadace Eurotel. Rovněž tak není potřeba diskutovat, co tato reklamní aktivita přinese i společnosti Eurotel Praha spol. s r.o., což kromě daňové úspory může představovat další přímý přínos pro tuto soukromou společnost ze spolupráce s Nadací Eurotel.

Další výraznou marketingovou aktivitou, na které se podílely oba zmiňované subjekty, byla letní přehlídka Cow Parade v Praze. Principem této přehlídky vystavených soch krav výtvarně vyzdobených různými umělci a známými

osobnostmi bylo nejen vytvoření nové přechodné turistické atrakce, ale i získání finančních prostředků pro neziskové organizace. Celá tato akce probíhala za výrazné sponzorské účasti společnosti Eurotel Praha spol. s r.o., která propagovala na získaném reklamním prostoru nejen svou činnost, ale zároveň i činnost Nadace Eurotel. Nadaci Eurotel pak patřila i jedna z vystavených soch, která měla v sobě jako jediná zabudovanou kasičku na příspěvky dobrovolných dárců. Tato socha byla po ukončení akce předmětem dražby a zakoupila ji společnost Eurotel Praha spol. s r.o., která ji obratem darovala Nadaci Eurotel, která ji použila při své další marketingové aktivitě – akci Zdravotní klaun.

Zdravotní klaun je asi široké veřejnosti nejznámější aktivita, na které se Nadace Eurotel podílí. Jde o sbírku finančních prostředků, které budou použity na návštěvy klaunů v dětských částech různých nemocnic. I pod tímto projektem figuruje jméno Nadace Eurotel, nicméně vzhledem k nulové „reklamní kampani“ v této oblasti jde o situaci, o které většina široké veřejnosti zřejmě vůbec neví. Poslední výraznou společnou marketingovou akcí, kterou Nadace Eurotel a společnost Eurotel Praha spol. s r.o. pravidelně připravují je podpora projektu Linka domů. I tento projekt je zaměřen na dětská oddělení jednotlivých nemocnic a principem je darování telefonů a volného volání pro dětské pacienty, kteří musí přes Vánoce trávit čas v nemocnicích. I v souvislosti s tímto projektem je všude prezentováno logo Nadace Eurotel.

Jak je již uvedeno v úvodu této části práce, nejsou marketingové aktivity pro fungování nadace Eurotel příliš významnou a důležitou složkou, neboť princip jejího fungování a využívání jména všeobecně známé společnosti Eurotel Praha spol. s r.o. plně dostačují pro její zviditelnění v očích široké veřejnosti. Rovněž tak Nadace Eurotel nemusí soupeřit se svými konkurenty na trhu, protože neposkytuje přímo své služby, ale pouze funguje jako prostředník pro přerozdělení finančních prostředků a o její „služby“ bude ze strany nestátních neziskových organizací zcela jistě vždy velký zájem.

Pokud z předchozího textu označíme marketing za okrajovou záležitost, která stojí mimo hlavní zájem Nadace Eurotel, potom do této kategorie rozhodně nelze zahrnout oblast public relations. O významu této oblasti

určitě svědčí fakt, že jednou z členů správní rady je i Diana Dobálová, mimo jiné tisková mluvčí společnosti Eurotel Praha spol. s r.o.

Výrazným počinem v oblasti PR pak je rozhodně udělování tradiční ceny veřejnosti v grantových řízeních. Touto cestou se Nadace Eurotel zviditelňuje každoročně ve významných regionálních denících a i vzhledem k rostoucímu počtu hlasujících čtenářů lze tvrdit, že se jedná o správnou cestu přinášející podporu široké veřejnosti. Mimo tuto oblast bylo za dva roky fungování Nadace Eurotel v různých médiích publikováno celkem 57 příspěvků, ve kterých název této organizace figuroval (zdroj: internetové stránky www.nadace-eurotel.cz). Naprostá většina z nich právě v souvislosti s grantovým řízením nebo v souvislosti s podporou projektu Zdravotní klaun. V této oblasti je ještě jedna zajímavá skutečnost. Je až s podivem, v kolika příspěvcích v tištěných a elektronických médiích se objevuje chybně název nadace. Není uvedeno Nadace Eurotel, tak jak zní oficiální název tohoto subjektu, ale nadace Eurotel, což může čtenáře, který nezná pozadí vzniku a fungování této organizace vést k chybnému dojmu, že se jedná o jakýsi počin řízený přímo společností Eurotel Praha spol. s r.o. Zda se jedná o poměrně časté pochybení novinářů, nebo zda jde o marketingový úmysl ze strany zřizovatele této nadace je otázkou, na níž se zřejmě nepodaří najít odpověď.

14. Spolupráce s obdobnými subjekty

Nadace Eurotel je zaměřena na podporu nestátních neziskových organizací z celého území České republiky. Proto bylo toto území rozděleno do osmi regionů a pro každý z nich platí stejná pravidla pro přidělování nadačních příspěvků z grantového řízení. Každý region tak získá stejnou částku. Na druhou stranu, Nadace Eurotel žádným způsobem nepodporuje podobné organizace v zahraničí a ani není například formou nadačních darů ze zahraničí podporována. Jedná se tedy zcela výhradně o subjekt s působností na území České republiky. Prostřednictvím Fóra dárců a Klubu Donátor však čerpá zkušenosti s fungováním obdobných organizací mimo území České republiky, kde je firemní dárcovství daleko více rozvinutější oblastí s větší tradicí.

Díky svému poměrně úzkému zaměření na pomoc potřebným dětem a díky své roli pouze prostředníka peněžního toku od společnosti Eurotel Praha spol. s r.o. k nestátním neziskovým organizacím se Nadace Eurotel nijak výrazně nepotýká s konkurencí. I to je jeden z důvodů, proč je obecně méně zdůrazňována v jejím fungování role marketingu. Nadace Eurotel nerealizuje žádné výnosy, o které by ji mohla připravit úspěšnější a dravější konkurence, neboť základním a rozhodujícím výnosem jsou nadační dary poskytnuté společností Eurotel Praha spol. s r.o. Je opodstatněný předpoklad, že finanční prostředky, které tato společnost hodlá věnovat na dobročinné účely bude distribuovat i v budoucnosti vždy prostřednictvím „své“ Nadace.

Obdobná situace nastává i v oblasti spolupráce s nestátními neziskovými organizacemi. S výjimkou výše zmiňovaných projektů, zejména v projektu Zdravotní klaun, nedochází ani k výrazné spolupráci s obdobnými subjekty působícími ve stejné oblasti. Toto je jistě jedna z možností, kterým směrem dále rozvíjet činnost Nadace Eurotel a tím zefektivnit a rozšířit škálu poskytovaných služeb ostatním nestátním neziskovým organizacím.

15. SWOT analýza

Provést obdobnou analýzu u subjektu tak malého rozsahu jako je Nadace Eurotel je značně obtížné. Tato situace je ztížena navíc ještě situací, kdy se silné a slabé stránky vzájemně prolínají, neboť to co může být v současné době chápáno jako silná stránka, se může v relativně krátkém čase stát právě tou největší slabinou celé organizace.

Za silné stránky lze rozhodně označit zejména tři hlavní faktory. Jedná se o zázemí kapitálově silné společnosti, personální politiku a motivaci lidí podílejících se na chodu organizace a zcela jasnou a průhlednou finanční politiku. Zázemí úspěšné a silné společnosti, která je zřizovatelem Nadace Eurotel, poskytuje dostatečný prostor nejen pro krytí veškerých provozních nákladů, ale zároveň garantuje i dostatek finančních prostředků pro vypsání grantová řízení a pro podporu ostatních projektů. Tímto způsobem financování jsou odstraněna téměř všechna finanční rizika, která z existence Nadace Eurotel mohou plynout. Rovněž tak v oblasti personální politiky, kdy všichni představitelé i výkonní pracovníci nadace nejsou v pracovně-právním

vztahu s touto organizací eliminuje většinu potencionálních rizik v této oblasti. Rovněž není nutné vytvářet mnohdy složité motivační programy pro tyto dobrovolníky, neboť možnost práce pro obdobnou organizací je v jejich případě dostatečnou motivací. Stejně výrazným pozitivním prvkem i pro potencionální partnery jednak ze strany dárců i příjemců nadačních příspěvků a jednak ze strany státních kontrolních orgánů je absolutní průhlednost hospodaření, což je dáno jednak snahou zainteresovaných lidí a jednak poměrně malým počtem účetních a finančních operací.

Nejvýraznější slabou stránkou Nadace Eurotel je její příliš úzké propojení se společností Eurotel Praha spol. s r.o. V dnešní době, kdy dochází k dalšímu pokusu o privatizaci Českého Telecomu, vlastníka společnosti Eurotel Praha spol. s r.o., může být po dokončení této privatizace současná pozice Nadace Eurotel značně ohrožena. Vše bude zřejmě závislé na výsledku privatizace a z velké míry i na zvolené metodě. Bude-li kupcem státního většinového podílu úspěšná zahraniční telekomunikační společnost, lze předpokládat, že se pozice firmy v oblasti filantropie nijak nezmění. Pokud však nebude státní podíl prodán strategickému investorovi, ale dojde k prodeji prostřednictvím kapitálového trhu, není zcela jasné, jaká skupina investorů by prostřednictvím firmy Český Telecom ovládla společnost Eurotel Praha spol. s r.o. Došlo-li by k převzetí této firmy nějakou agresivní finanční skupinou velmi úzce zaměřenou na návratnost své investice a neberoucí větší ohledy na oblast veřejného zájmu, může tento fakt znamenat výrazné ohrožení postavení Nadace Eurotel a jejího finančního podporování. Stejně tak v oblasti personální politiky může nastat situace, byť se v současné době jeví jako velmi nepravděpodobná, že zaměstnanci společnosti Eurotel Praha spol. s r.o. se přestanou ve svém volném čase účastnit na aktivitách pořádaných Nadací Eurotel. V takovémto případě by se výrazně projevila absence vlastních zaměstnanců a činnost nadace by tak rovněž byla zásadně ohrožena.

Mezi zásadní příležitosti, které by v budoucnu mohla Nadace Eurotel realizovat lze zcela určitě zařadit větší rozvoj spolupráce s obdobnými subjekty. Tímto krokem by mohlo dojít k výrazné kumulaci kapitálu, který by mohl být následně přerozdělen mezi jednotlivé nestátní neziskové organizace. Rovněž výraznou příležitostí, jejíž uchopení by prospělo celému projektu Nadace Eurotel by bylo získání dalších významných dárců, kteří by

jednak pomohli zabezpečit svými příspěvky chod nadace a jednak by díky jejich příspěvkům mohlo být v grantových řízeních oceněno více nestátních neziskových organizací a jejich projektů. K dosažení tohoto cíle by musely být výraznějším způsobem rozšířeny marketingové aktivity nadace a zřejmě by muselo dojít i k většímu osamostatnění se Nadace Eurotel od společnosti Eurotel Praha spol. s r.o.

Hrozby pro Nadaci Eurotel vyplývají zejména ze slabých stránek a z připravované privatizace Českého Telecomu, tak jak je uvedeno výše. Další hrozby pro fungování této organizace nejsou v současné době známy a vzhledem k jejímu silnému finančnímu zázemí se ani nedá očekávat jejich nárůst.

16. Závěrečné zhodnocení Nadace Eurotel

Pro účely této seminární práce byla zvolena Nadace Eurotel zcela záměrně. Cílem bylo poukázat na poměrně jednoduchý systém, kterým se mohou úspěšné firmy zapojit do různých filantropických projektů. Poukázat na možnost efektivního investování do neziskového sektoru a na průhlednost a přehlednost takto zvolené struktury.

Zvolena proto byla organizace, která s minimem technického zázemí, bez vlastních zaměstnanců a za značné úspory vynaložených nákladů plnohodnotně plní své poslání a její přínos je zcela jistě nezanedbatelný. Velikost této organizace, poměrně jednoduchý způsob jejího založení a v neposlední řadě i její efektivnost dokládá, že každá větší firma, která má zájem investovat do neziskového sektoru, může tohoto cíle dosáhnout například založením vlastní firemní nadace.

Z předchozího textu lze samozřejmě i vyčíst prostor pro zlepšení v oblastech marketingu, spolupráce s ostatními subjekty i v oblasti závislosti na společnosti Eurotel Praha spol. s r.o. Toto jsou oblasti, na které by se dle mého názoru měli představitelé Nadace Eurotel zaměřit v budoucnosti a směřovat tuto organizaci k postupným změnám tak, aby více odpovídala principům moderní a progresivní společnosti.

I přes tyto uvedené výhrady je však zcela patrné, že Nadace Eurotel od svého založení před dvěma a půl lety plně splňuje očekávání, která do ní společnost Eurotel Praha spol. s r.o. a příjemci nadačních příspěvků vkládali. Lze tak říci, že tato organizace ukazuje cestu ekonomického podporování nestátních neziskových organizací a jako taková si zaslouží pozornost široké veřejnosti.

17. Seznam použité literatury:

Informace zveřejněné a dostupné na www.nadace-eurotel.cz

Informace zveřejněné a dostupné na www.justice.cz

NADACE EUROTEL: Výroční zpráva 2003

FÓRUM DÁRCŮ, O.S.: Analýza pozice firemních nadačních subjektů v České republice, Říjen 2003