

# **Výzkum firemní filantropie**



**Fórum dárců, o.s.**

**Agnes, o.s.**

**2004**

# Základní charakteristika výzkumu

- ⌘ **Cíl** - získat informace o rozsahu firemní filantropie, o strategiích, o motivaci firem k filantropii a o perspektivách dalšího vývoje této oblasti v ČR
- ⌘ **Metodologie sběru dat** - výzkum realizovala agentura Median, s.r.o pomocí metodologie CAPI
- ⌘ **Cílová skupina** - osoby, které jsou ve firmě zodpovědné za rozdělování příspěvků (darů, sponzoring)
- ⌘ **Časový harmonogram** - terénní sběr dat poběhl v období od 10. června do 2. července 2004

# Výběrový vzorek

*Rozdělení firem podle oblasti podnikání*

Převažující oblast podnikání	Počet firem
Výroba	248
Obchod	135
Služby	194
Spolu	577

# Výběrový vzorek

*Rozdělení firem podle počtu zaměstnanců*

Počet zaměstnanců	Počet firem
do 49 zaměstnanců	310
50 až 249 zaměstnanců	194
250 zaměstnanců a více	73
Spolu	577

# Výběrový vzorek

*Rozdělení firem podle právní formy*

Právní forma	Počet firem
Akciová společnost + společnost s ručením omezeným	456
Ostatní (komanditní společnost, veřejná obchodní společnost, družstvo, státní podnik...)	121
Spolu	577

# **Výsledky výzkumu**

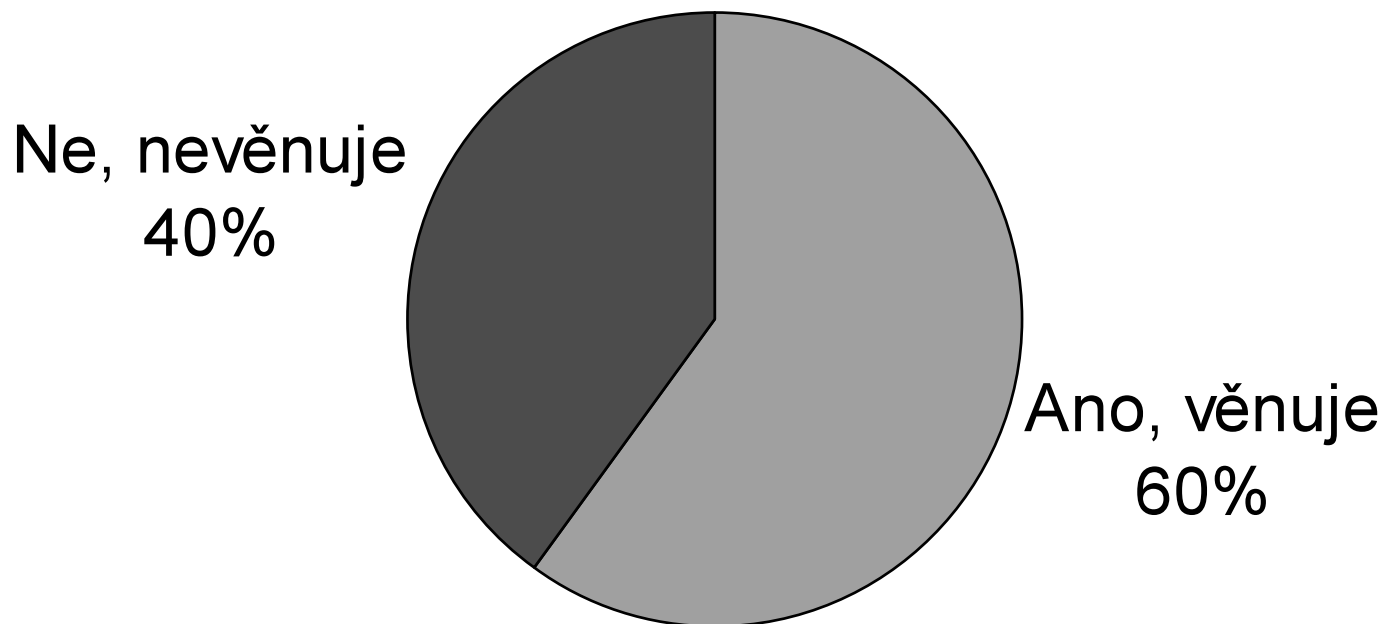
## **1. část - Rozsah firemní filantropie**

---

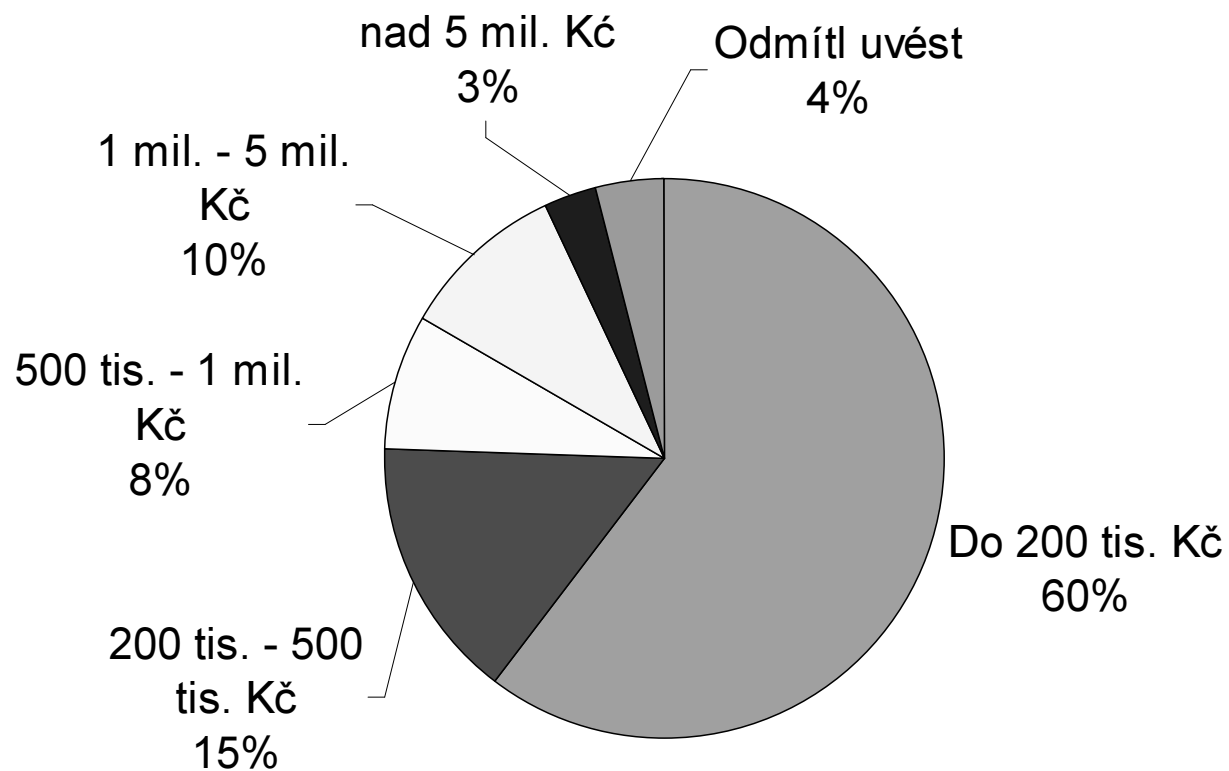
- ⌘ Otázky v této části se týkali jak sponzoringu tak dárcovství
- ⌘ Sledovali jsme: angažovanost firem v sponzoringu a dárcovství, objem poskytnutých prostředků, podporované oblasti a cílové skupiny, podporované subjekty, formy dárcovství...

# Věnuje se Vaše firma sponzoringu v ČR?

**N=577**

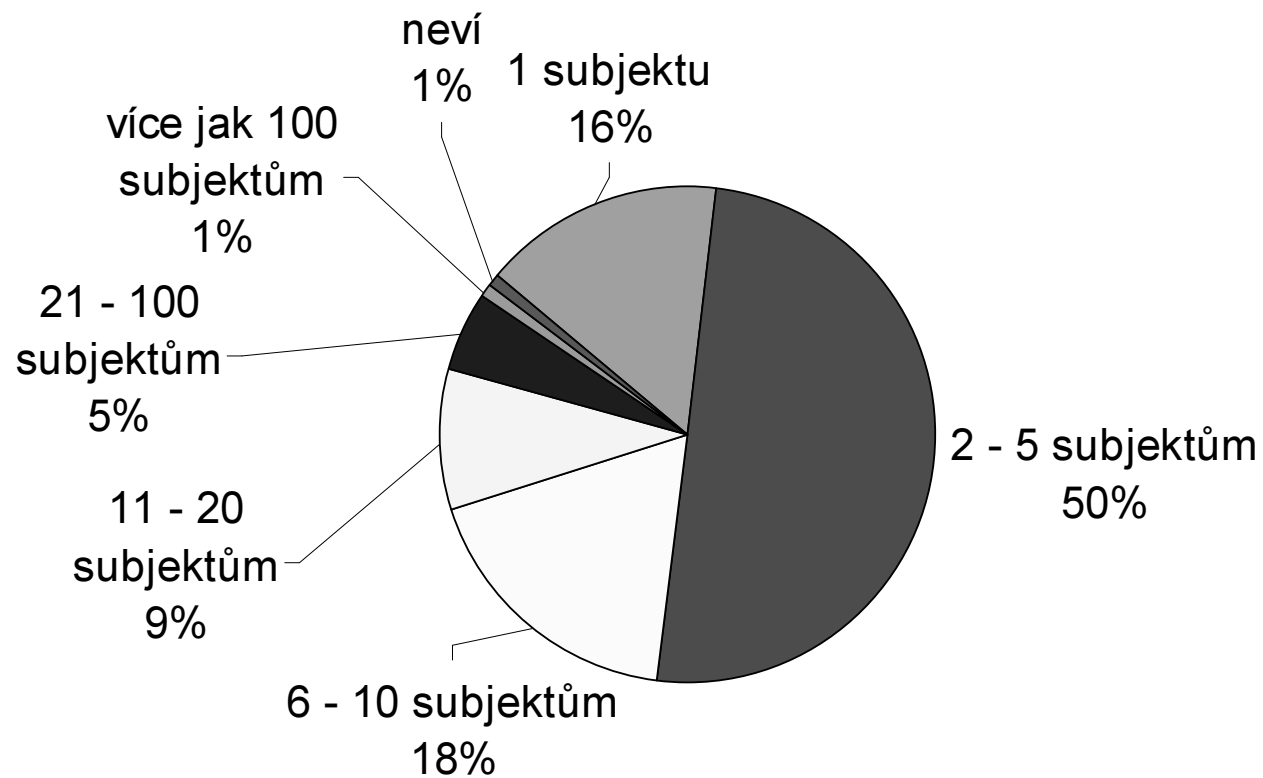


# Jaký objem prostředků - sponzoring zhruba poskytl Vaše firma v roce 2003?

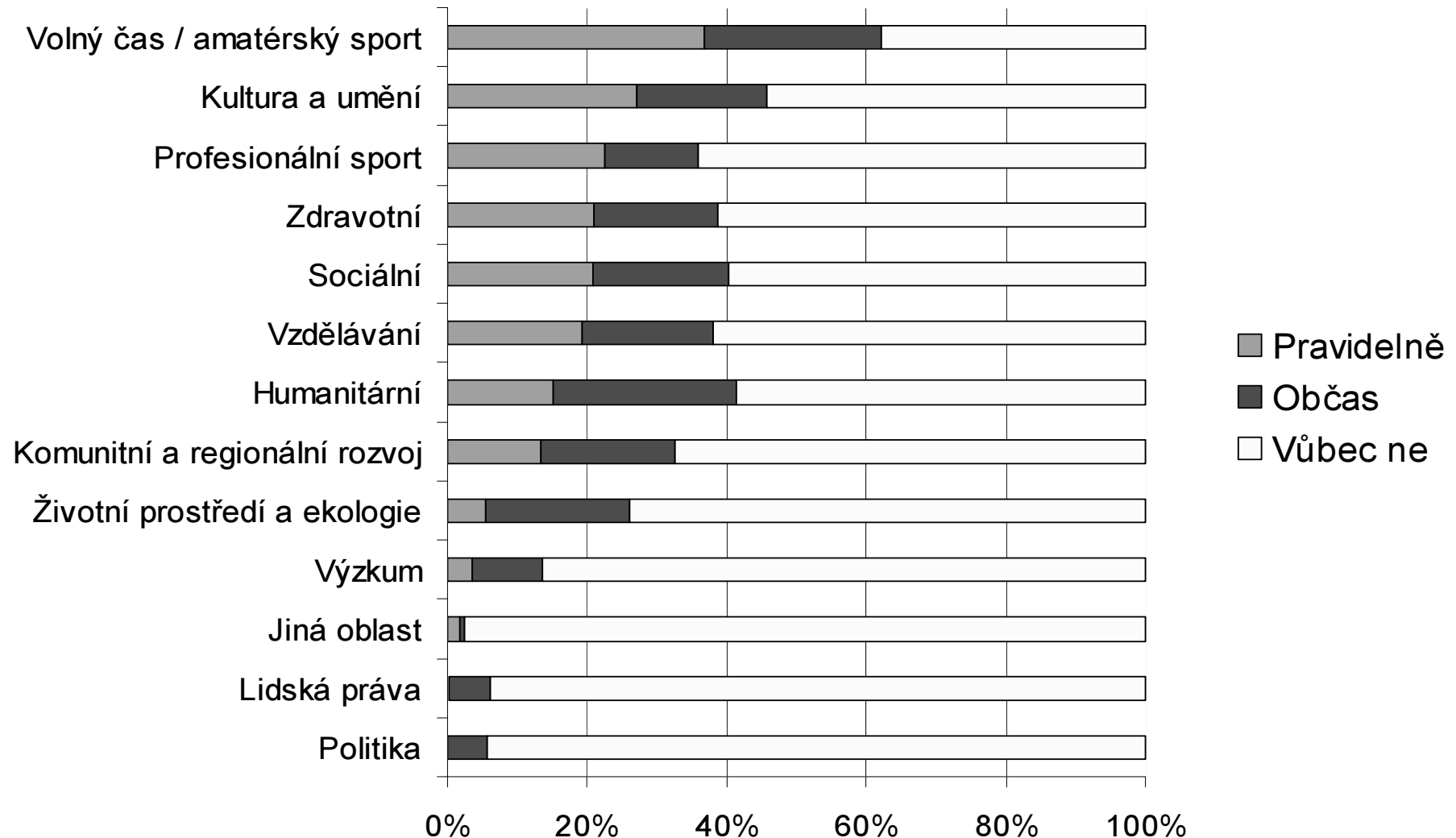




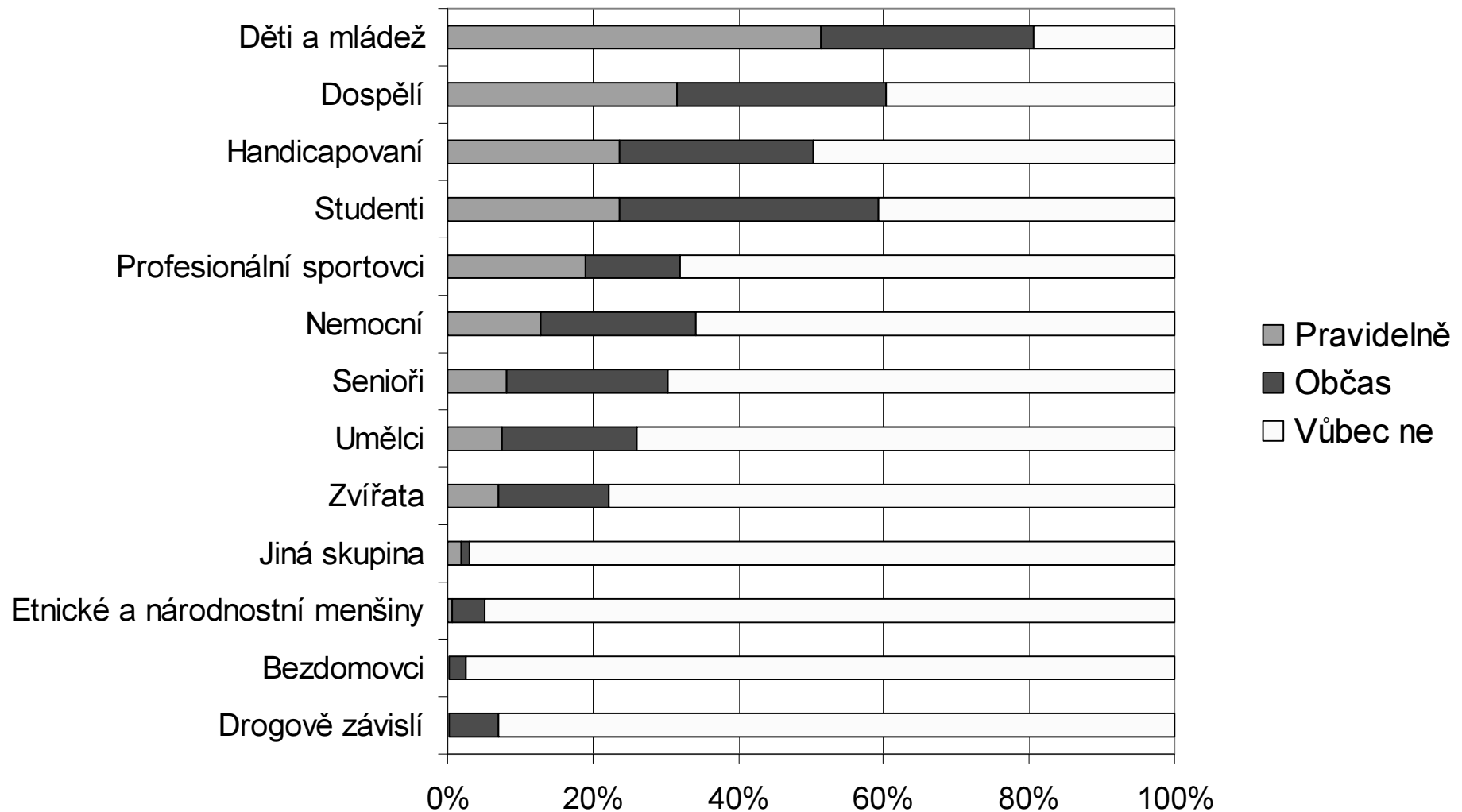
# Kolika subjektům poskytla Vaše firma sponzorský příspěvek v roce 2003? N=346



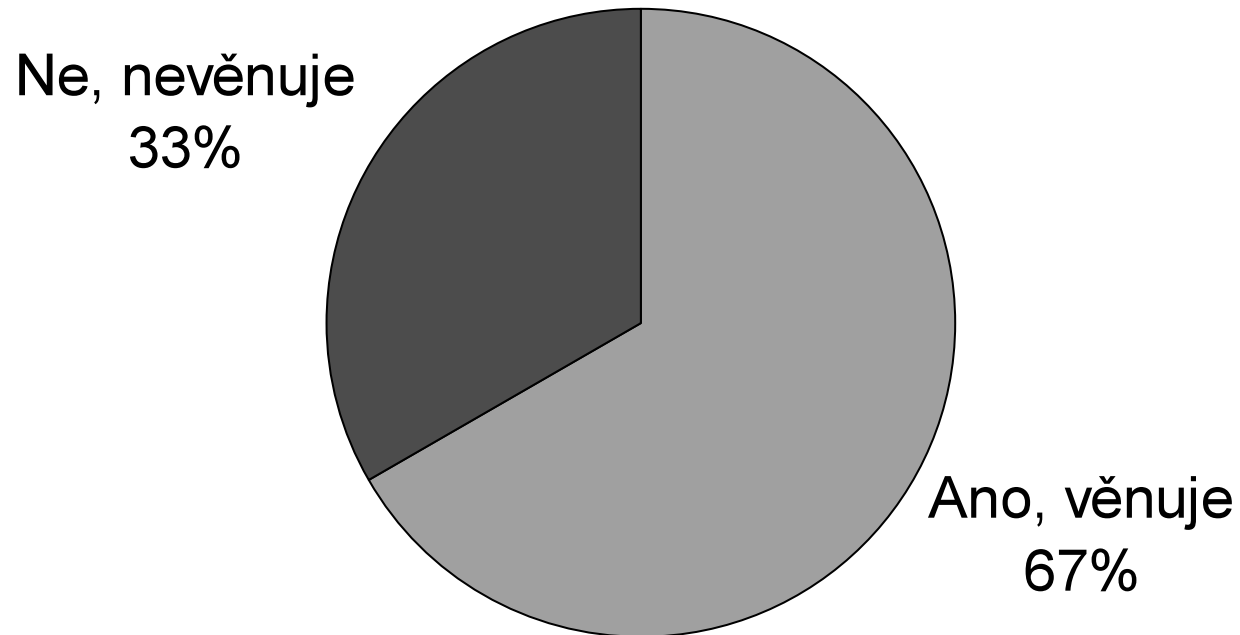
# Kterou oblast podporuje Vaše firma v rámci sponzoringu v ČR? N=346



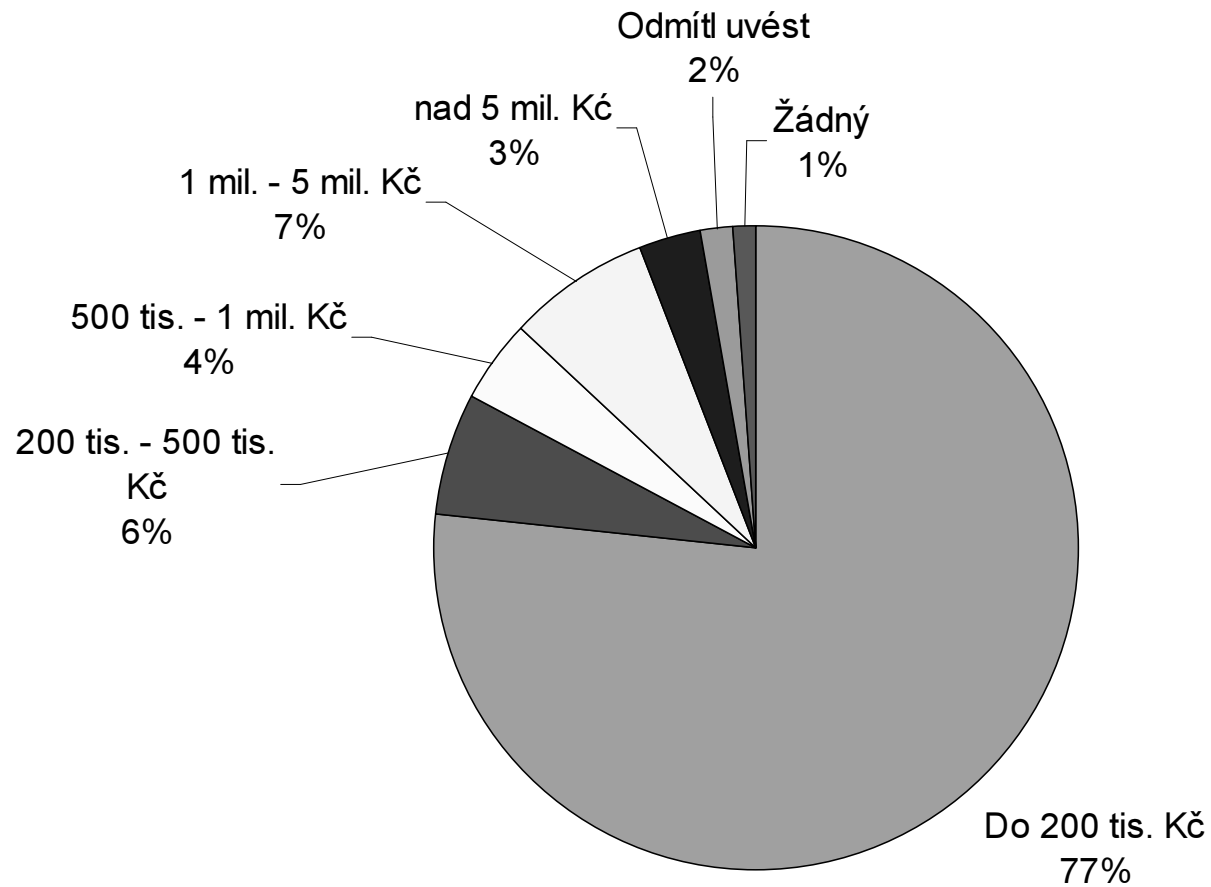
# Které cílové skupiny Vaše firma podporuje sponzoringem v ČR? N=346



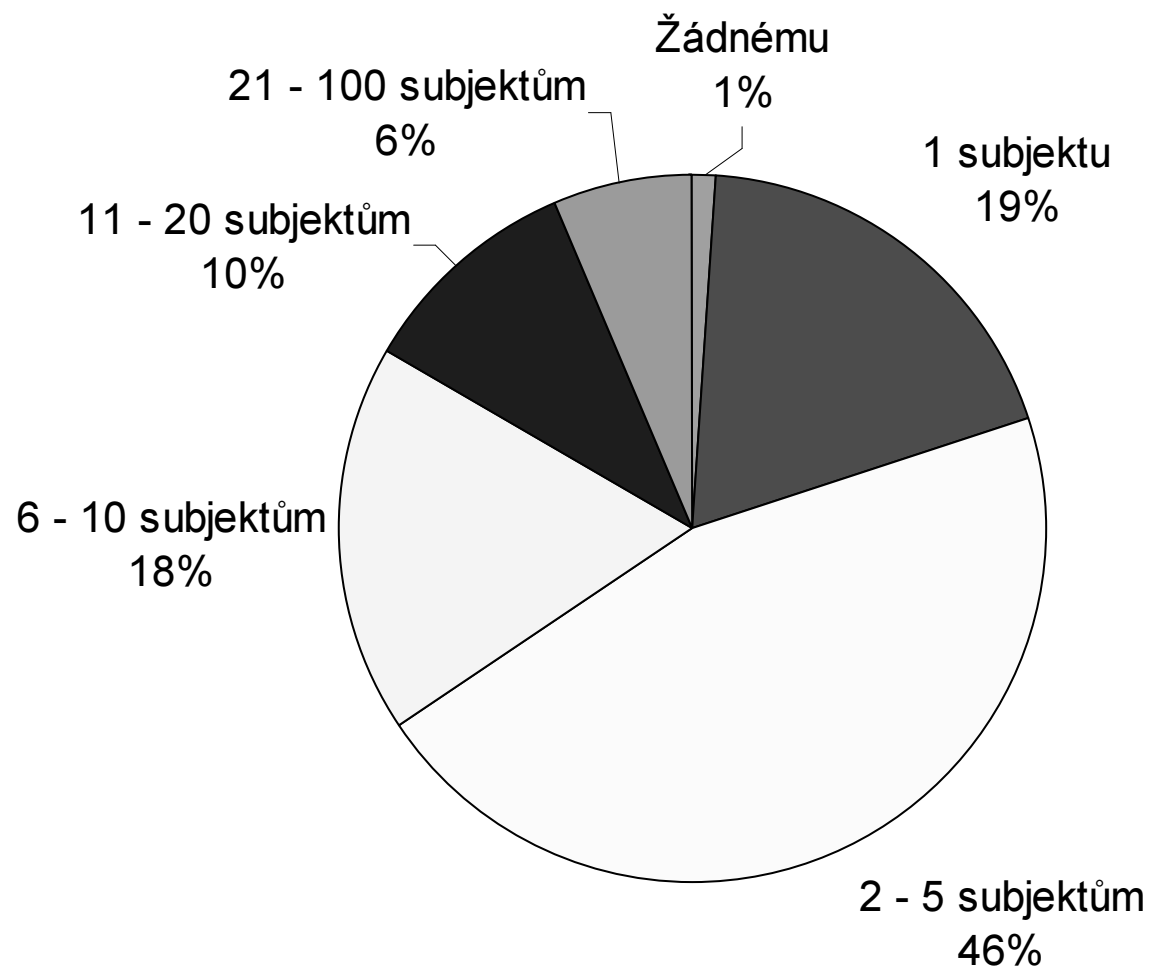
## Věnuje se Vaše firma filantropickým aktivitám - dárcovství v ČR? N=577



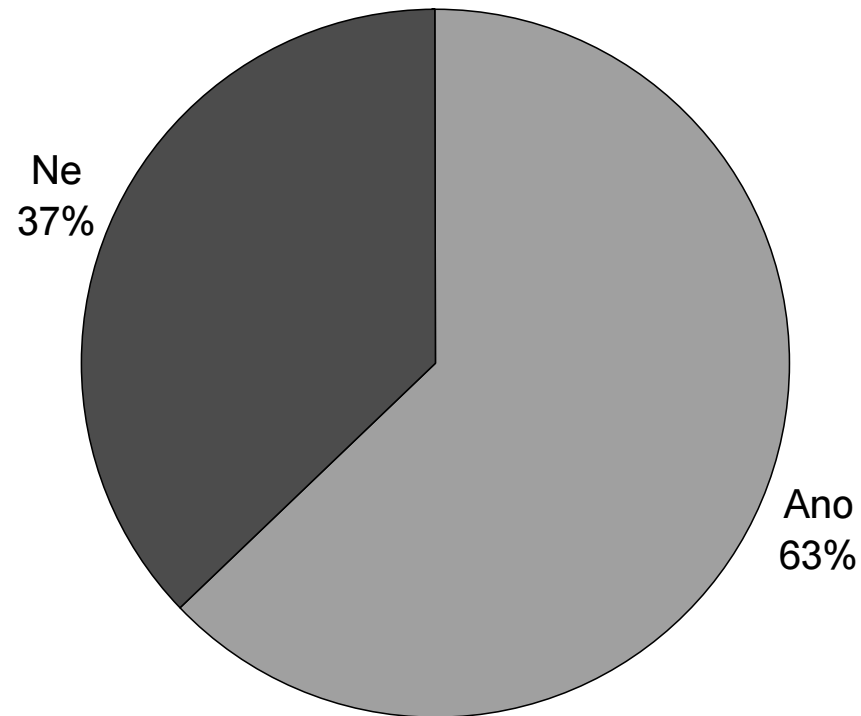
# V jaké hodnotě poskytla Vaše firma dary v roce 2003? N=384



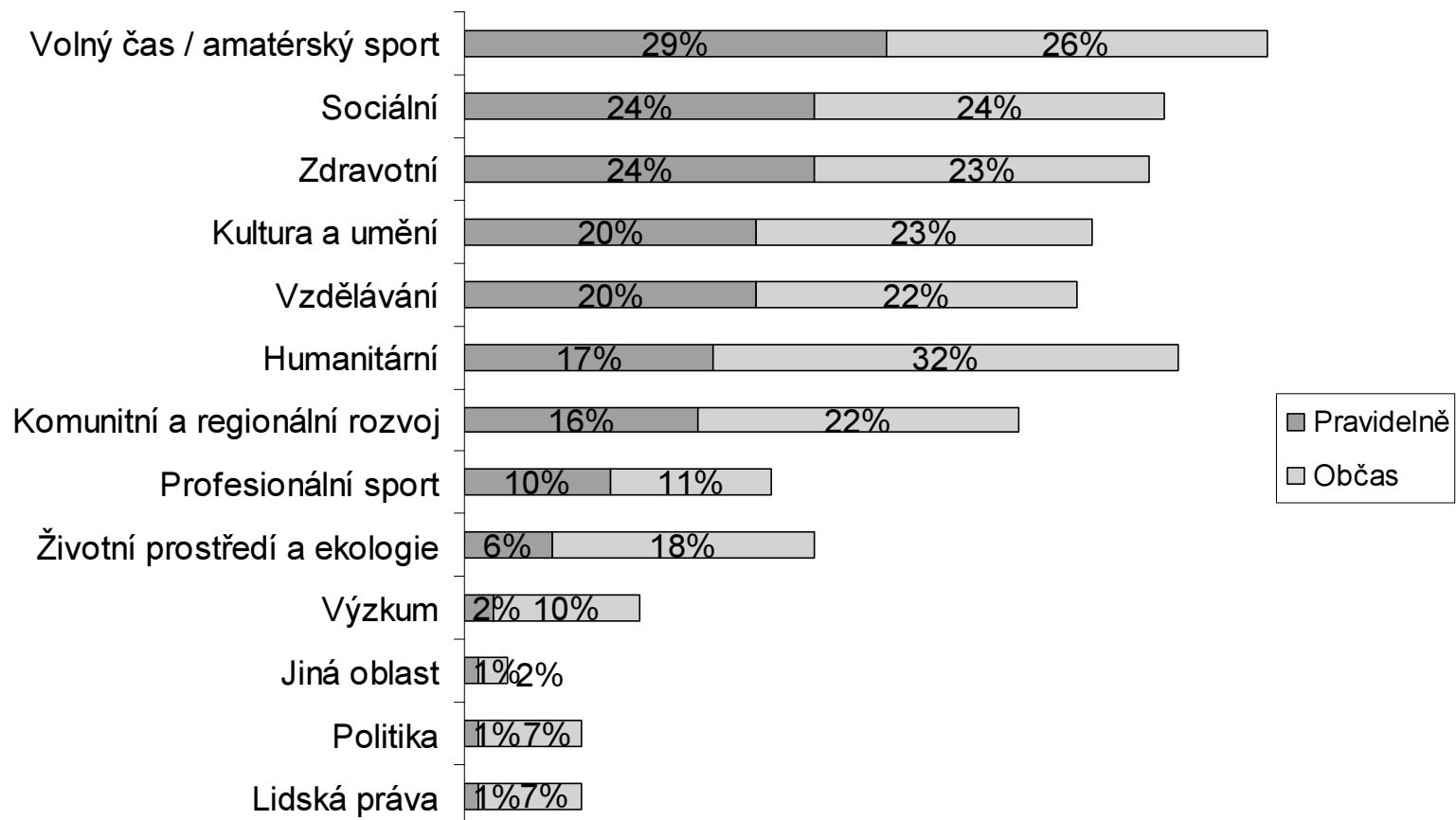
# Kolika subjektům v ČR poskytla Vaše firma dar v roce 2003? N=384



# **Podpořila Vaše firma darem oblasti postižené záplavami v roce 1997 nebo 2002? N=384**

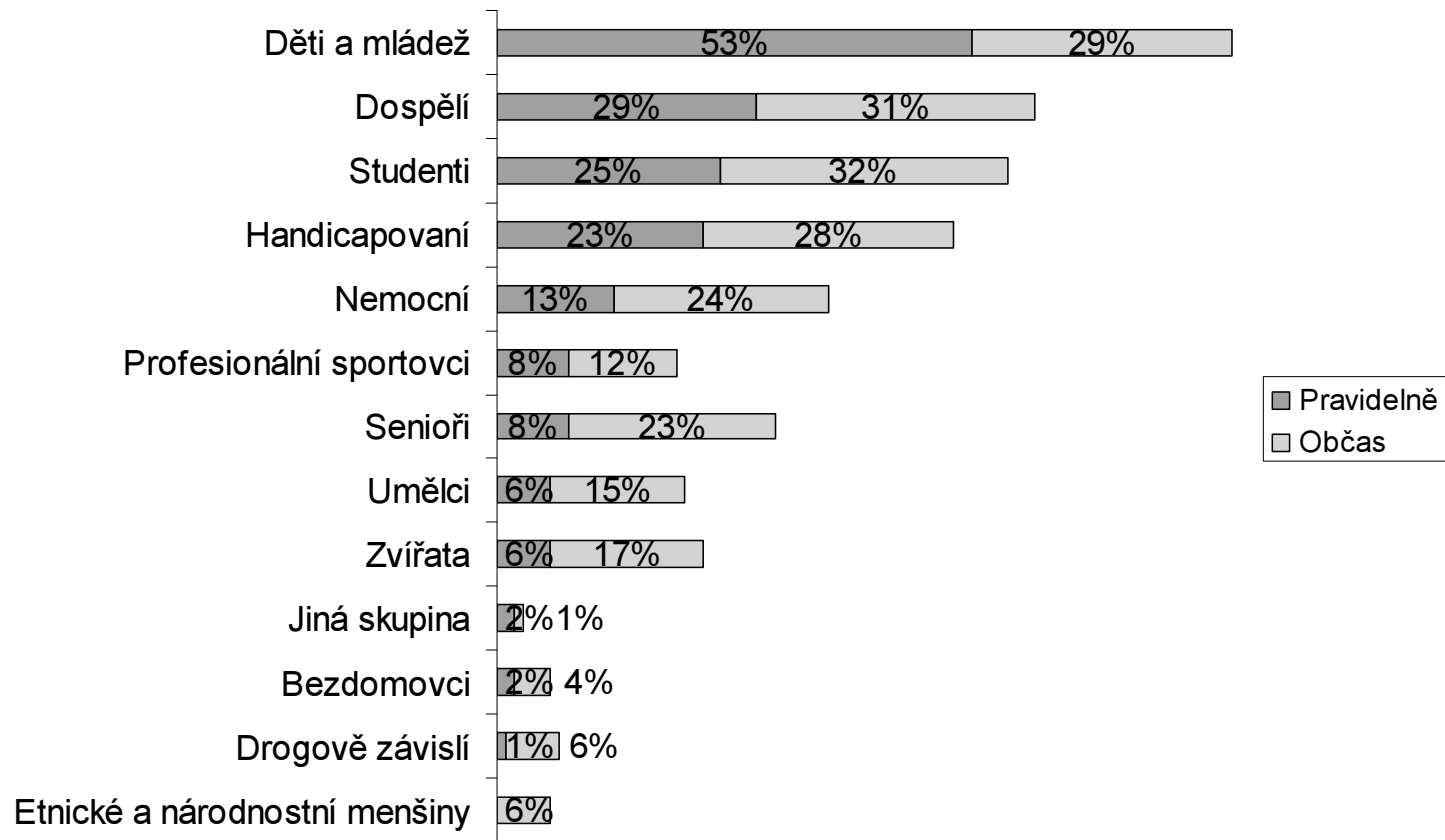


# Kterou oblast v ČR podporuje Vaše firma darem? N=384

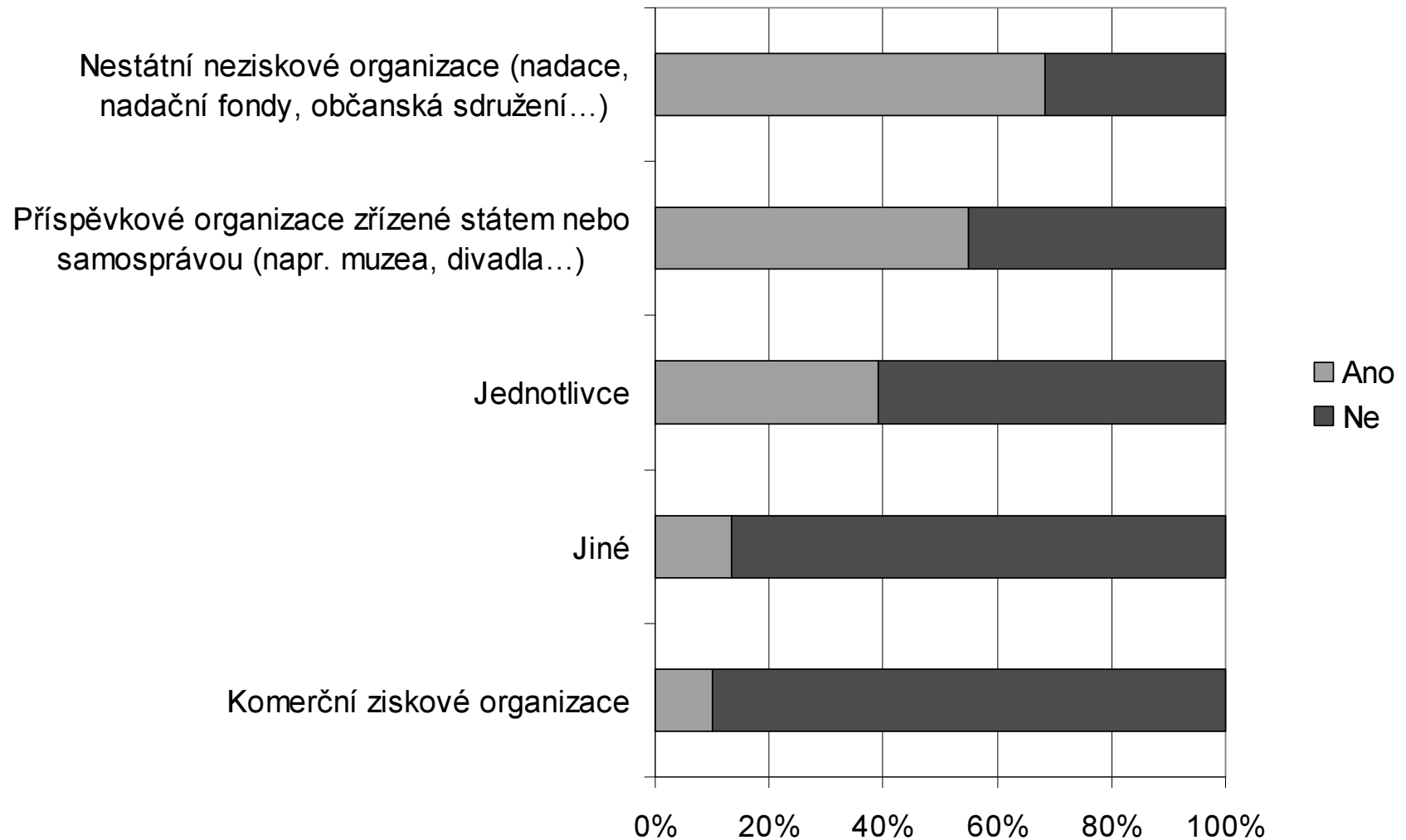




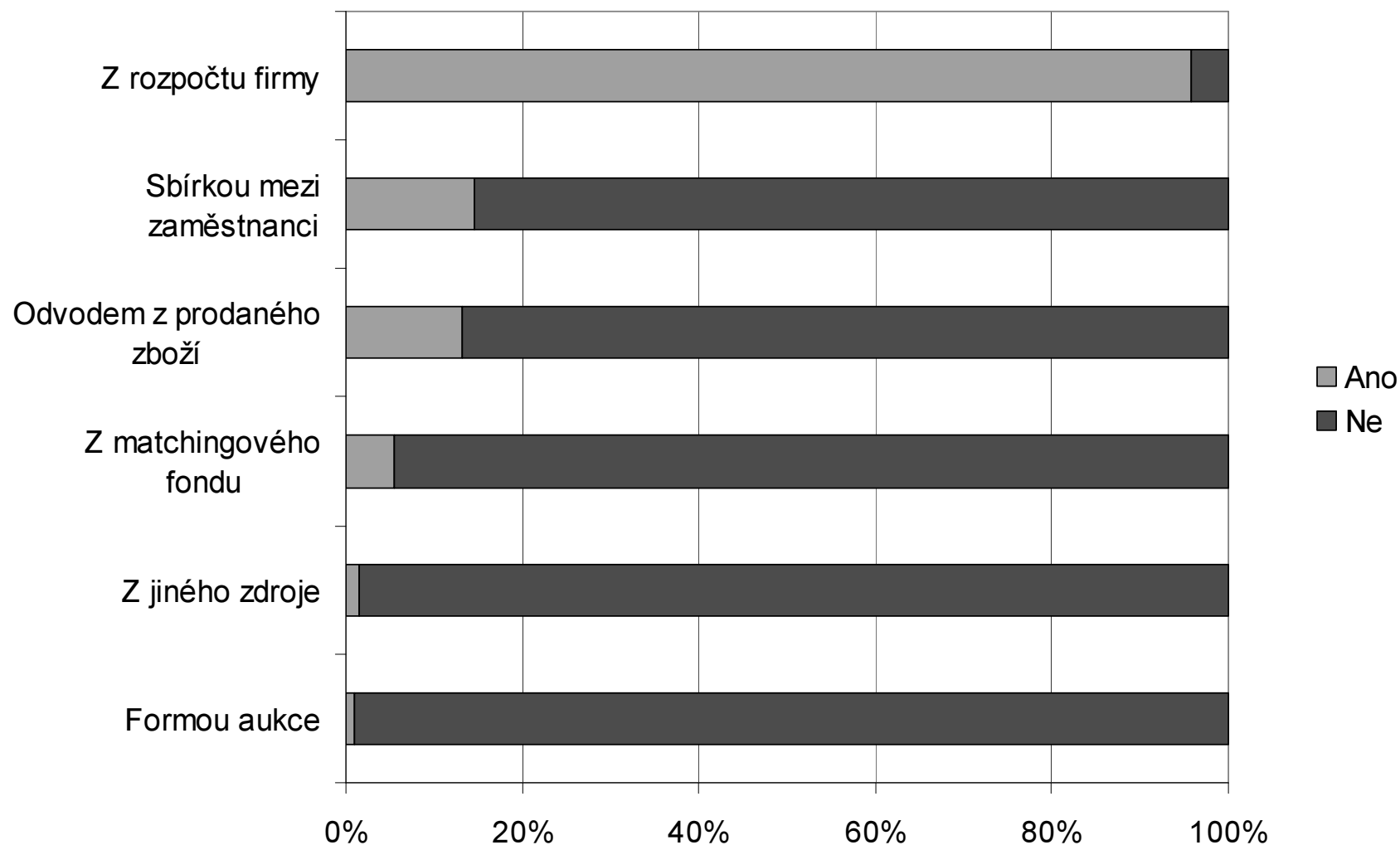
# Které cílové skupiny Vaše firma podporuje darem v České republice? N=384



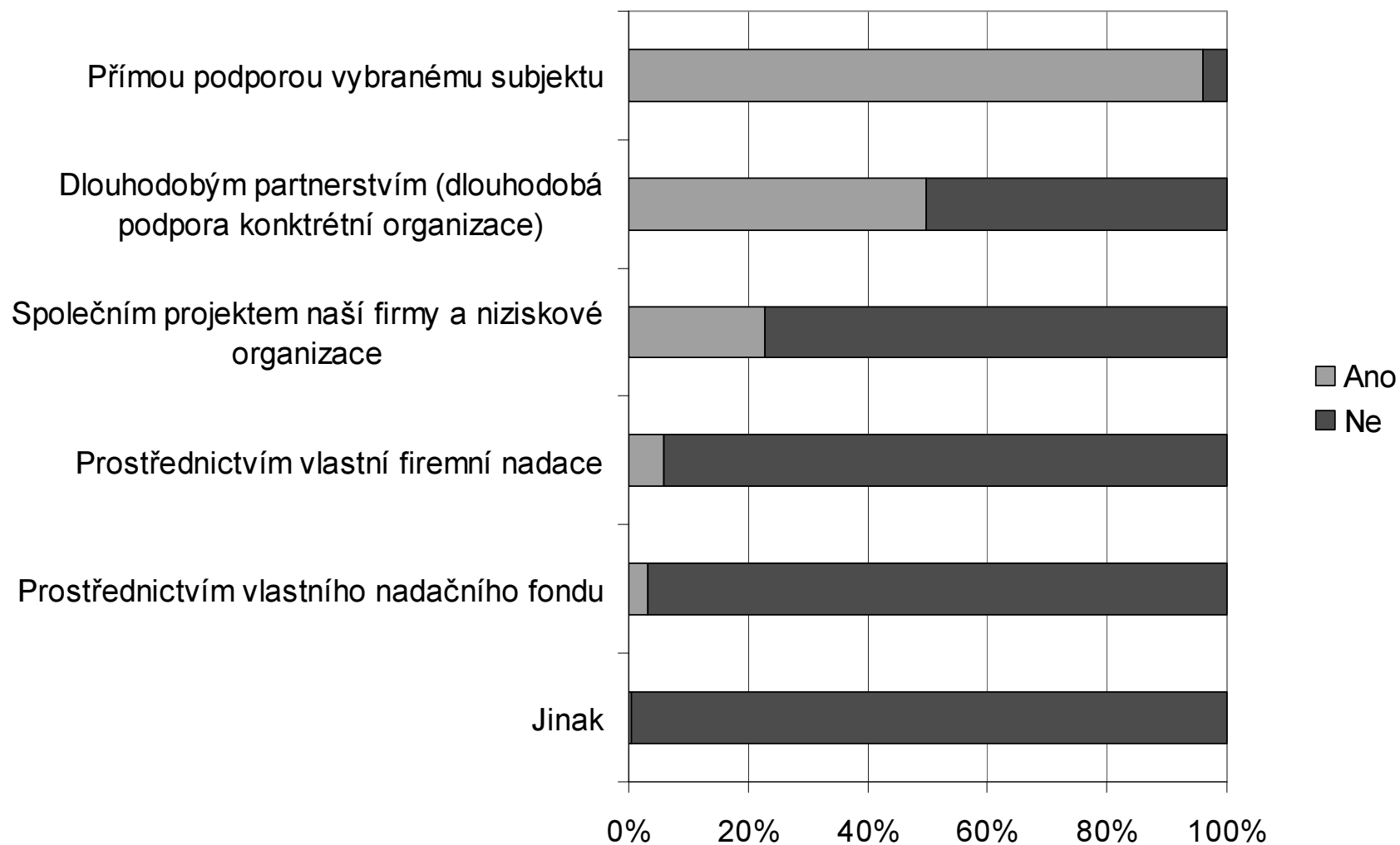
# Které subjekty podporuje Vaše firma darem v České republice? N=384



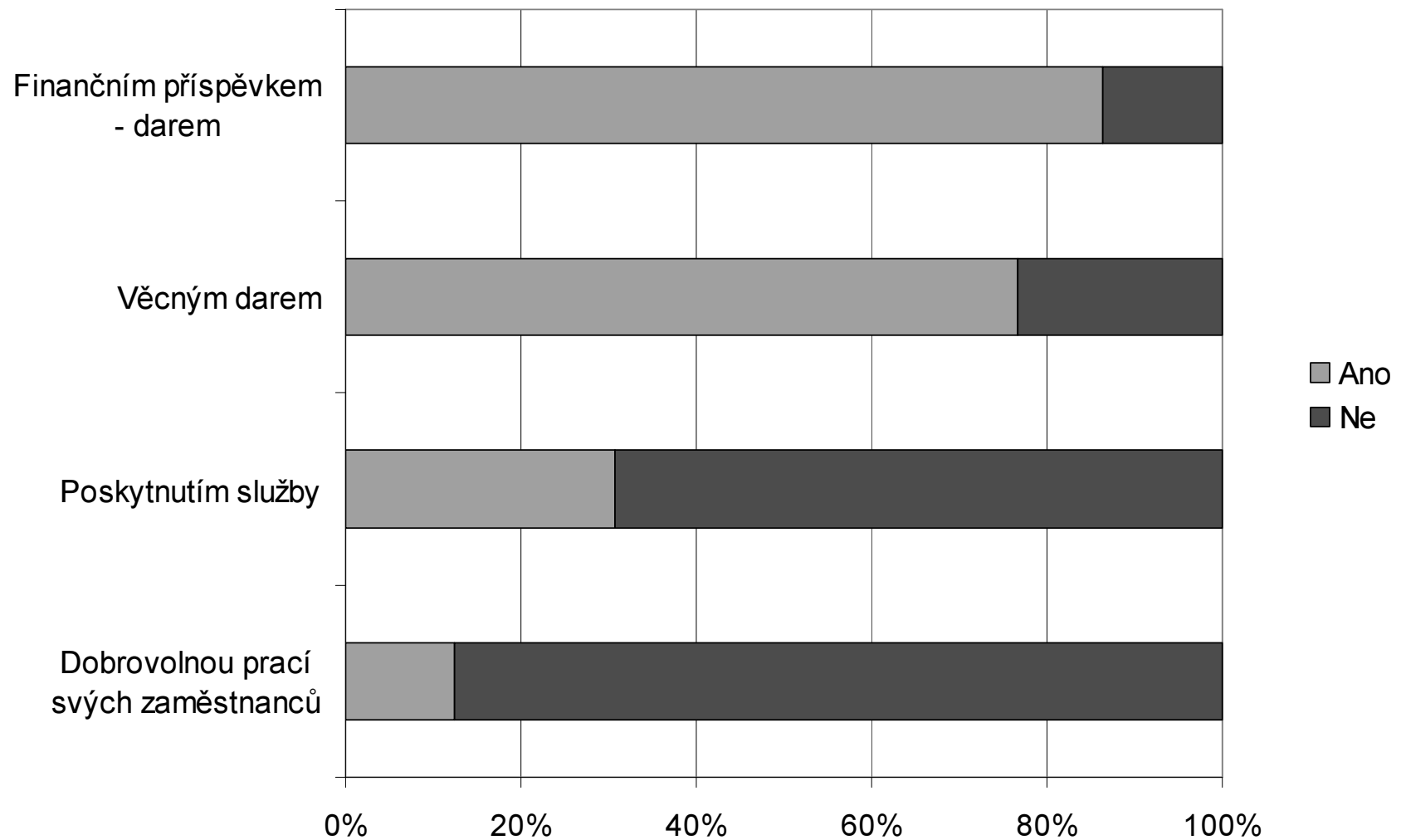
# Z jakých zdrojů získává Vaše firma prostředky na podporu - dary? N=384



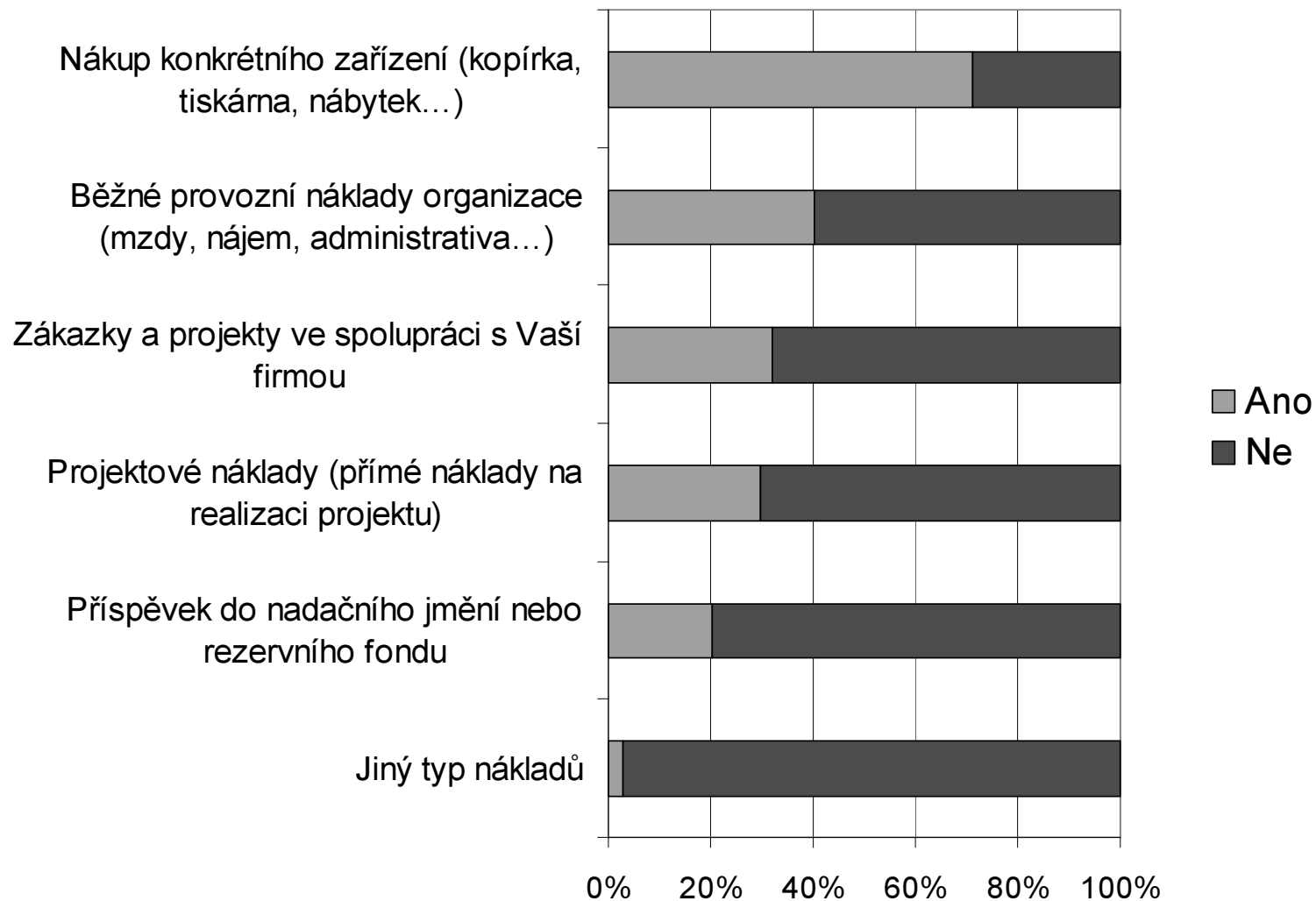
# Jakým způsobem realizuje Vaše firma podporu - dar? N=384



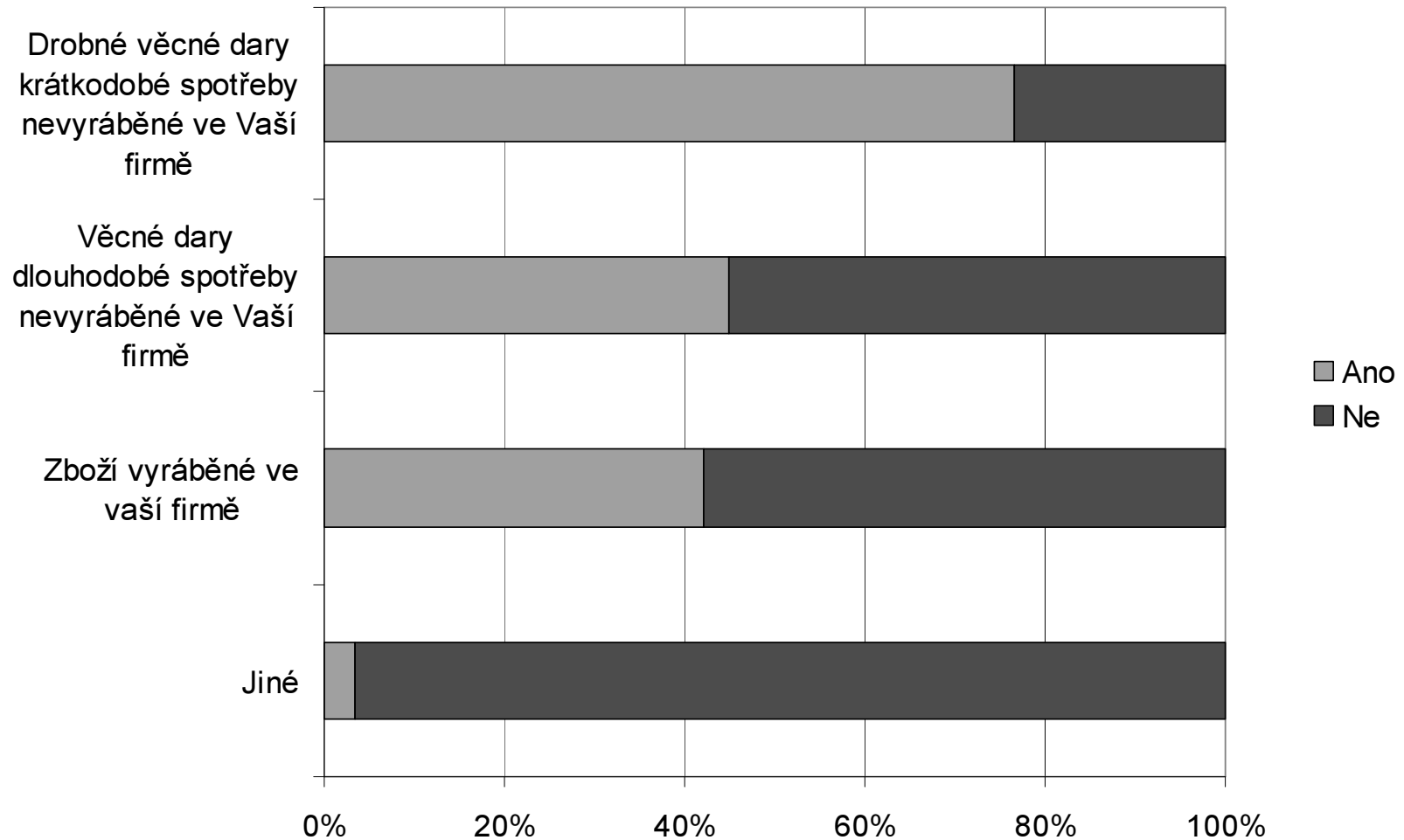
# Jakou formou daru podporuje Vaše firma vybrané subjekty? N=384



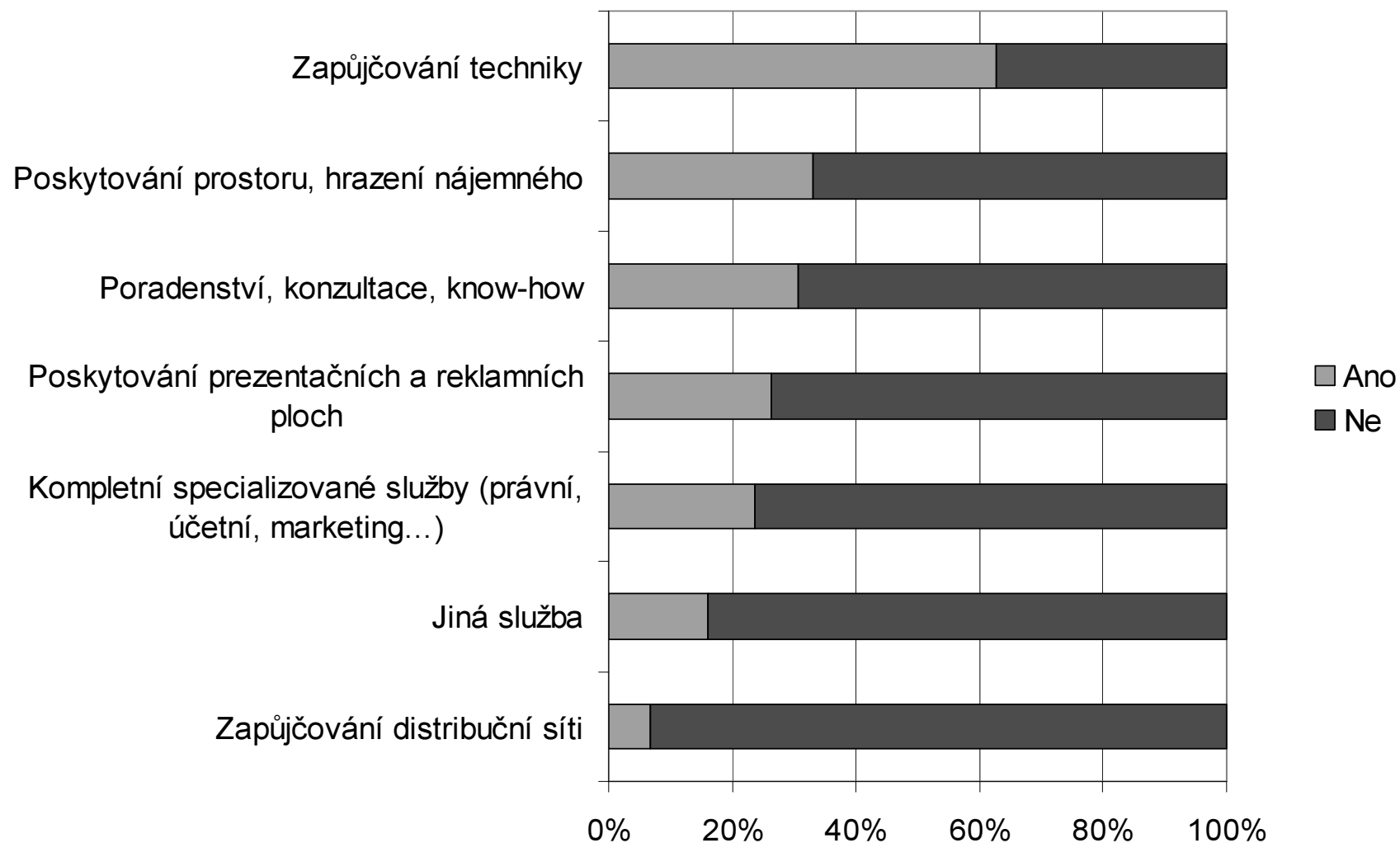
# Pokud Vaše firma podpoří finančním darem organizaci, na jaké typy nákladů přispívá? N=332



# Co je předmětem věcného daru od Vaší firmy? N=294



# Pokud Vaše firma poskytne vybranému subjektu službu - dar, o jaký typ služeb se jedná? N=118



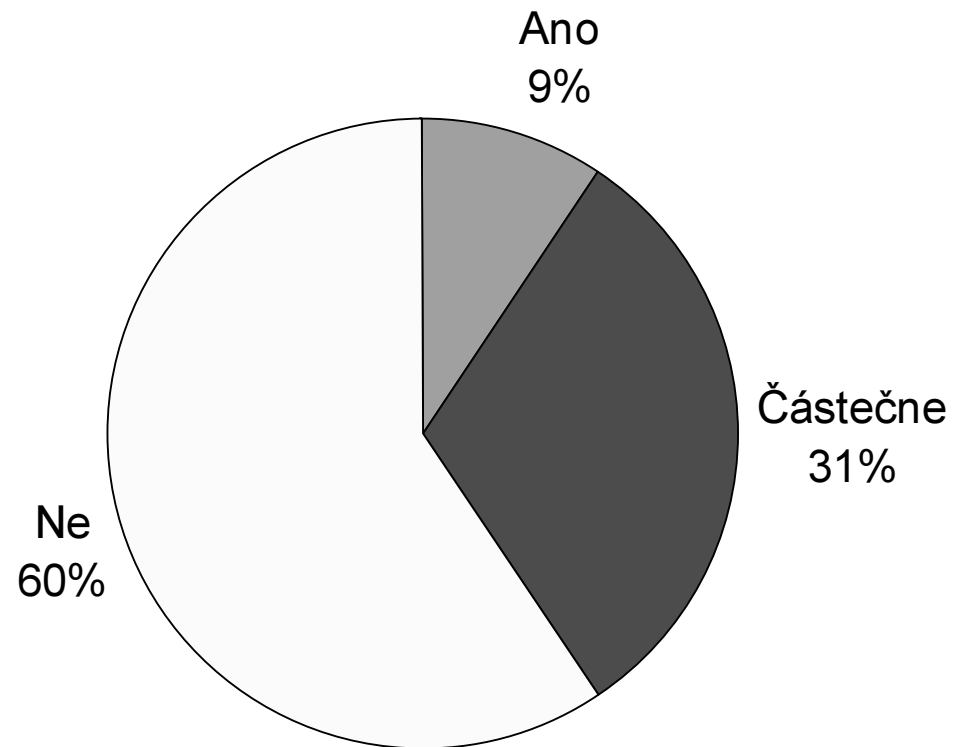


# **Výsledky výzkumu**

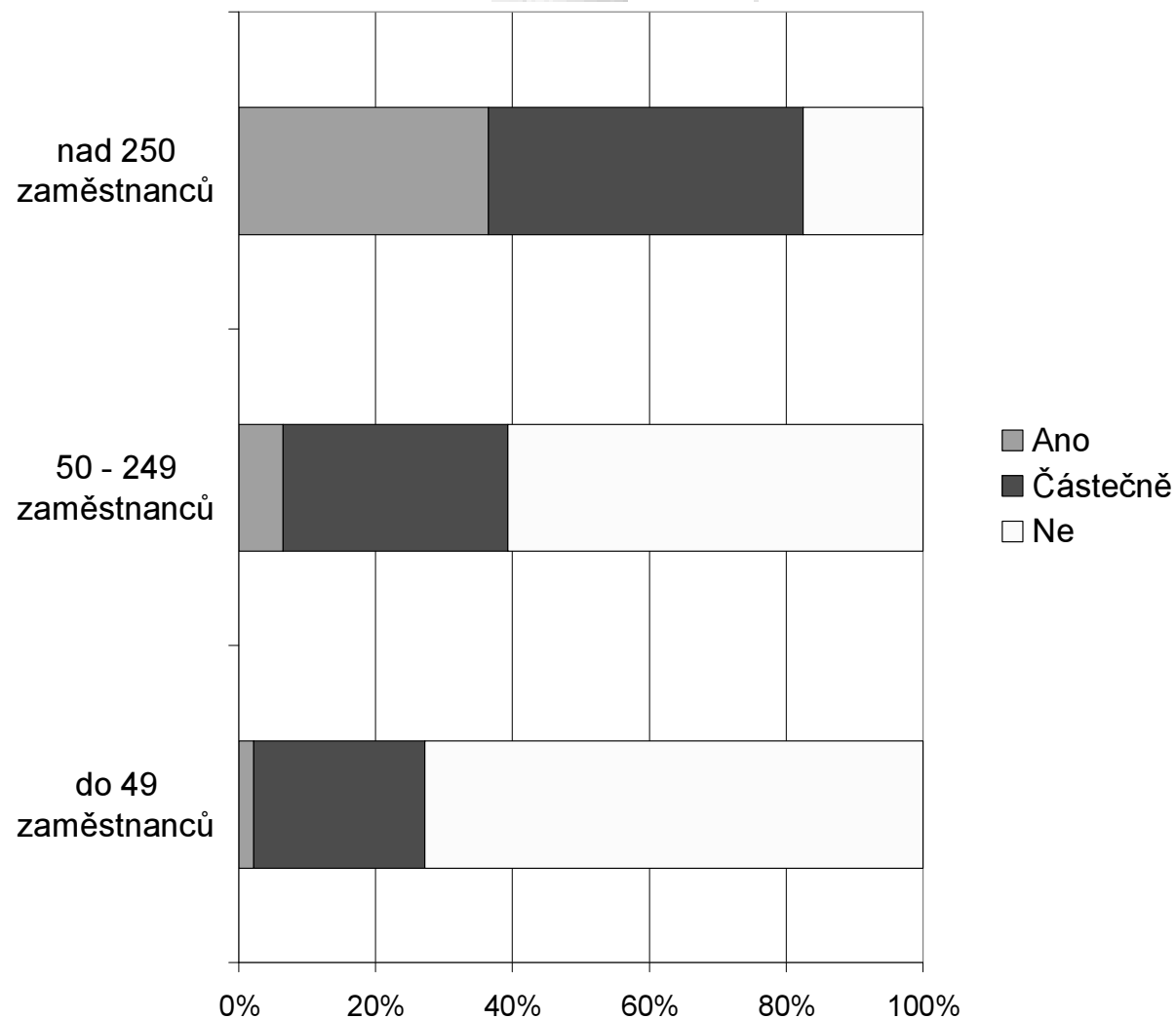
## **2. část - Strategie firemní filantropie**

- ⌘ Tato část výzkumu je zaměřena jenom na oblast firemní filantropie
- ⌘ Sleduje míru organizovanosti firemního dárcovství ve firmě, její transparentnost, využívání firemní filantropie v PR firmy...

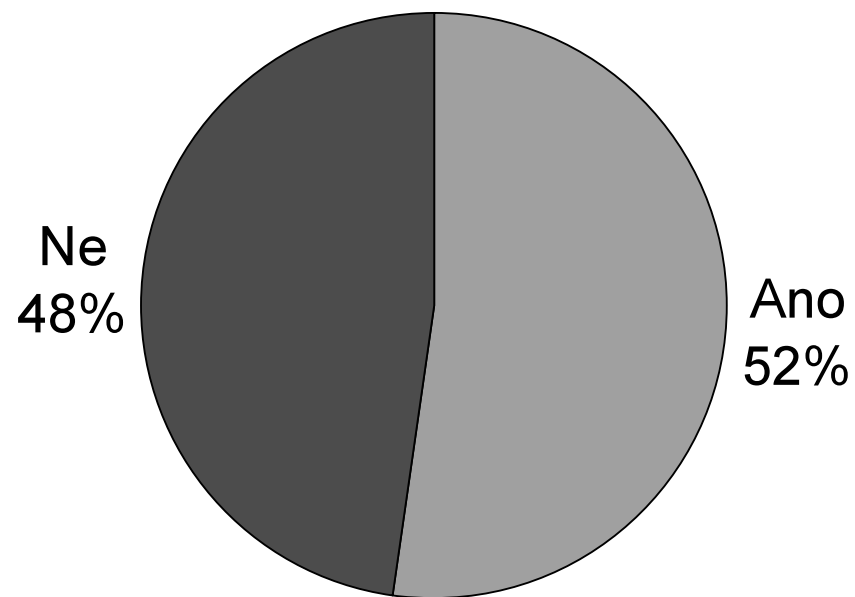
# Má Vaše firma vypracovanou strategii v oblasti firemní filantropie? N=384



# Má Vaše firma vypracovanou strategii v oblasti firemní filantropie? N=384 (podle počtu zaměstnanců)

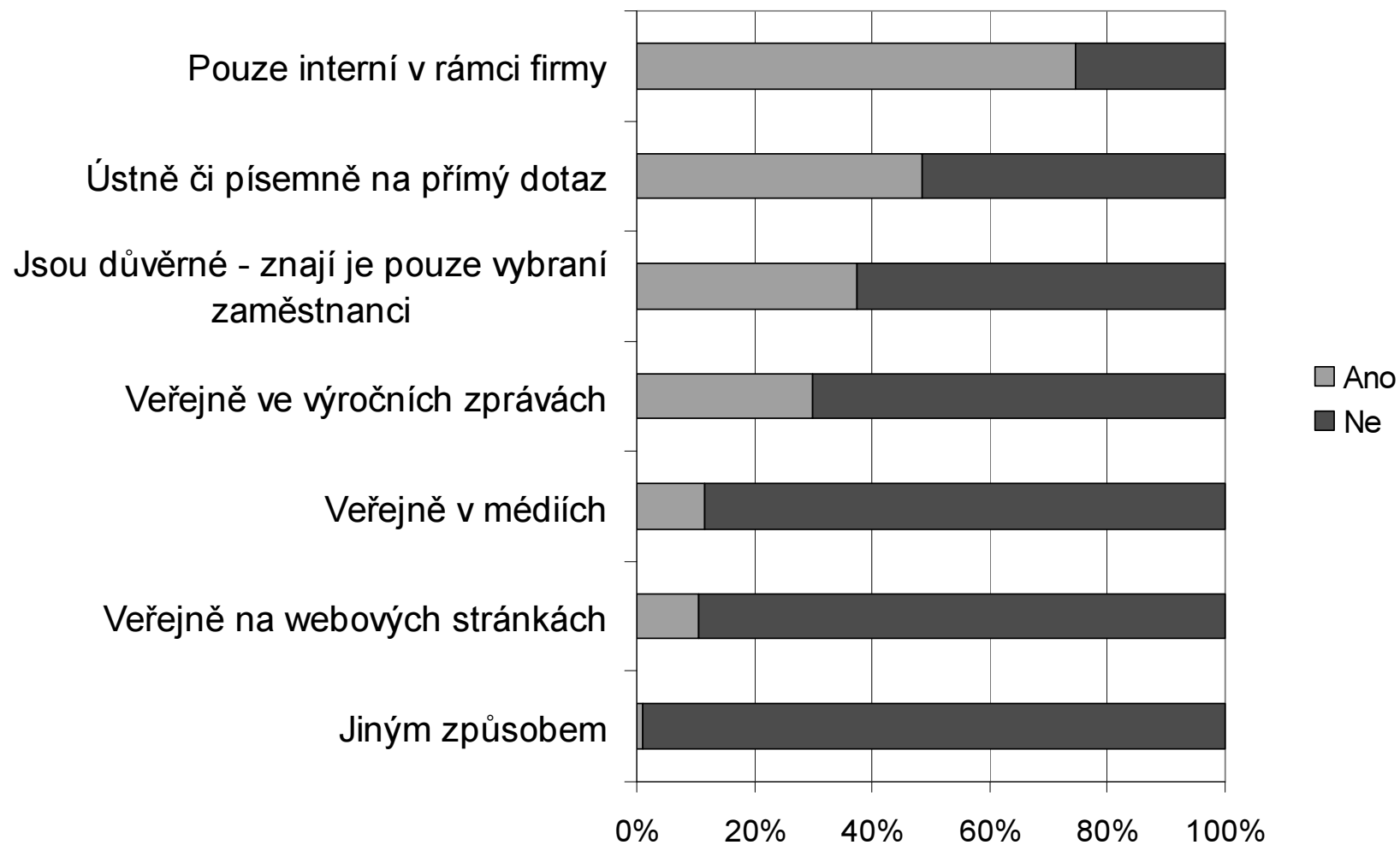


**Má Vaše firma jasně stanovená kritéria, podle kterých se rozhoduje o poskytnutí podpory - daru? N=384**

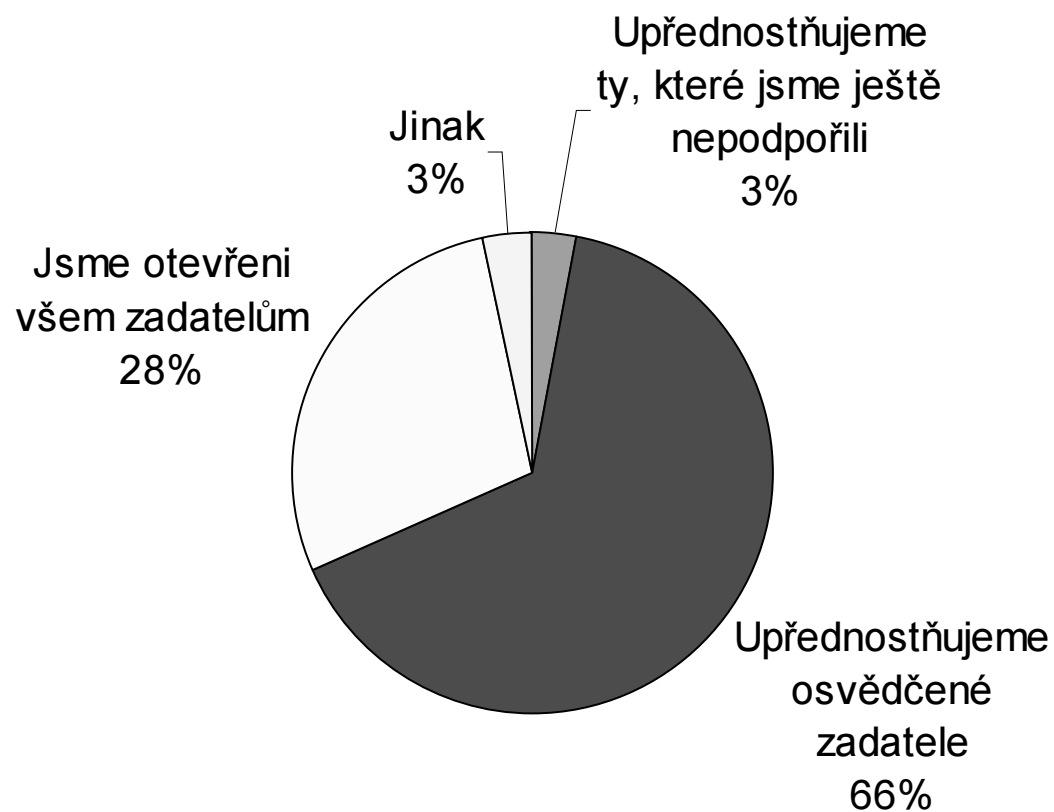


# Jakým způsobem Vaše firma zveřejňuje kritéria, podle kterých se rozhoduje o poskytnutí podpory - daru?

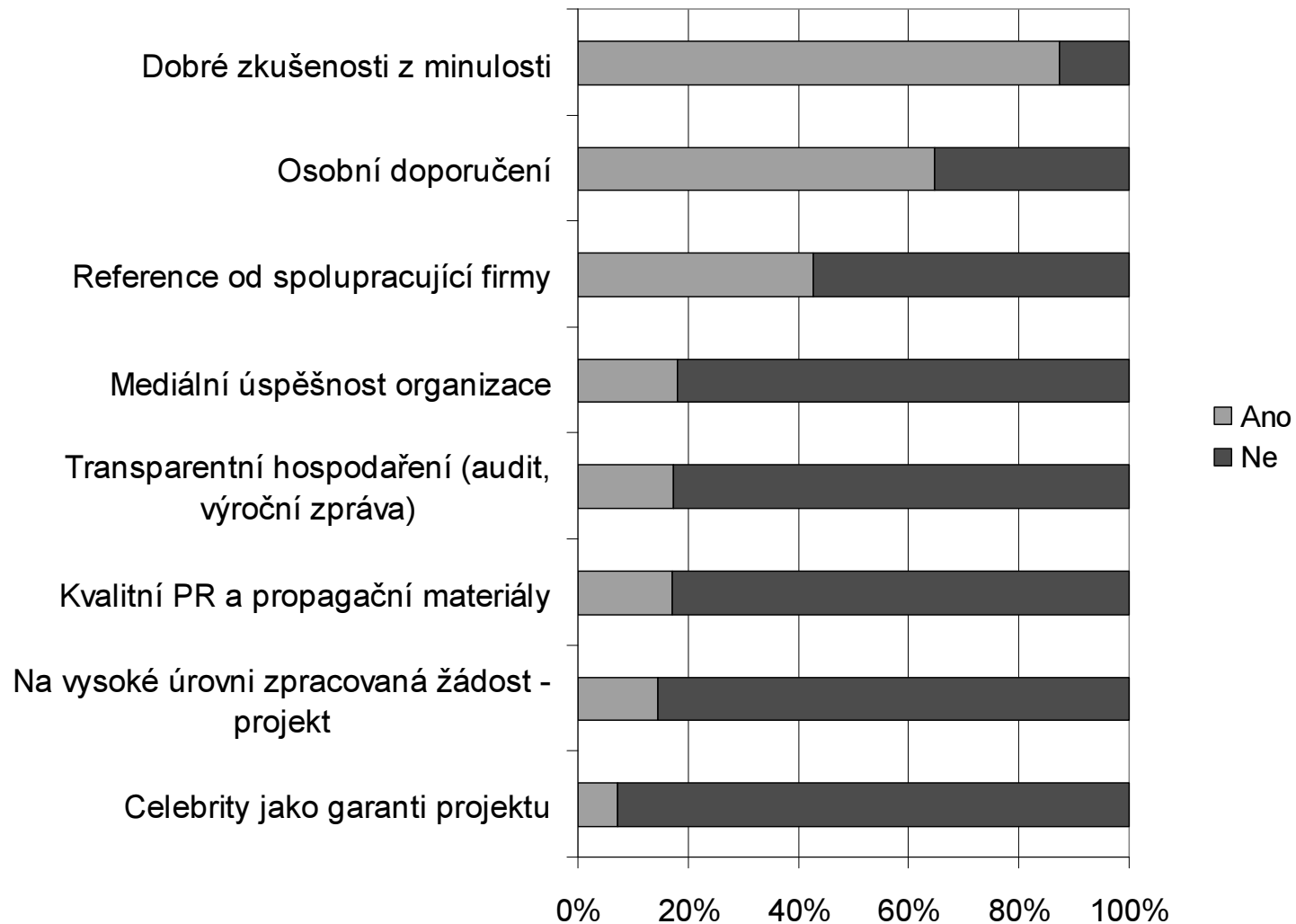
**N=200**



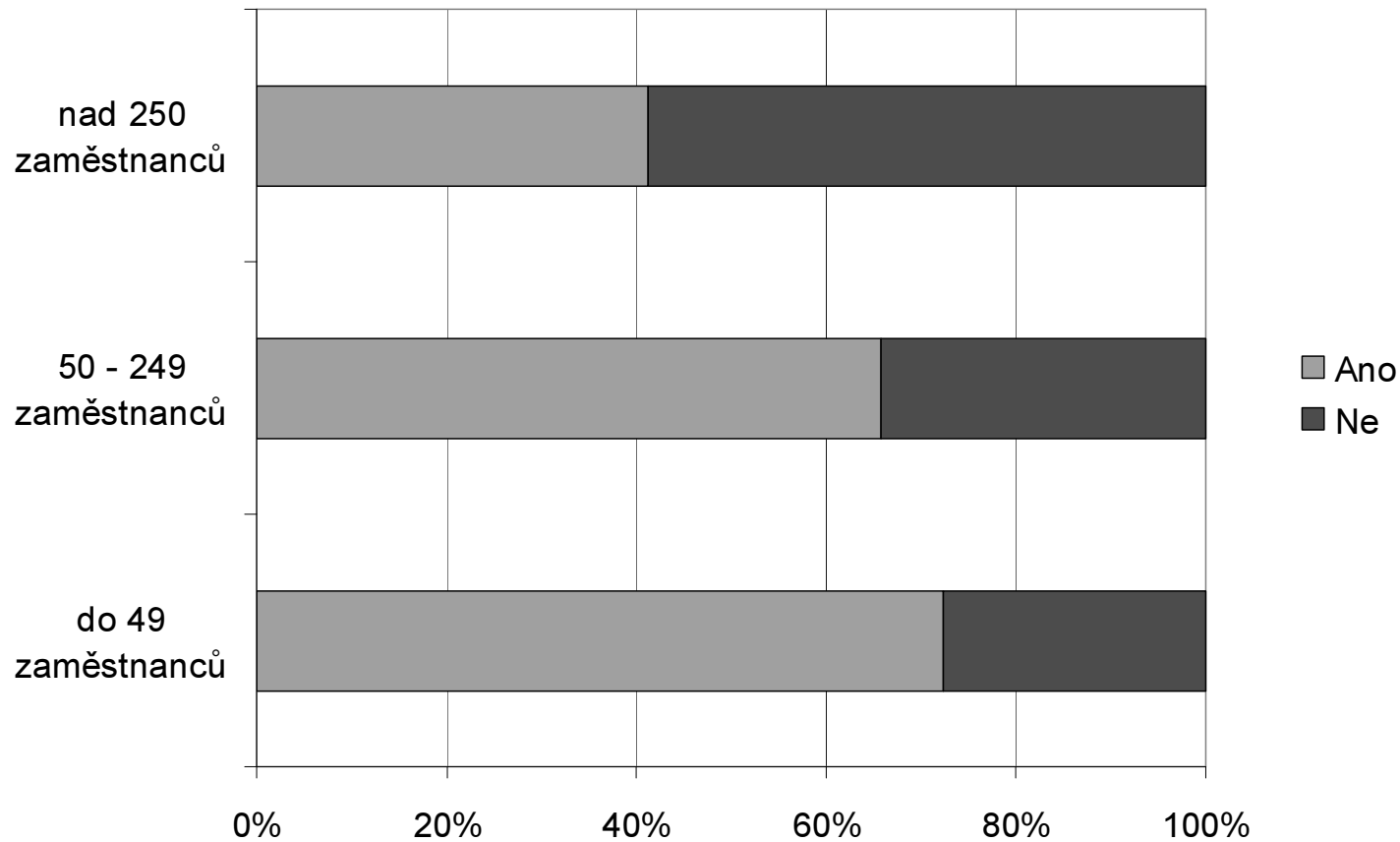
# Jak přistupuje Vaše firma k výběru žadatelů? N=384



# Podle čeho posuzuje Vaše firma důvěryhodnost žadatele? N=384

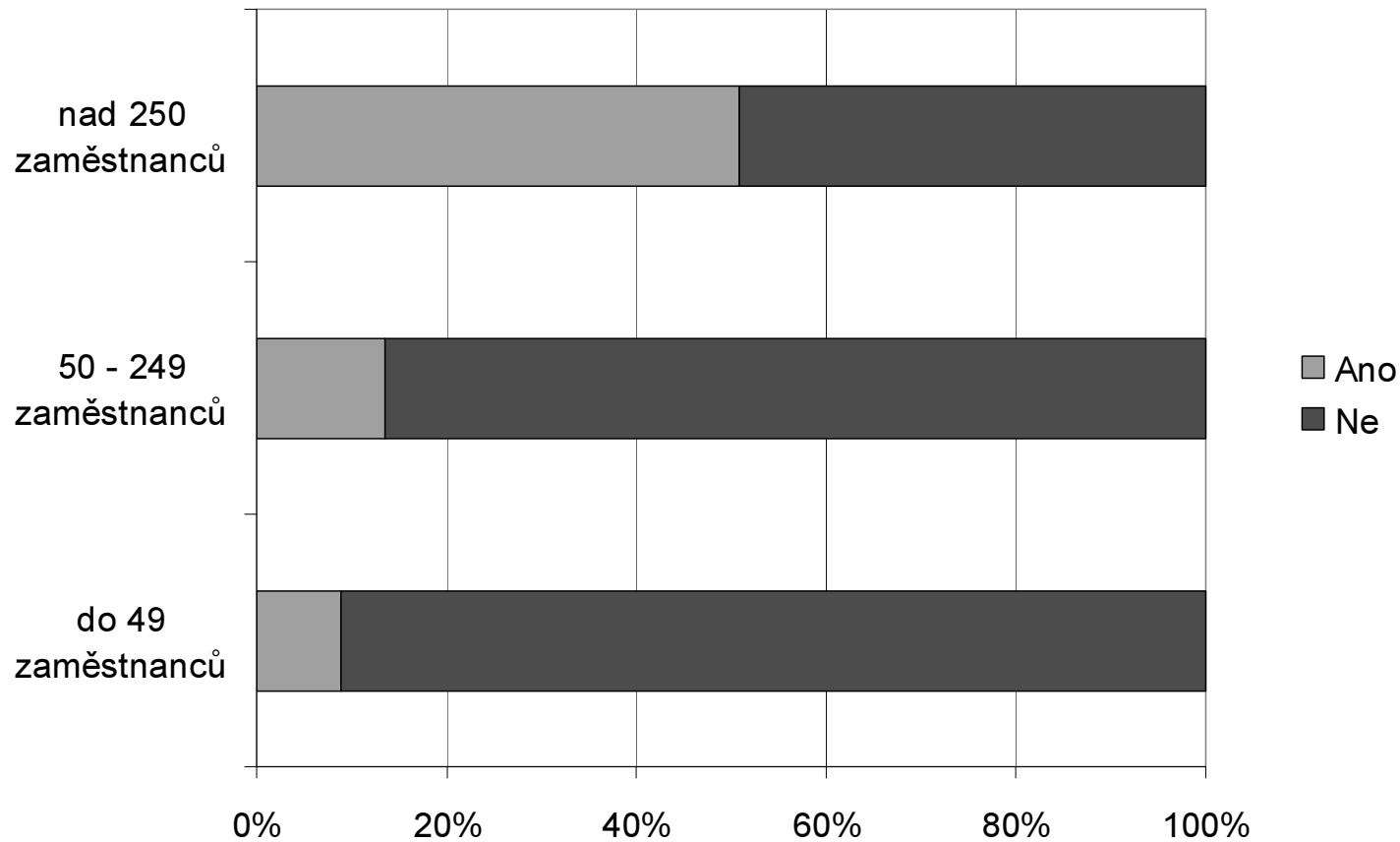


# Posuzuje Vaše firma důvěryhodnost žadatele podle osobního doporučení? N=384 (podle počtu zaměstnanců)

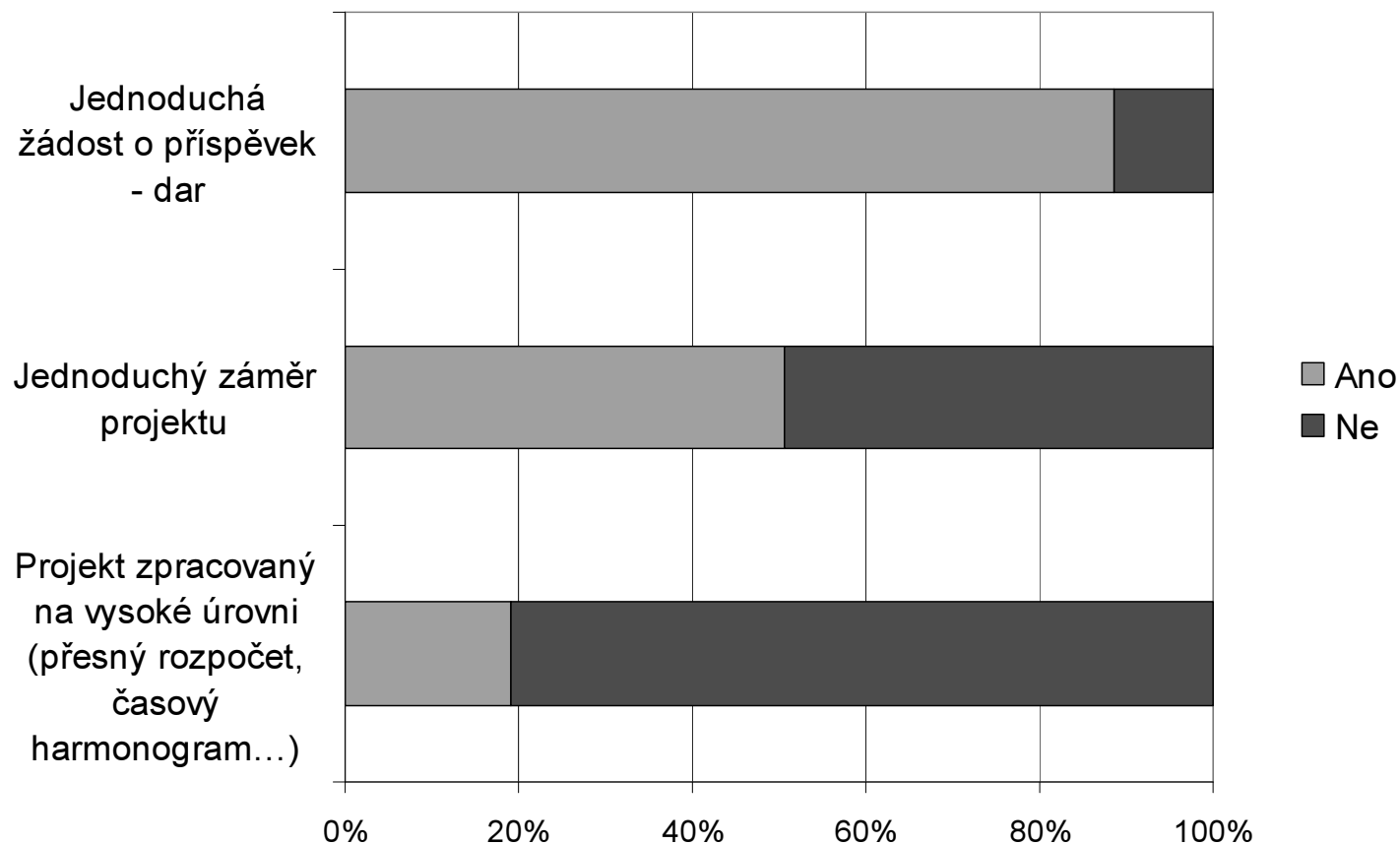




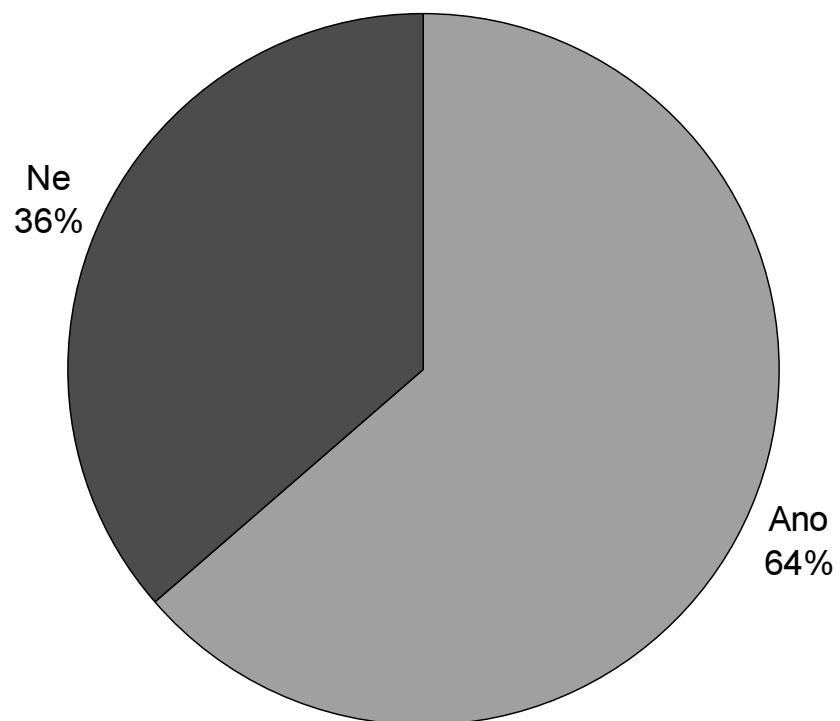
# Posuzuje Vaše firma důvěryhodnost žadatele podle transparentního hospodaření? N=384 (podle počtu zaměstnanců)



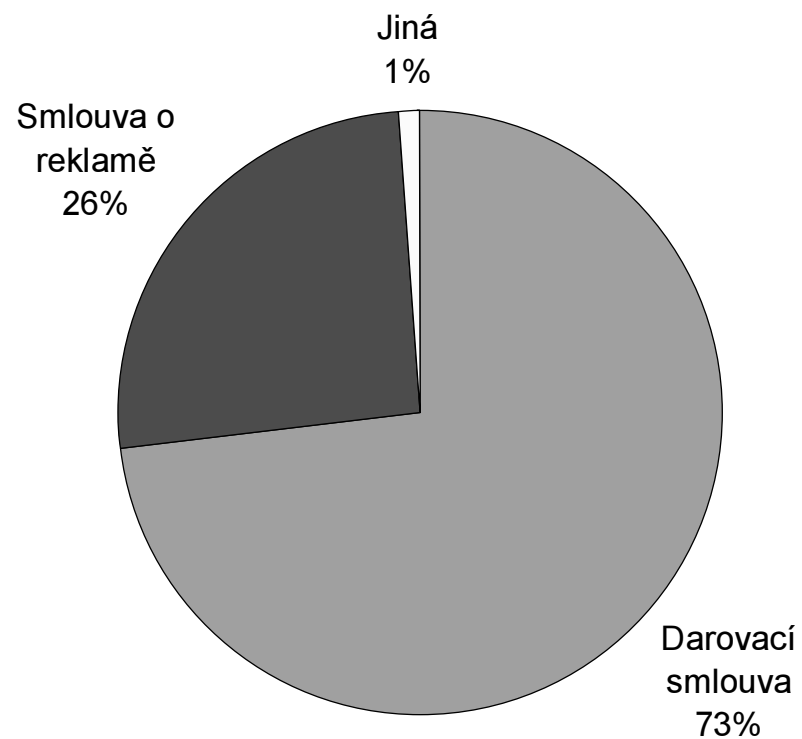
# Na základě jakého podkladu (dokumentu od žadatele) rozhodne Vaše firma o poskytnutí daru? N=384



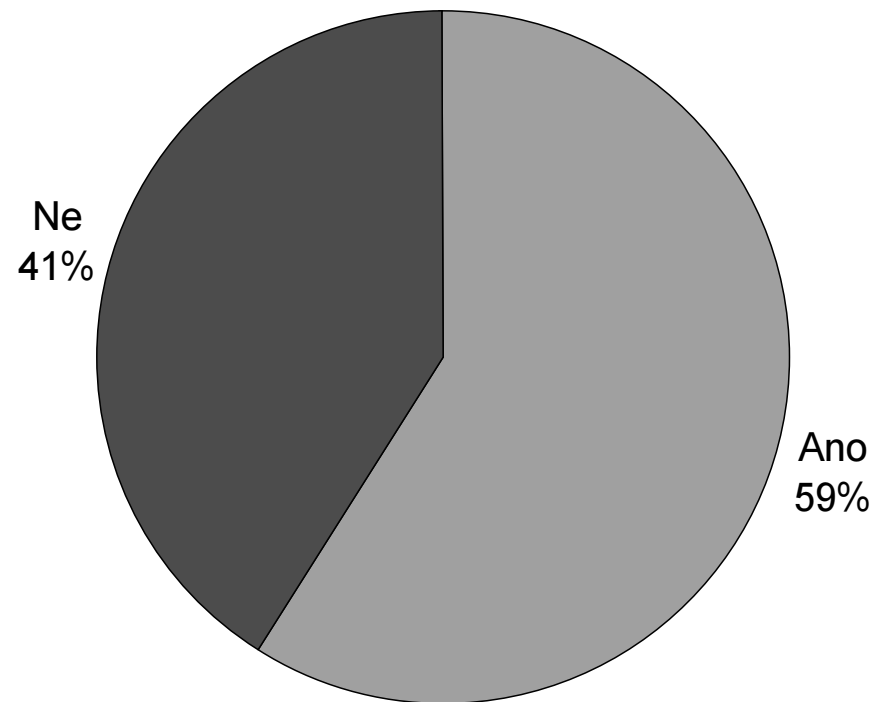
## Uzavírá Vaše firma písemnou Smlouvu o poskytnutí příspěvku - daru při podpoře subjektu? N=384



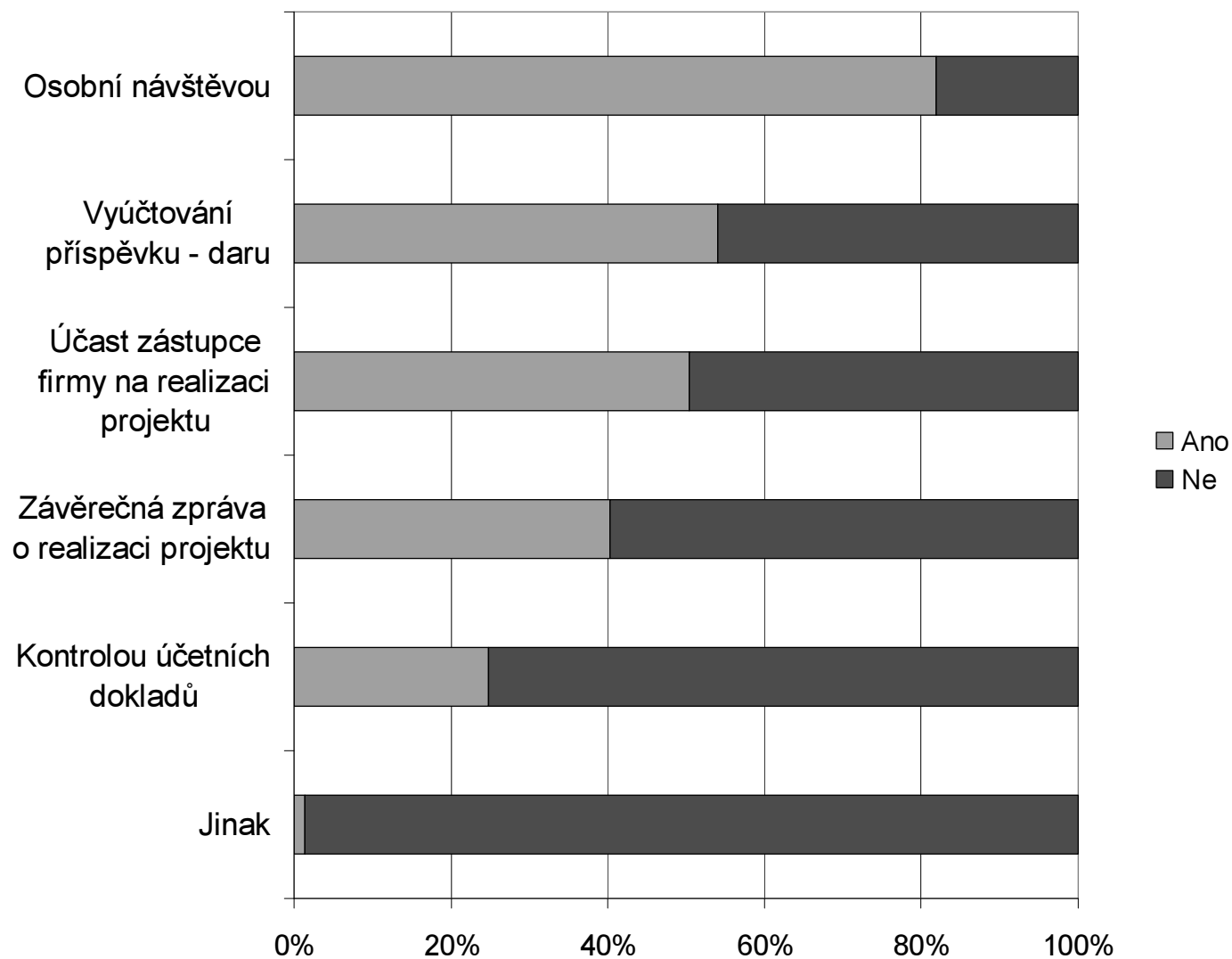
## Jaké je procentuální zastoupení darovacích smluv a smluv o reklamě ve Vaší filantropické praxi? N=244



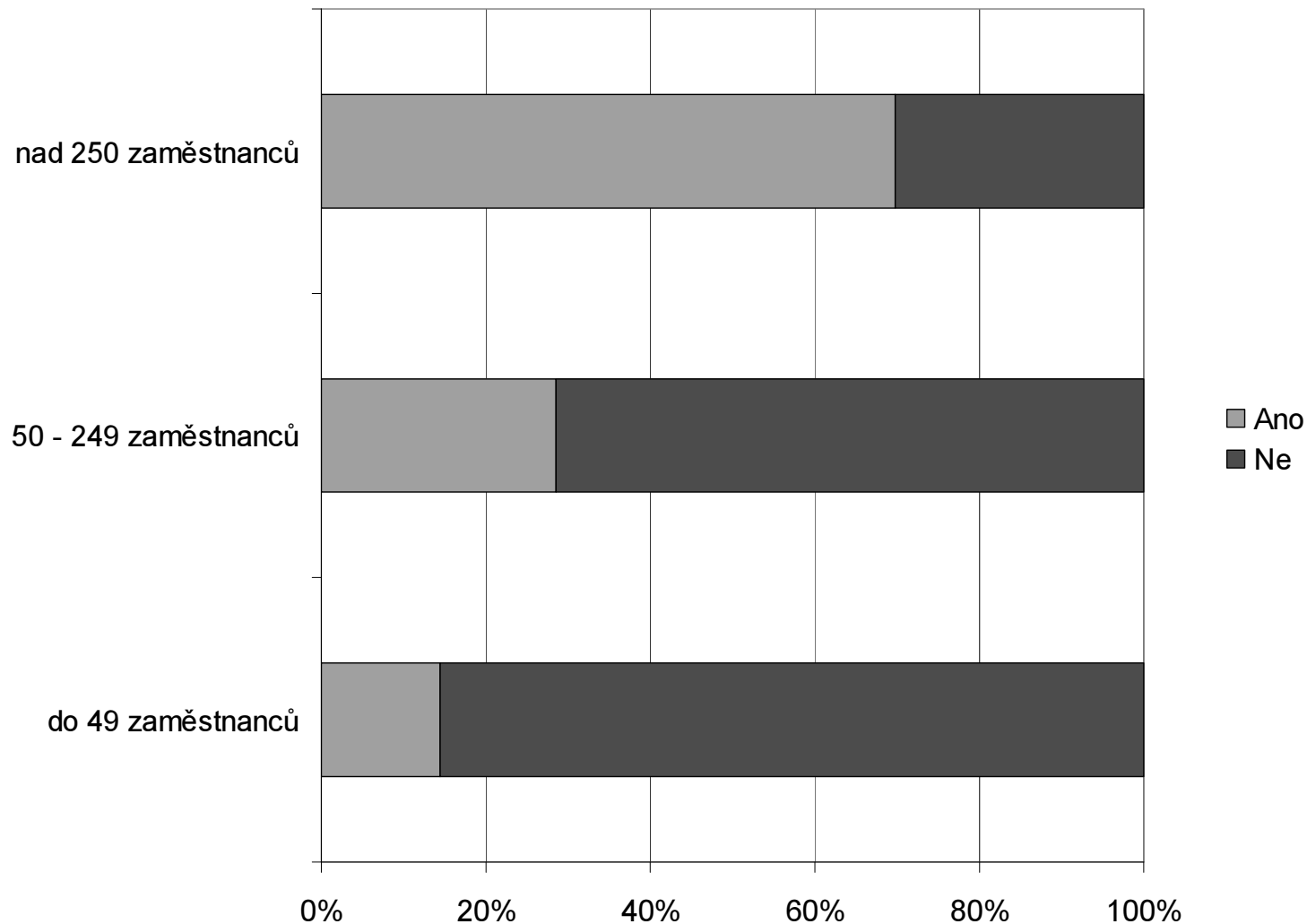
# Ověřuje (kontroluje) Vaše firma použití poskytnutých prostředků - darů? N=384



# Jaké mechanismy používá Vaše firma při ověřování (kontrolě) použití poskytnuté podpory - daru? N=226

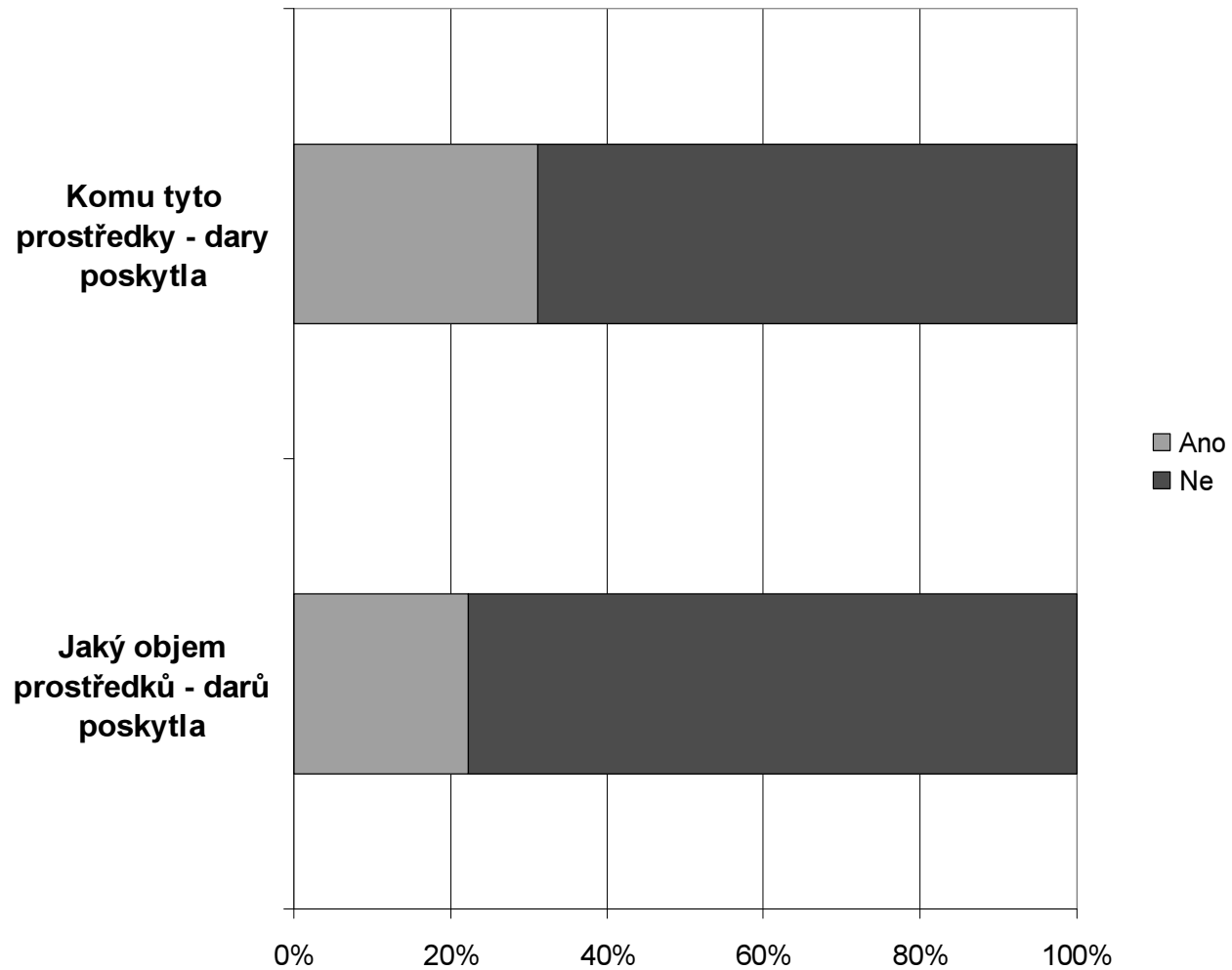


# Je firemní filantropie součástí PR a komunikační strategie Vaší firmy? N=384 (podle počtu zaměstnanců)



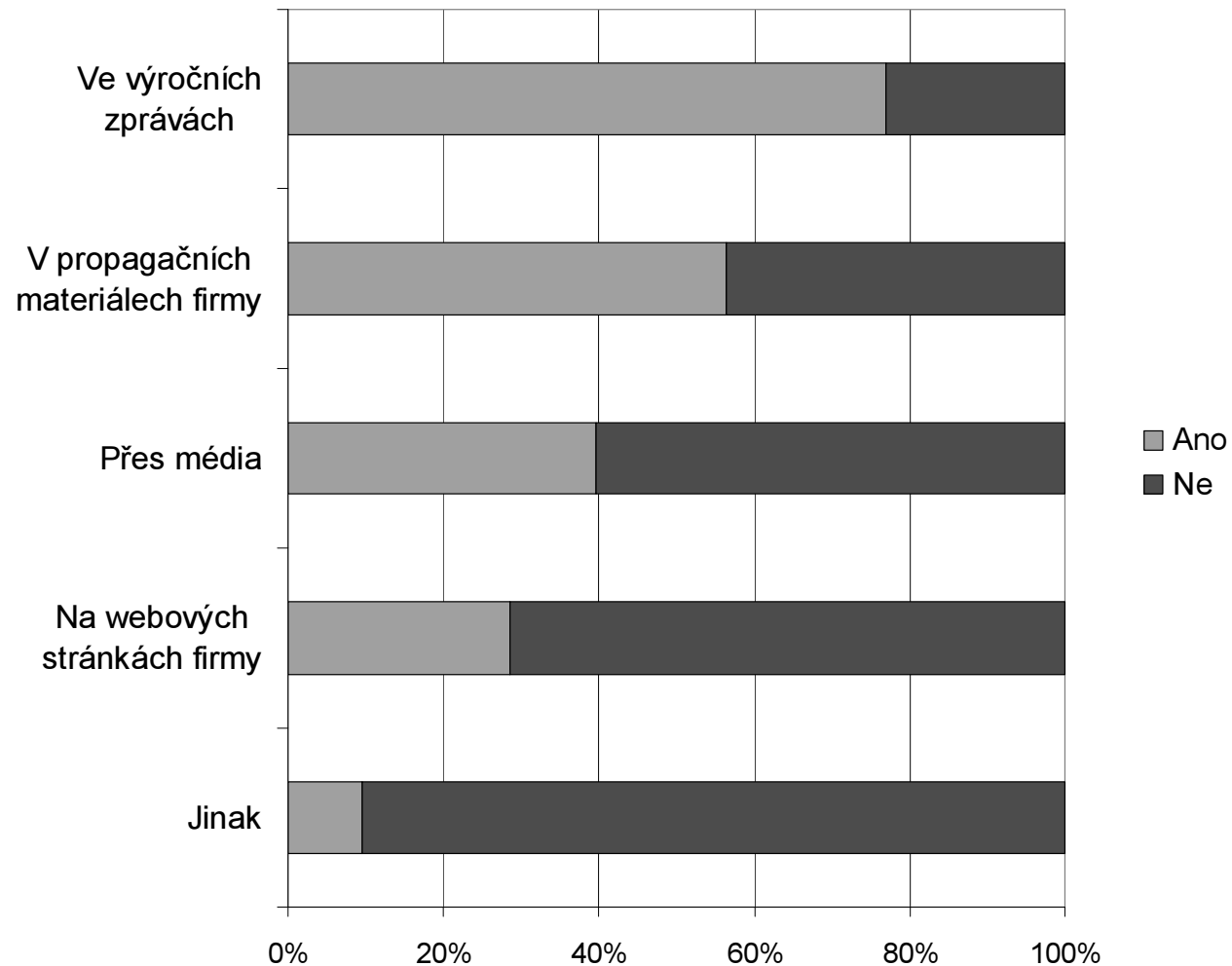
# Zveřejňuje Vaše firma následující údaje?

## N=384



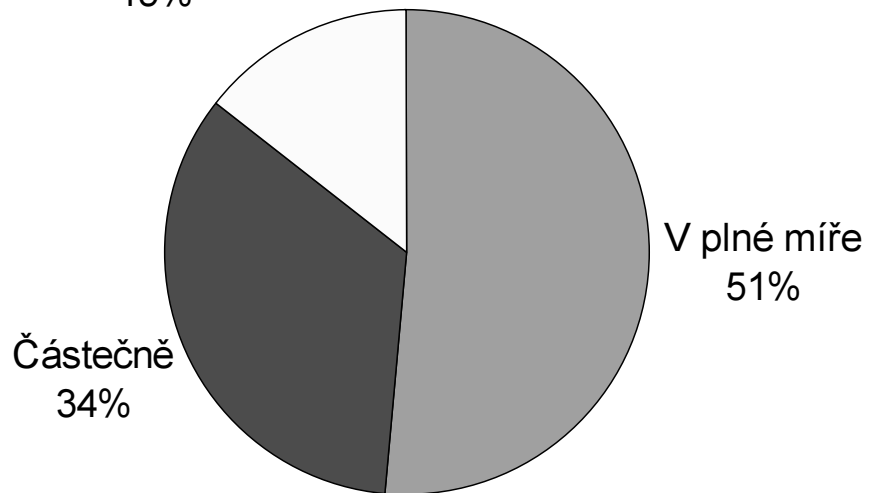


# Jakým způsobem zveřejňuje Vaše firma informace o svých filantropických aktivitách? N=126



# Do jaké míry využívá Vaše firma možnost odpisovat dary ze základu daně? N=384

Nevyužíváme  
možnost  
odepisovat dary  
ze základu daně  
15%



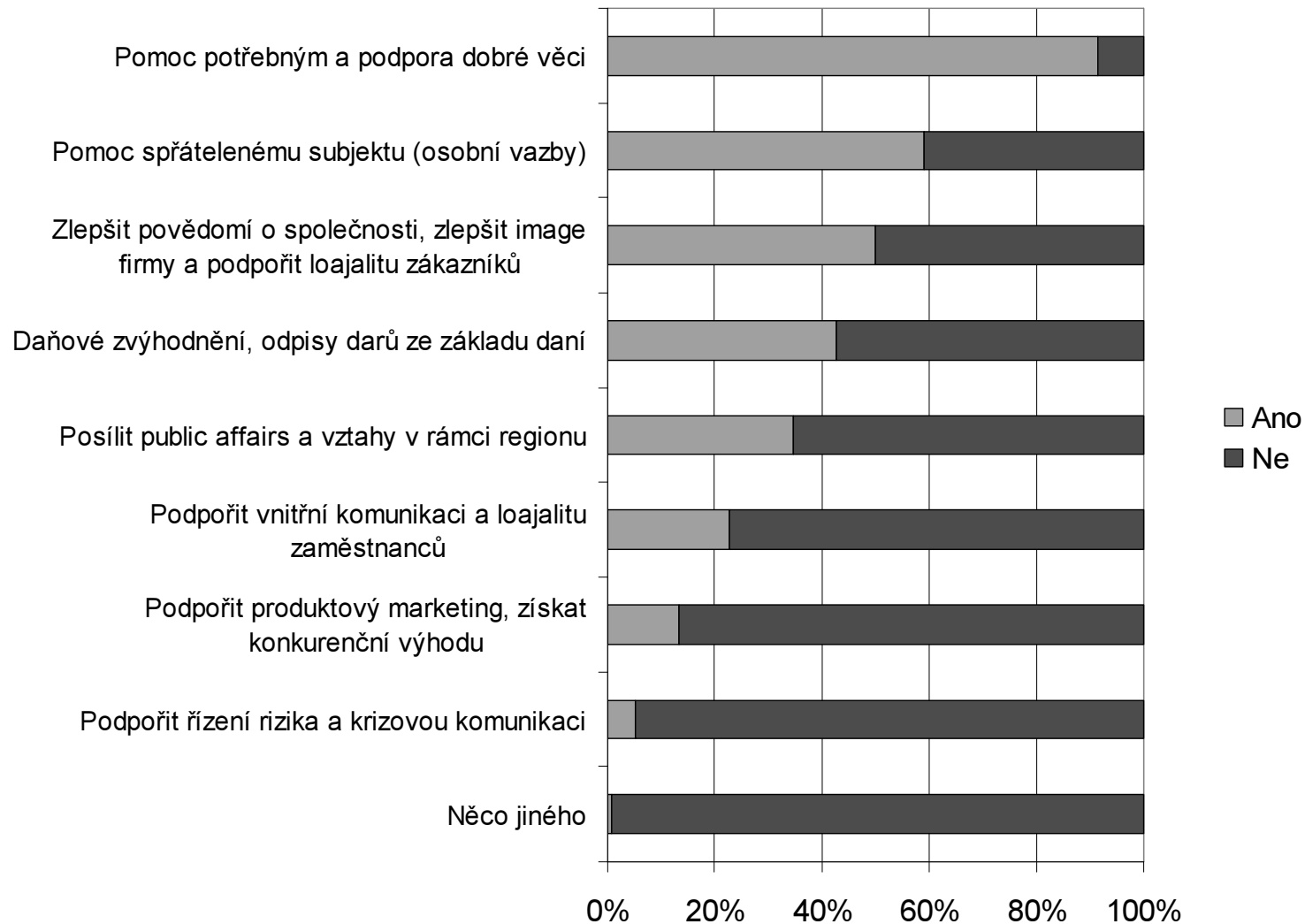
## **Výsledky výzkumu**

### **3. část - Motivace k firemní filantropii**

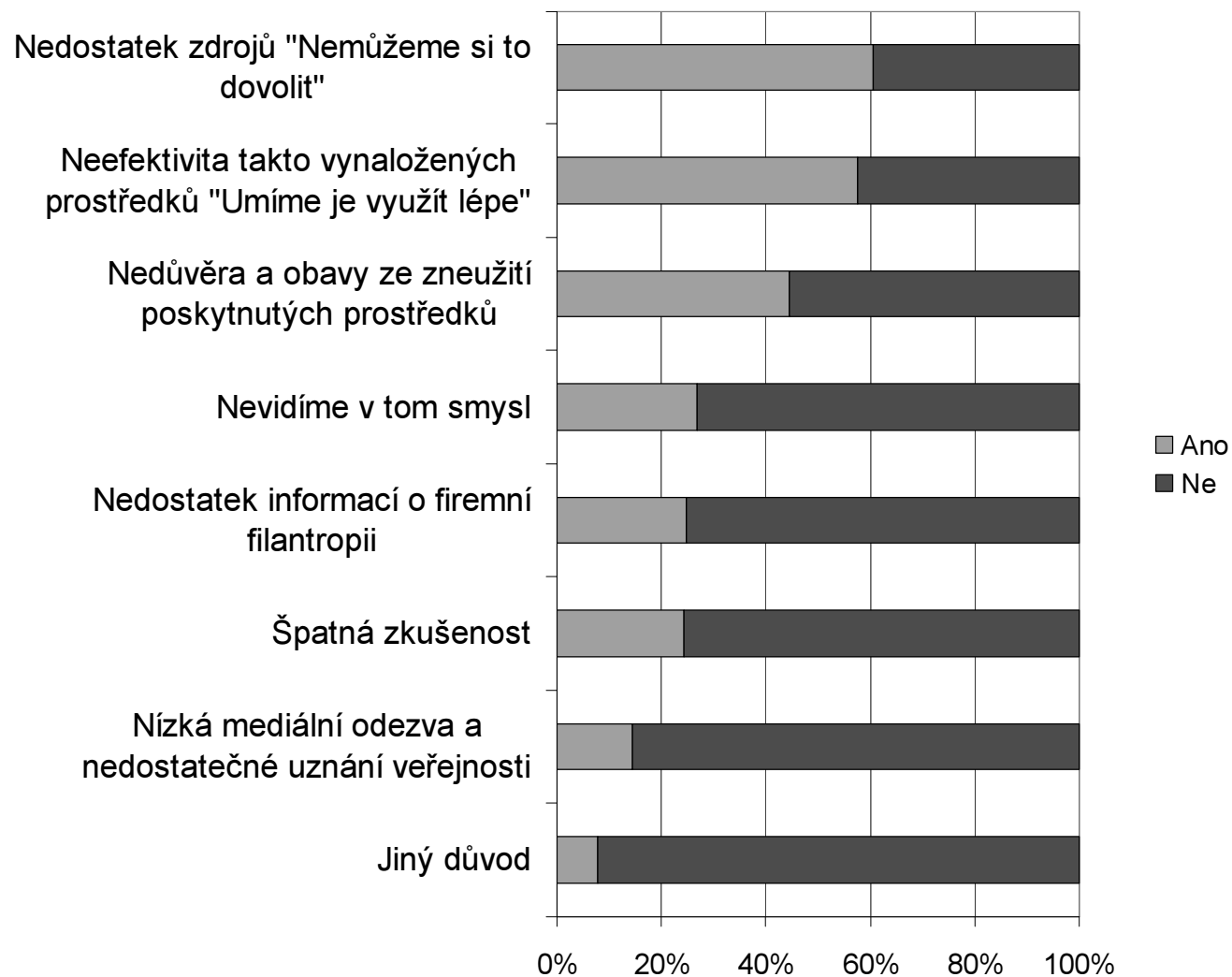
---

⌘ 3. část je zaměřena na odhalení důvodů, které firmy vedou k firemní filantropii nebo naopak příčin, proč se firmy dárcovství nevěnují.

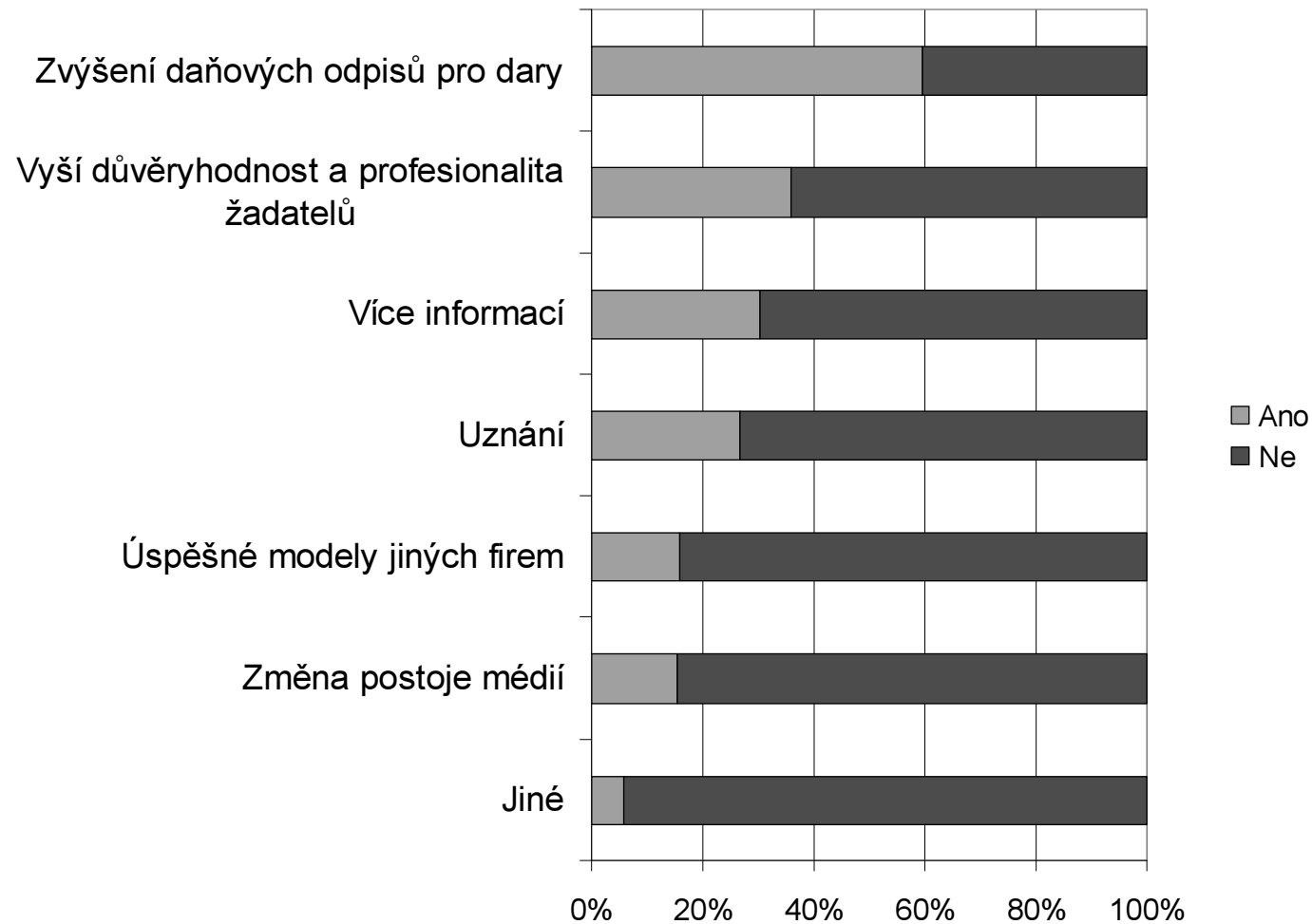
# Co především motivuje Vaši firmu k poskytování podpory - daru? N=384



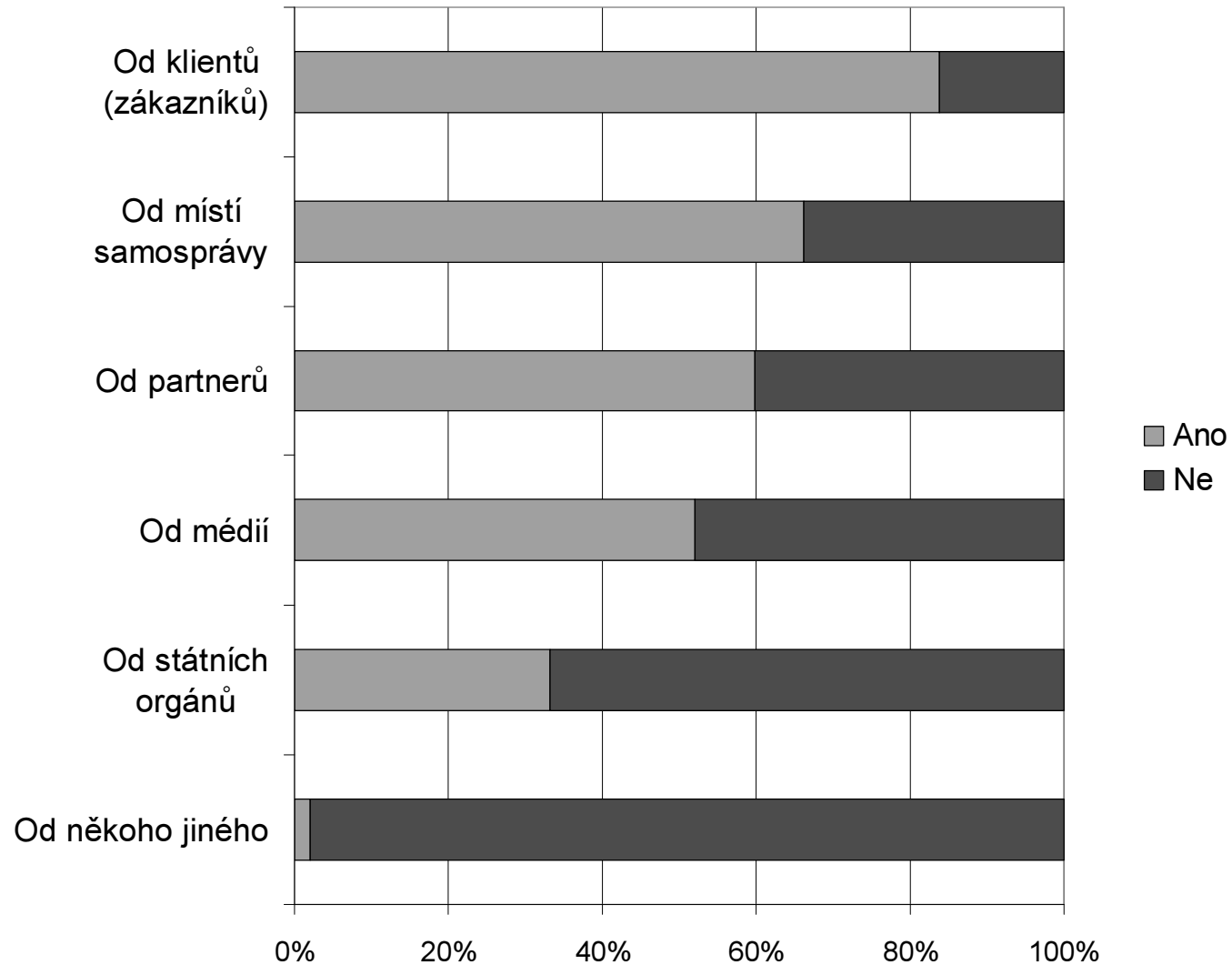
# Z jakého důvodu se Vaše firma neangažuje ve firemní filantropii? N=193



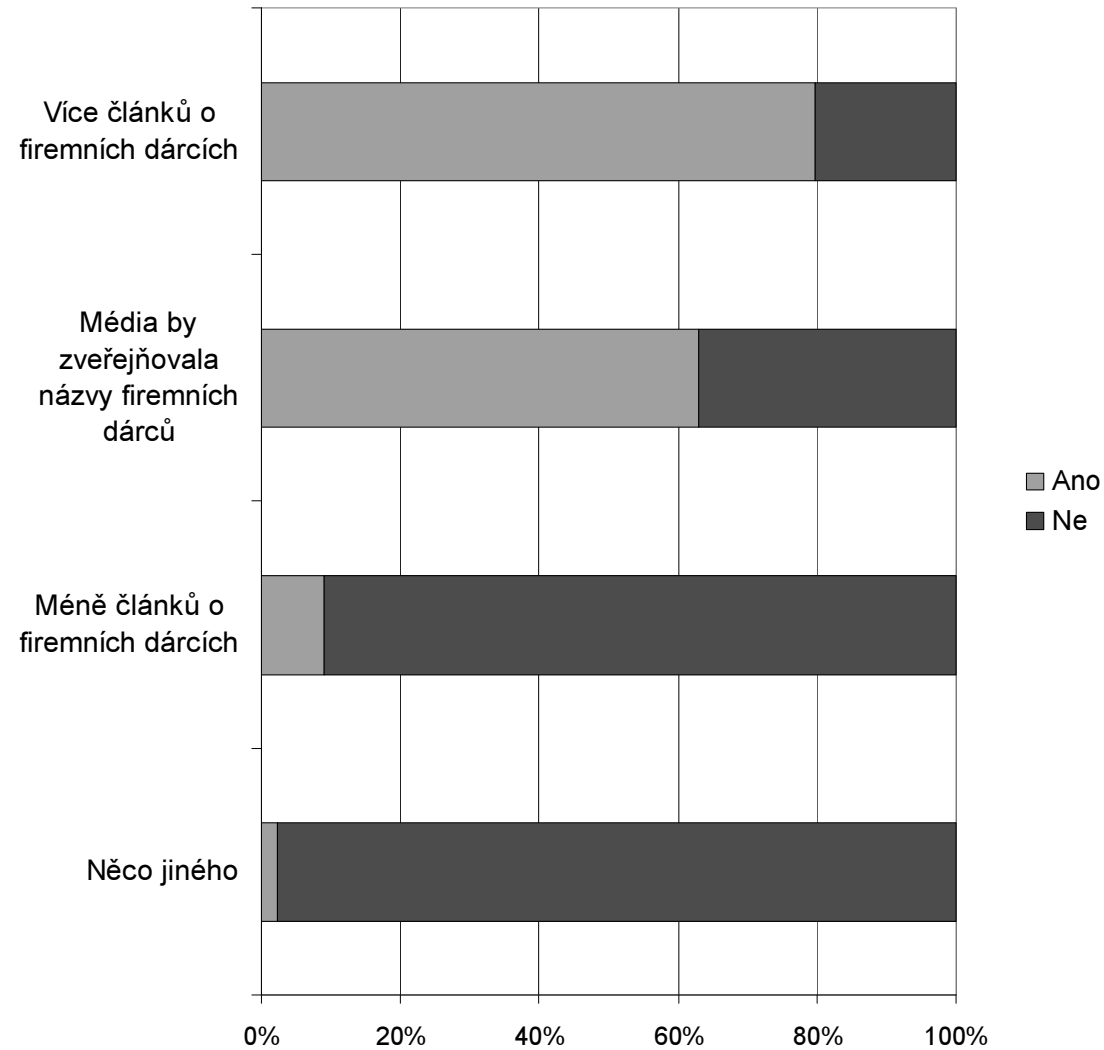
# Co by Vaší firmě pomohlo nebo by Vás více motivovalo k firemní filantropii? N=577



# Uznání od koho by Vaši firmu více motivovalo k firemní filantropii? N=154

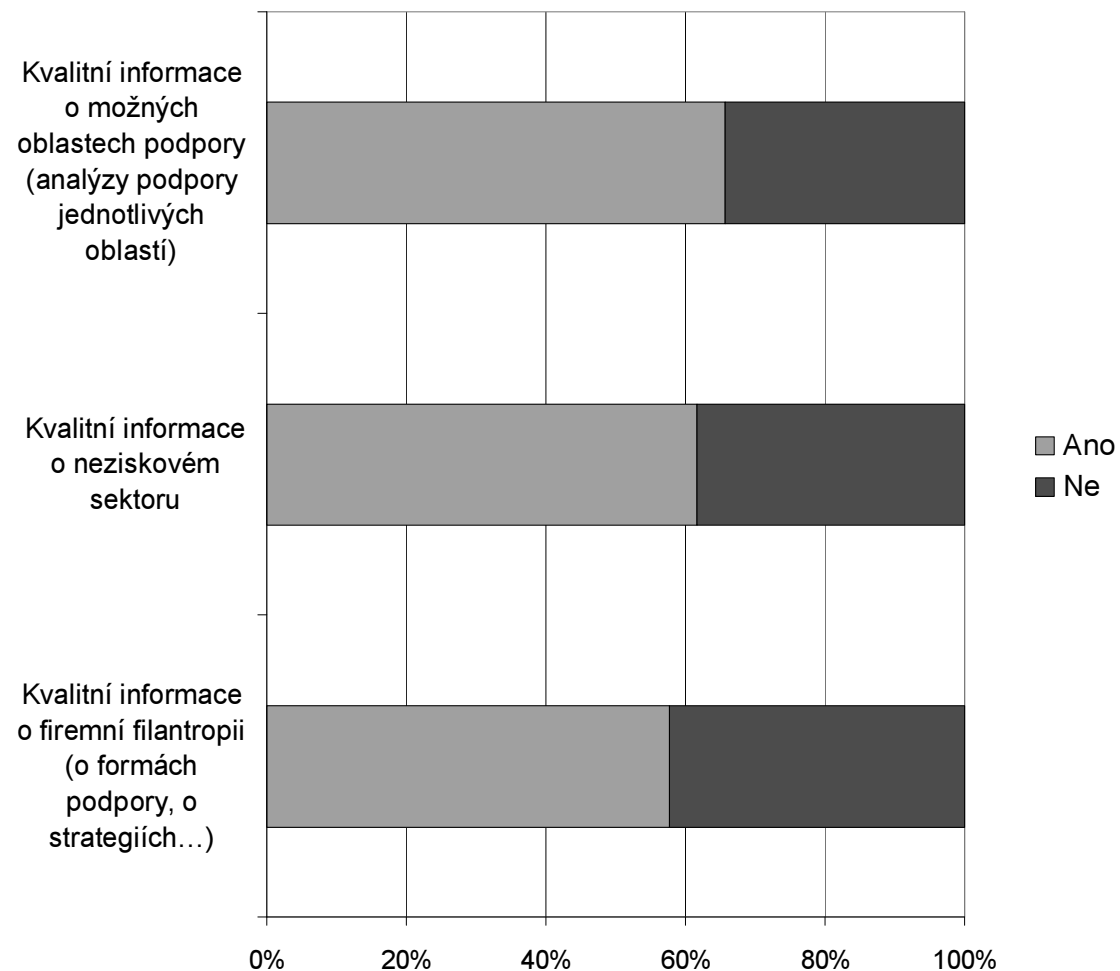


# Jaký postoj médií by Vaší firmě více vyhovoval? N=89





# Jaké informace by Vaší firmě pomohly nebo by Vás více motivovaly k firemní filantropii? N=176



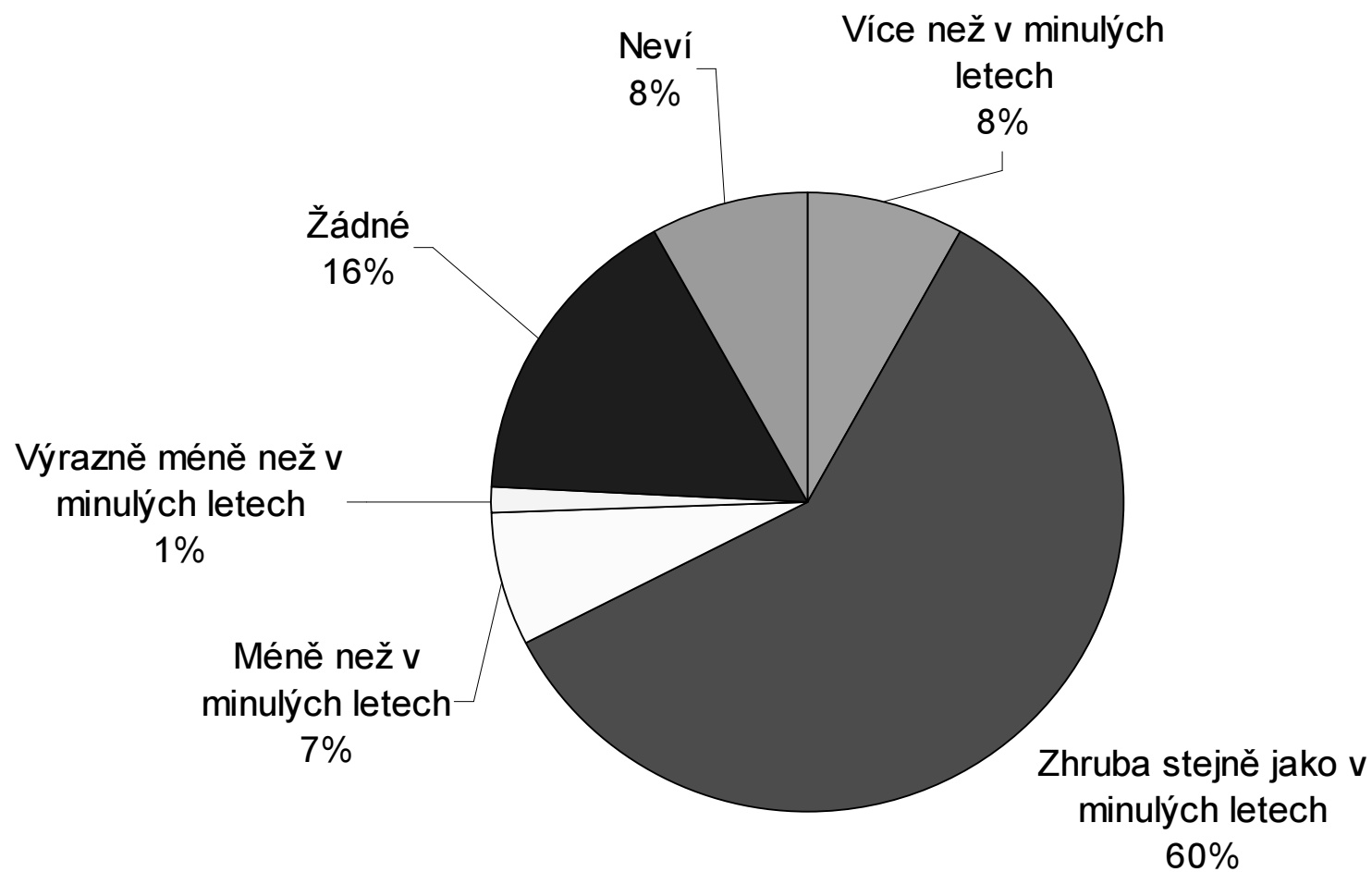
## **Výsledky výzkumu**

### **4. Část - Potenciál firemní filantropie**

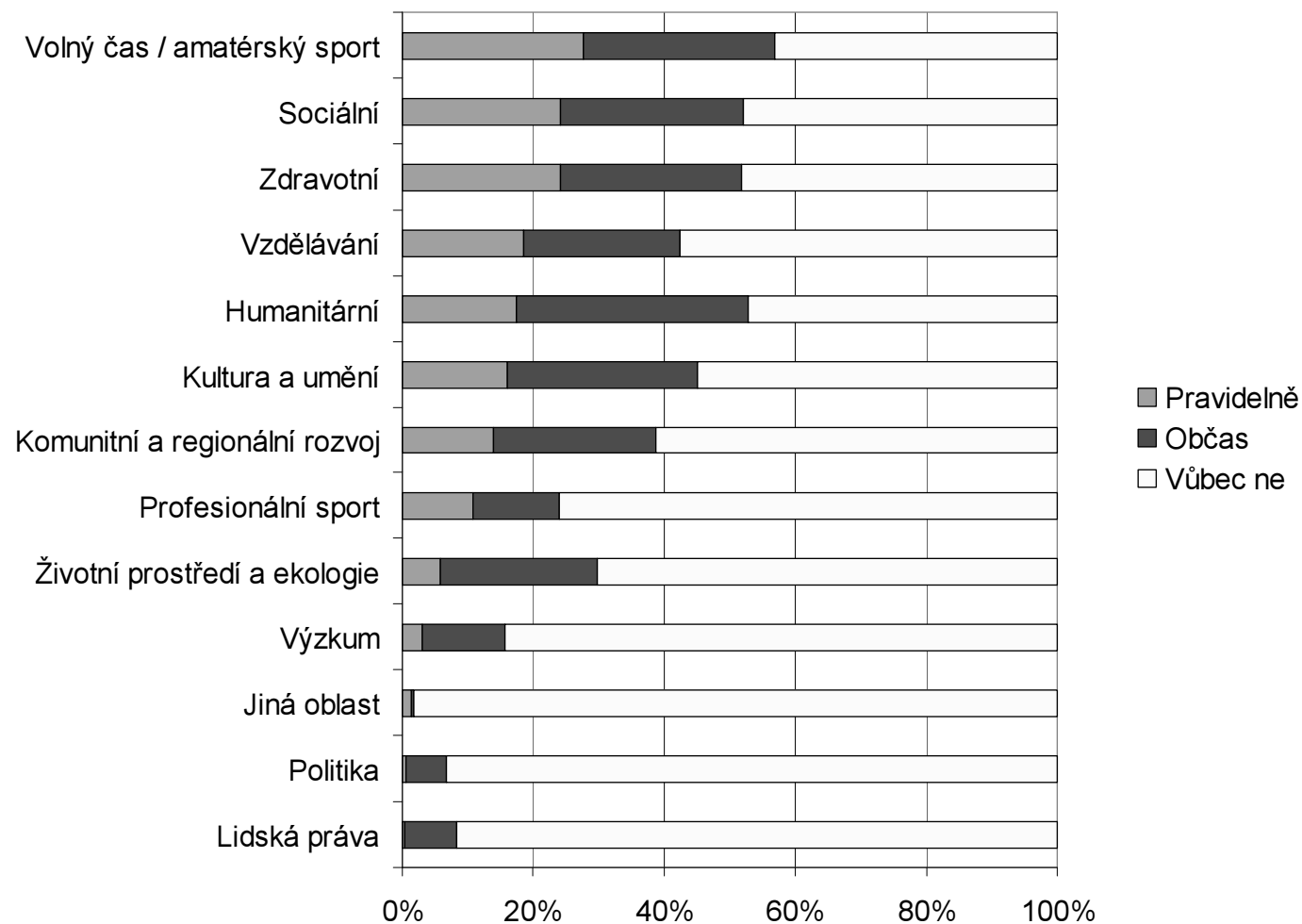
---

- ⌘ Poslední část výzkumu sleduje tříletý výhledy v oblasti firemní filantropie.
- ⌘ Podává informace o tom, které oblasti a cílové skupiny budou firmy podporovat, v jaké míře, jakými nástroji...

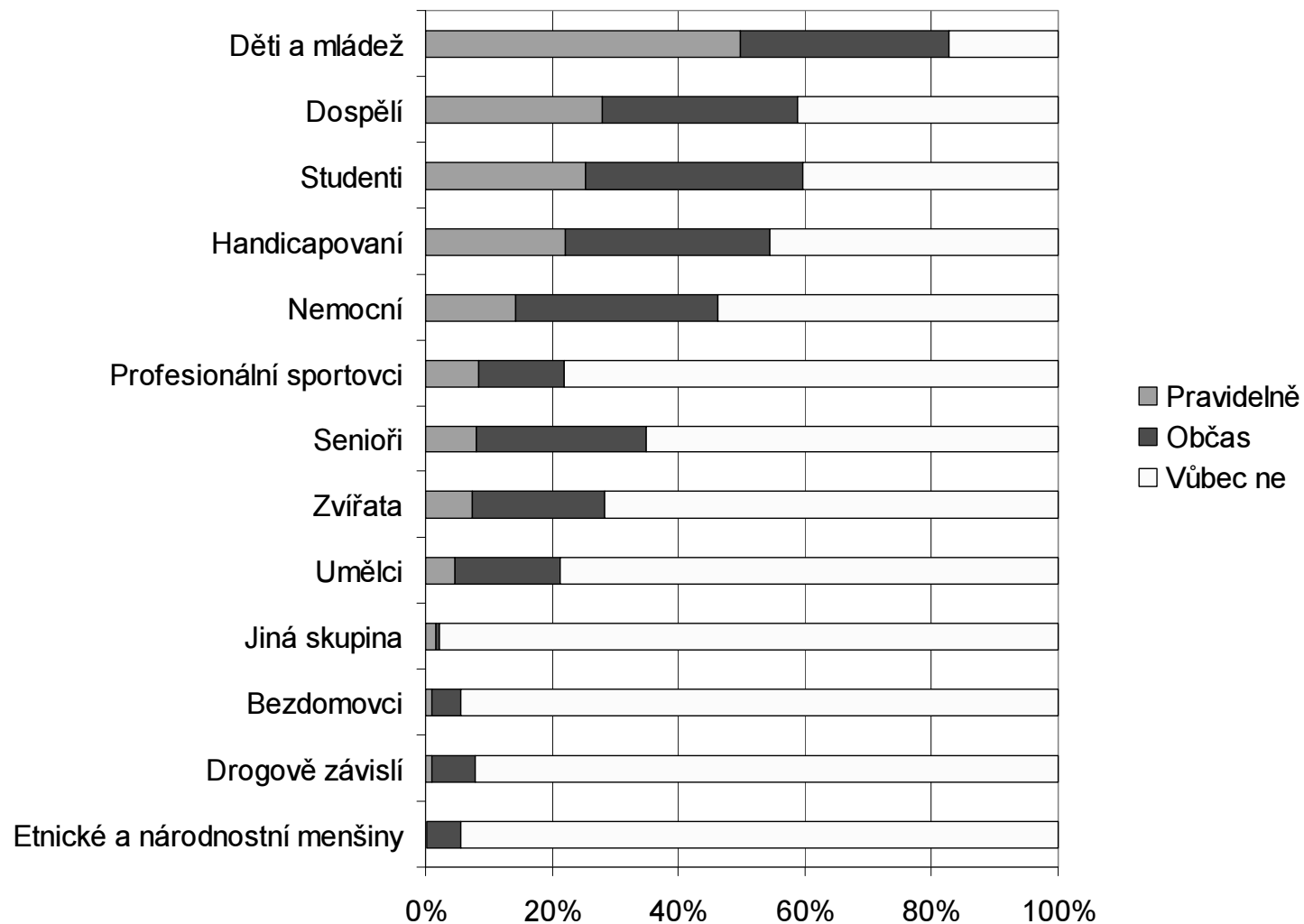
# **Odhadněte, kolik prostředků hodlá Vaše firma vyčlenit v příštích 2-3 letech (tj. 2005-2007) na filantropické aktivity - dary. N=577**



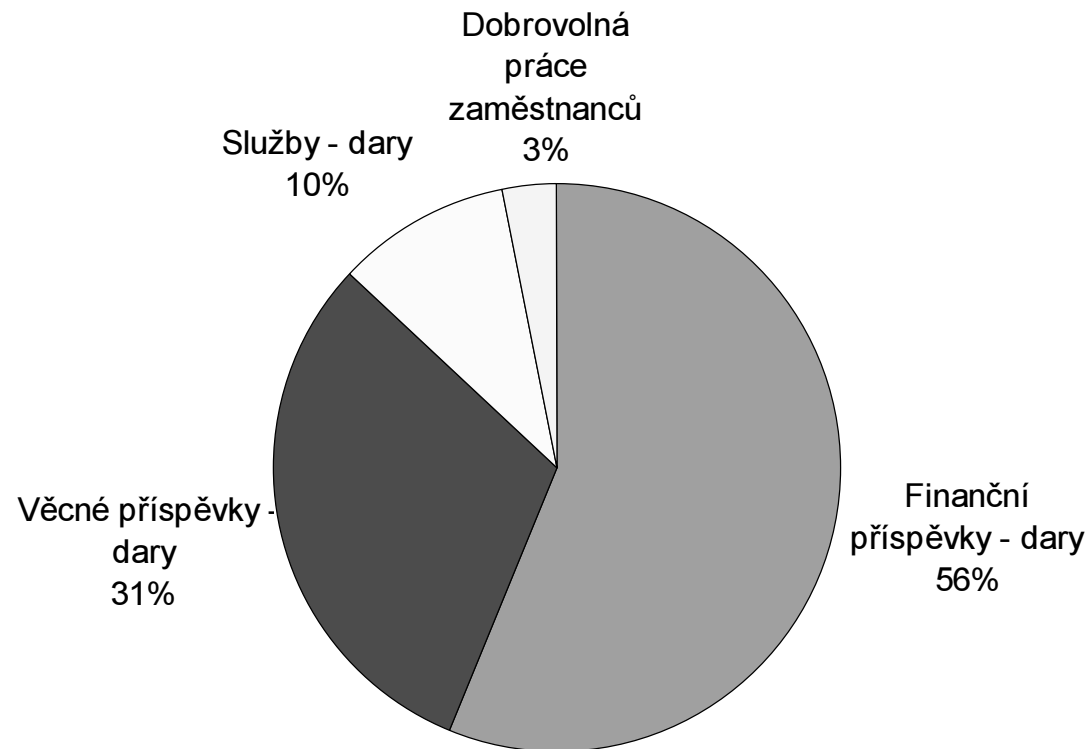
## Které oblasti hodlá Vaše firma podporovat darem v příštích 2-3 letech (tj. 2005-2007) N=483



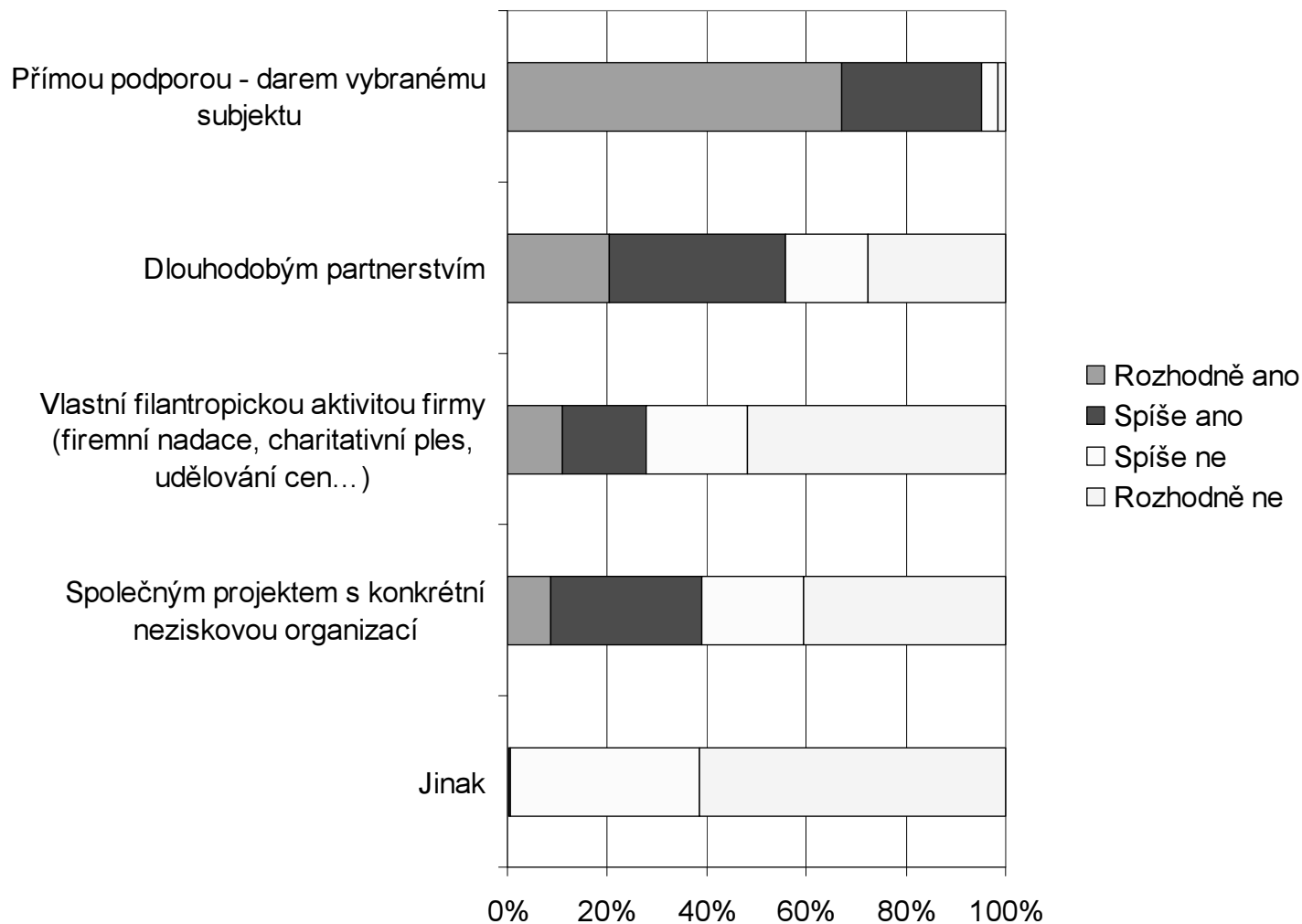
# Které cílové skupiny hodlá Vaše firma podpořit darem v příštích 2-3 letech (tj. 2005-2007)? N=483



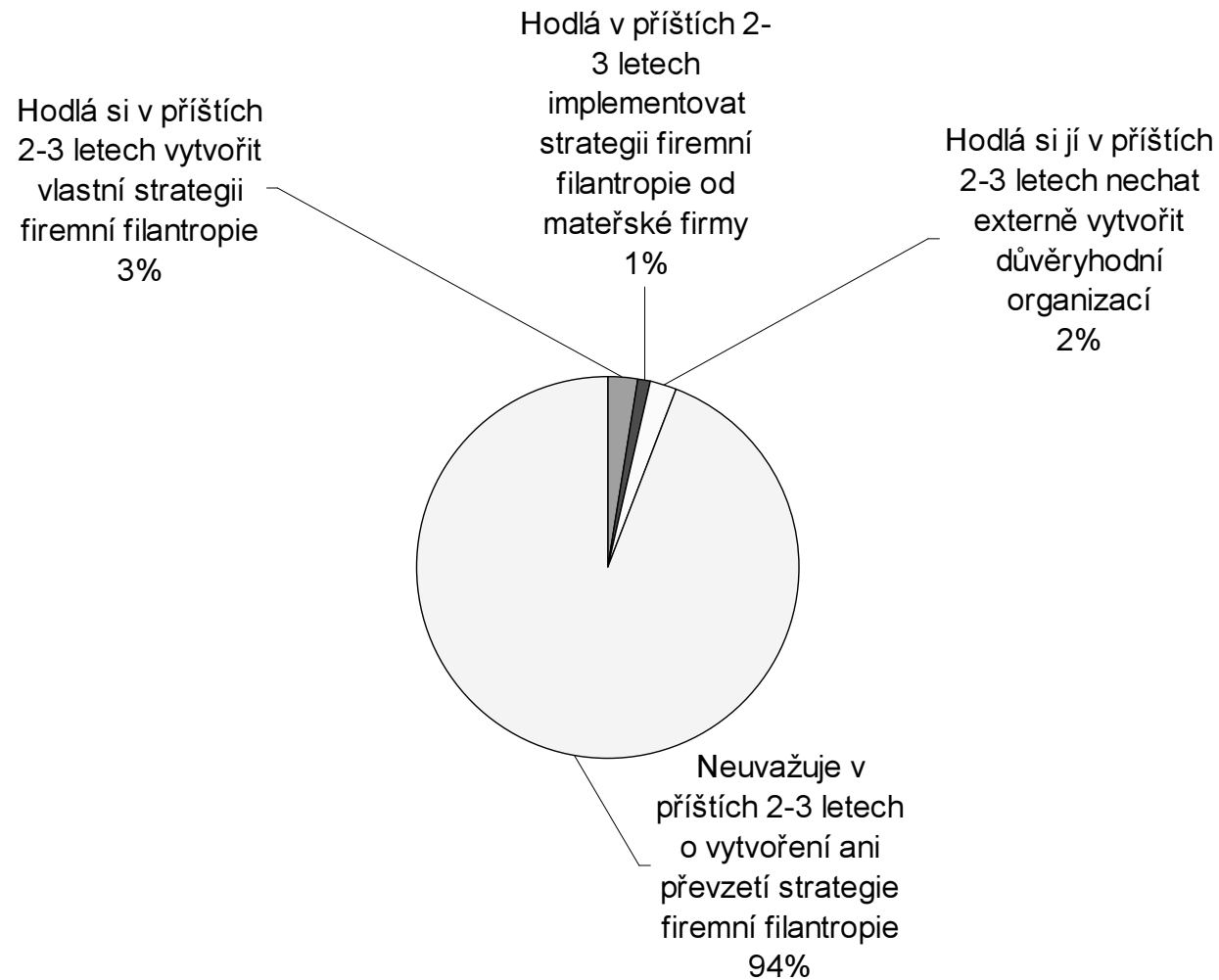
# Jakou formu podpory hodlá Vaše firma použít v příštích 2-3 letech (tj.2005-2007) N=483



# Jakým způsobem hodlá Vaše firma realizovat podporu v příštích 2-3 letech (tj. 2005-2007) N=483

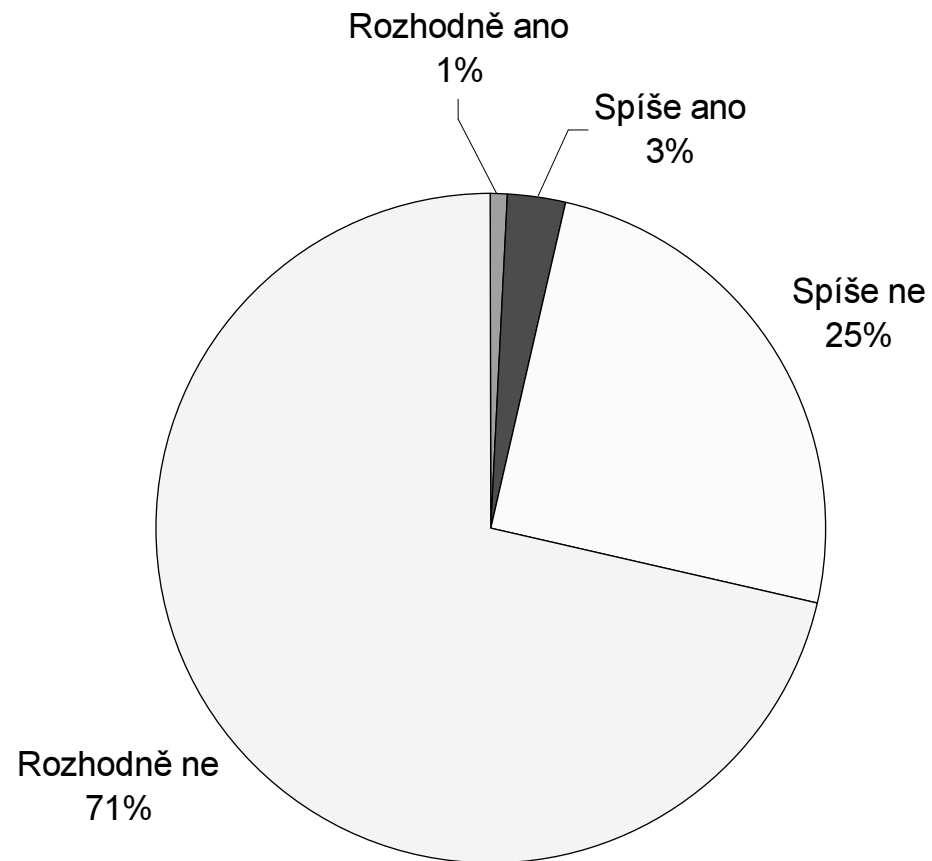


# Pokud nemá Vaše firma vlastní strategii firemní filantropie... N=228





# Hodlá Vaše firma v příštích 2-3 letech (tj.2005-2007) osamostatnit oblast firemní filantropie? N=483



**Uvažuje Vaše firma o tom, že by v příštích 2-3 využila služeb externí nadace k přerozdělování prostředků?  
N=483**

