

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

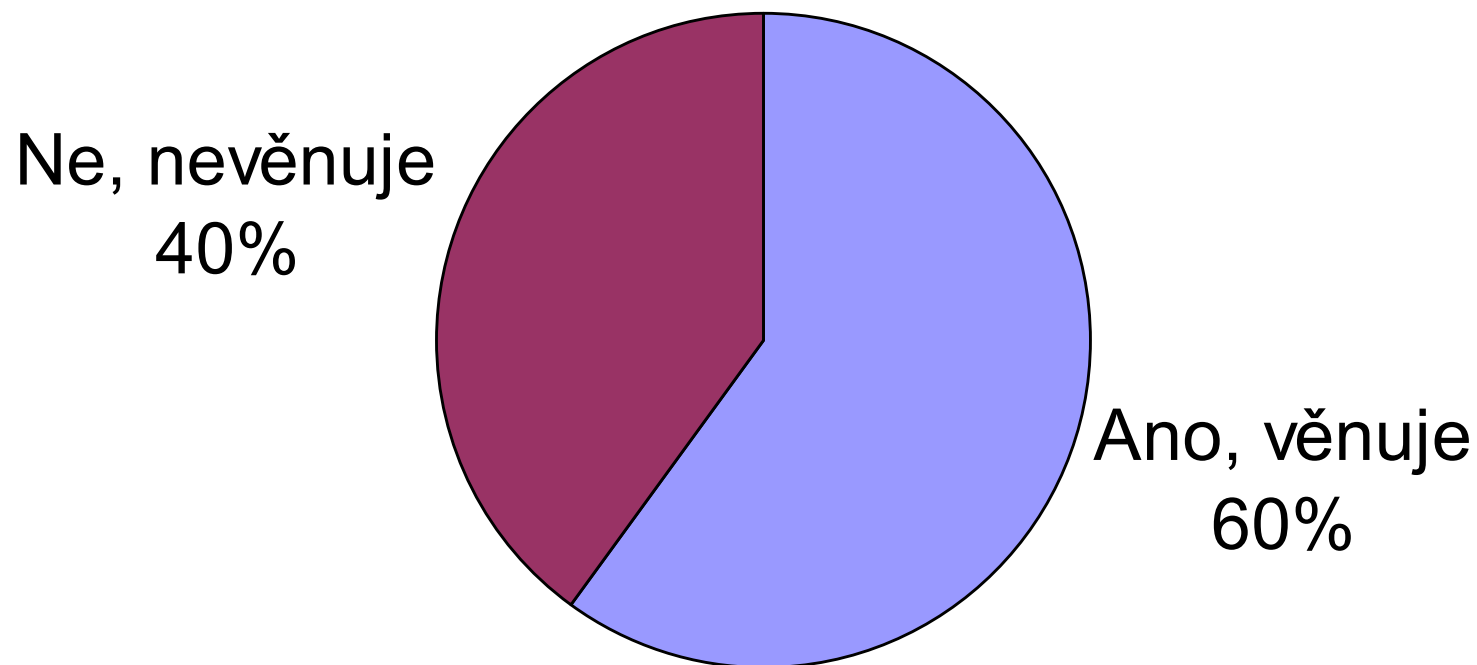
Výsledky výzkumu

1. část - Rozsah firemní filantropie

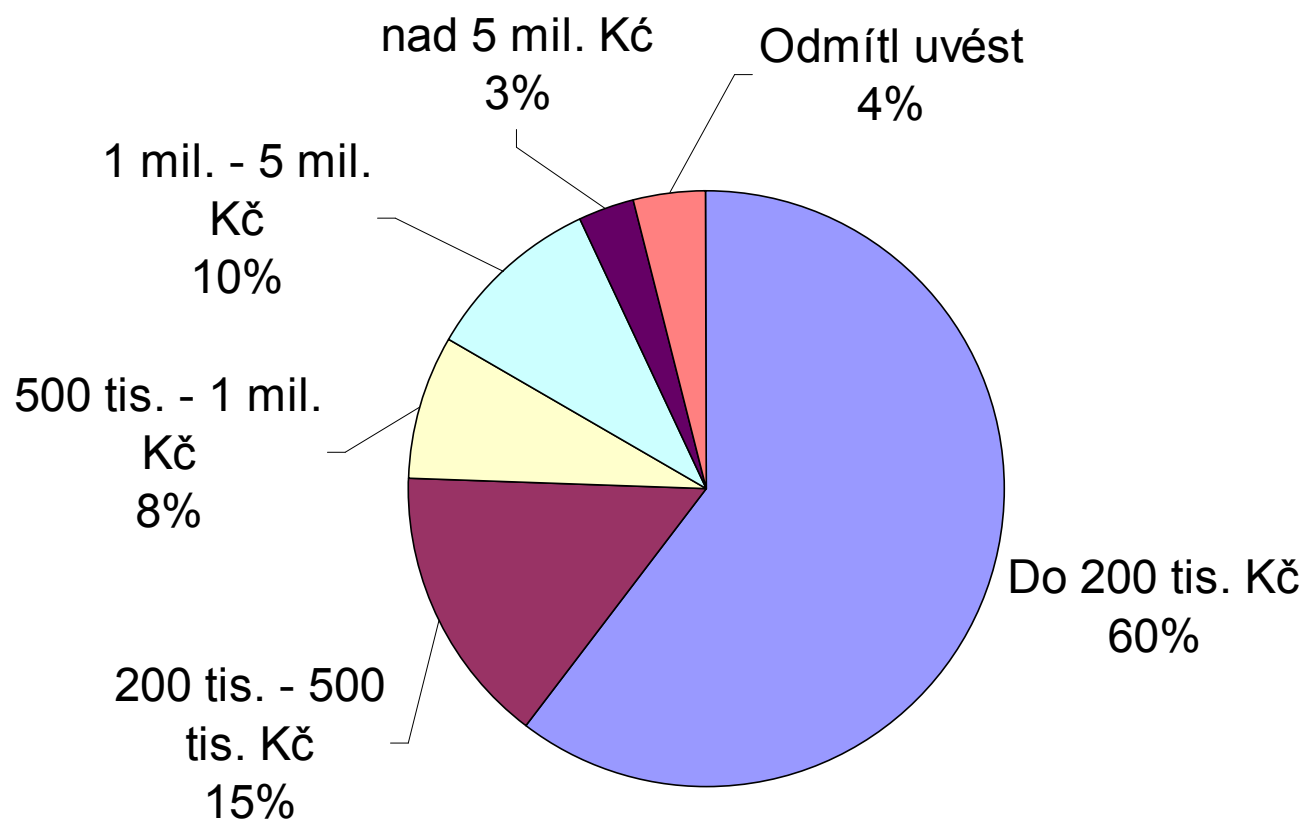
- ⌘ Otázky v této části se týkali jak sponzoringu tak dárcovství
- ⌘ Sledovali jsme: angažovanost firem v sponzoringu a dárcovství, objem poskytnutých prostředků, podporované oblasti a cílové skupiny, podporované subjekty, formy dárcovství...

Věnuje se Vaše firma sponzoringu v ČR?

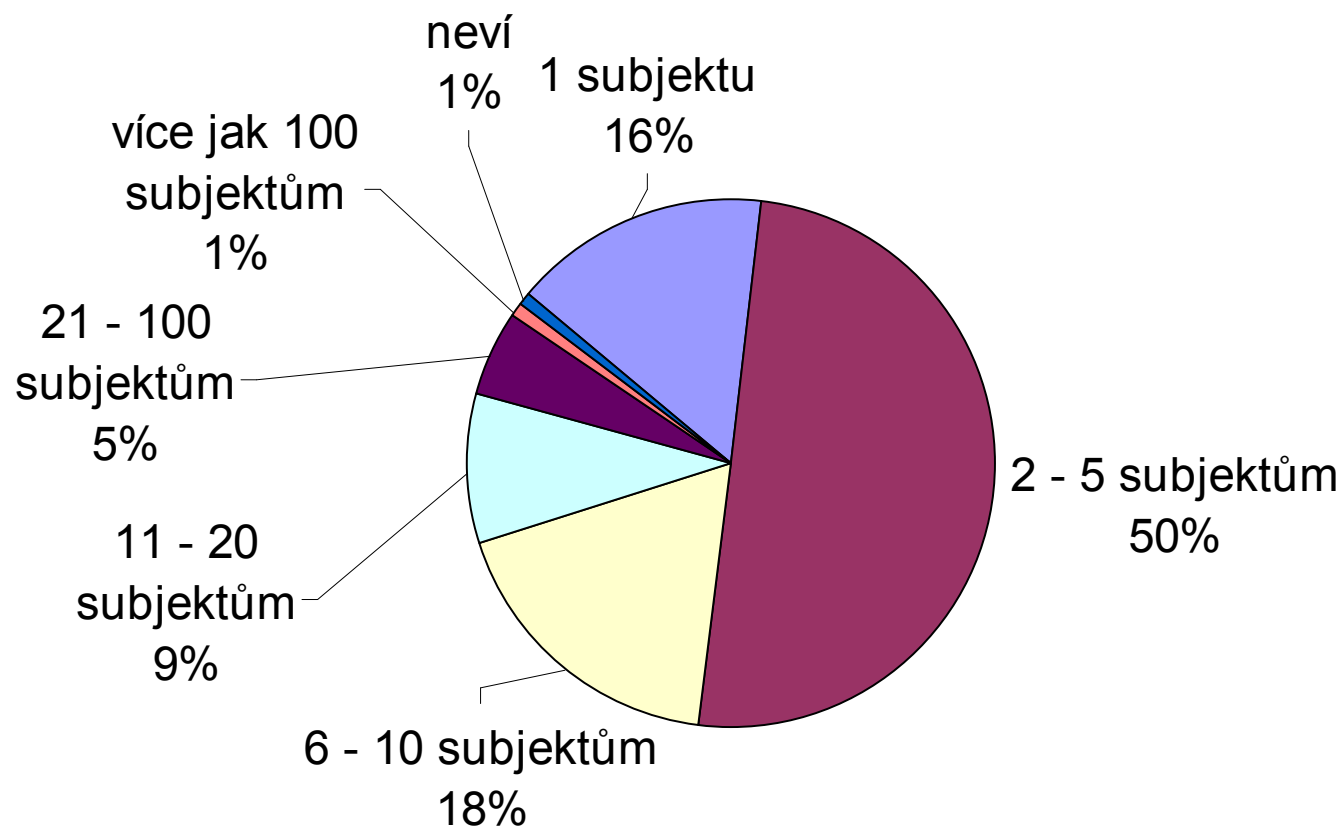
N=577



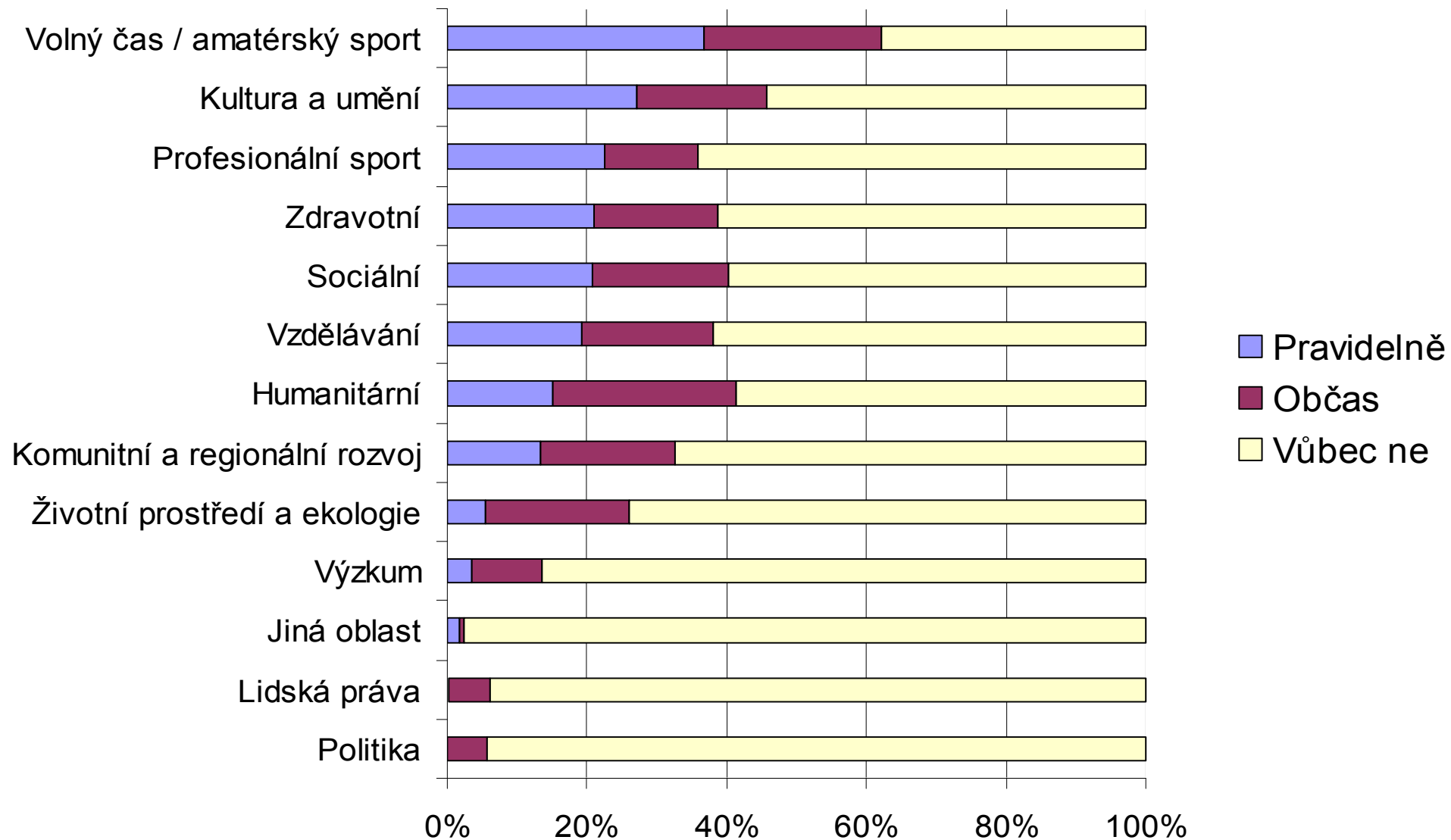
Jaký objem prostředků - sponzoring zhruba poskytl Vaše firma v roce 2003?



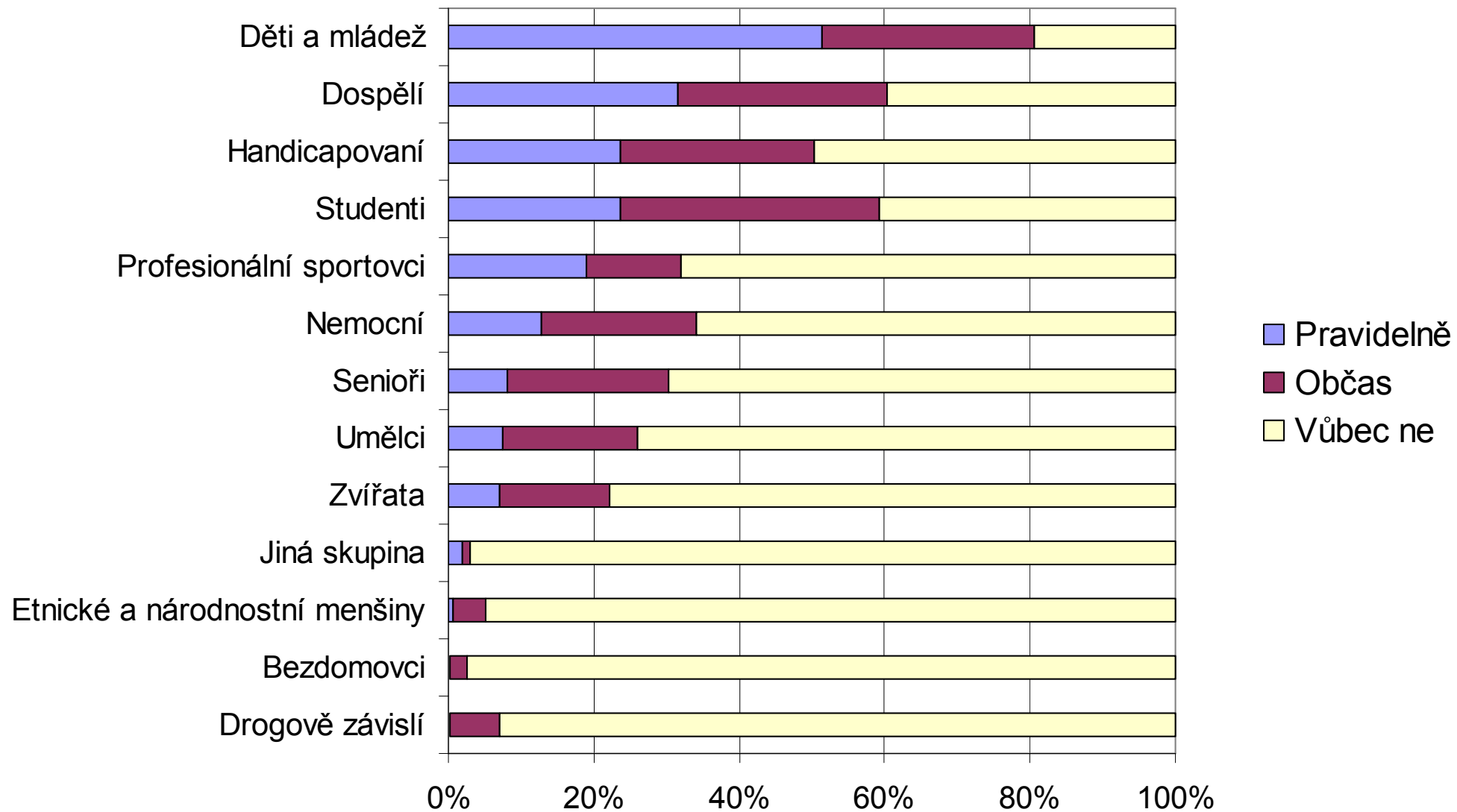
Kolika subjektům poskytla Vaše firma sponzorský příspěvek v roce 2003? N=346



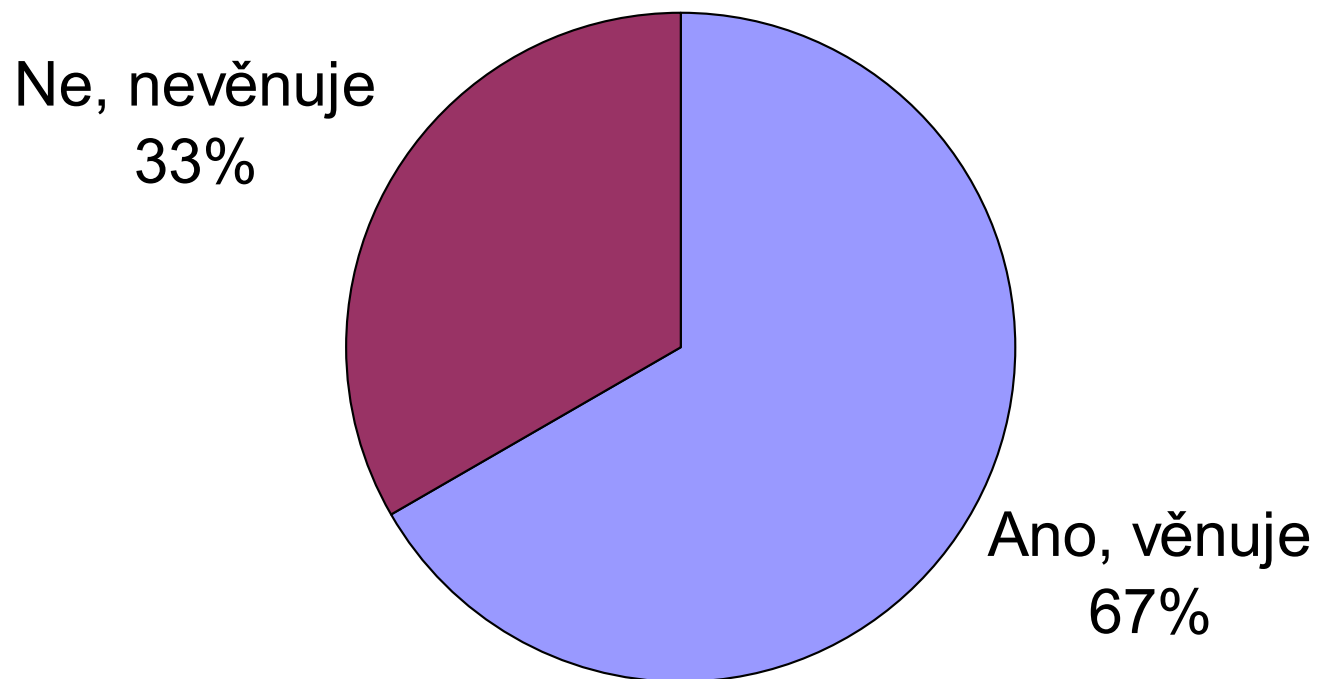
Kterou oblast podporuje Vaše firma v rámci sponzoringu v ČR? N=346



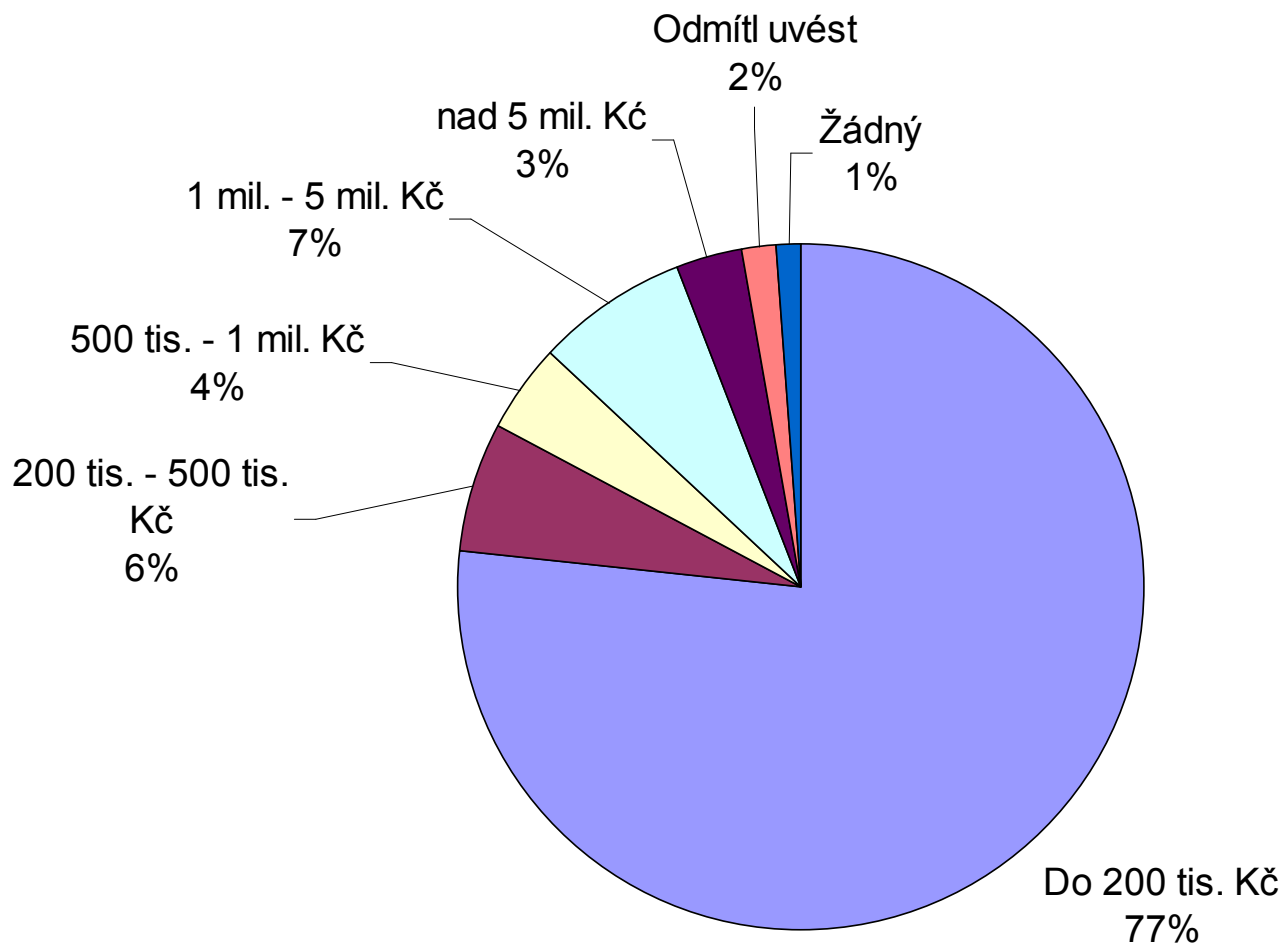
Které cílové skupiny Vaše firma podporuje sponzoringem v ČR? N=346



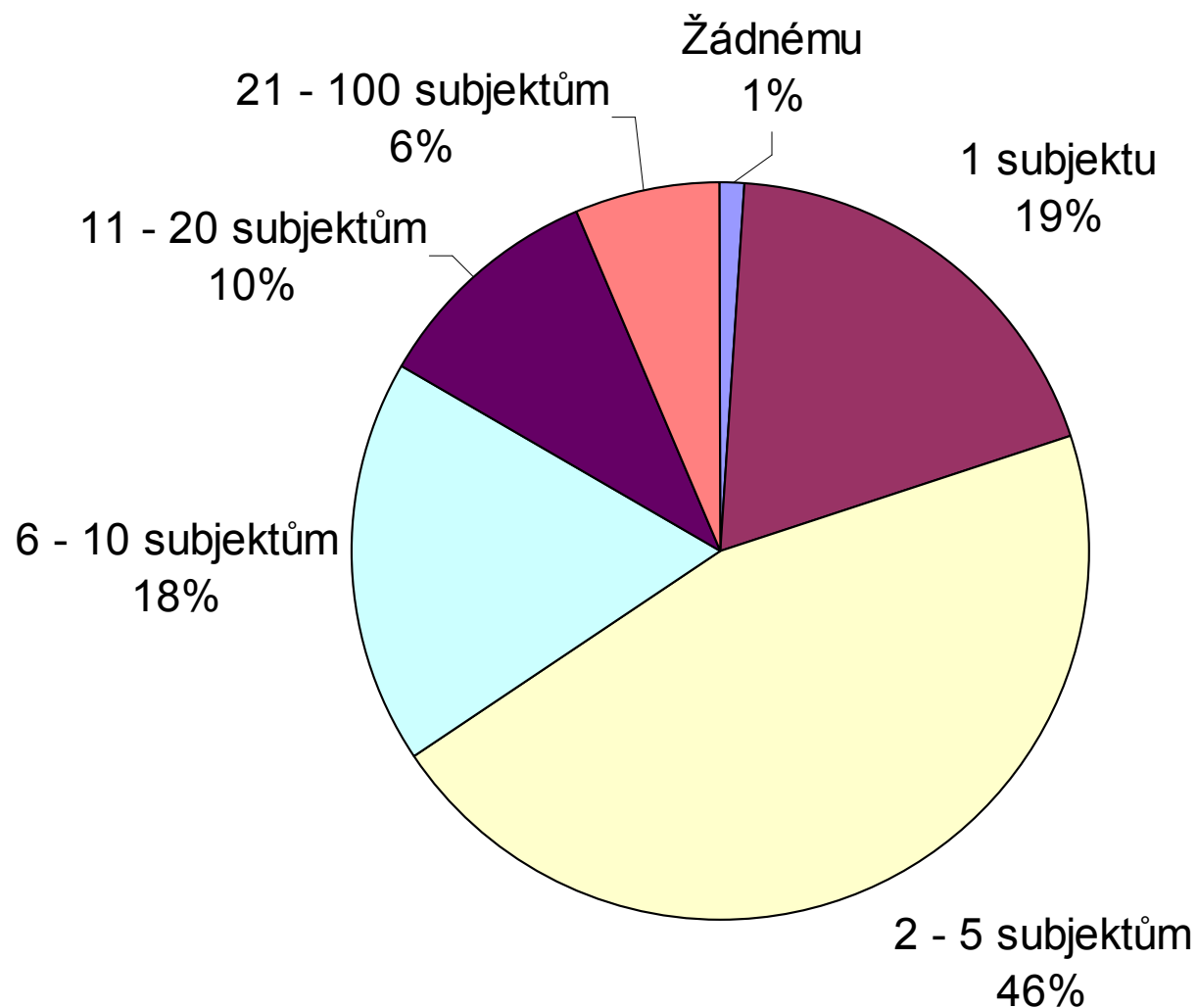
Věnuje se Vaše firma filantropickým aktivitám - dárcovství v ČR? N=577



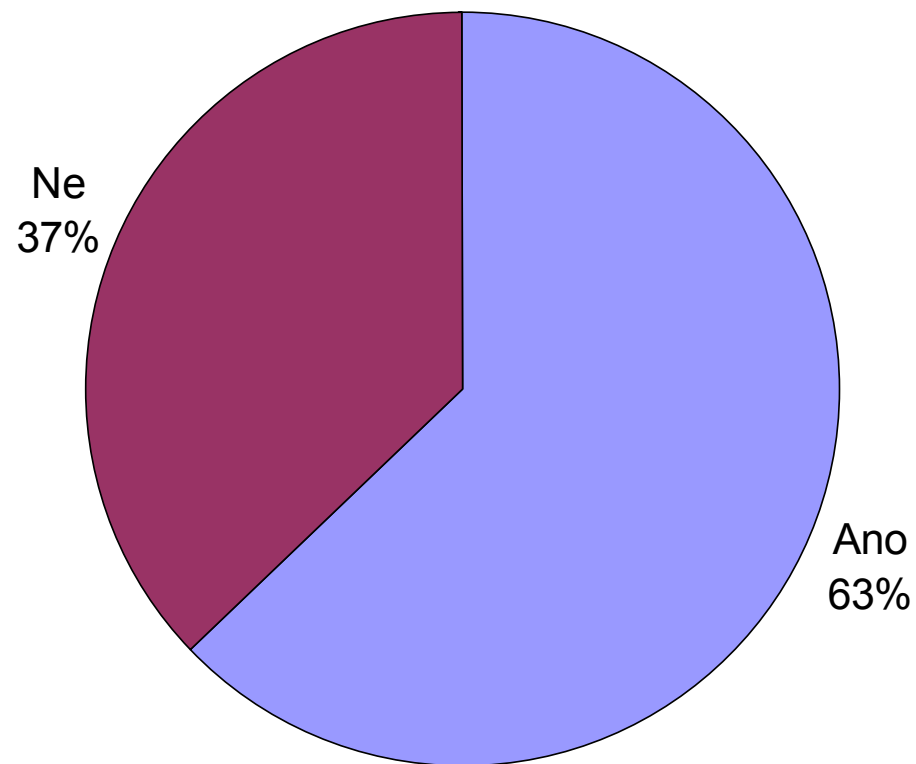
V jaké hodnotě poskytla Vaše firma dary v roce 2003? N=384



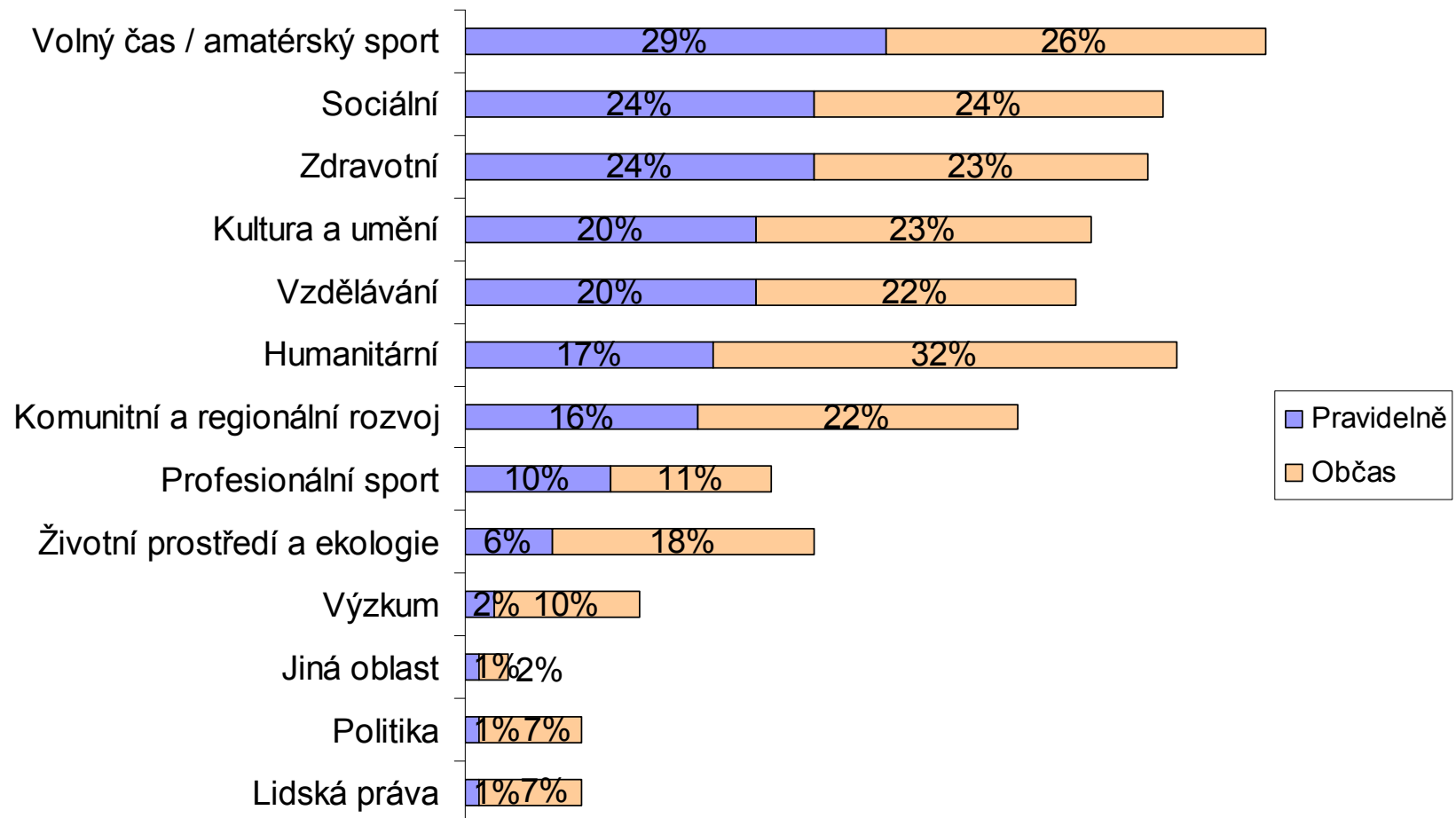
Kolika subjektům v ČR poskytla Vaše firma dar v roce 2003? N=384



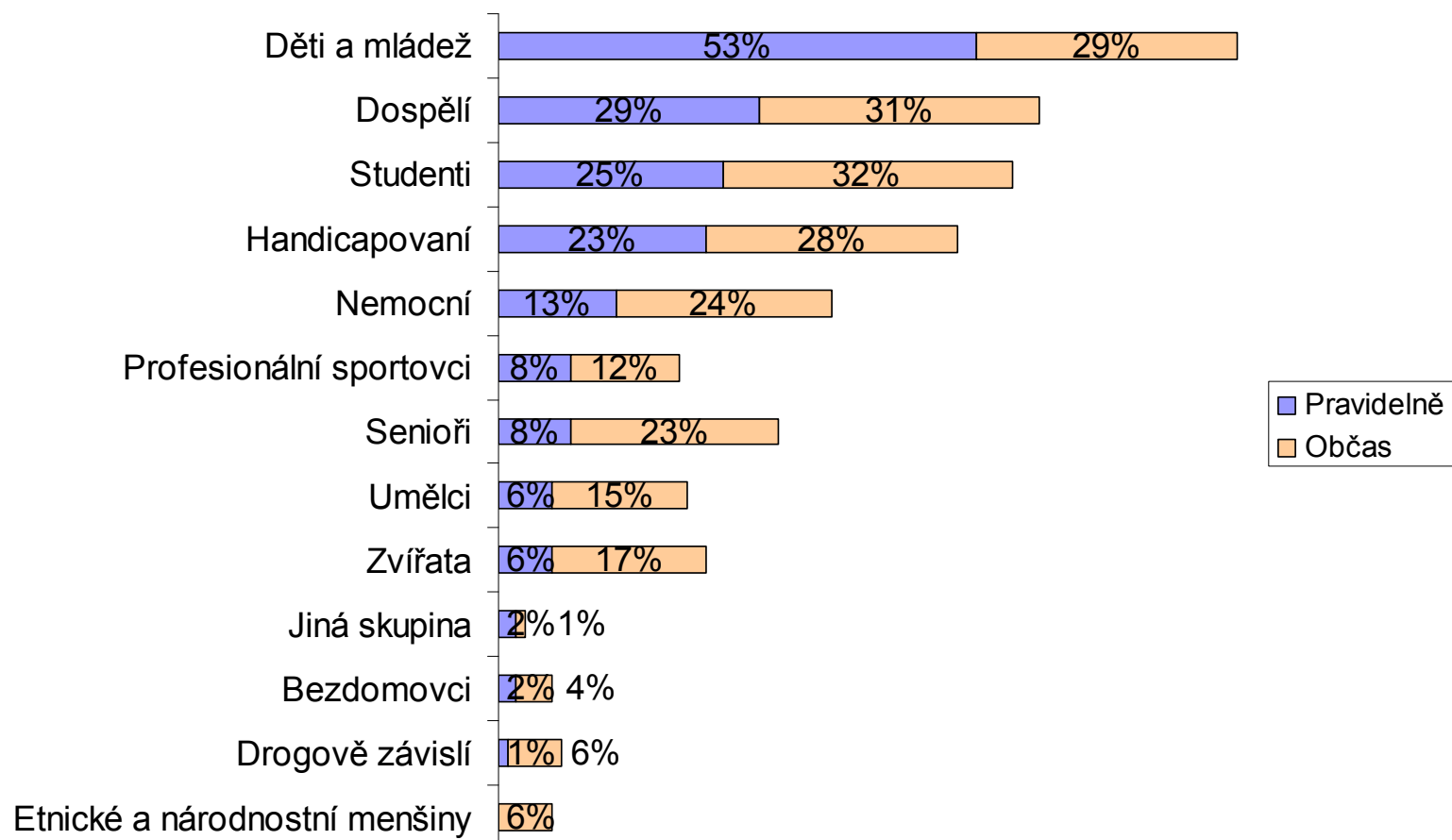
Podpořila Vaše firma darem oblasti postižené záplavami v roce 1997 nebo 2002? N=384



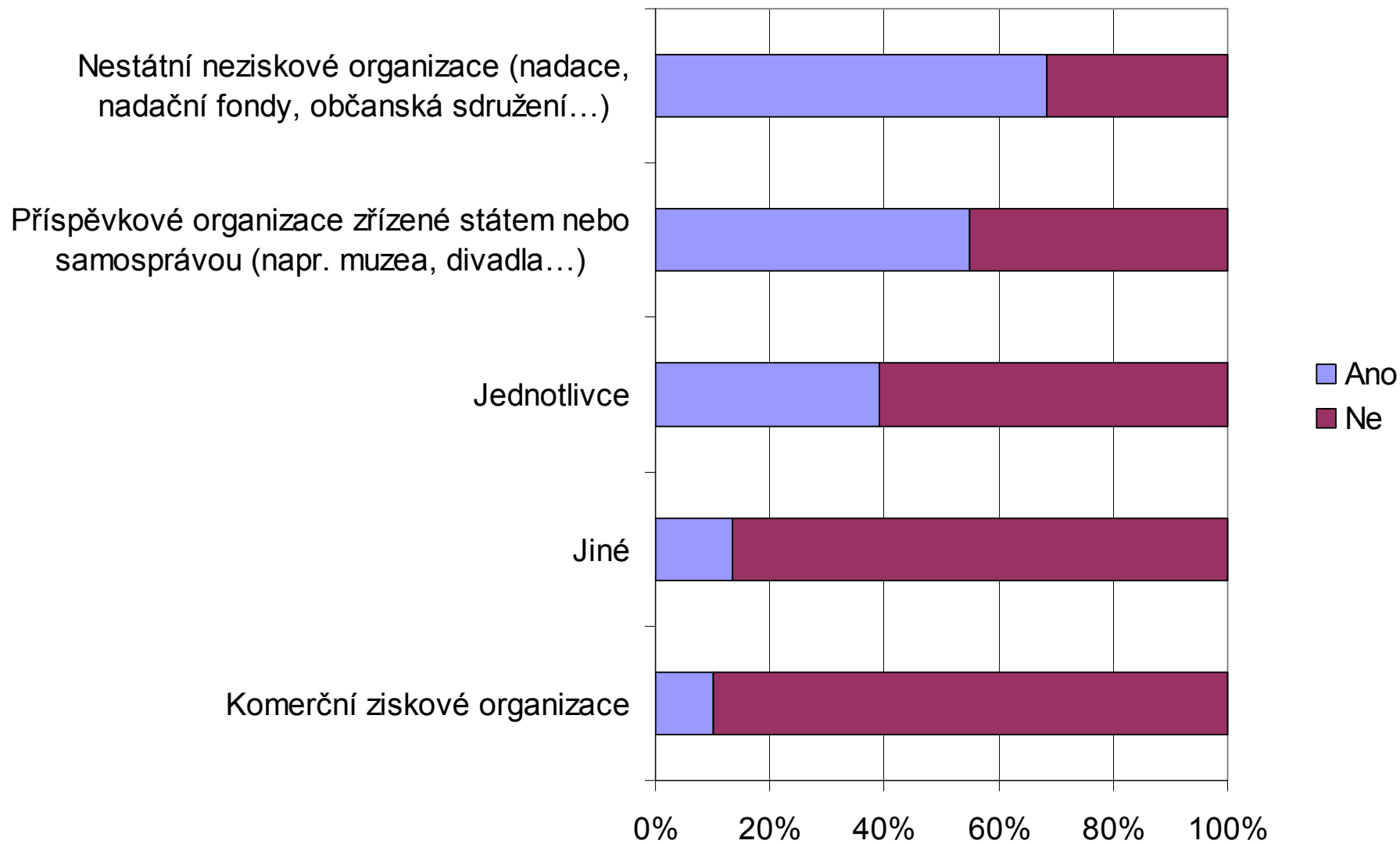
Kterou oblast v ČR podporuje Vaše firma darem? N=384



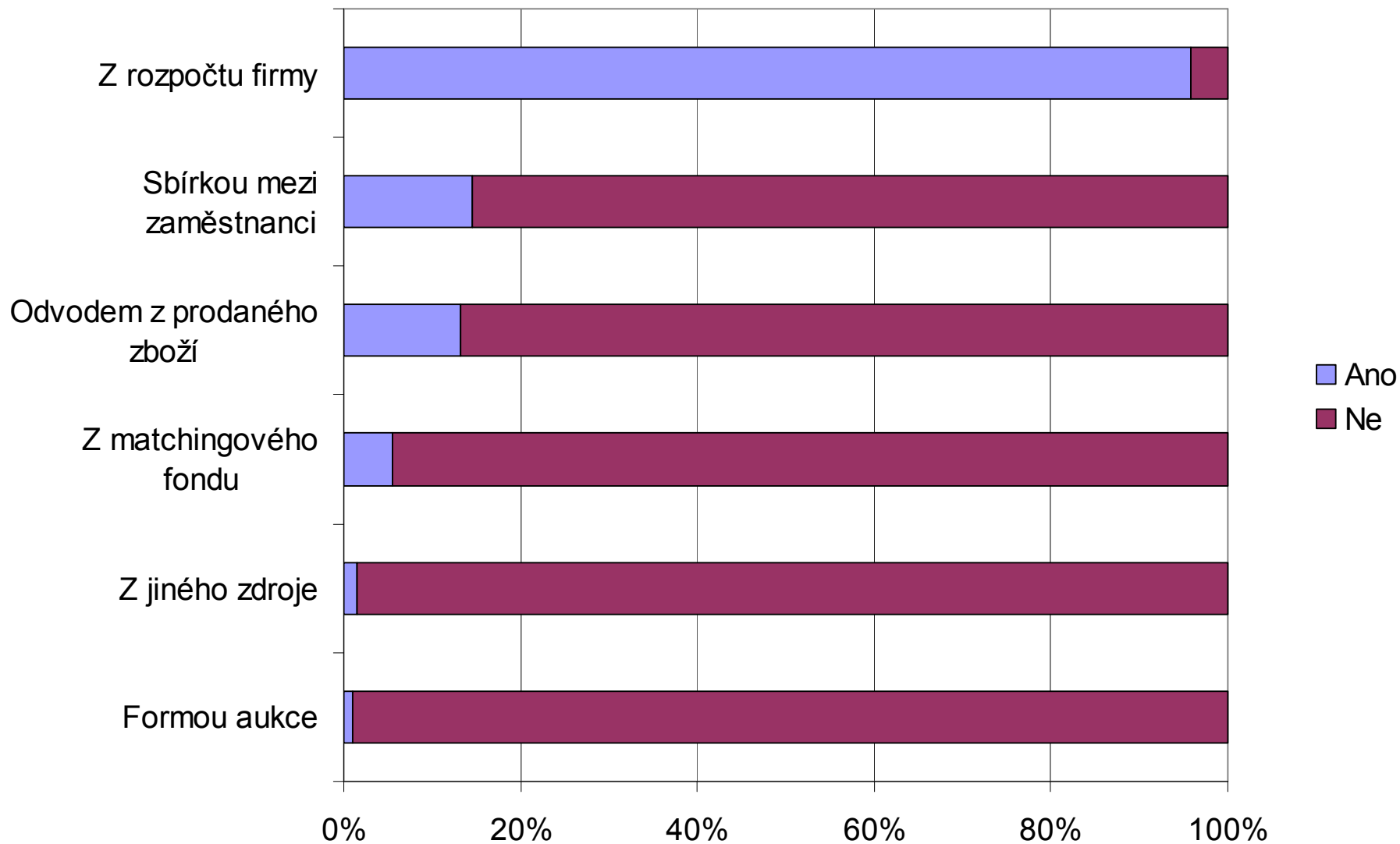
Které cílové skupiny Vaše firma podporuje darem v České republice? N=384



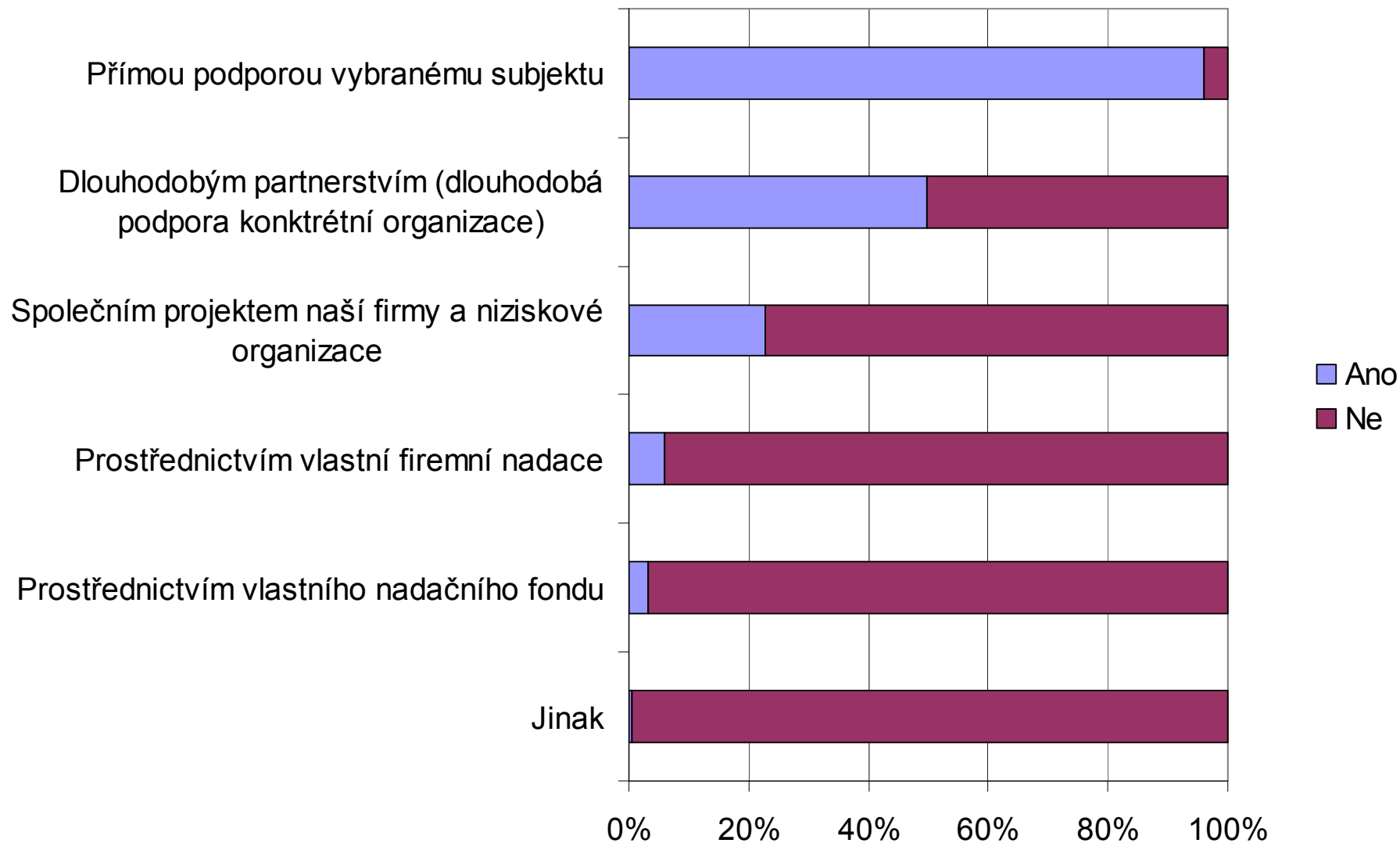
Které subjekty podporuje Vaše firma darem v České republice? N=384



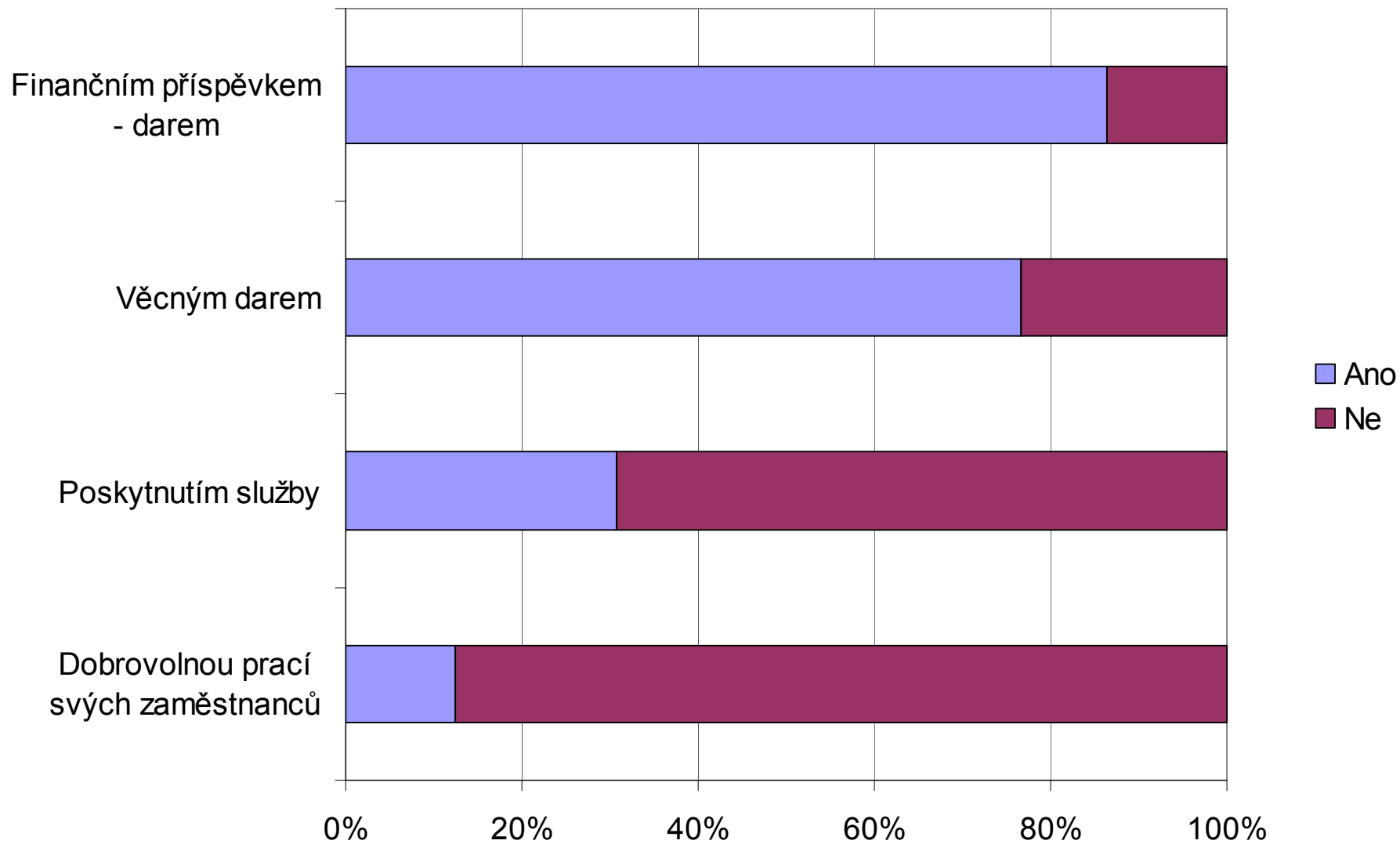
Z jakých zdrojů získává Vaše firma prostředky na podporu - dary? N=384



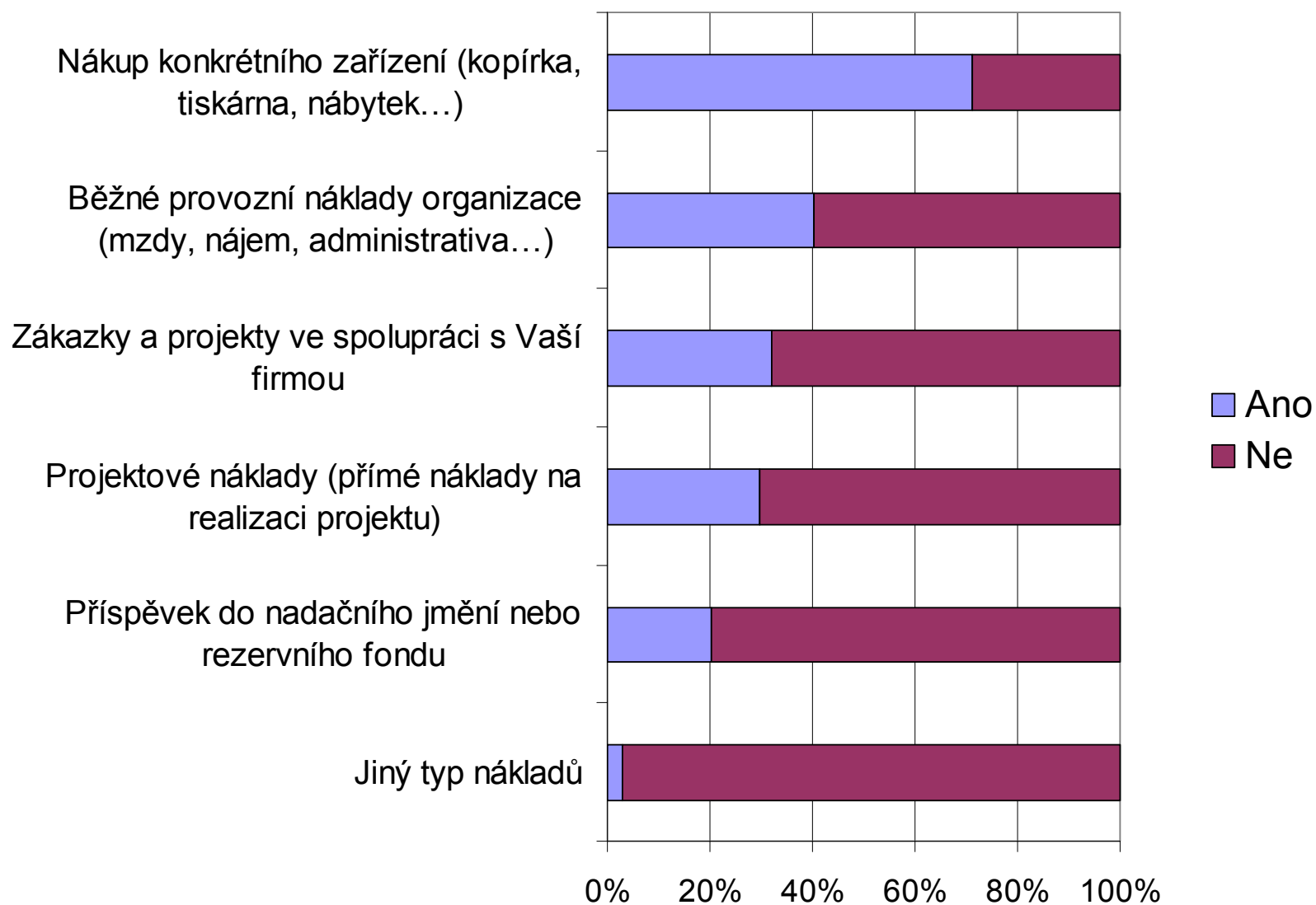
Jakým způsobem realizuje Vaše firma podporu - dar? N=384



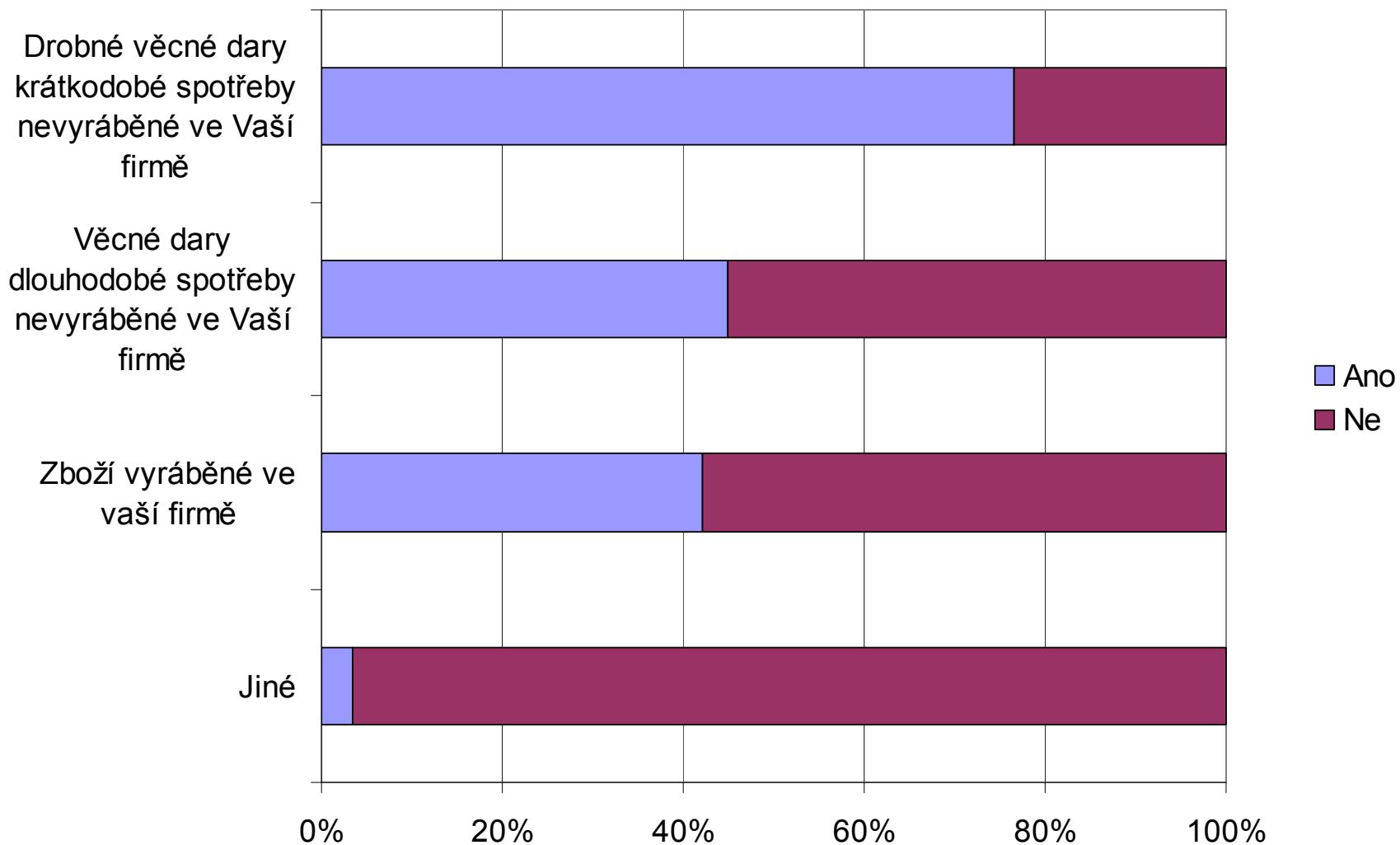
Jakou formou daru podporuje Vaše firma vybrané subjekty? N=384



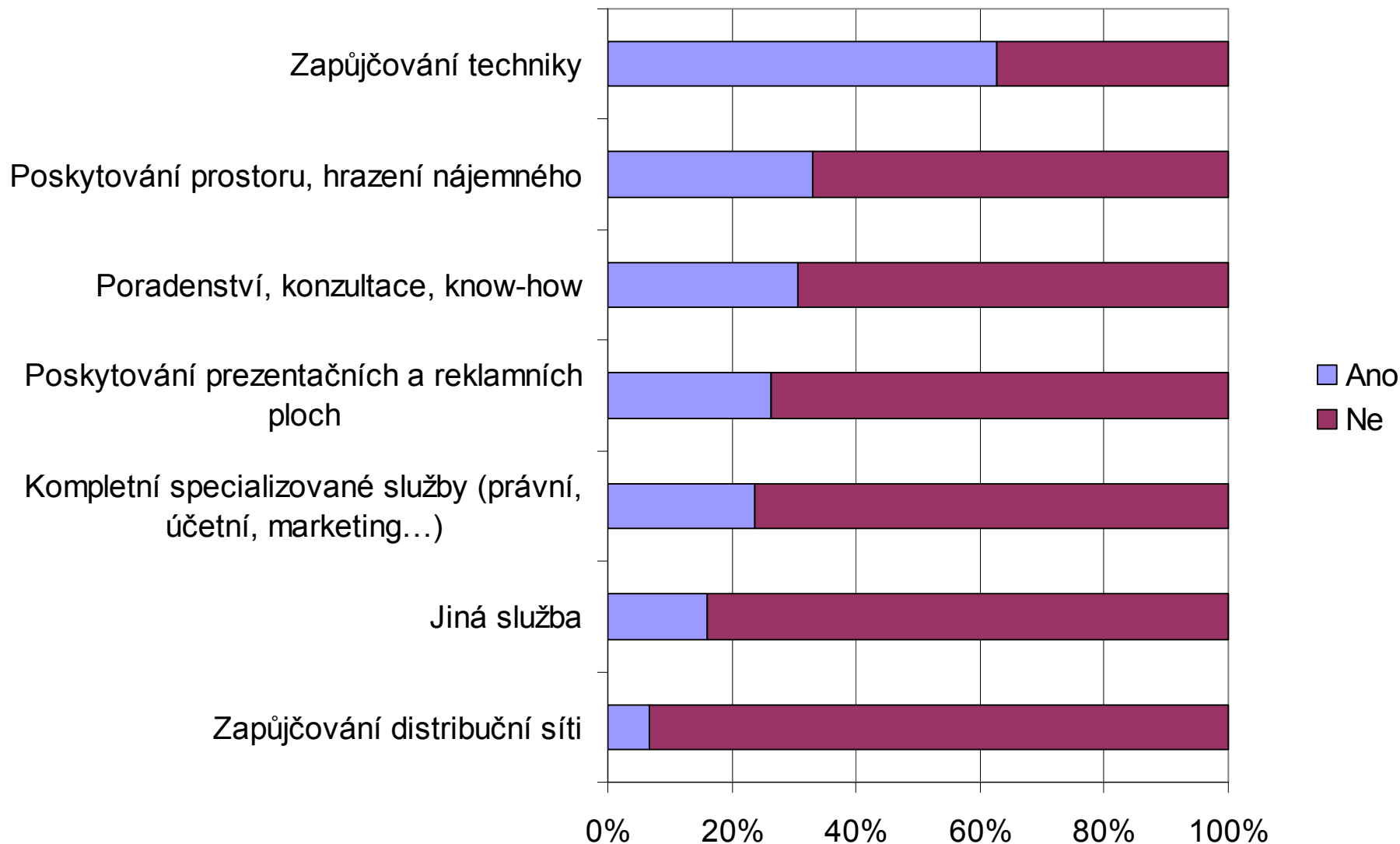
Pokud Vaše firma podpoří finančním darem organizaci, na jaké typy nákladů přispívá? N=332



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

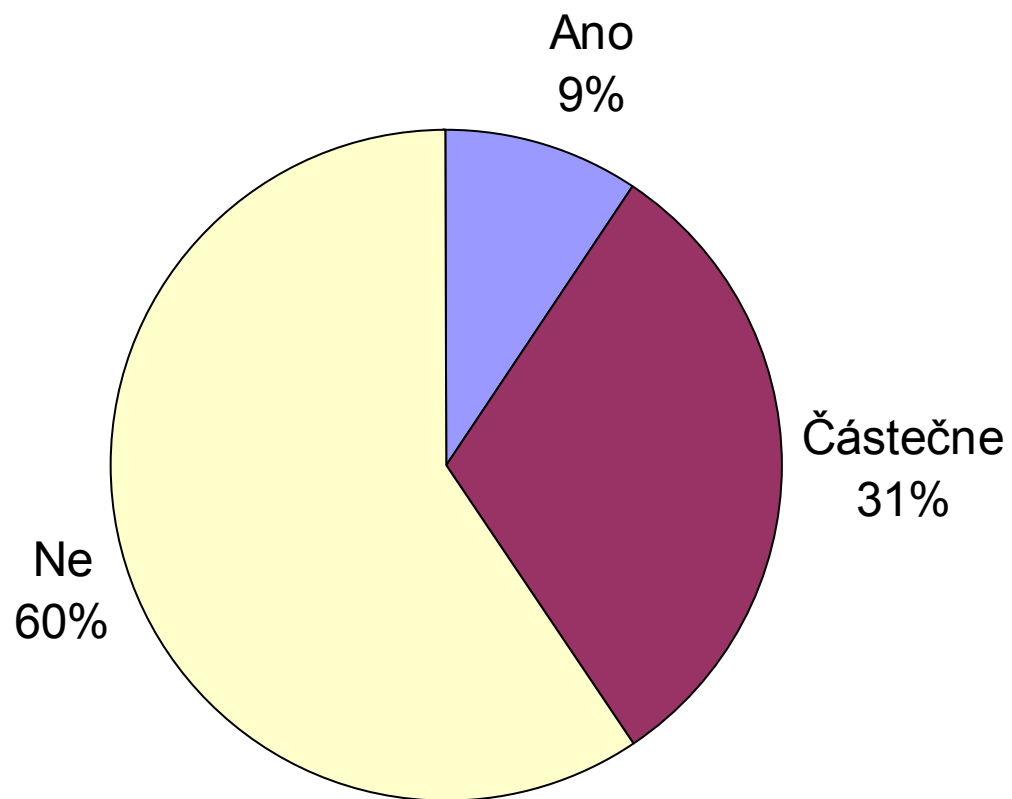


Výsledky výzkumu

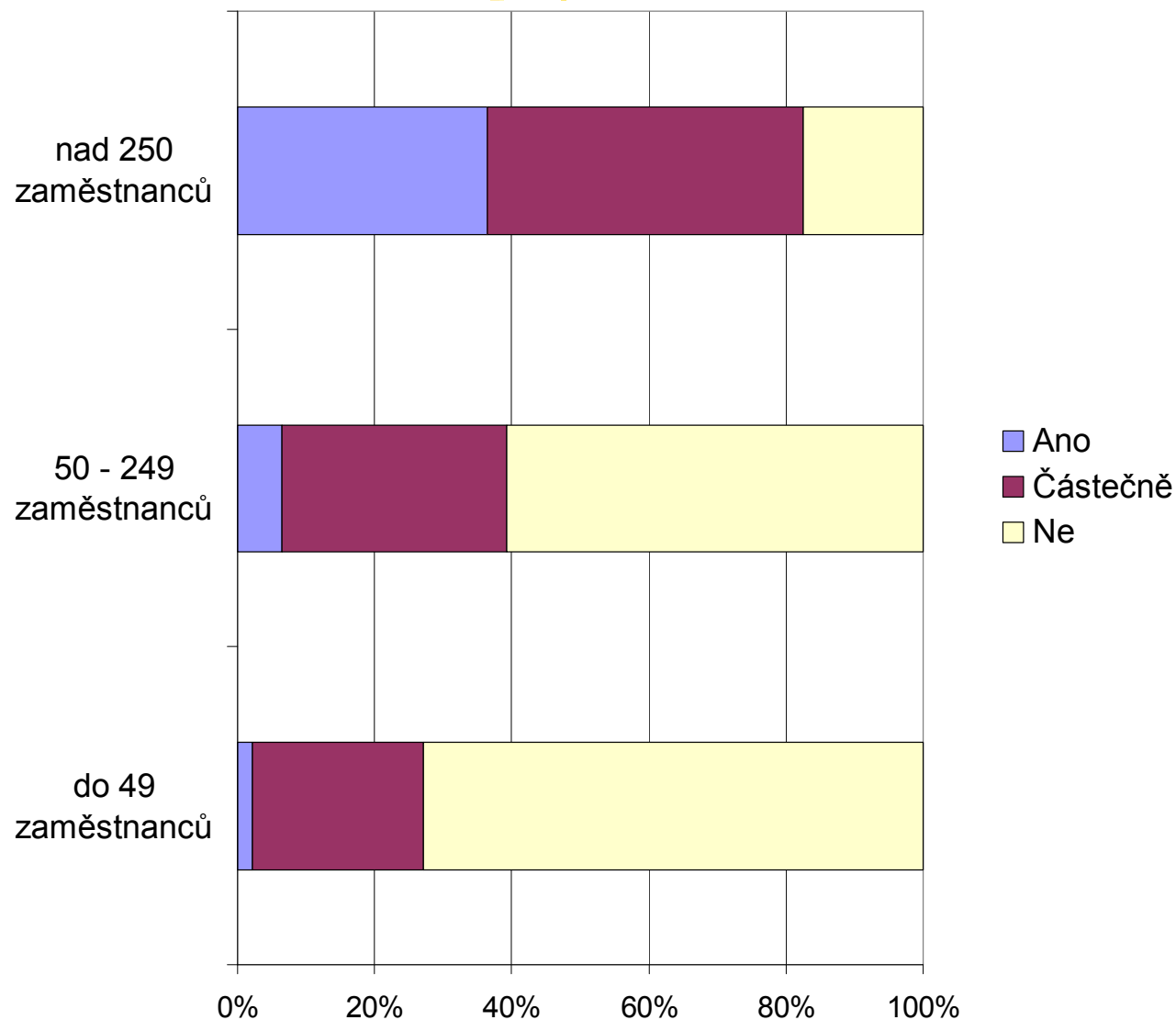
2. část - Strategie firemní filantropie

- ⌘ 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...

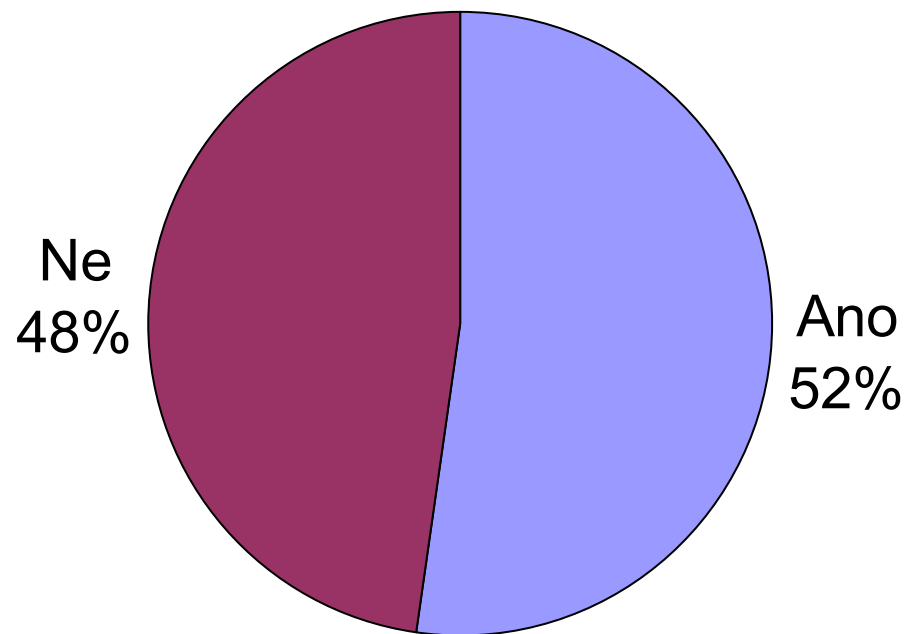
Má Vaše firma vypracovanou strategii v oblasti firemní filantropie? N=384



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

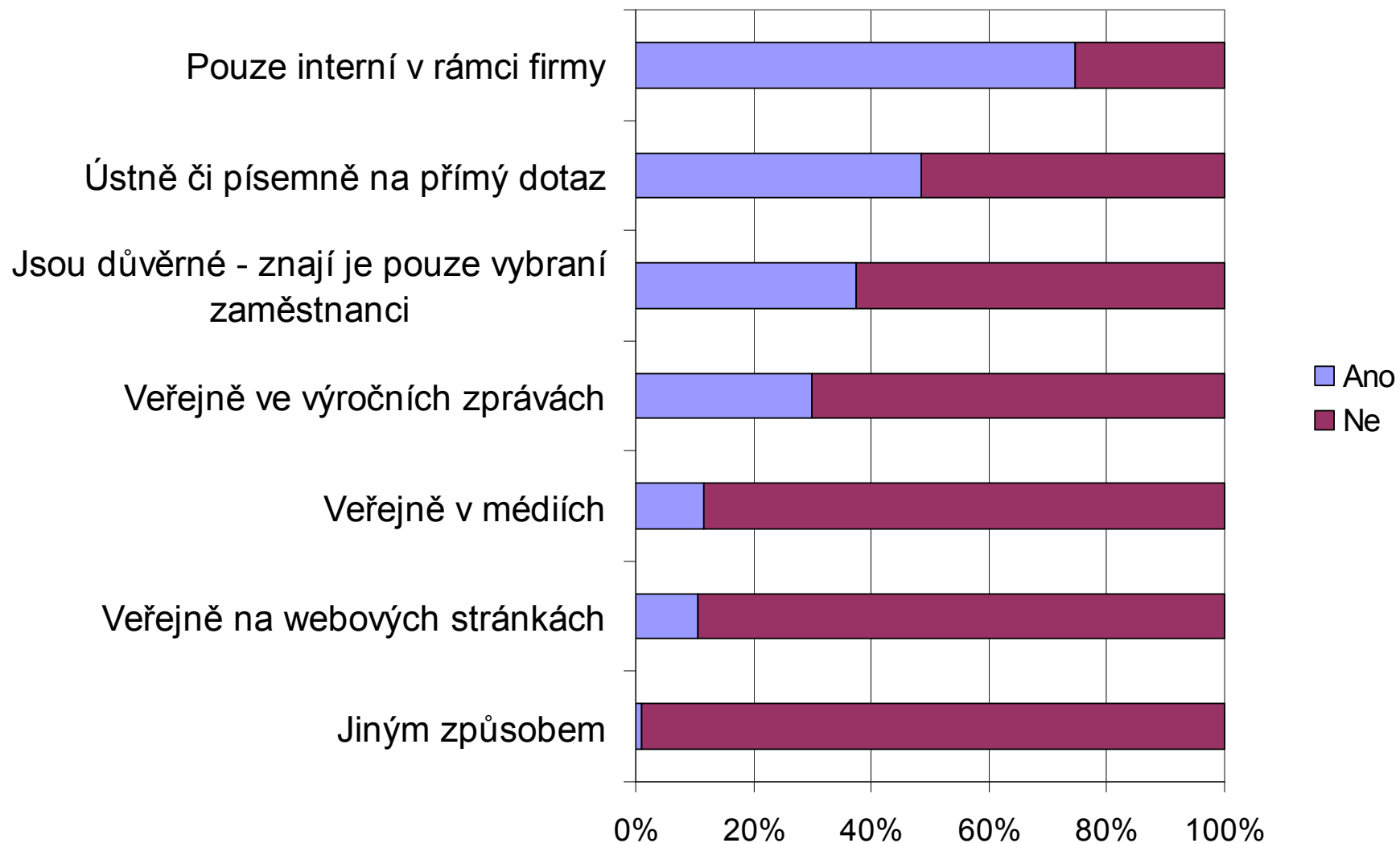


Má Vaše firma jasně stanovená kritéria, podle kterých se rozhoduje o poskytnutí podpory - daru? N=384

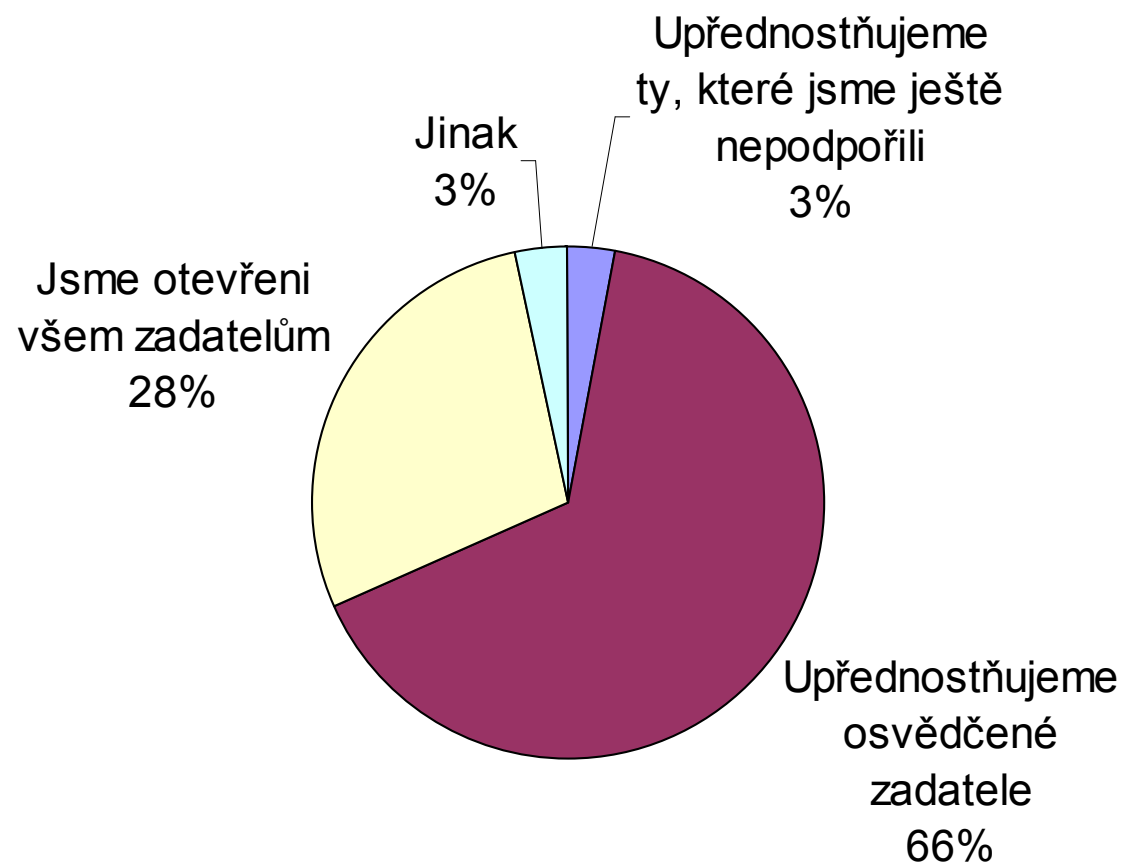


Jakým způsobem Vaše firma zveřejňuje kritéria, podle kterých se rozhoduje o poskytnutí podpory - daru?

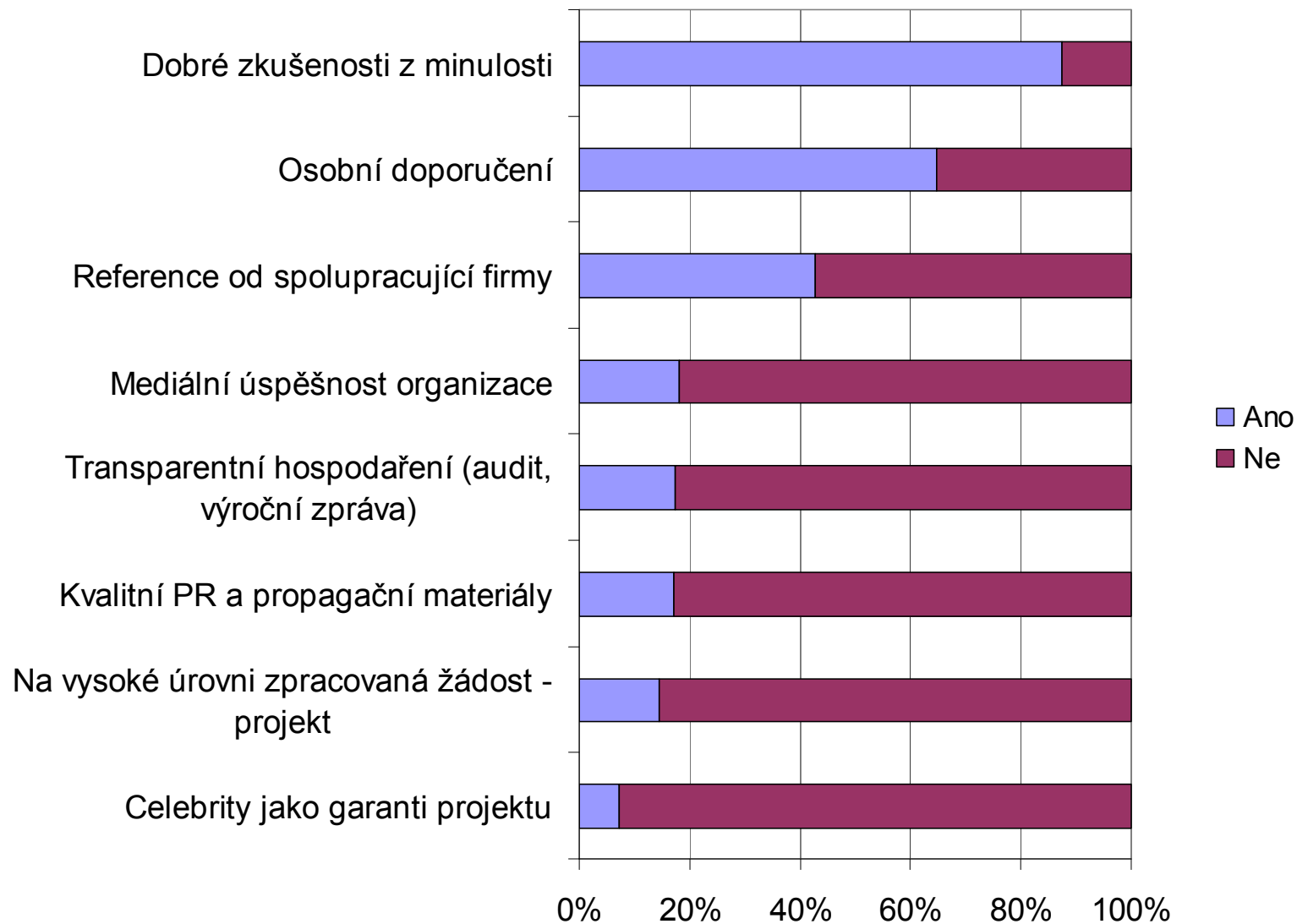
N=200



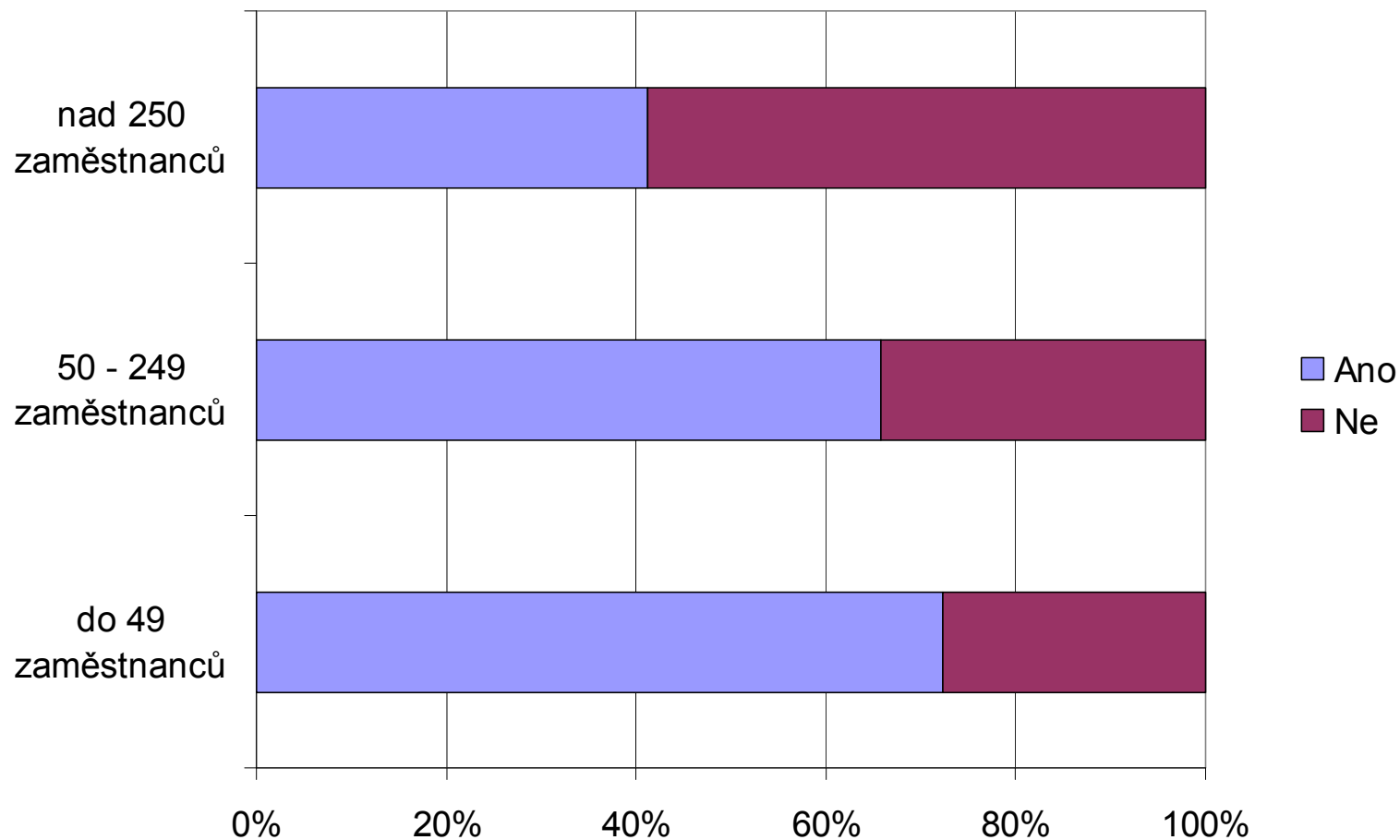
Jak přistupuje Vaše firma k výběru žadatelů? N=384



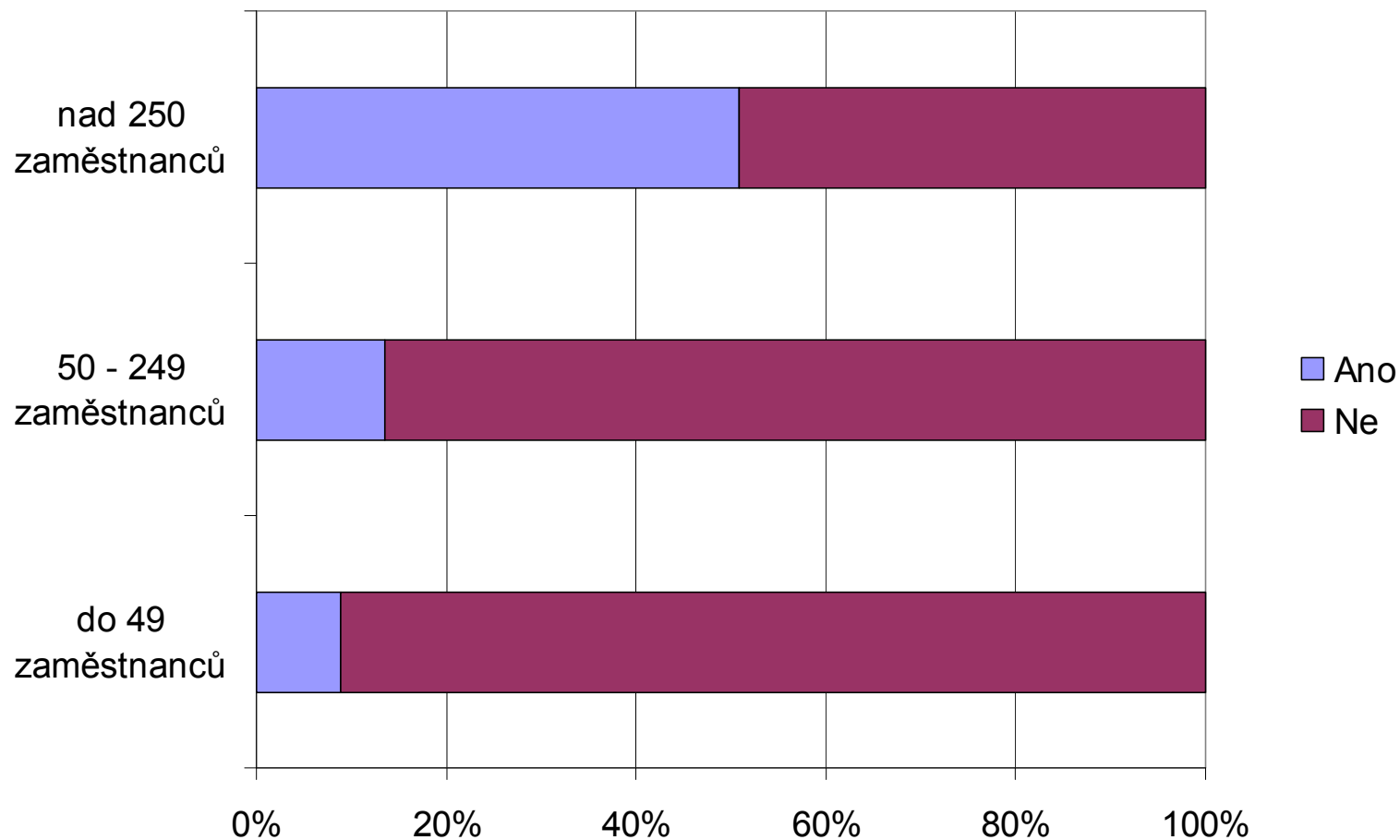
Podle čeho posuzuje Vaše firma důvěryhodnost žadatele? N=384



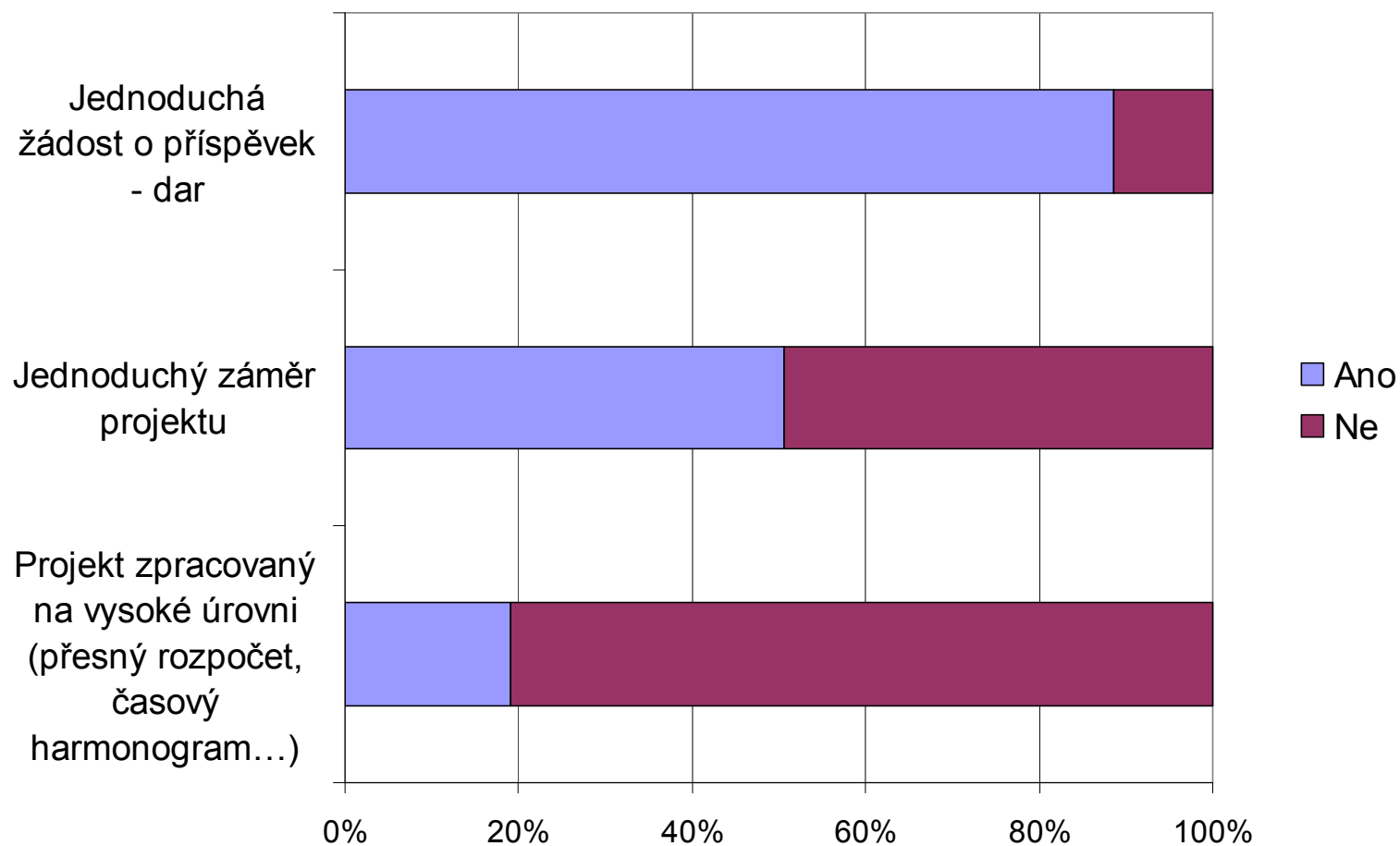
Posuzuje Vaše firma důvěryhodnost žadatele podle osobního doporučení? N=384 (podle počtu zaměstnanců)



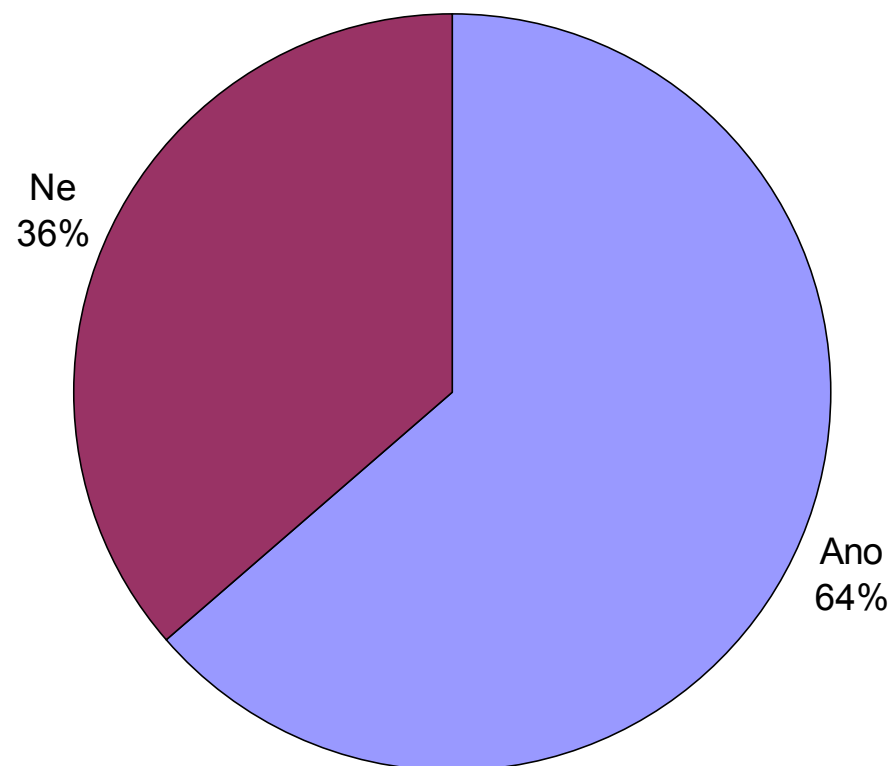
Posuzuje Vaše firma důvěryhodnost žadatele podle transparentního hospodaření? N=384 (podle počtu zaměstnanců)



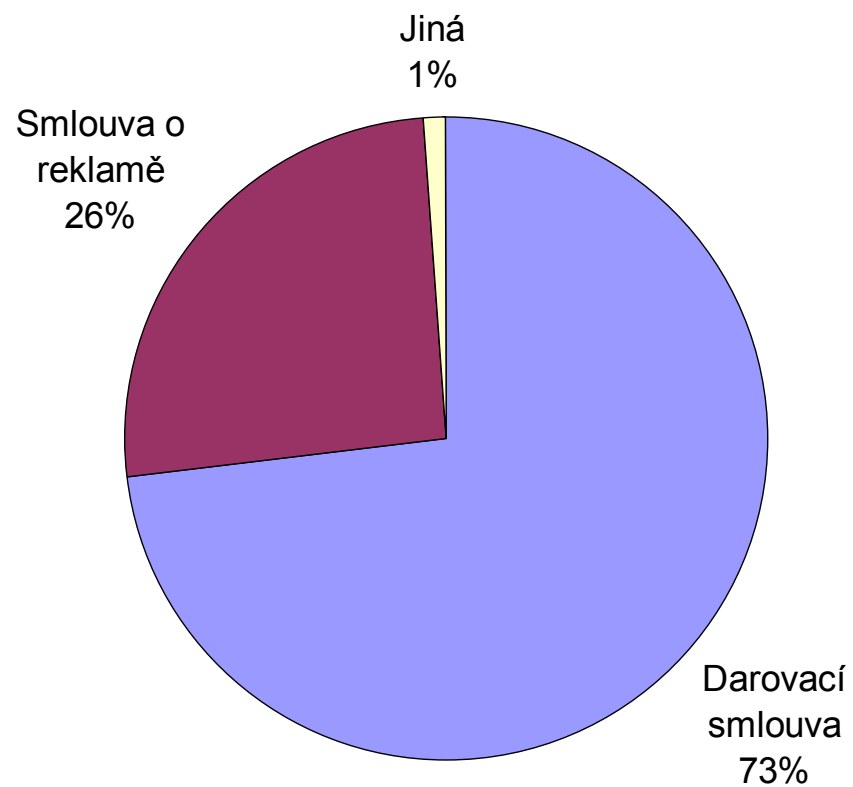
Na základě jakého podkladu (dokumentu od žadatele) rozhodne Vaše firma o poskytnutí daru? N=384



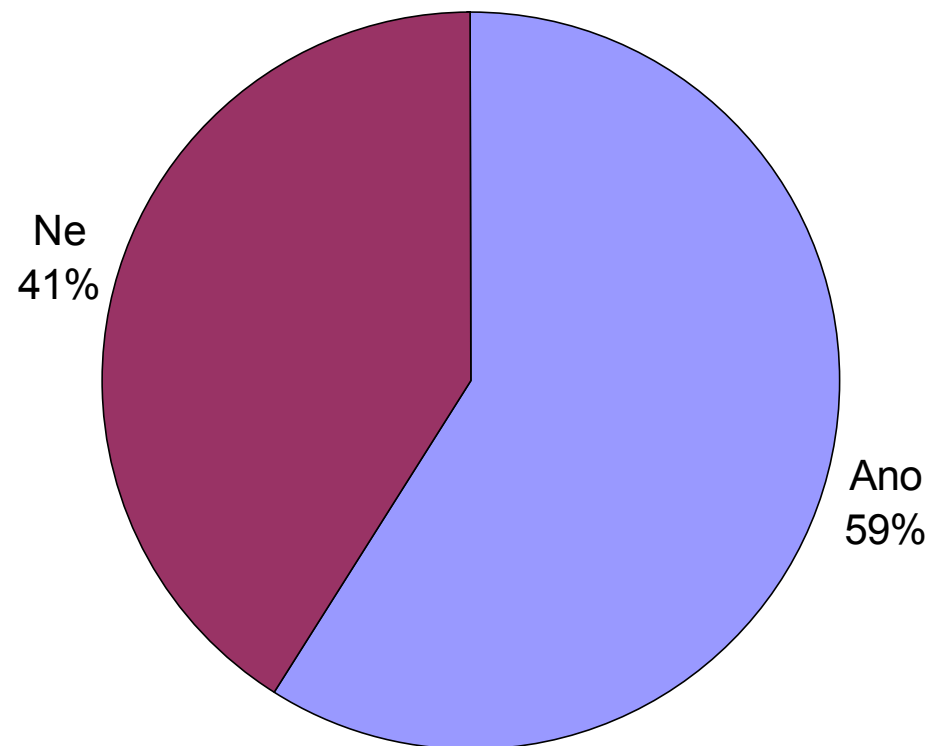
Uzavírá Vaše firma písemnou Smlouvu o poskytnutí příspěvku - daru při podpoře subjektu? N=384



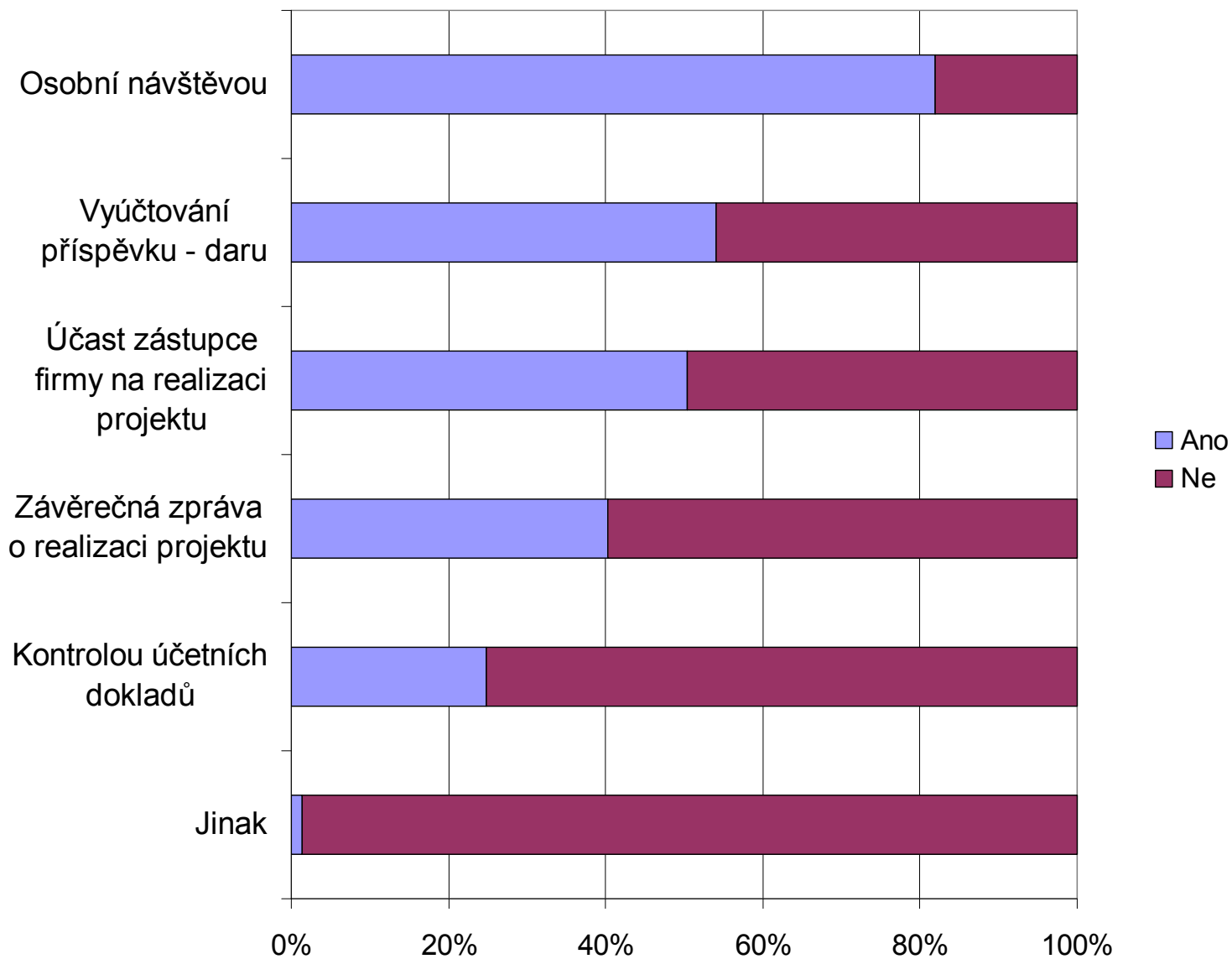
Jaké je procentuální zastoupení darovacích smluv a smluv o reklamě ve Vaší filantropické praxi? N=244



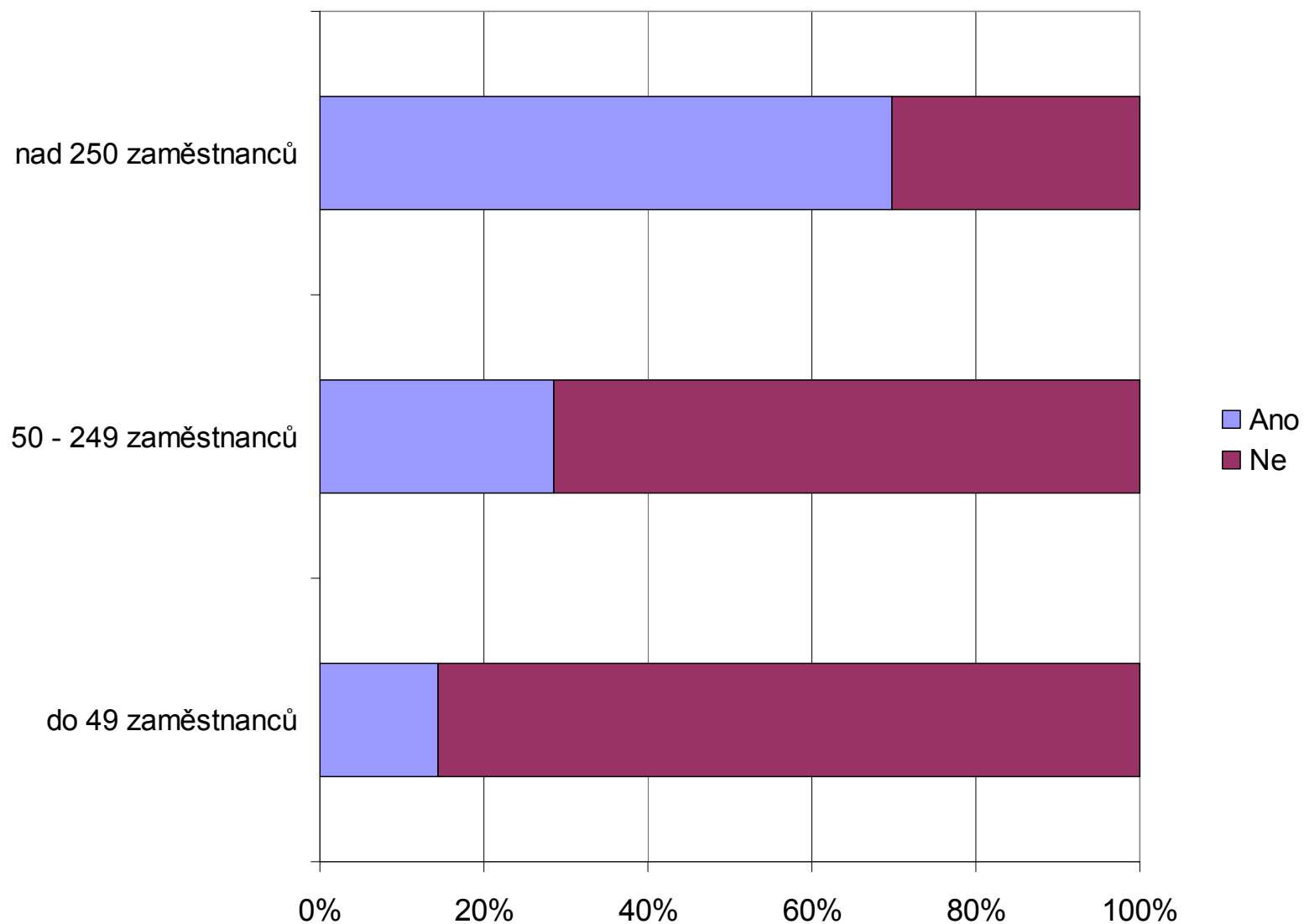
Ověřuje (kontroluje) Vaše firma použití poskytnutých prostředků - darů? N=384



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

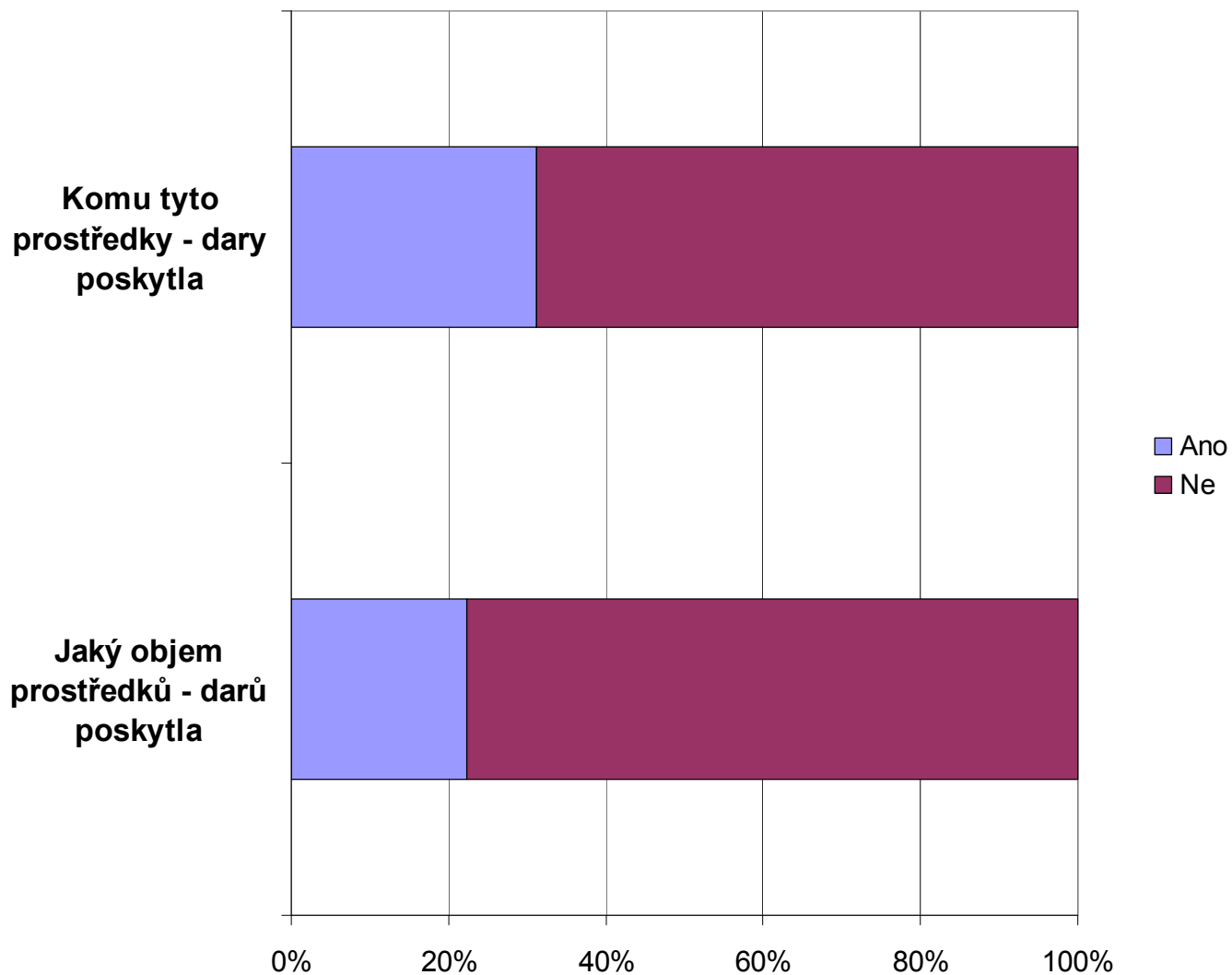


Je firemní filantropie součástí PR a komunikační strategie Vaší firmy? N=384 (podle počtu zaměstnanců)

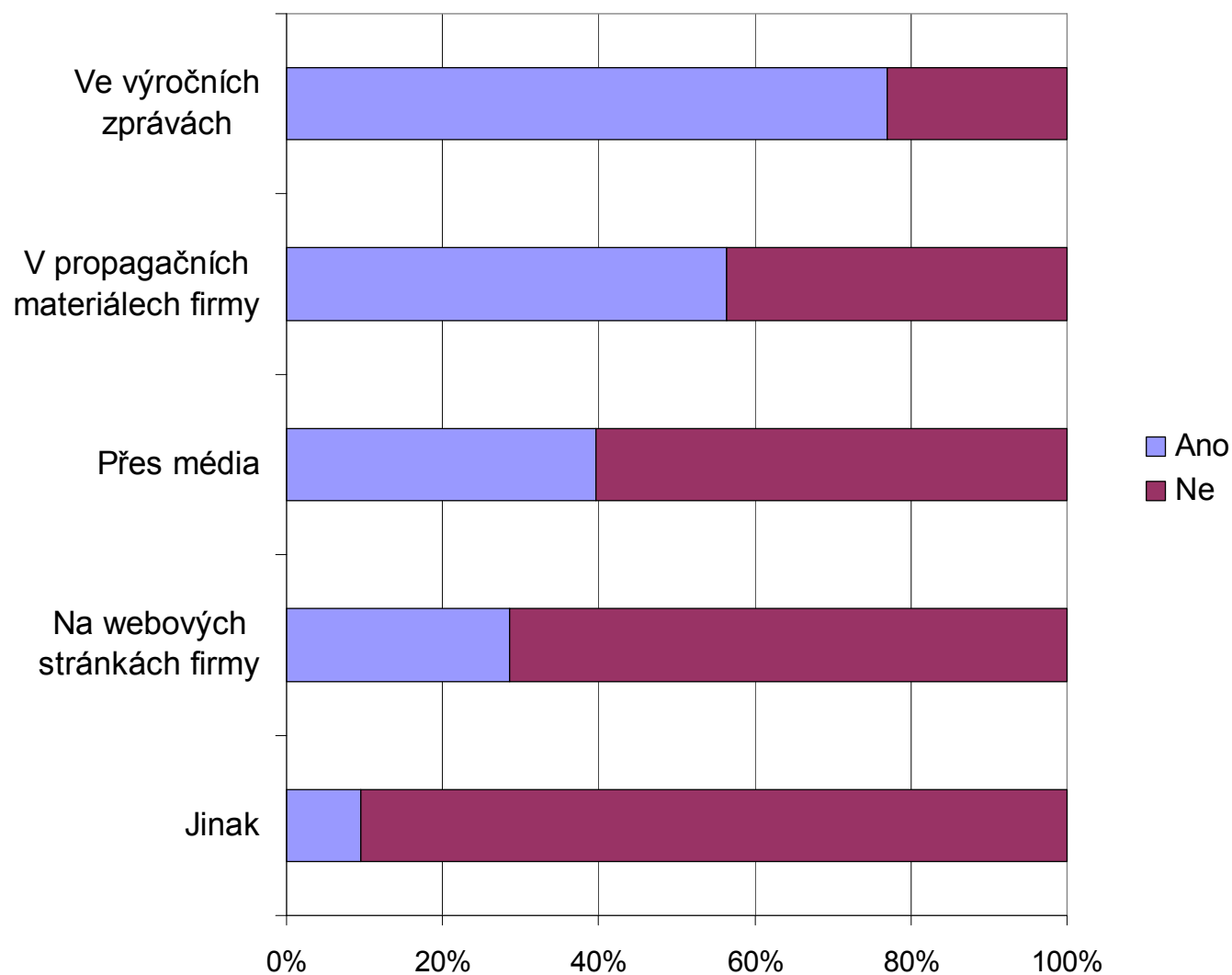


Zveřejňuje Vaše firma následující údaje?

N=384

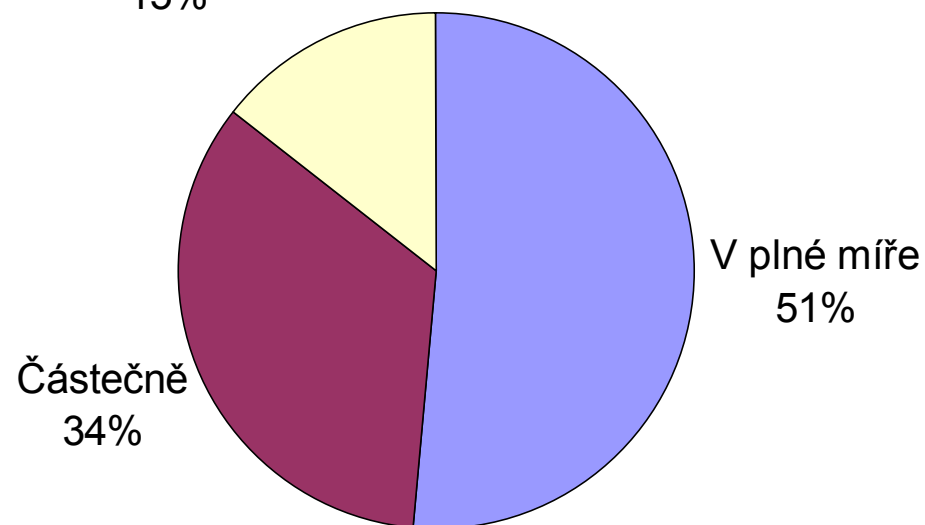


Jakým způsobem zveřejňuje Vaše firma informace o svých filantropických aktivitách? N=126



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

Nevyužíváme
možnost
odepisovat dary
ze základu daně
15%



V plné míře
51%

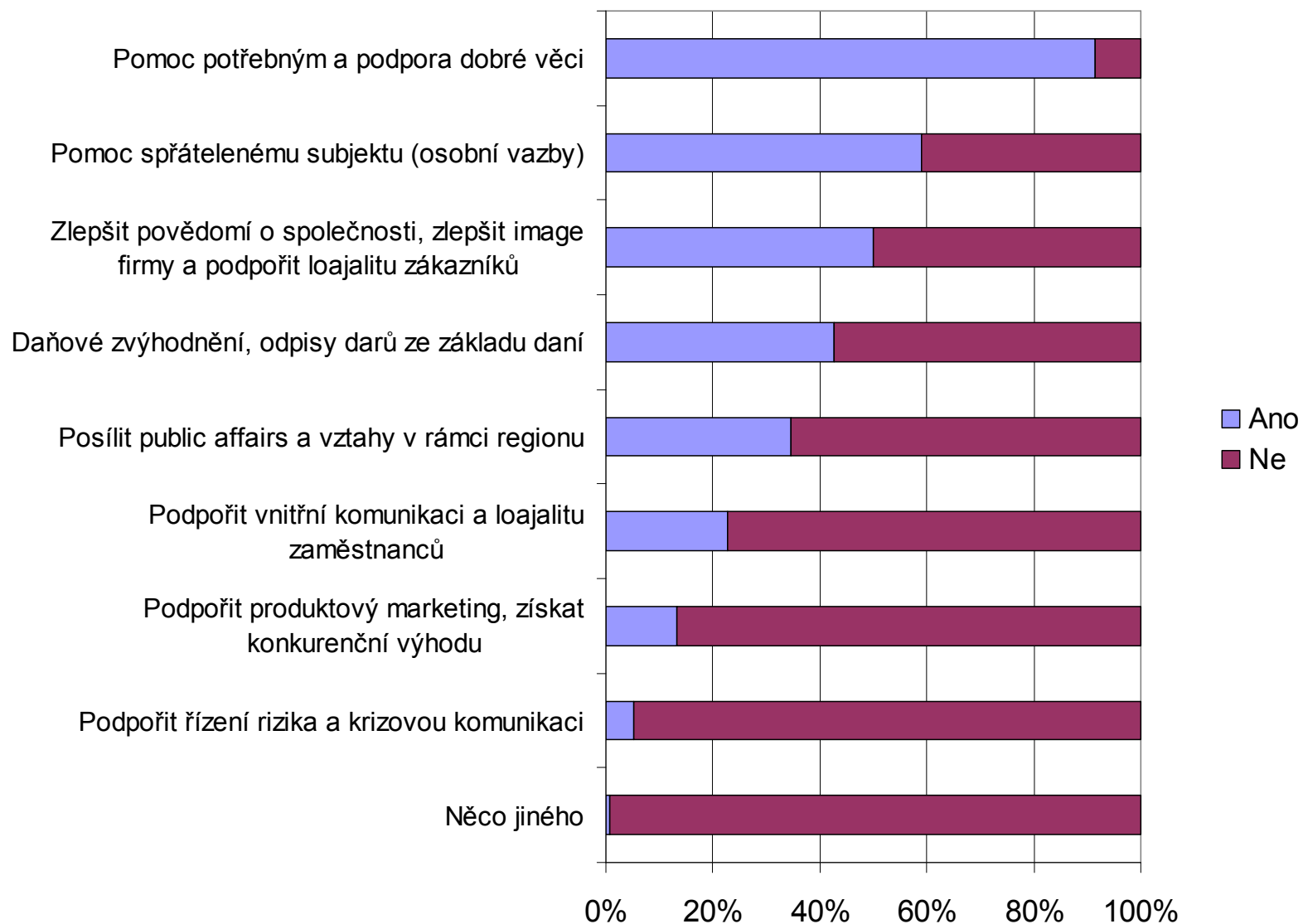
Částečně
34%

Výsledky výzkumu

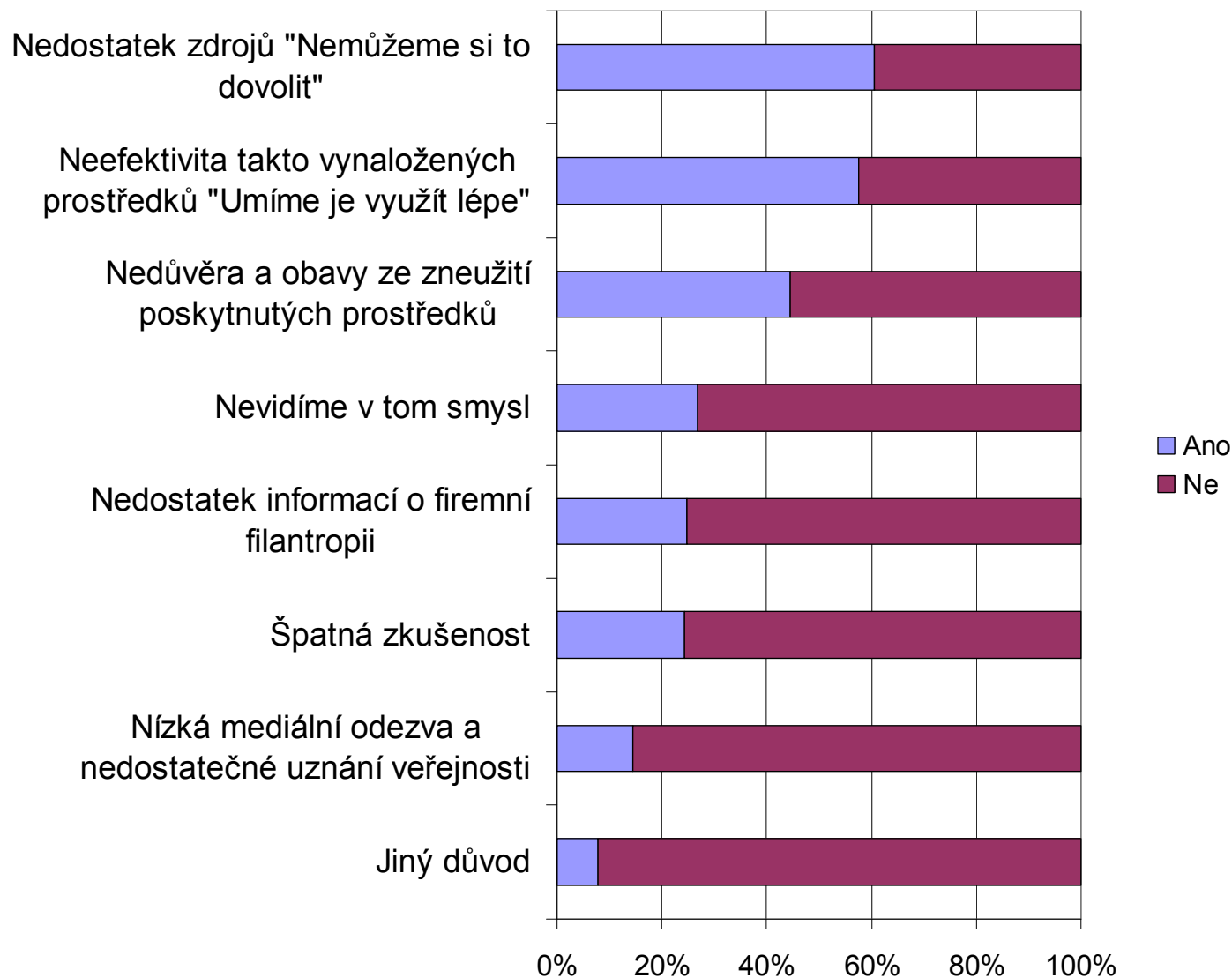
3. část - Motivace k firemní filantropii

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

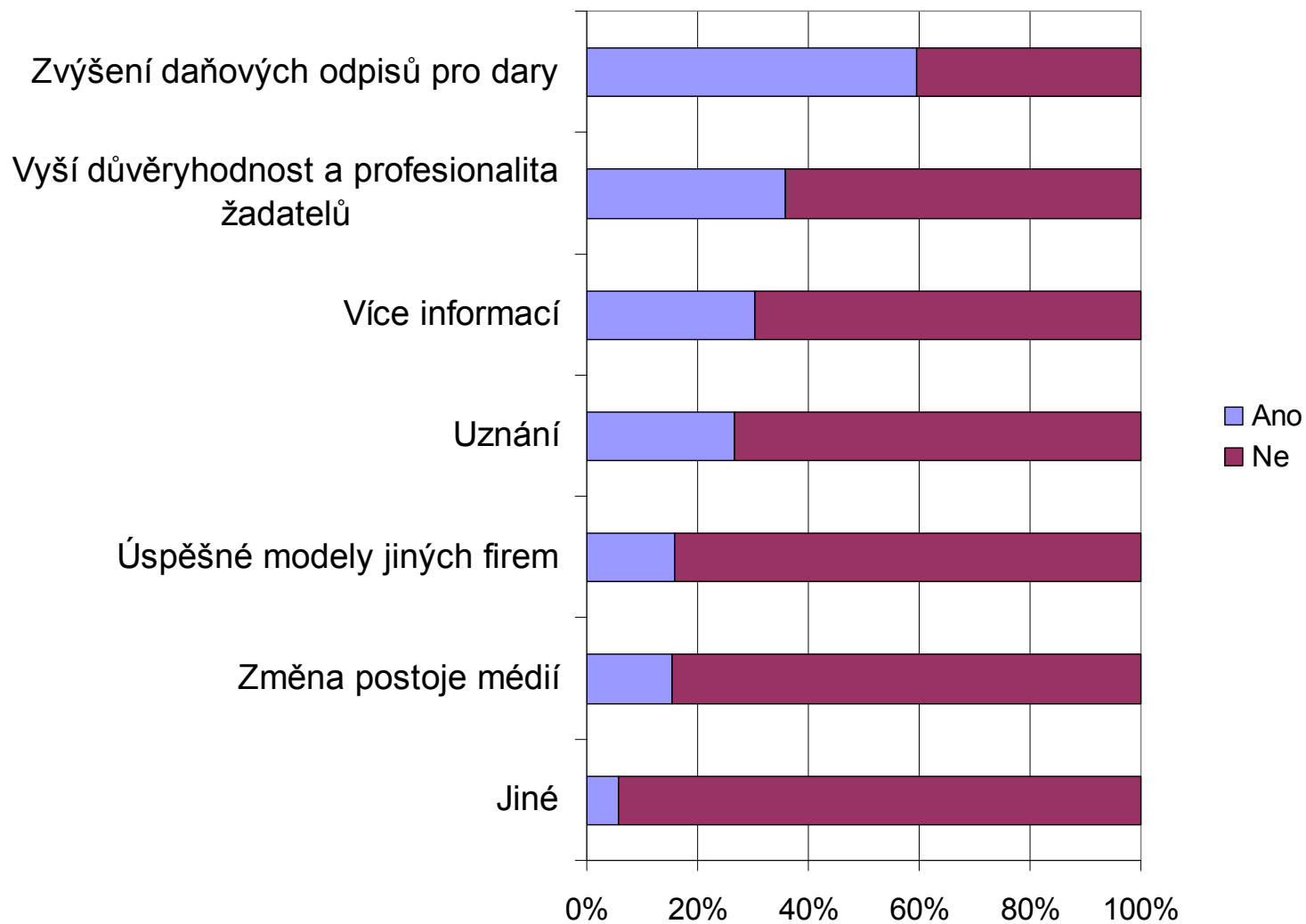
Co především motivuje Vaši firmu k poskytování podpory - daru? N=384



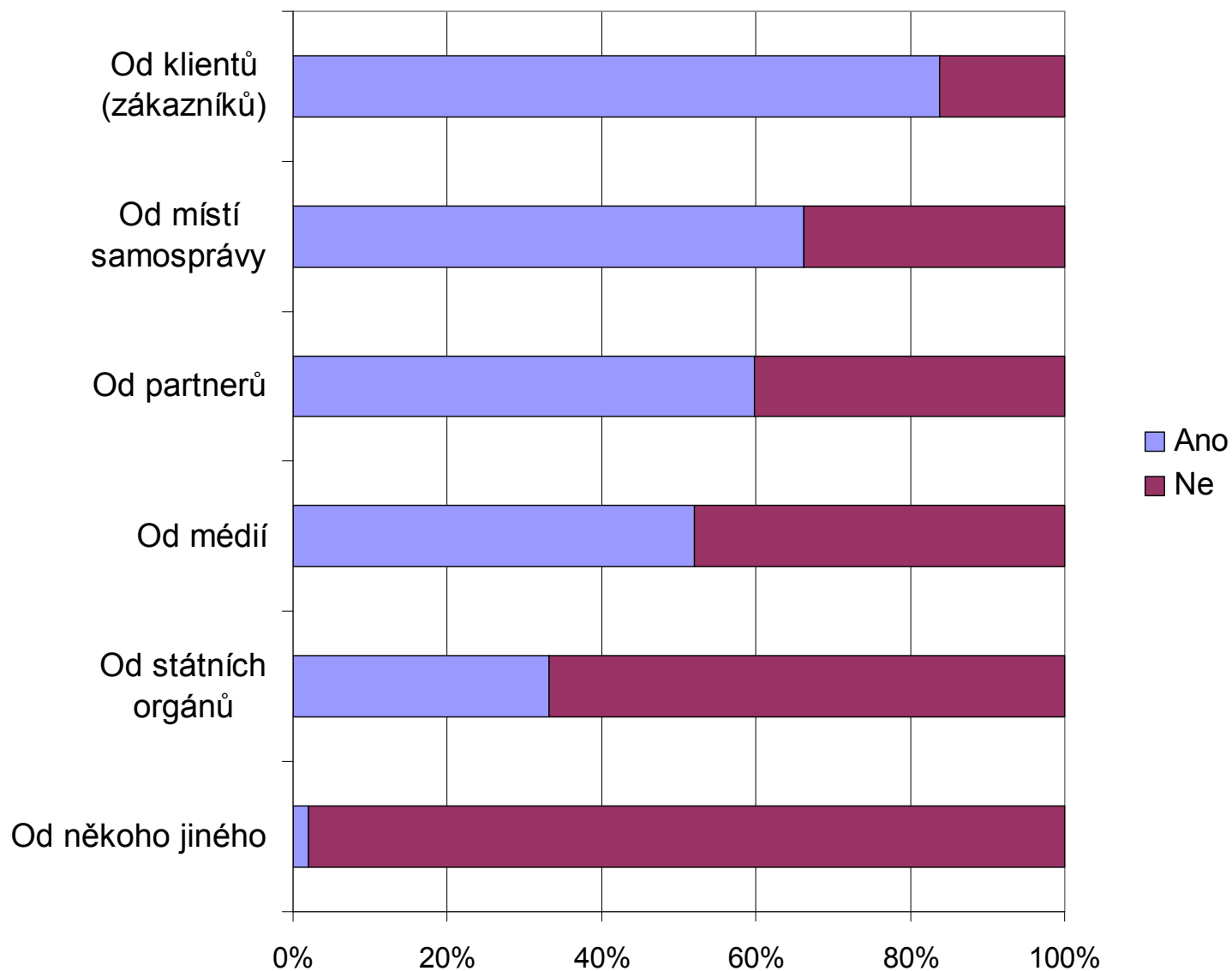
Z jakého důvodu se Vaše firma neangažuje ve firemní filantropii? N=193



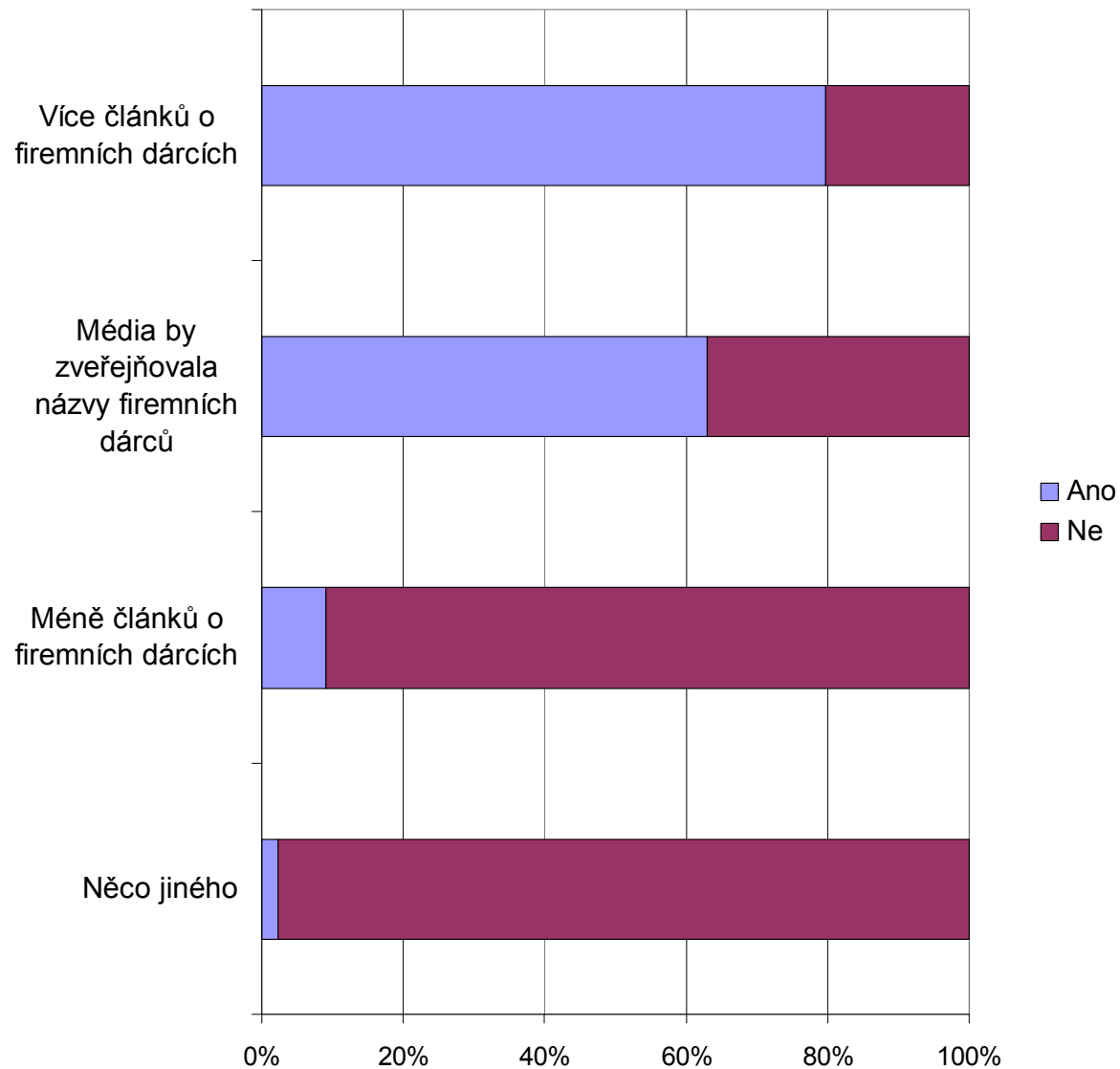
Co by Vaší firmě pomohlo nebo by Vás více motivovalo k firemní filantropii? N=577



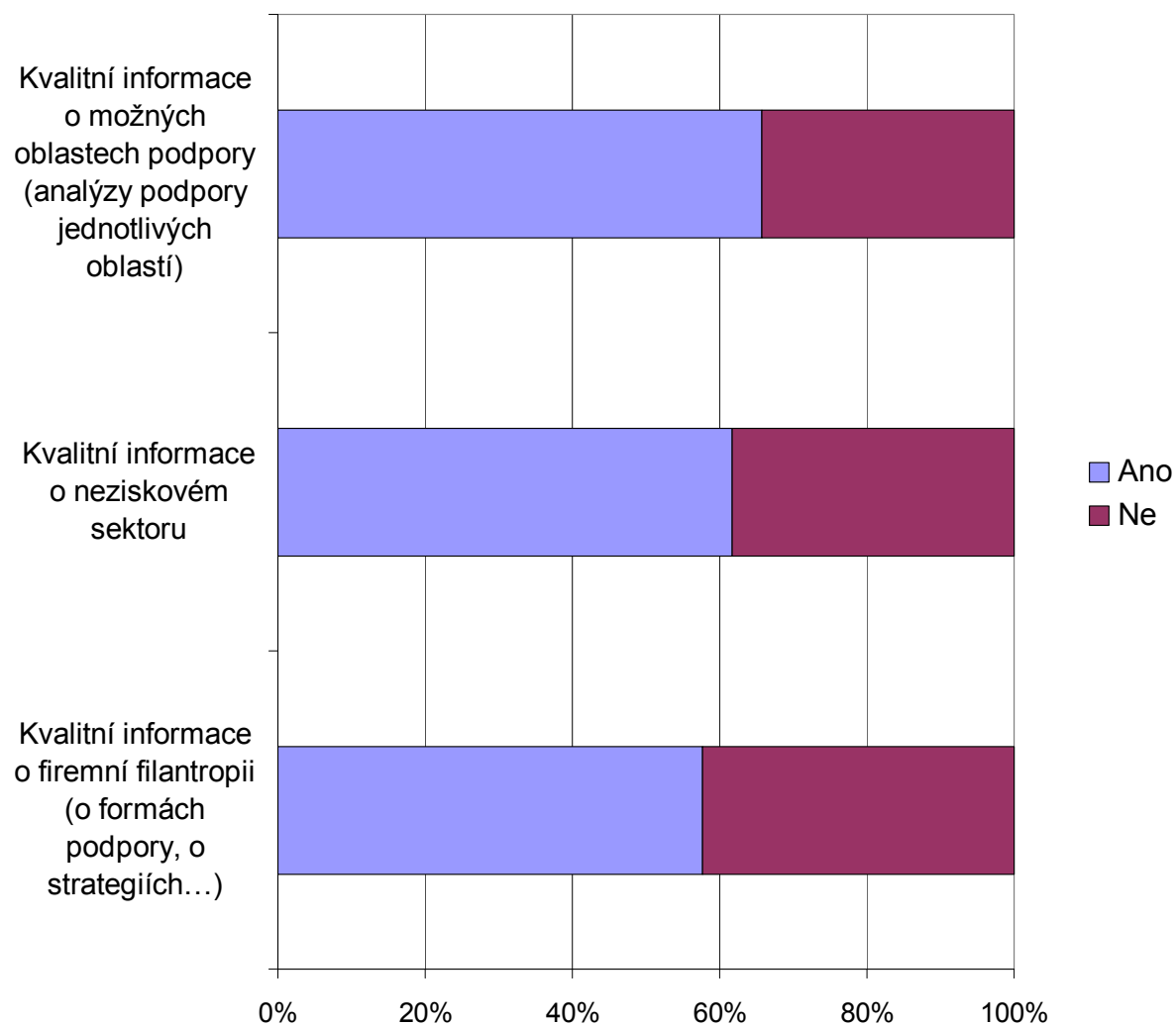
Uznání od koho by Vaši firmu více motivovalo k firemní filantropii? N=154



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

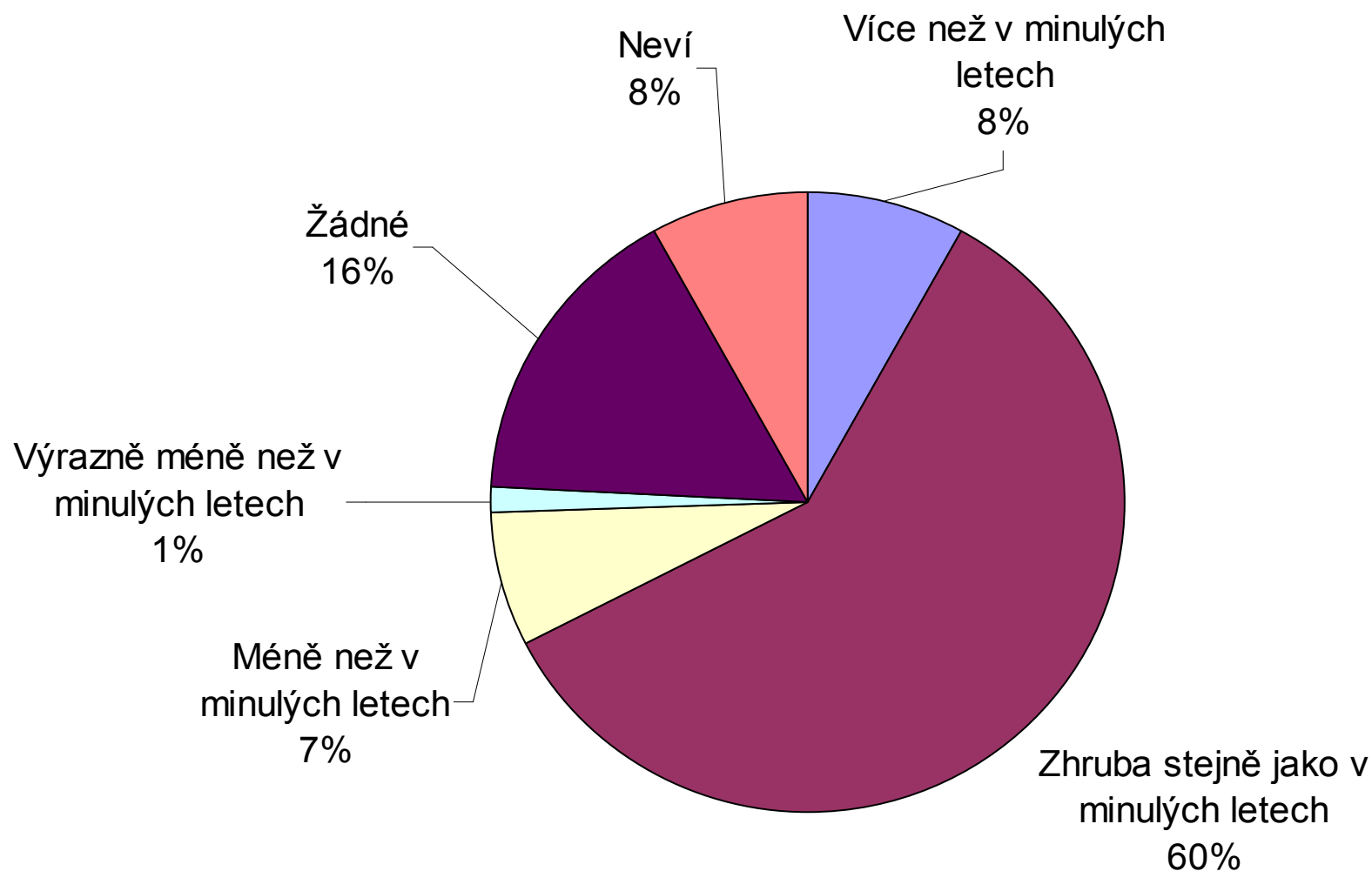


Výsledky výzkumu

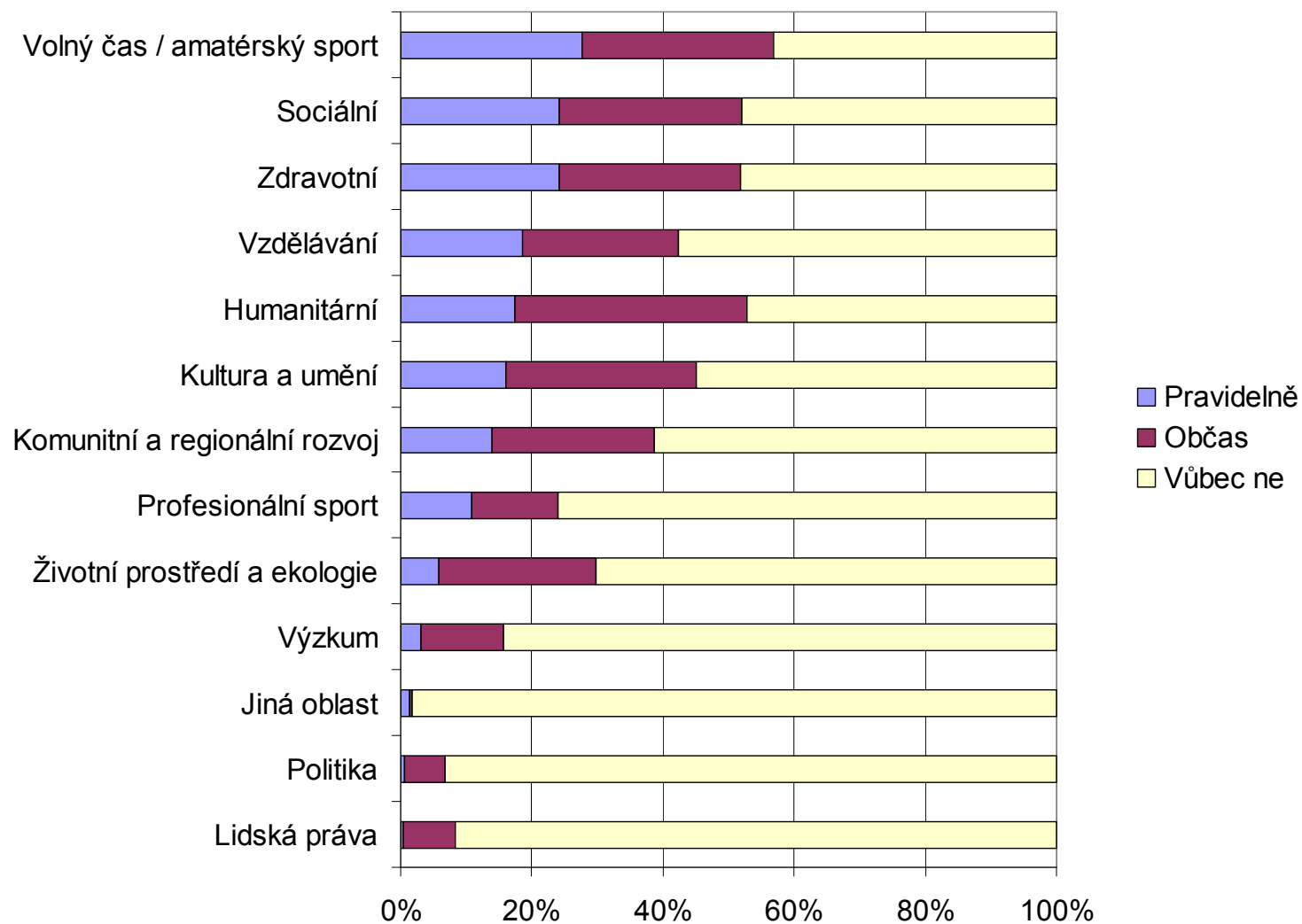
4. Část - Potenciál firemní filantropie

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

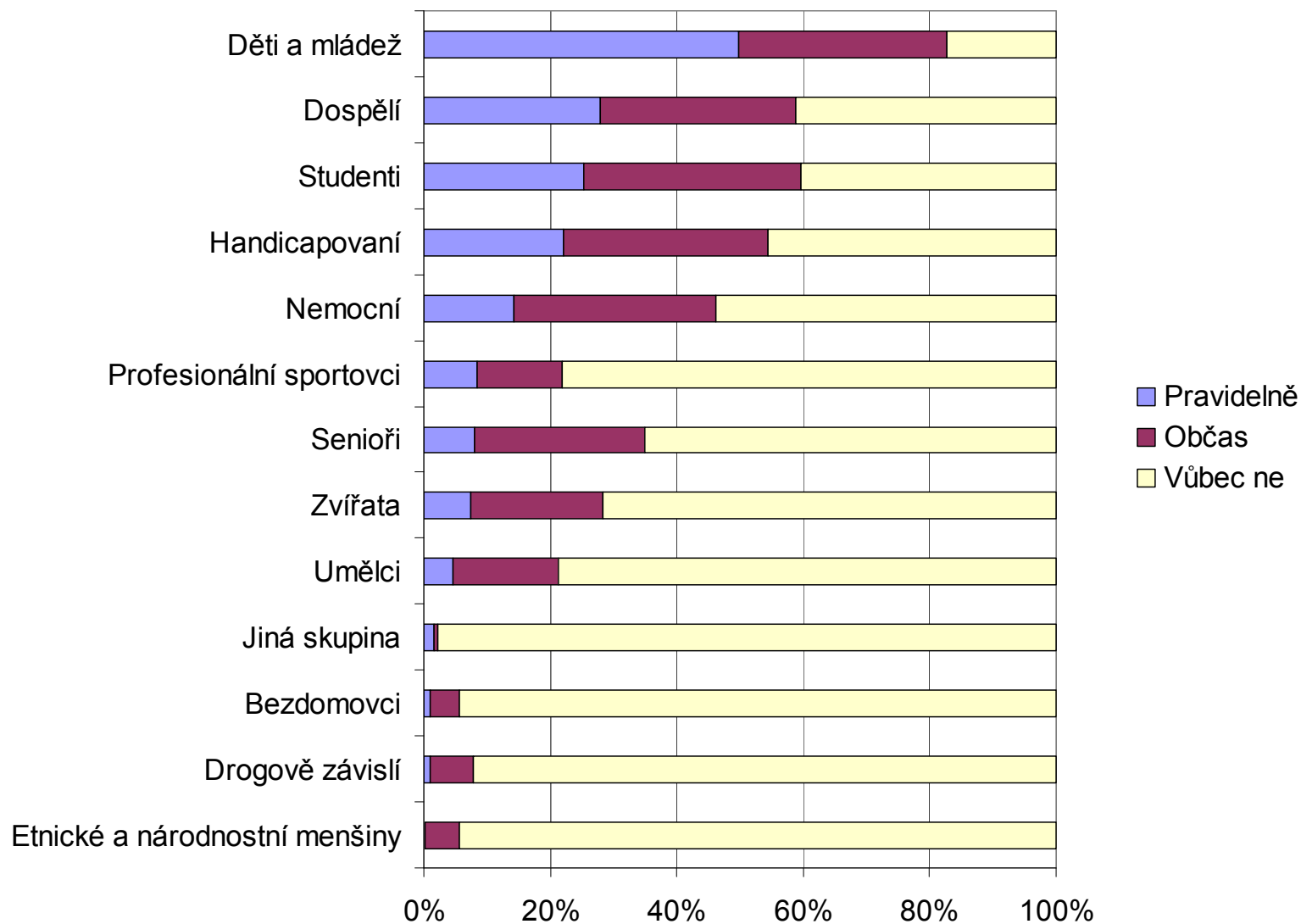
Odhadněte, kolik prostředků hodlá Vaše firma vyčlenit v příštích 2-3 letech (tj. 2005-2007) na filantropické aktivity - dary. N=577



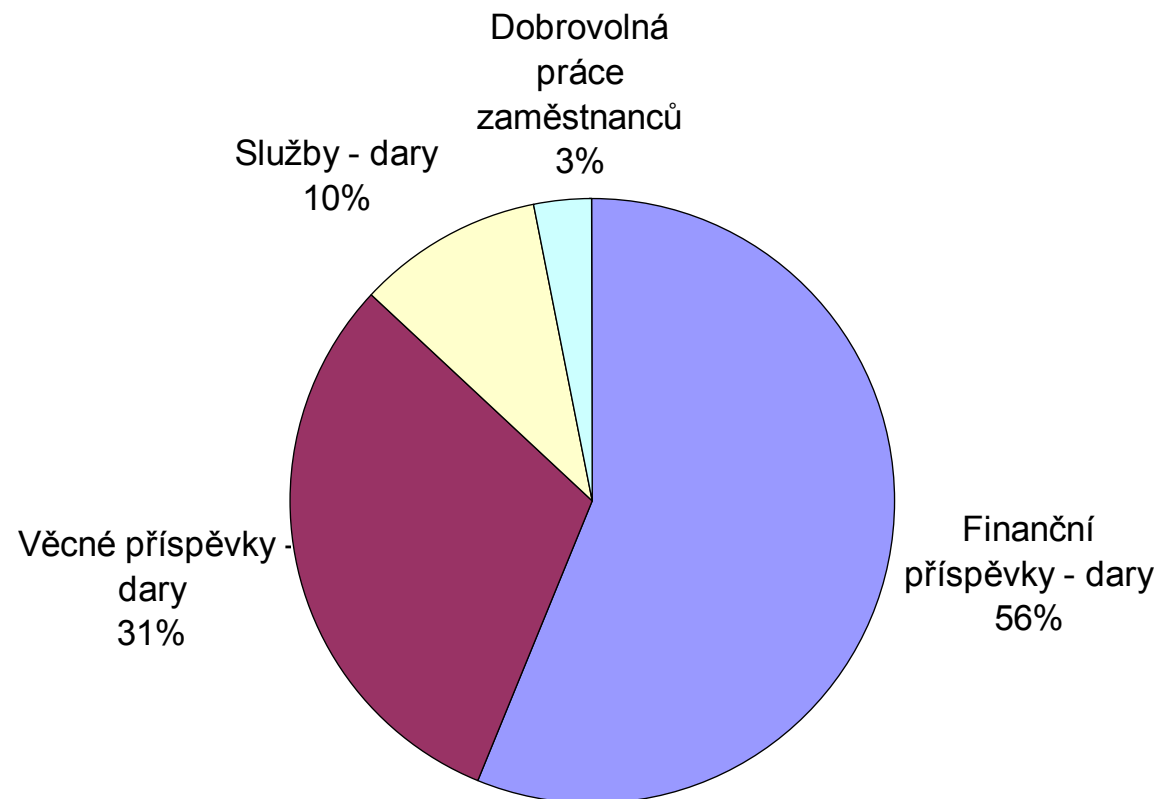
Které oblasti hodlá Vaše firma podporovat darem v příštích 2-3 letech (tj. 2005-2007) N=483



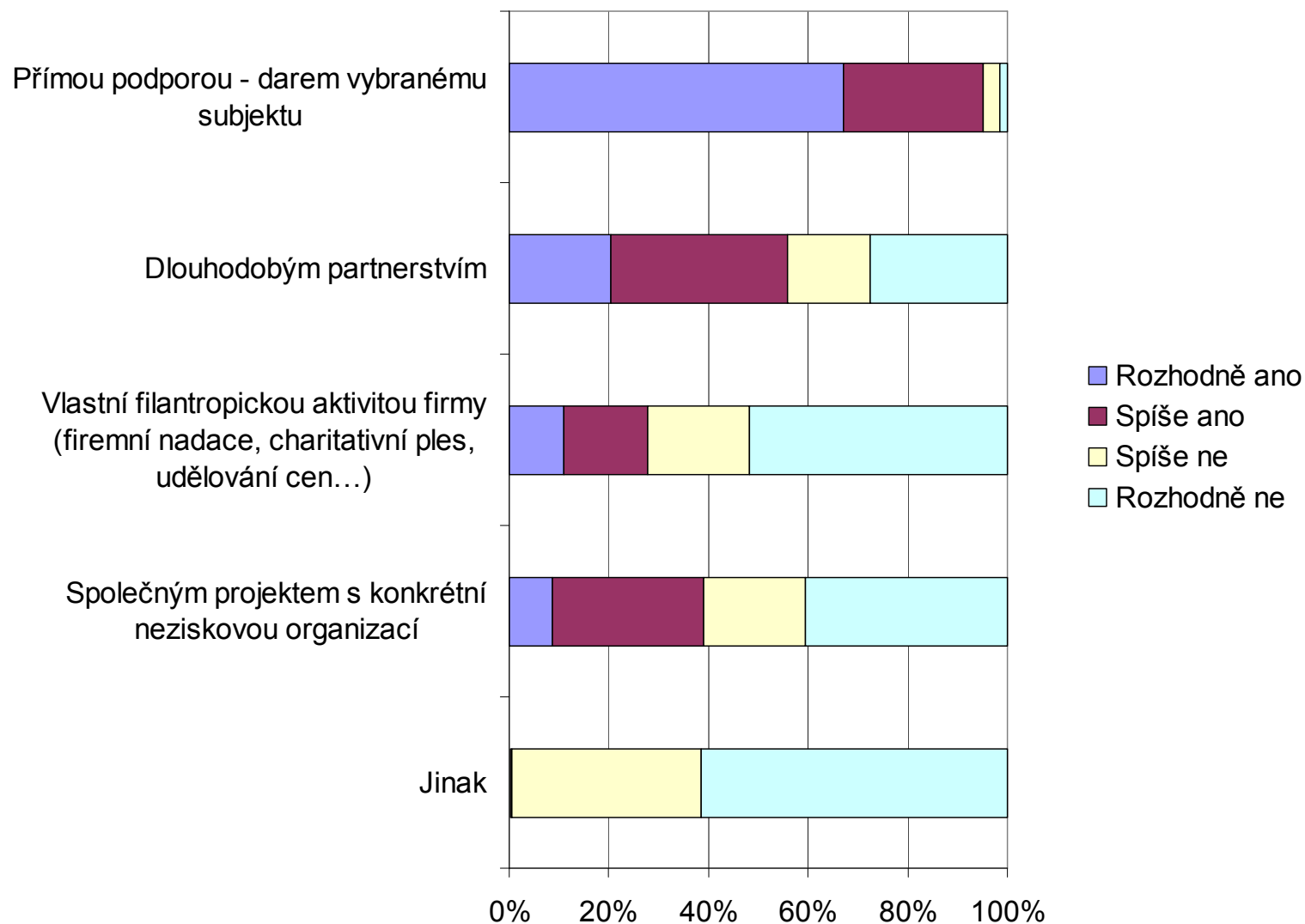
Které cílové skupiny hodlá Vaše firma podpořit darem v příštích 2-3 letech (tj. 2005-2007)? N=483



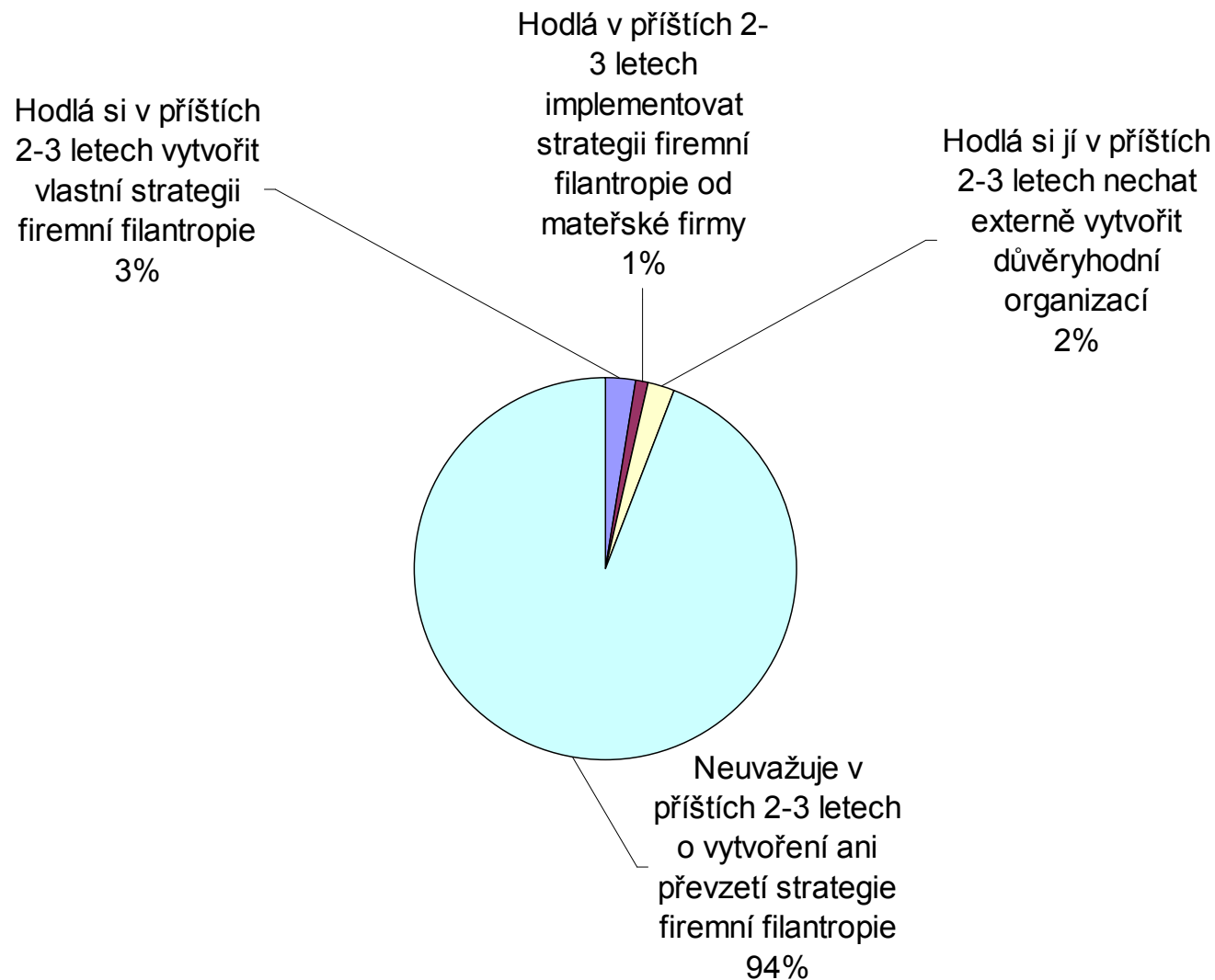
Jakou formu podpory hodlá Vaše firma použít v příštích 2-3 letech (tj.2005-2007) N=483



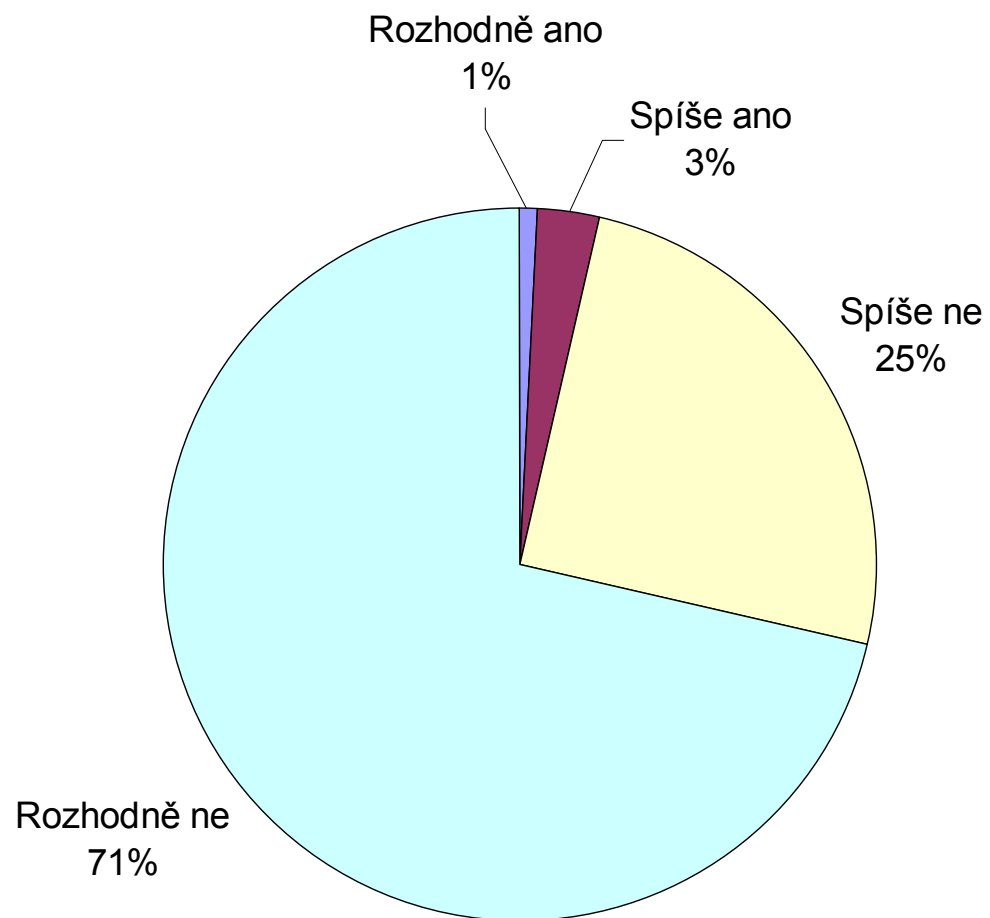
Jakým způsobem hodlá Vaše firma realizovat podporu v příštích 2-3 letech (tj. 2005-2007) N=483



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

