

**VYSOKÁ ŠKOLA EVROPSKÝCH A REGIONÁLNÍCH
STUDIÍ, O. P. S., ČESKÉ BUDĚJOVICE**

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

**FIREMNÍ FILANTROPIE INSTITUCÍ PŮSOBÍCÍCH
V OBLASTI FINANČNÍCH SLUŽEB**

Autor práce: Petr Honzík, DiS.
Studijní obor: Management a marketing služeb - specializace finanční služby
Forma studia: Prezenční
Vedoucí práce: doc. Dr. Mgr. Lubomír Pána, Ph.D.
Katedra: Management a marketing služeb

2014

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma Firemní filantropie institucí působících v oblasti finančních služeb vypracoval samostatně, na základě vlastních zjištění a s použitím odborné literatury a materiálů uvedených v této práci.

Souhlasím, aby práce byla uložena v knihovně Vysoké školy evropských a regionálních studií v Českých Budějovicích a zpřístupněna v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění.

.....

Děkuji vedoucímu bakalářské práce doc. Dr. Mgr. Lubomírovi Pánovi, Ph.D. za cenné rady, připomínky a metodické vedení práce.

ABSTRAKT

HONZÍK, P. *Firemní filantropie institucí působících v oblasti finančních služeb : bakalářská práce*. České Budějovice : Vysoká škola evropských a regionálních studií, o. p. s., 2014. 59 s. Vedoucí bakalářské práce : doc. Dr. Mgr. Lubomír Pána, Ph.D.

Klíčová slova: filantropie, formy dárcovství, společenská odpovědnost firem, dárcovské programy, finanční instituce

Cílem bakalářské práce bylo seznámit se s problematikou firemní filantropie v oblasti finančních služeb, analyzovat dárcovské programy u vybraných finančních institucí, zhodnotit je a porovnat.

Teoretická část práce byla věnována především pojmům filantropie, formám dárcovství a společenské odpovědnosti. Praktická část byla zaměřena na vybrané finanční instituce, na analýzu jejich vybraných dárcovských programů podle stanovených kritérií a na zhodnocení a porovnání těchto programů.

Výsledkem práce bylo zjištění, jakým způsobem finanční instituce přispívají na dobročinné účely. Způsob jakým finanční instituce přispívají na dobročinné účely, vyjadřuje obecný dárcovský program.

ABSTRACT

HONZÍK, P. *Philanthropy of Institutions Operating in Financial Services* : *Bachelor thesis*. České Budějovice : The College of European and Regional Studies, 2014. 59 p. Supervisor : doc. Dr. Mgr. Lubomír Pána, Ph.D.

Key words: Philanthropy, Forms of Donations, Corporate Social Responsibility, Donor Programs, Financial Institutions

The goal of Bachelor's Thesis was acquainted with problematics of corporate philanthropy in Financial Services, analyzed donor programs in selected financial institutions, evaluated them and compared them.

The Theoretical part of Bachelor's Thesis was focused on the concepts of Philanthropy, the forms of philanthropy (or forms of donation) and on the Corporate Social Responsibility. The Practical part of Bachelors Thesis was focused on selected financial institutions, on the analyze their selected donor programs according determinate criteria and the evaluation and comparison of these programs.

The Result of Bachelor's Thesis was to determinate how financial institutions contribute to charitable purposes and what benefits brings it them. The way how Financial institutions contribute to charity, expresses the general donor program.

OBSAH

ÚVOD.....	8
1 CÍL A METODIKA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE	9
2 FILANTROPIE, FIREMNÍ FILANTROPIE A FORMY DÁRCOVSTVÍ	11
2.1 Filantropie	11
2.2 Firemní filantropie vs. firemní sponzorství.....	11
2.3 Dárcovství	12
2.4 Firemní filantropie a společenská (sociální) odpovědnost firem	16
3 SPOLEČENSKÁ (SOCIÁLNÍ) ODPOVĚDNOST FIREM.....	18
3.1 Znaky společenské odpovědnosti	18
3.2 Oblasti společenské odpovědnosti.....	19
3.3 Přínosy CSR	21
3.4 Stakeholderi.....	22
3.5 Organizace CSR	23
4 GRAFICKÉ A TABULKOVÉ ZOBRAZENÍ ÚDAJŮ	24
4.1 Grafy.....	24
4.2 Tabulky.....	26
5 ANALÝZA DÁRCOVSKÝCH PROGRAMŮ U VYBRANÝCH FINANČNÍCH INSTITUCÍ.....	29
5.1 Finanční instituce vybrané pro analýzu.....	29
5.2 Analyzované rysy dárcovských programů	32
5.3 Dárcovské programy České spořitelny, a. s.	33
5.4 Dárcovské programy ČSOB, a. s.....	38
5.5 Dárcovské programy Komerční banky, a. s.	40
5.6 Dárcovské programy Unicredit Bank Czech Republic and Slovakia, a. s.	42
5.7 Dárcovské programy GE Money bank, a. s.....	44

6 ZHODNOCENÍ A POROVNÁNÍ DÁRCOVSKÝCH PROGRAMŮ VYBRANÝCH FINANČNÍCH INSTITUCÍ.....	46
6.1 Srovnání z geografického hlediska.....	46
6.2 Srovnání z hlediska finanční a nefinanční pomoci.....	48
6.3 Srovnání z hlediska zapojení zaměstnanců společnosti	50
6.4 Srovnání z hlediska zapojení obchodních partnerů	52
6.5 Srovnání podle objektu dárcovských programů	54
6.6 Srovnání z hlediska zapojení klientů finančních institucí	56
6.7 Srovnání z hlediska dlouhodobosti.....	58
6.8 Srovnání z hlediska spolupráce s organizacemi	60
6.9 Srovnání z hlediska řešení skrze nadaci	62
6.10 Zhodnocení dárcovských programů	64
ZÁVĚR.....	66
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	68
SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ.....	72
SEZNAM PŘÍLOH.....	77

ÚVOD

„Slovo filantropie pochází z řečtiny, je odvozeno od řeckého philein (milovat) a antropos (člověk) - znamená tedy lásku k člověku. Slovníky ho překládají někdy jako lidumilnost, jindy dobročinnost či pomoc sociálně slabým.“¹

Může se zdát, že filantropie patří mezi novodobé trendy současnosti, ale není tomu tak. Filantropie sama o sobě se vyvíjela již v dobách antiky. V této době existovaly subjekty, které v roli filantropa pomáhaly na potřebných místech. Filantropii mnozí z nás znají jako darování peněz pro dobročinné účely, jiní zase jako dobročinnost či pomoc sociálně slabým a dokonce si lidé tento pojem pletou s filatelií. Filantropie není pouze o darování, ale je především založena na vztahu mezi dvěma subjekty, mezi tím kdo poskytuje dar a mezi tím kdo dar přijímá.

Občas jsem slýchal o lidech, kteří darují peníze na dobročinné účely nebo pomáhají starým či sociálně slabým lidem. Nikdy jsem si ale nepomyslel, že to má něco společného s filantropií. Až doposud. Když už někdo něco někomu daruje, vždy to dělá z vlastního rozhodnutí, z lásky k člověku a chce, aby dotyčný měl ze života radost jako všichni ostatní. A proto jsem si vybral téma týkající se filantropie. Navíc mne zajímalo, zda jsou do filantropie zapojovány i jiné osoby než osoby fyzické.

Zjistil jsem, že v případě, kdy se dobročinným účelům věnují aktivně a dobrovolně firmy nebo jiné instituce, jde o tzv. firemní filantropii. Firemní filantropie bývá chybně zaměňována s firemním sponzorstvím. Zásadním rozdílem je, že při firemní filantropii firmy neočekávají za své dobrovolně poskytnuté činnosti žádnou protihodnotu. V případě firemního sponzorství tomu tak není, zde protihodnotu vyžadují.

Z hlediska různých oblastí mi pro výzkum firemní filantropie přišla nejzajímavější oblast finanční. Myslím si, že firmy v této oblasti mají nemalé finanční prostředky a proto mne zajímalo, zda je využívají k dobročinným účelům. Domnívám se také, že firemní filantropie může být v dnešní době znakem, který firmu dokáže významně odlišit od konkurence a přinese jí řadu výhod.

V bakalářské práci se proto budu věnovat tématu: Firemní filantropie institucí působících v oblasti finančních služeb.

¹ DOLEŽALOVÁ, A. *Ekonomie, filantropie, altruismus: úvod do studia*. Praha: Oeconomica, 2008. 148 s. ISBN 978-80-245-1471-0, str. 10

1 CÍL A METODIKA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Cílem bakalářské práce je seznámit se s problematikou firemní filantropie v oblasti finančních služeb, analyzovat dárcovské programy u vybraných finančních institucí, zhodnotit je a porovnat. Výsledkem práce bude zjištění, jakým způsobem finanční instituce přispívají na dobročinné účely. V praktické části bakalářské práce využiji následující metody a techniky, které mě dovedou k cíli.

V první řadě se zaměřím na popis finančních institucí, které budu v práci analyzovat. Vybrané finanční instituce v dané části blíže představím.

Dále se budu věnovat konkrétním dárcovským programům vybraných finančních institucí. U těchto programů se zaměřím na významné rysy, které mi pomohou navzájem porovnat a vyhodnotit jednotlivé dárcovské programy. Zaměřím se na tyto rysy: geografická působnost, finanční / nefinanční pomoc, zapojení zaměstnanců společnosti, zapojení obchodních partnerů, objekt dárcovských programů, zapojení klientů finančních institucí, dlouhodobost, spolupráce s organizacemi a řešení skrze nadaci.

V další části budu postupně analyzovat jednotlivé dárcovské programy z hlediska zvolených rysů. Každý dárcovský program bude zachycen tabulkou, která bude podrobně zobrazovat analyzované rysy dárcovského programu.

Poté budu vyhodnocovat a porovnávat dárcovské programy z hlediska jednotlivých rysů - z hlediska geografického, finanční / nefinanční pomoci, zapojení zaměstnanců, zapojení obchodních partnerů, objektu dárcovských programů, zapojení klientů finančních institucí, dlouhodobosti, spolupráce s neziskovými organizacemi a z hlediska řešení skrze nadaci. Využiji k tomu tabulkového a grafického znázornění. Tabulky jsou základním nástrojem pro prezentaci dat. Pomocí tabulek je možné jednoduchým způsobem vytvořit srozumitelný a výstižný přehled získaných informací. Rozeznáváme tabulky prosté, skupinové a kombinační. V práci použiji skupinovou tabulku, protože obsahuje data, která jsou setříděna pomocí určitého, předem stanoveného znaku. Pro srozumitelnější vyjádření využiji grafy. Grafy jsou totiž důležitým nástrojem pro zhodnocení a porovnání více číselných i nečíselných údajů dohromady. Tato forma znázornění dokáže jednoduše a přehledně zobrazit údaje týkající se např. matematiky, statistiky, ekonomie, apod. Rozlišujeme především grafy sloupcové, výsečové, spojnicové, pruhové, plošné a bodové. V práci použiji graf

sloupcový a výsečový. Sloupcový graf umožňuje porovnání získaných údajů věcně, časově a prostorově. Výsečový (kruhový) graf zobrazuje strukturu určitého celku. Skládá se z kruhové výseče, která má 360° což je 100 % (tzn., že 3,6° je 1 %). V této části dojdou k dílčím závěrům z pohledu jednotlivých analyzovaných rysů.

V poslední části práce se pokusím shrnout veškerá zjištění a z dílčích závěrů se pokusím sestavit charakteristiku obecného dárcovského programu finančních institucí. Program bude charakterizován rysy, které shledám v analýze jako nejčastější. Pro přehlednost bude zobrazen pomocí tabulky. Obecný dárcovský program bude v podstatě vyjadřovat, jakým způsobem finanční instituce přispívají na dobročinné účely.

2 FILANTROPIE, FIREMNÍ FILANTROPIE A FORMY DÁRCOVSTVÍ

2.1 *Filantropie*

„Slovo *filantropie* pochází z řečtiny, je odvozeno od řeckého *philein* (milovat) a *antropos* (člověk) - znamená tedy lásku k člověku. Slovníky ho překládají někdy jako lidumilnost, jindy dobročinnost či pomoc sociálně slabým.“²

„*Filantropie* představuje souhrn dobrovolnických činností a chování, které vedou k vědomé podpoře třetích osob (jednotlivců, skupin, organizací) za účelem dosažení vyšší kvality života jednotlivce a společnosti.“³

Filantropie není jenom o darování nebo přijímání peněžních prostředků od jednotlivců, skupin nebo organizací. Je založena zejména na vztahu mezi tím, kdo něco poskytuje a tím kdo to přijímá.

2.2 *Firemní filantropie vs. firemní sponzorství*

Firemní filantropie z anglického *Corporate Philanthropy* je občas zaměňována s pojmem firemní sponzorství (*Corporate Sponsorship*). Tyto dva pojmy se podstatně od sebe liší, i když mají jednu společnou věc a tím je darování.

U firemního sponzorství jde zpravidla o to, že pokud firmy dobrovolně poskytnou nějaké dary (ať už hmotného, nehmotného nebo finančního charakteru), vždycky očekávají nějakou protihodnotu od obdarovaného subjektu.

Firemní filantropie se vyznačuje tím, že firmy neočekávají za své dobrovolně poskytnuté činnosti žádnou protihodnotu od daného subjektu. Přesto by firmy zabývající se firemní filantropií měli brát ohled na to, aby poskytování peněžních prostředků na aktivity druhých subjektů nebylo neuvážené.⁴

Rozlišujeme 2 základní přístupy firem k filantropii, a to podle toho, jak se firma chová. Pokud se firma chová aktivně, využívá tzv. *proaktivní přístup*. Pokud má firma pasivní roli využívá tzv. *reaktivní přístup*.

² DOLEŽALOVÁ, A. *Ekonomie, filantropie, altruismus: úvod do studia*. Praha: Oeconomica, 2008. 148 s. ISBN 978-80-245-1471-0, str. 10

³ Královéhradecká asociace nevládních neziskových organizací. *Dobrovolnictví a filantropie*. [online]. [cit. 2013-12-05]. Dostupné z WWW: <<http://krasnno.cz/index.php?akce=dobinf&kod=5&table=dobrovolinfokan>>

⁴ KUNZ, V. *Společenská odpovědnost firem*. 1. vyd. Praha: Grada, 2012, 201 s.. ISBN 978-80-247-3983-0, str. 55

Základní přístupy firem k filantropii:

a) *Proaktivní přístup* – tento přístup se vyznačuje tím, že podniky nebo jiné instituce mají vypracovanou strategii darování. To znamená, že mají identifikované konkrétní cílové oblasti a skupiny, které budou filantropickými aktivitami podporovány a mají také svá pravidla, podle kterých stanovují a udělují příspěvky. Takto vypracovaná strategie může být krokem k uzavření dlouhodobého partnerství nebo k založení vlastního nadačního fondu nebo nadace.

b) *Reaktivní přístup* – tento přístup se oproti předchozímu liší tak, že podniky nebo jiné instituce nemají vypracovanou strategii darování, tzn., že vyčkávají, kterou žádost podpoří a kterou nepodpoří.⁵

2.3 Dárcovství

„Tímto pojmem označujeme projev lidské solidarity. Dárcovství vykonávají fyzické či právnické osoby, jedná se o:

- *jednotlivce (soukromé osoby) – individuální dárcovství,*
- *nadace a nadační fondy,*
- *sociálně odpovědné podniky – firemní dárcovství,*
- *stát,*
- *zahraniční programy pomoci.“⁶*

Druhy dárcovství

a) *individuální dárcovství* – dárcovství týkající se pouze jednotlivce, který daruje podle svého vlastního rozhodnutí. Většinou darují nižší částky než dárci firemní. Příkladem individuálního dárcovství mohou být dárcovské SMS zprávy (DMS) nebo internetové stránky zaměřené na podporu opuštěných či nalezených zvířat. Na základě internetového bankovníctví je potom možné prostřednictvím tlačítka „DONATE“ přispět určitou finanční hodnotou.

b) *firemní dárcovství (firemní filantropie)* – dárcovství, které uskutečňují firmy na základě vlastního rozhodnutí a to převážně pomocí finančních darů. Tato

⁵ KUNZ, V. *Společenská odpovědnost firem*. Praha : Grada, 2012, 201 s. ISBN 978-80-247-3983-0, str. 55

⁶ Šance Dětem. *Dárcovství - Základní pojmy*. [online]. [cit. 2013-12-06]. Dostupné z WWW: <<http://www.sancedetem.cz/cs/chci-pomoci/darcovstvi-zakladni-pojmy.shtml>>

dobrovolná činnost se věnuje veřejně prospěšným aktivitám. Většinou jsou tyto aktivity prováděny v kooperaci s neziskovými organizacemi.⁷

2.3.1 Formy firemní filantropie

V oblasti firemní filantropie existuje několik možností, jak firmy mohou podporovat druhé subjekty. Podle toho, jakou formu darování využívají, rozeznáváme peněžní a nepeněžní dárcovství.

Peněžní dárcovství

Představuje, jak už z názvu vyplývá dary, které mají finanční charakter. Mezi peněžní dárcovství řadíme:

a) *přímou finanční podporu* – jedná se o nejzákladnější a nejvíce využívanější formu podpory, kdy firma nebo instituce ať už jednorázově nebo opětovně podporuje veřejně prospěšné aktivity.

b) *sbírka mezi zaměstnanci a matchingový fond* – sbírku může uspořádat firma (např. tzv. *payroll giving* = pravidelné srážky ze mzdy, které pak využije pro podporu vybrané neziskové organizace) nebo přímo zaměstnanci (pomocí tzv. *matchingového fondu*). Jedná se o fond, ve kterém jsou shromážděny finanční prostředky v podobě příspěvků od jednotlivých zaměstnanců dané firmy. Předtím, než jsou tyto peněžní dary využity k veřejně prospěšným účelům, je firma znásobí v určitém předem dohodnutém poměru.

c) *výstavy a charitativní aukce* – prostřednictvím výstav nebo charitativních aukcí získávají firmy peněžní prostředky, které pak darují na veřejně prospěšné činnosti.

d) *vlastní firemní nadace nebo nadační fondy* – firmy, které chtějí realizovat dlouhodobé dárcovské programy, si mohou založit firemní nadace nebo nadační fondy. Pomocí těchto samostatných právních subjektů mohou podporovat různé oblasti a veřejně prospěšné aktivity.⁸

⁷ Šance Dětem: *Dárcovství - Základní pojmy*. [online]. [cit. 2013-12-06]. Dostupné z WWW: <<http://www.sancedetem.cz/cs/chci-pomoci/darcovstvi-zakladni-pojmy.shtml>>

⁸ Centrum pre Filantropiu: *Formy firemnej filantropie*. [online]. [cit. 2013-12-06]. Dostupné z WWW: <<http://www.cpf.sk/sk/formy-firemnej-filantropie/>>

Nepeněžní dárcovství

Spadají sem ty dary, které nejsou finančního charakteru. Do nepeněžního dárcovství řadím:

a) *školení, vzdělávání a odborná pomoc* – dovednosti a znalosti, které jsou darem poskytnuty neziskovým organizacím, mohou přispět k rozvoji dané organizace, ke zvýšení odbornosti a specializovanosti zaměstnanců a zároveň k úspoře jejich nákladů.

b) *poskytnutí služeb* - poskytování takových služeb, které jsou spojeny s předmětem činnosti firmy. Auditorická a poradenská společnost poskytne své služby pro rozvoj neziskové organizace zcela zdarma nebo firma zabývající se vývojem nového softwarového vybavení může tento program poskytnout gratis některé z nadací.

c) *poskytnutí zázemí* – některé společnosti mohou poskytnout neziskovým organizacím nebo jiným subjektům zázemí. Zázemí ve formě volných prostor budov, zapůjčení technického vybavení, místo pro propagaci či mohou provést úhradu nájemného.

d) *firemní dobrovolnictví* – představuje zapojení zaměstnanců firmy do realizování veřejně prospěšných činností. Toto firemní dobrovolnictví může být buď vedené zaměstnanci, nebo organizované firmou. *Firemní dobrovolnictví vedené zaměstnanci* znamená, že zaměstnanci se sami dobrovolně podílí na prospěšných činnostech (tvorba webových stránek pro neziskovou organizaci, apod.) a firmy je v tom spíše pasivně podporují – flexibilní pracovní doba, možnost využití technologického zařízení společnosti nebo jejich prostoru). *Firemní dobrovolnictví organizované firmou* je zpravidla takové, kdy firma určí pracovníka nebo skupinu pracovníků, aby pomáhali po dočasně stanovenou dobu v neziskové organizaci.⁹

Spojení filantropických činností s obchodními činnostmi firmy

- *Cause related marketing (CRM)* – jedná se o tzv. sdílený marketing, který byl poprvé použit v Americe na počátku 90. let 20. století. Jedna americká firma společně s neziskovou organizací se dohodli na kampani zaměřenou na rekonstrukci

⁹ Centrum pre Filantropiu: Formy firemnej filantropie. [online]. [cit. 2013-12-09]. Dostupné z WWW: <<http://www.cpf.sk/sk/formy-firemnej-filantropie/>>

Sochy svobody. Americká společnost sdělila svým zákazníkům, že za každou platbu, kterou provedou svojí kreditní kartou, převede 1 cent na účet neziskové organizace.¹⁰

„Sdílený marketing (*cause-related marketing*), je jedna z dalších forem společenského pojetí marketingu. Jedná se o podporu určité cílové skupiny ve společnosti.“¹¹ Sdílený marketing tedy představuje marketing, který propojuje činnosti obchodní s činnostmi neziskové organizace. Nákupem určitého výrobku od dané firmy tak lze přispět na dobročinné účely. (např. nákupem tohoto výrobku přispějete k ochraně zdravého prostředí pro život nebo na boj proti rakovině prsu.)

2.3.2 Způsoby darování

V současné době existuje několik způsobů, jak mohou firmy nebo jiné instituce podpořit potřebné oblasti s různým zaměřením. Patří sem:

1. Přímá podpora vybrané organizace

Tento způsob darování je založen na přímé podpoře, která vede od firmy k vybrané organizaci. Firma si vybere jednu nebo více neziskových organizací a finančně nebo nefinančně je podpoří na účel, který požadují účel.

2. Prostřednictvím vlastní firemní nadace či fondu

Jedná se o způsob darování, ve kterém hraje hlavní roli firemní nadace zřízená firmou nebo firemní nadační fond. Pomocí těchto účelových sdružení mou firmy podporovat příslušné neziskové organizace.

3. Dlouhodobým partnerstvím

Další způsob darování, je zaměřen na dlouhodobé partnerství. Firmy se mohou stát partnerem vybrané organizace, pokud ji dlouhou dobu podporují, mají s ní dobré zkušenosti a podílí se na nových projektech. Jestliže firmy podporují neziskové organizace prostřednictvím své nadace nebo nadačního fondu, tak se partnerem stávají právě tyto účelová sdružení. Firmy mohou ponechat rozhodnutí do jaké oblasti finanční

¹⁰ Event marketing and sales promotion. *Cause related marketing*. [online]. [cit. 2013-12-12]. Dostupné z WWW: <<http://www.event-promotion.cz/aktualita/247-cause-related-marketing-v-praxi/>>

¹¹ JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4209-0, str. 64

pomoc směřovat na nadacích nebo nadačních fondech. Pokud se však rozhodnou pravidelně podporovat konkrétní oblast, zřídí jim nadace dárcovský fond.

4. Společným projektem firmy a neziskové organizace

Způsob darování, který je založen na společném projektu. Prostřednictvím tohoto projektu firmy a neziskové organizace spolupracují. Typickým příkladem spolupráce těchto dvou subjektů je matchingový fond nebo sdílený marketing (Caused Related Marketing).¹²

2.3.3 Příjemci darů

Za příjemce darů lze považovat ty subjekty, které přijímají dary finančního nebo nefinančního charakteru od druhé strany. Dary jsou poskytovány dárcem (druhou stranou) dobrovolně a přecházejí od něj do vlastnictví obdarovaného (příjemce daru). Mezi příjemce daru patří:

- občanská sdružení
- nadace a nadační fond
- obecně prospěšná společnost
- obchodní společnost založená za jiným účelem než je podnikání¹³

2.3.4 Oblasti podpory a cílové skupiny

Firemní dárcovství se může zaměřovat na různé oblasti podpory. Mezi tyto oblasti patří např. oblast volného času, sociální nebo humanitní oblast, oblast vzdělání, vědy nebo výzkumu. V případě zaměření na danou oblast podpory je možné pomáhat různým cílovým skupinám. Jsou jimi např.: děti, mladiství, studenti, dospělý, senioři nebo těžce nemocní.

2.4 Firemní filantropie a společenská (sociální) odpovědnost firem

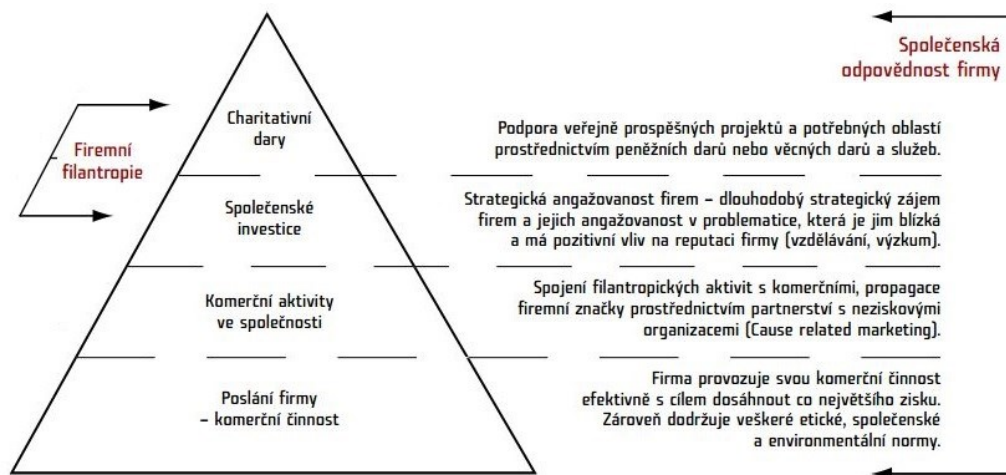
To, že je firemní filantropie součástí společenské odpovědnosti firem dokazuje níže uvedený obrázek č. 1. Zároveň si lze také na tomto obrázku velmi dobře všimnout, jaké činnosti spadají pod firemní filantropii a jaké pod společenskou odpovědnost.

¹² Královéhradecká asociace nevládních neziskových organizací: *Dobrovolnictví a filantropie*. [online]. [cit. 2014-01-20]. Dostupné z WWW: <<http://krasnno.cz/index.php?akce=dobinf&kod=5&table=dobrovolinfokan>>

¹³ Šance dětem: Příjemci darů. [online]. [cit. 2014-01-20]. Dostupné z WWW: <<http://www.sancedetem.cz/cs/chci-pomoci/prijemci-daru.shtml>>

Jelikož je sociální (společenská) odpovědnost firem nadřazena pojmu firemní filantropie, je dobré o ni vědět některé základní informace.

Obrázek č. 1: Firemní filantropie jako součást společenské odpovědnosti firem¹⁴



¹⁴ Společenská odpovědnost firem. Leták SOF. [online]. [cit. 2014-01-22]. Dostupné z WWW: <http://www.proceweb.cz/files/letak_SOF.pdf>

3 SPOLEČENSKÁ (SOCIÁLNÍ) ODPOVĚDNOST FIREM

Sociální odpovědnost firem vychází z anglických slov *Corporate Social Responsibility* (CSR), ale častěji se setkáváme spíše s označením společenská odpovědnost firem.

V současnosti se neseťkáme s žádnou celosvětově jednotnou definicí pro společenskou odpovědnost firem. Existuje však několik organizací na národní a mezinárodní úrovni, které ji vymezují v různých definicích. Patří sem např.: mezinárodní organizace Business for Social Responsibility, sdružení Business Leaders Forum Česká republika nebo Evropská unie.

Podle EU je CSR „dobrovolné integrování sociálních a ekologických hledisek do každodenních firemních operací a interakcí s firemními stakeholdery.“¹⁵

Sdružení **Business Leaders Forum Česká republika** vymezuje CSR jako „dobrovolný závazek podniků chovat se v rámci svého fungování odpovědně ke společnosti i prostředí, ve kterém podnikají.“¹⁶

Podle **Business for Social Responsibility** je CSR „řízení obchodní činnosti takovým způsobem, který naplňuje či překračuje etická, právní, komerční a společenská očekávání od byznysu.“¹⁷

3.1 Znaky společenské odpovědnosti

Mezi některé základní charakteristické znaky společenské (sociální) odpovědnosti firem patří: *princip dobrovolnosti*. Ať už fyzické nebo právnické osoby, oba tyto subjekty se mohou podílet na přispívání, které provádějí dobrovolně a to podle vlastního mínění. *Aktivní spolupráce a otevřený dialog se všemi zainteresovanými skupinami, Angažovanost firem, Systematičnost a dlouhodobý časový horizont Důvěryhodnost. Fungování firmy s ohledem na tzv. „triple-bottom-line business“, Odpovědnost vůči společnosti a závazek firem přispívat k rozvoji života.*¹⁸

¹⁵ KAŠPAROVÁ, K., a KUNZ V. *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*. 1. vyd. Praha : Grada, 2013, 159 s. ISBN 978-80-247-4480-3, str. 14

¹⁶ KUNZ, V. *Společenská odpovědnost firem*. 1. vyd. Praha : Grada, 2012, 201 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3983-0., str. 16

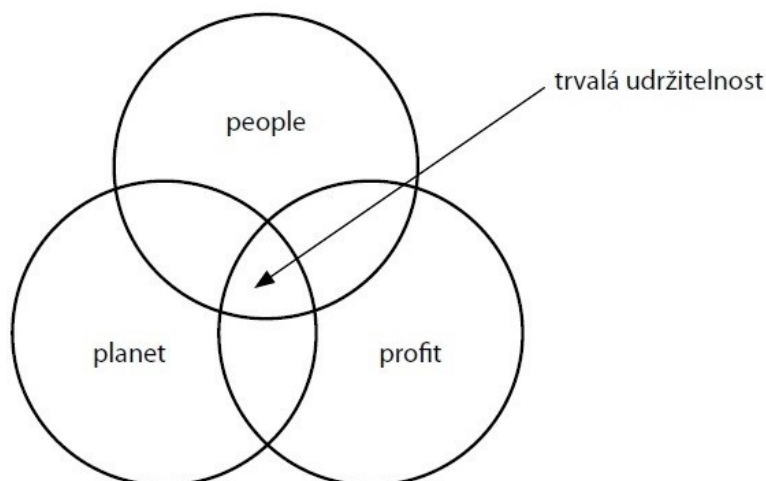
¹⁷ KAŠPAROVÁ, K., a KUNZ V. *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*. 1. vyd. Praha : Grada, 2013, 159 s. ISBN 978-80-247-4480-3, str. 14

¹⁸ KUNZ, V. *Společenská odpovědnost firem*. 1. vyd. Praha: Grada, 2012, 201 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3983-0., str. 17 - 18

3.2 Oblasti společenské odpovědnosti

Mezi tři základní oblasti společenské odpovědnosti firem patří: oblast ekonomická, oblast sociální a oblast environmentální. Tyto oblasti bývají někdy označovány také jako 3 základní pilíře CSR (*Triple-bottom-line*) nebo 3P (*Profit, People, Planet*).¹⁹

Obrázek č. 2: Tři pilíře CSR (triple-bottom-line) společenská odpovědnost firem²⁰



Firmy, které berou ohled na tyto 3 pilíře, se snaží při svém podnikání nejenom dosahovat zisku (*Profit*), ale také se starat o své zaměstnance (*People*) anebo omezovat nežádoucí dopady na životní prostředí (*Planet*). Tím, že soustředí svou pozornost na všechny pilíře, a ne pouze na jeden, si zajistí trvalou udržitelnost.

3.2.1 Ekonomická oblast

Prvním z pilířů společenské odpovědnosti firem (CSR) je ekonomická oblast. Do této oblasti můžeme zahrnout např. tyto aktivity:

- *vyhýbání se korupci a etické chování* – některé firmy, tak aby zabránili případné korupci, mohou mít vypracované dokumenty, které upravují chování firmy (tzv. etické kodexy)
- *způsob správy a řízení firmy* – instituce mohou přijmout určité zásady, podle kterých se budou řídit

¹⁹ KUNZ, V. Společenská odpovědnost firem. 1. vyd. Praha: Grada, 2012, 201 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3983-0., str. 20

²⁰ KUNZ, V. Společenská odpovědnost firem. 1. vyd. Praha: Grada, 2012, 201 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3983-0., str. 20

- *vztahy se zákazníky a dodavateli* – cílem je udržovat si spokojené zákazníky a udržovat s nimi dlouhodobé vztahy
- *chování k vlastníkům, akcionářům* – informovat a sledovat zájmy vlastníků, akcionářů a dalších investorů²¹

3.2.2 Sociální oblast

Druhým z pilířů je sociální oblast, která se především zaměřuje na utváření pracovních podmínek a péči o zaměstnance firmy. Do této oblasti společenské odpovědnosti můžeme zahrnout např. tyto činnosti:

- *Work life balance* – cílem této činnosti je vytvořit podmínky ke zkoordinování pracovního a osobního života zaměstnance. Firma může nabídnout svému pracovníkovi flexibilní pracovní dobu, možnost využít právní nebo poradenské činnosti firmy při nežádoucích životních situacích nebo využít podnikové školky, apod.
- *Lidský kapitál* – lidský kapitál představuje znalosti, dovednosti a zkušenosti, které si člověk v průběhu svého života nashromáždí. Zpravidla v některých firmách se zabývají jeho rozvojem. Přímou na pracovišti se vytvářejí podmínky pro zvyšování kvalifikace a vzdělání jednotlivých pracovníků. Někteří zaměstnanci tak mohou postoupit na vyšší pracovní místa.
- *Outplacement* – tato činnost, kterou firmy provozují, představuje pro některé propuštěné pracovníky pomoc a snadné překonání dané situace. Tuto činnost však podniky neprovozují sami, nýbrž si zjednávají konzultanty, kteří pomohou propuštěnému např. sestavit životopis nebo se přichystat na pohovor, apod.
- *Ochrana práce, péče o zdraví a bezpečnost zaměstnanců, pravidelné lékařské prohlídky*
- *Zákaz dětské práce*²²

3.2.3 Environmentální oblast

Třetím z pilířů je environmentální oblast, která se především věnuje otázkám týkající se životního prostředí. Do této oblasti společenské odpovědnosti můžeme zahrnout činnosti, které převážně vznikly jako odpověď na vládní nařízení a regulace.

²¹KUNZ, V. Společenská odpovědnost firem. 1. vyd. Praha: Grada, 2012, 201 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3983-0., str. 21

²²KUNZ, V. Společenská odpovědnost firem. 1. vyd. Praha: Grada, 2012, 201 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3983-0., str. 22 - 23

Patří sem např.:

- *Chránit přírodní zdroje a šetrně s nimi zacházet* – omezovat spotřebu paliv, spotřebu energie a spotřebu vody a snažit se více využívat alternativní obnovitelné zdroje energie
- *Omezovat nežádoucí dopady na životní prostředí*
- *Hospodaření s odpadem* – třídění a recyklace odpadu, zpracování odpadu pro další využití, využívání zpracovaného odpadu
- *Monitorování vlivu na životní prostředí*
- *Přísné dodržování bezpečnostních směrnic* – zpravidla se jedná o dodržování bezpečnostních směrnic týkající se manipulace nebezpečných látek ohrožující životní prostředí.²³

Společenská odpovědnost firem, kromě výše uvedených třech oblastí, může být členěna „*také podle toho, zda je uplatňována uvnitř nebo vně firmy*“ a zároveň „*podle toho, vůči komu je uplatňována (například vůči akcionářům, zaměstnancům, zákazníkům, dodavatelům, místní komunitě)*.“²⁴

3.3 Přínosy CSR

Přínos představuje aktivum, ze kterého může ať už subjekt, skupina lidí nebo organizace mít nějakou výhodu např. v podobě zlepšení pracovního prostředí, zlepšení životního prostředí v daném regionu nebo snížení nákladů.

Jedinci, skupiny nebo subjekty právnických osob, které praktikující CSR a jejich výhody a přínosy:

- klienti organizací praktikující CSR;
 - zvýšení kvality nakupovaných výrobků
 - inovace organizace, širší nabídka sortimentu
- zaměstnanci organizací praktikující CSR;
 - zlepšení pracovního prostředí
 - zvýšení péče o zaměstnance, rozvoj kvalifikace
- dodavatelé spolupracující s organizacemi praktikující CSR;

²³ KUNZ, V. *Společenská odpovědnost firem*. 1. vyd. Praha: Grada, 2012, 201 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3983-0., str. 24 - 25

²⁴ KUNZ, V. *Společenská odpovědnost firem*. 1. vyd. Praha: Grada, 2012, 201 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3983-0., str. 25

- zefektivnění dodavatelko-odběratelských vztahů
- pozitivní tlak na zvýšení kvality služeb dodavatelů
- občané státu, kde je CSR koncept uplatňován;
 - zlepšení životního prostředí v daném regionu
 - zlepšení sociálních vztahů v daném regionu
- veřejný sektor (stát i municipality);
 - zlepšení kvality a dostupnosti veřejných služeb
 - úspora finančních prostředků
- organizace praktikující CSR.
 - zvýšení produktivity a kvality
 - pokles nákladů, zvýšení efektivity
 - konkurenční výhody vůči firmám bez vlastní CSR strategie²⁵

3.4 Stakeholderi

Výraz stakeholder nemá v češtině přesné vyjádření, ale bývá někdy překládán jako zájmová skupina. Stakeholder nebo Stakeholderi jsou jedinci, skupiny lidí nebo právnické subjekty (prakticky všichni), kteří kladně nebo záporně, přímo a nepřímo ovlivňují chod podniku nebo jsou ovlivňovány jeho fungováním.

Zpravidla se jedná o zákazníky, dodavatele, odběratele, akcionáře, zaměstnance, média, obchodní partnery, subjekty státní správy a samosprávy a také mezinárodní organizace.²⁶

Dle tohoto hlediska rozeznáváme dva typy stakeholderů, a to podle toho, jaký vliv mají na fungování a chod podniku. A potom rozeznáváme stakeholdery externí (vnější) nebo interní (vnitřní), přičemž externí můžeme ještě dělit na ty, které jsou propojeny s trhem (zákazníci), a ty které nejsou (média).²⁷

Mezi primární stakeholdery patří osoby nebo skupiny lidí, které mají významný vliv na fungování firmy. Zpravidla se jedná o zaměstnance, dodavatele a vlastníky podniku, ale i o zákazníky.

²⁵ PAVLÍK, M., BĚLČÍK M. *Společenská odpovědnost organizace: CSR v praxi a jak s ním dál*. Praha : Grada, 2013. 169 s. ISBN 978-80-247-3157-5

²⁶ CROWTHER, D., ARAS G. and Ventus Publishing ApS. *Corporate Social Responsibility*. © 2008. 144 s. ISBN 978-87-7681-415-1. Dostupné také z WWW: <<http://www.kantakji.com/media/3473/z126.pdf>>

²⁷ KUNZ, V. *Společenská odpovědnost firem*. 1. vyd. Praha: Grada, 2012, 201 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3983-0., str. 28

Sekundární stakeholdeři mají oproti primárním o něco menší vliv na fungování podniku. Jedná se především o vládu, občanská a obchodní sdružení, nátlakové skupiny.

3.5 Organizace CSR

3.5.1 Fórum dárců

Pro podporu rozvoje filantropie v České republice bylo v roce 1999 založeno Fórum dárců. Během více než 14 let se zasloužilo o rozvoj individuálního dárcovství v České republice a také se podařilo spolupracovat s mnoha podniky. Většina z podniků se stala členem klubu DONATOR, který sdružuje firemní dárcce. Patří sem např.: Česká spořitelna, Citibank, ČEZ, Plzeňský Prazdroj, Siemens, apod.

Postupem času založilo Fórum dárců různé asociace, které podporují nadace a nadační fondy. Jedná se o Asociaci nadací, Asociaci nadačních fondů a Asociaci firemních nadací a fondů, které sdružují okolo 70 členů. Dlouhodobě spolupracuje s některými zahraničními partnery, jako jsou: Mezinárodní asociace podporovatelů grantových organizací (WINGS) nebo Evropské nadační centrum (EFC).²⁸

²⁸ KAŠPAROVÁ, K., a KUNZ V. *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*. 1. vyd. Praha : Grada, 2013, 159 s. ISBN 978-80-247-4480-3, str. 33

4 GRAFICKÉ A TABULKOVÉ ZOBRAZENÍ ÚDAJŮ

4.1 Grafy

Grafy jsou velice důležitým nástrojem, pokud chceme zhodnocovat nebo porovnávat více číselných i nečíselných údajů dohromady. Tato forma znázornění dokáže jednoduše a přehledně zobrazit údaje týkající se např. matematiky, statistiky, ekonomie, apod. Grafy však ve svém znázornění mohou strádat, protože ne vždy lze zobrazit s přesností všechny dostupné údaje. Abychom porozuměli číselným nebo nečíselným údajům a správně je prezentovali, je nutné si zvolit vhodný typ grafu. Grafy mohou být: sloupcové, výsečové, spojnicové, pruhové, plošné a bodové.

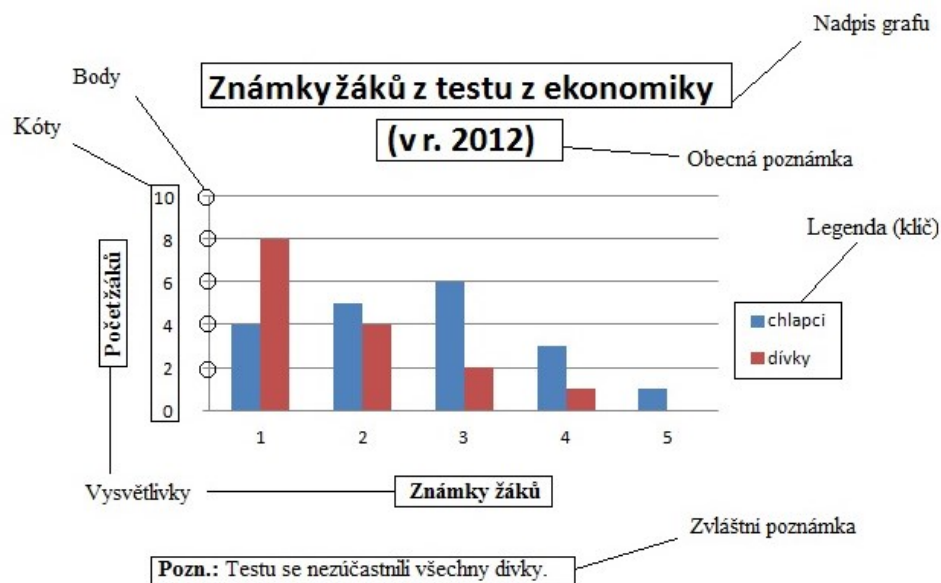
Při sestavování grafických znázornění je nutné vycházet z pravidel pro tvorbu grafů. Tato pravidla nám pomáhají vytvářet grafy a následně je interpretovat. Do těchto pravidel patří: nadpis grafu, poznámky, legenda (klíč), vysvětlivky. Nadpisy grafů bývají umístěny nad grafem. U každého grafu by neměly chybět poznámky. Poznámky jsou obecné a zvláštní. Obecné poznámky se týkají celého grafu a jsou umístěny pod názvem grafu (např. v Kč, v %, v Eurech). Zvláštní poznámky se však vztahují jen k určité části, proto se uvádějí pod graf. Legenda vyjadřuje, co vystihují použité barvy, čáry, šrafování v grafu. Legendu lze umístit mimo graf (doleva, doprava, nad nebo pod graf) nebo do grafu přímo k danému sloupci nebo křivce. Vysvětlivky se týkají jenom určitých částí v grafu. Převážně jsou to ty, které je potřeba podrobněji vysvětlit.

„Grafy se obvykle sestavují v prvním kvadrantu soustavy souřadných os, na nichž se umísťuje stupnice, která má tři části: nositelku stupnice, body, kóty.“²⁹

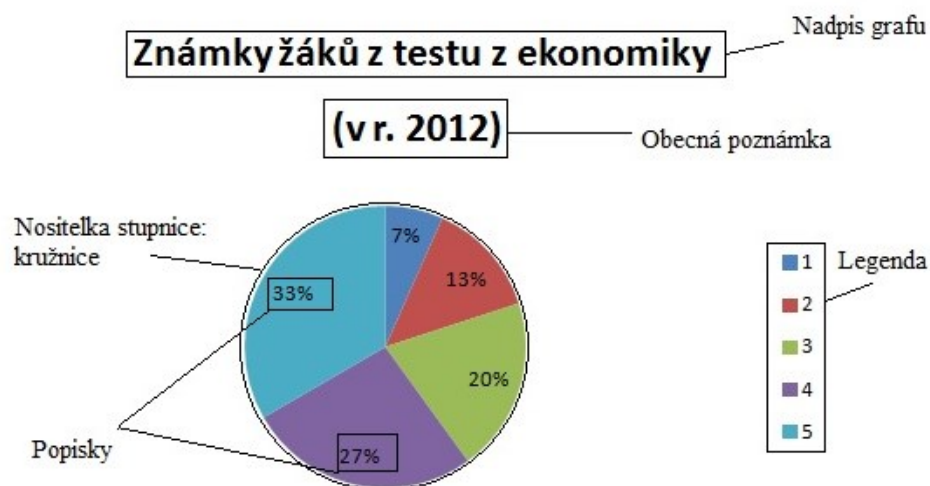
Nositelku stupnice představuje nejčastěji buď přímka, (znázornění Obrázek č. 3) nebo kružnice (znázornění na obrázek č. 4). Stupnice se skládá z bodů, které jsou umístěny na osách a vyznačené čárkami. Body se vyjadřují číselnými hodnotami (kótami). Na stupnici u grafu musí být uvedeny jednotky, které vyjadřují, co se na stupnici měří (koruny, eura, kilogramy, metry, procenta). Pokud je ze stupnice zřejmé, o co se jedná, jednotky se nemusejí uvádět (dny, měsíce, roky).

²⁹ BURDA, Z. *Statistika pro obchodní akademie*. Vyd. 5., Ve Fortuně 4., upr. Praha: Fortuna, 2006. ISBN 80-716-8963-7, str. 24

Obrázek č. 3: Pravidla grafického znázorňování u sloupcového grafu³⁰



Obrázek č. 4: Pravidla grafického znázorňování u výsečového grafu³¹



³⁰ Vlastní zdroj

³¹ Vlastní zdroj

4.1.1 Sloupcový graf

Tento typ grafu umožňuje porovnání získaných údajů věcně, časově a prostorově. Z hlediska *věcného* se porovnávají různé objekty v daném místě a v určitém období (např.: Prodej praček, myček, ledniček a sporáků u vybraného podniku v roce 2012). (příloha č. 1). Z hlediska *časového* se porovnává určitý objekt, na daném místě v různém období (např.: Prodej praček u vybraného podniku v letech 2008 - 2013). (příloha č. 2). A z hlediska *prostorového* se porovnává určitý objekt, na různém místě v určitém období (např.: Prodej praček v Praze, v Brně a v Ostravě v roce 2012). (příloha č. 3). Graf může být sestaven v podobě svislé nebo vodorovné.

4.1.2 Výsečový graf

Výsečový (kruhový) graf zobrazuje strukturu určitého celku. Skládá se z kruhové výseče, která má 360° což je 100 % (tzn., že 3,6° je 1 %). Abychom mohli sestavit tento typ grafu, je nutné poměřit jednotlivé hodnoty z tabulky vůči celkové hodnotě (obrázek č. 5). Poměřením získáme údaje, které budou v grafu vyjadřovat podíl hodnoty vůči celku (obrázek č. 6).

Obrázek č. 5: Poměrní ukazatelé struktury - vzorec³²

$$\frac{\text{část}}{\text{celek}} \cdot 100$$

Obrázek č. 6: Výpočet poměrných ukazatelů struktury - příklad³³

$$\frac{9}{17} = 0,5294 \quad 0,5294 \cdot 100 = 52,94 \%$$

4.2 Tabulky

Tabulky patří mezi základní nástroje pro prezentaci dat. Ze získaných informací vytvářejí srozumitelný a výstižný přehled. Existují tyto tři formy tabulek. Tabulka prostá, která se skládá z informací, které nejsou tříděny podle určitého znaku. Skupinová tabulka obsahuje data, která jsou pomocí určitého znaku seříděna. A tabulka kombinační se vyznačuje tím, že podává podrobnější informace, protože jsou její data tříděna podle dvou a více znaků.

³² BURDA, Z. *Statistika pro obchodní akademie*. Praha : Fortuna, 2006. ISBN 80-716-8963-7, str. 47

³³ Vlastní zdroj

Při sestavování tabulek musíme brát v úvahu určitá pravidla pro jejich tvorbu. Každá tabulka by měla mít alespoň tyto údaje: nadpis, hlavičku, název legendy, legendu, obecnou nebo zvláštní poznámku, měřicí jednotky, značky.

Nadpisy bývají umístěny nad tabulkami. Hlavička tabulky je psána s velkým písmenem počátečního slova a prezentuje to, co v jednotlivých sloupcích nalezneme. Za název legendy se považuje první políčko v prvním sloupci dané tabulky. Názvem legendy může být: produkt, kategorie, věk, apod. Do samotné legendy patří názvy jednotlivých položek v prvním sloupci.

U tabulek se mohou vyskytovat obecné nebo zvláštní poznámky. Obecné poznámky se týkají celé tabulky a umísťují se za název tabulky (více obrázek č. 7). Zvláštní poznámky mohou být umístěny v hlavičce tabulky. V hlavičce je uvedena pouze poznámka (číslo s obloučkem), která je následně vysvětlena pod tabulkou. (více obrázek č. 7). Tento druh poznámek napomáhá tomu, aby v tabulkách nevznikaly rozsáhlé hlavičky. Měřicí jednotky se uvádějí do tabulek proto, aby bylo možné zjistit, v čem se údaje poměřují.

Obrázek č. 7: Pravidla tabulkového zobrazení³⁴

The diagram illustrates the components of a table. A table is shown with the following structure:

Známky žáků z testu z ekonomiky (*)				
Známky	Chlapci	Dívky (1)	Celkem	
1	4	8	12	
2	5	4	9	
3	6	2	8	
4	3	1	4	
5	1	0	1	
Celkem	19	15	34	

Labels in the diagram point to various parts of the table:

- nadpis tabulky**: Points to the title "Známky žáků z testu z ekonomiky (*)".
- obecná poznámka**: Points to the asterisk (*) in the title.
- název legendy**: Points to the first cell of the header "Známky".
- zvláštní poznámka**: Points to the circled number "1" in the header "Dívky".
- hlavička**: Points to the header row.
- legenda**: Points to the first column of the table body.

*) z Obchodní akademie Příbram

1) Testu se nezúčastnili všechny dívky

Aby nedocházelo k výskytu prázdných míst v tabulce, používají se různé značky. K těmto značkám patří: pomlčka, nula, ležatý křížek, kulaté závorky a tečka. Pomlčka se vkládá do tabulky v případě, když se hodnota nevyskytuje. Nula se používá, když je číslice nízká, je tedy vyjádřena desetinným číslem začínajícím nulou (např. 0,2567). Ležatým křížkem označujeme v tabulce hodnotu, která je nesmyslná nebo

³⁴ Vlastní zdroj

nelogická. Kulatými závorkami zase značíme, že v součtovém řádku je vyjádřen průměr. A uvedením tečky do tabulky máme na mysli, že informace není k dispozici.³⁵

³⁵ BURDA, Z. *Statistika pro obchodní akademie*. Vyd. 5., Ve Fortuně 4., upr. Praha: Fortuna, 2006. ISBN 80-716-8963-7, str. 21

5 ANALÝZA DÁRCOVSKÝCH PROGRAMŮ U VYBRANÝCH FINANČNÍCH INSTITUCÍ

5.1 *Finanční instituce vybrané pro analýzu*

Ve své práci se zaměřím na dárcovské programy těchto pěti finančních institucí: Česká spořitelna, a. s., Československá obchodní banka, a. s. (ČSOB), Komerční banka, a. s. (KB), UniCredit Bank Czech republic and Slovakia, a. s., GE Money Bank, a. s. Dále v textu budu všechny vybrané finanční instituce stručně charakterizovat.

5.1.1 **Česká spořitelna, a. s.**

Česká spořitelna má nejdelší historii na bankovním trhu v České republice, která sahá až do roku 1825. V této době začala svou činnost Spořitelna česká, což byl předchůdce nynější banky. Od roku 1992 působí pod názvem Česká spořitelna, a. s. a patří do skupiny Erste Group. Erste Group je předním poskytovatelem finančních služeb ve střední a východní Evropě.

V roce 2002 založila tato finanční instituce Nadaci České spořitelny. Tato nadace pomáhá projektům z oblastí: kultury, veřejných a sociálních záležitostí, sportu, ekologie a z oblasti vzdělávání a vědy. Instituce má kolem 651 poboček a zaměřuje se především na drobné klienty. Orientuje se také na malé a střední firmy, města a obce a poskytuje řadu služeb na finančních trzích.

Obr. č. 1: Logo České spořitelny, a. s.³⁶



5.1.2 **Československá obchodní banka, a. s. (ČSOB)**

Československá obchodní banka (ČSOB) začala podnikat v roce 1964. Až do roku 1999 byla ve vlastnictví státu, v červnu 1999 byla privatizována. Majoritním vlastníkem se stala belgická instituce KBC Bank, spadající do skupiny KBC. Do konce roku 2007 působila československá obchodní banka jak na českém tak i na slovenském trhu. V roce 2008 se oddělila slovenská pobočka.

Tato instituce poskytuje finanční služby různým klientům, od fyzických osob, přes malé a střední podniky až po velké korporace a instituce.

³⁶ Česká spořitelna, a. s. Logo České spořitelny, a. s. [online]. 2014 [cit. 2014-02-06]. Dostupné z WWW: <<http://www.kmm.cz/img/ceska-sporitelna.jpg>>.

Obr. č. 2: Logo ČSOB, a. s.³⁷



5.1.3 Komerční banka, a. s. (KB)

Komerční banka provozuje svoji činnost od roku 1990. Patří pod mezinárodní skupinu Sociétés Générale, která je předním poskytovatelem finančních služeb v České republice a v celé střední a východní Evropě.

V roce 1994 založila Komerční banka Nadaci Jistota, která podporuje různé projekty. Podle Fóra dárců přispěla od svého založení na podporu projektů částkou přesahující 100 mil. Kč.

Komerční banka se specializuje na poskytování služeb v retailové oblasti (občané, studenti, privátní bankovníctví, služby pro cizince). Zaměřuje se i na podnikové a investiční bankovníctví a veřejnou správu.

Obr. č. 3: Logo Komerční banky³⁸



5.1.4 UniCredit Bank Czech Republic and Slovakia, a. s

Spojením HVB Bank Czech Republic a Živnostenské banky začala svou činnost provozovat v roce 2007 finanční instituce UniCredit Bank Czech Republic. O 6 let později se spojila česká a slovenská UniCredit Bank a vznikl tak jednotný název Unicredit Bank Czech Republic and Slovakia, a. s.

I UniCredit Bank nabízí řadu komplexních produktů a služeb. Zaměřuje se na privátní bankovníctví, podnikatele i veřejný sektor.

Obr. č. 4: Logo Unicredit Bank Czech republic and Slovakia, a. s.³⁹



³⁷ ČSOB, a. s. *Logo ČSOB, a. s.* [online]. 2014 [cit. 2014-02-06]. Dostupné z WWW: <http://www.dataprojekt.cz/images/csob_logo.jpg>.

³⁸ Komerční banka, a. s. *Logo Komerční banky, a. s.* [online]. 2014 [cit. 2014-02-06]. Dostupné z WWW: <<http://www.financeprorodinu.cz/gallery/kb-logo.jpg>>.

³⁹ UniCredit Bank, a. s. *Logo UniCredit Bank, a. s.* [online]. 2014 [cit. 2014-02-06]. Dostupné z WWW: <<http://www.unicreditbank.cz/web/img/content/logo-u/UCBk-3D.jpg>>.

5.1.5 GE Money Bank, a. s.

GE Money Bank, a. s. působí v České republice od 1. ledna 2007 a patří k největším peněžním ústavům. Společnost má nejširší síť poboček a bankomatů v celé České republice. GE Money Bank se soustřeďuje na občany a malé a střední podniky. Finanční instituce GE Money Bank, a. s. spadá pod skupinu GE Capital, která sdružuje firmy spadající do oblasti finančních služeb. GE Capital patří pod akciovou nadnárodní společnost General Electric Company, která má sídlo v Americe.

Obr. č. 5: Logo GE Money Bank, a. s.⁴⁰



⁴⁰ GE Money Bank, a. s. *Logo GE Money Bank, a. s.* [online]. 2014 [cit. 2014-02-06]. Dostupné z WWW: <<http://www.phorio.cz/ge/img/logo.gif>>.

5.2 *Analyzované rysy dárcovských programů*

V této části práce budu charakterizovat významné rysy, které jsem si stanovil a které využiji při analýze. Vybrané rysy mi pomohou porovnat a vyhodnotit jednotlivé dárcovské programy u vybraných finančních institucí.

U dárcovských programů se zaměřím na tyto rysy:

- *geografická působnost*

Tento rys mi pomůže zjistit, kde v České republice se dárcovský program uskutečňuje. Při rozdělení České republiky z geografického hlediska budu vycházet z rozdělení do krajů. U jednotlivých dárcovských programů tedy budu uvádět kraj, případně kraje, ve kterých je dárcovský program realizován.

- *finanční / nefinanční pomoc*

Při analýze z hlediska tohoto rysu budu zjišťovat, zda je dárcovský program realizován pouze finančními prostředky, nefinančně či případně oběma formami současně.

- *zapojení zaměstnanců společnosti*

Tento rys vyjadřuje, zda jsou do dárcovských programů zapojováni zaměstnanci dané finanční instituce.

- *zapojení obchodních partnerů*

Zapojení obchodních partnerů mi vyjadřuje, zda společnost do dárcovských programů zapojuje, případně nezapojuje obchodní partnery.

- *objekt dárcovských programů*

Objekt dárcovských programů mi vyjadřuje, na koho se daný dárcovský program zaměřuje. Mohou to být například děti, senioři, další objekty odhalí analýza dárcovských programů.

- *zapojení klientů finančních institucí*

Tento rys mi odhalí, zda jsou do dárcovských programů zapojováni klienti finančních institucí.

- *dlouhodobost*

U rysu dlouhodobost mne bude zajímat, jak dlouho je daný dárcovský program realizován v dané finanční instituci.

- *spolupráce s organizacemi*

Při zjišťování spolupráce s organizacemi mne bude zajímat, zda existuje spolupráce finanční instituce na daném dárcovském programu s nějakou organizací. V případě, že ano, tak s kým je spolupráce realizována.

- řešení skrze nadaci

Poslední rys řešení skrze nadaci se zaměřuje na to, zda finanční instituce využívá pro realizaci daného programu nějakou nadaci.

5.3 Dárcovské programy České spořitelny, a. s.

Česká spořitelna má tyto hlavní dárcovské programy: aktivní život seniorů, prevence a léčba drogové závislosti a péče o lidi s mentálním postižením. Programy podporuje prostřednictvím své nadace - nadace České spořitelny. Do programů se mohou zapojit také klienti, kteří prostřednictvím Grantového programu České spořitelny mohou pomoci neziskovým nebo jiným organizacím. Klienti pomáhají získat finanční prostředky tím, že působí jako dobrovolníci u dané organizace.

5.3.1 Aktivní život seniorů

Do tohoto dárcovského programu patří níže uvedené projekty.

- Krizová linka Senior

Krizová linka Senior představuje speciální telefonní linku, která je zaměřena na problémy stárnoucích lidí, osamělé seniory a na rodiny pečující o těžce nemocné seniory. Linka je bezplatná a v provozu od r. 1990. S projektem spolupracuje nezisková organizace Život 90.

Tabulka č. 1: Analyzované rysy u dárcovského programu Aktivní život seniorů - Krizová linka senior⁴¹

Analyzované rysy	Zjištěné rysy
Geografická působnost	Jihomoravský, Karlovarský, Liberecký, Olomoucký, Pardubický, Plzeňský, Středočeský, Ústecký, Zlínský, + Praha
Finanční / nefinanční pomoc	finanční pomoc
Zapojení zaměstnanců společnosti	ne
Zapojení obchodních partnerů	ne
Objekt dárcovského projektu	senioři
Zapojení klientů finančních institucí	ano
Dlouhodobost	od r. 1990 - současnost
Spolupráce s organizacemi	ano, nezisková organizace
Řešení skrze nadaci	ano

⁴¹ Nadace České spořitelny. *Aktivní život seniorů - krizová linka senior* [online]. 2014 [cit. 2014-02-14]. Dostupné z WWW: <http://www.csas.cz/banka/appmanager/portal/nadacecs?_nfpb=true&_pageLabel=doc_menuproj&docid=internet/cs/sc_10652.xml>.

- Tísňová péče Areión

Tísňová péče Areión představuje pro seniory a zdravotně postižené možnost, žít svůj život doma s jistotou, že v případě nutné potřeby přijde pomoc. Tlačítko tísňové péče, které nosí zdravotně postižení nebo senioři na ruce či na krku, dokáže přivolat pomoc v případě pádu. Zařízení má také čidlo pohybu, které sleduje nečinnost v bytě. Pokud je zaznamenána delší nečinnost, spustí se alarm. Projekt spolupracuje s neziskovou organizací Život 90.

Tabulka č. 2: Analyzované rysy u dárcovského programu Aktivní život seniorů - Tísňová péče Areión⁴²

Analyzované rysy	Zjištěné rysy
Geografická působnost	Jihočeský, Karlovarský, Královéhradecký, Liberecký, Středočeský, Ústecký, + Praha
Finanční / nefinanční pomoc	finanční pomoc
Zapojení zaměstnanců společnosti	ne
Zapojení obchodních partnerů	ne
Objekt dárcovského projektu	senioři, postižené osoby
Zapojení klientů	ano
Dlouhodobost	od r. 1992
Spolupráce s organizacemi	ano, nezisková organizace
Řešení skrze nadaci	ano

- Sociální a zdravotní služby pro seniory, volnočasové aktivity

Partnerem tohoto projektu je Palata - Domov pro zrakově postižené. Projekt zajišťuje komplexní péči osob se zrakovým postižením, nabízí volnočasové aktivity pro seniory a rozvíjí jejich dovednosti. Česká spořitelna a její nadace jsou tradičními partnery této organizace.

⁴² Nadace České spořitelny. *Aktivní život seniorů - tísňová péče Areión* [online]. 2014 [cit. 2014-02-14]. Dostupné z WWW: <http://www.csas.cz/banka/appmanager/portal/nadacecs?_nfpb=true&_pageLabel=doc_menuproj&docid=internet/cs/sc_13195.xml>.

Tabulka č. 3: Analyzované rysy u dárcovského programu Aktivní život seniorů - Sociální a zdravotní péče o seniory, volnočasové aktivity seniorů⁴³

Analyzované rysy	Zjištěné rysy
Geografická působnost	Praha
Finanční / nefinanční pomoc	finanční i nefinanční pomoc
Zapojení zaměstnanců společnosti	ne
Zapojení obchodních partnerů	ne
Objekt dárcovského projektu	postižené osoby, senioři
Zapojení klientů	ano
Dlouhodobost	od r. 1989
Spolupráce s organizacemi	ano, příspěvková organizace
Řešení skrze nadaci	ano

5.3.2 Prevence a léčba drogových závislostí

Cílem programu je zajistit a rozvíjet služby spojené s prevencí a léčbou drogových závislostí. Do tohoto programu patří níže uvedené projekty.

- Terapeutická komunita Karlov

Terapeutická komunita Karlov nabízí léčbu závislým matkám, které chtějí podstoupit léčbu bez odloučení svých dětí, mladistvým a osobám trpícím dlouhodobou drogovou závislostí. Nadace České spořitelny pomáhá při každodenním provozu této komunity a přispívá k revitalizaci budov. Spolupracuje s příspěvkovou organizací SANANIM.

⁴³ Nadace České spořitelny. *Aktivní život seniorů - sociální a zdravotní služby pro seniory* [online]. 2014 [cit. 2014-02-14]. Dostupné z WWW: <http://www.csas.cz/banka/appmanager/portal/nadacecs?_nfpb=true&_pageLabel=doc_menuproj&docid=internet/cs/sc_10683.xml>.

Tabulka č. 4: Analyzované rysy u dárcovského programu Prevence a léčba drogových závislostí - Terapeutická komunita Karlov⁴⁴

Analyzované rysy	Zjištěné rysy
Geografická působnost	Praha
Finanční / nefinanční pomoc	finanční i nefinanční pomoc
Zapojení zaměstnanců společnosti	ne
Zapojení obchodních partnerů	ne
Objekt dárcovského projektu	drogově závislý
Zapojení klientů	ano
Dlouhodobost	od r. 1990
Spolupráce s organizacemi	ano, nezisková organizace
Řešení skrze nadaci	ano

- Centrum metadonové substituce

Cílem tohoto projektu je ustálit a snížit počet problémových lidí užívajících drogy. Centrum metadonové substituce se snaží zvyšovat kvalitu života všech osob, které užívají různé typy návykových látek. Pomoc přichází prostřednictvím kvalitní léčebné péče, substituční terapie, detoxifikace nebo následné resocializace. V současné době můžeme najít dvě metadonová centra. Obě jsou v Praze. Nadace spolupracuje s organizací Drop In.

Tabulka č. 5: Analyzované rysy u dárcovského programu Prevence a léčba drogových závislostí - Centrum metadonové substituce⁴⁵

Analyzované rysy	Zjištěné rysy
Geografická působnost	Praha
Finanční / nefinanční pomoc	finanční i nefinanční pomoc
Zapojení zaměstnanců společnosti	ne
Zapojení obchodních partnerů	ne
Objekt dárcovského projektu	drogově závislý
Zapojení klientů	ano
Dlouhodobost	od r. 2007
Spolupráce s organizacemi	ano, nezisková organizace
Řešení skrze nadaci	ano

⁴⁴ Nadace České spořitelny. *Prevence a léčba drogových závislostí - Terapeutická komunita Karlov* [online]. 2014 [cit. 2014-02-14]. Dostupné z WWW: <http://www.csas.cz/banka/appmanager/portal/nadacecs?_nfpb=true&_pageLabel=doc_menusdrogproj&docid=internet/cs/sc_10684.xml>.

⁴⁵ Nadace České spořitelny. *Prevence a léčba drogových závislostí - Centrum metadonové substituce* [online]. 2014 [cit. 2014-02-14]. Dostupné z WWW: <http://www.csas.cz/banka/appmanager/portal/nadacecs?_nfpb=true&_pageLabel=doc_menusdrogproj&docid=internet/cs/sc_10688.xml>.

- Chráněná dílna EIKÓN

Projekt se zaměřuje na pomoc lidem s drogovou minulostí, na osoby, které opustili vězení a na dlouhodobě nezaměstnané. Cílem je přichystat klienta pro vstup na trh práce. Kromě možnosti přivýdělků mají klienti možnost podstoupit terapeutickou podporu, která pomůže klientovi k reintegraci do společnosti. Projekt spolupracuje s občanským sdružením Podané ruce.

Tabulka č. 6: Analyzované rysy u dárcovského programu Prevence a léčba drogových závislostí - Chráněná dílna EIKÓN⁴⁶

Analyzované rysy	Zjištěné rysy
Geografická působnost	Jihomoravský, Olomoucký, Zlínský
Finanční / nefinanční pomoc	finanční pomoc
Zapojení zaměstnanců společnosti	ne
Zapojení obchodních partnerů	ne
Objekt dárcovského projektu	abstinující, lidé s drogovou závislostí, lidé, kteří opustili vězení, lidé s dlouhodobou nezaměstnaností
Zapojení klientů	ano
Dlouhodobost	od r. 2006
Spolupráce s organizacemi	ne
Řešení skrze nadaci	ano

5.3.3 Péče o lidi s mentálním postižením

Úkolem programu je pomoci postiženým osobám posílit pracovní dovednosti a dovednosti, které jim umožní samostatné bydlení. Zabývá se proto například rozvojem terapeutických a chráněných dílen. Kromě grantového programu pro klienty České spořitelny je podporován ještě věrnostním programem Bonus.

⁴⁶ Nadace České spořitelny. *Prevence a léčba drogových závislostí - Chráněná dílna EIKÓN* [online]. 2014 [2014-02-14]. Dostupné z WWW: <http://www.csas.cz/banka/appmanager/portal/nadacecs?_nfpb=true&_pageLabel=doc_menusdrogproj&docid=internet/cs/sc_10692.xml>.

Tabulka č. 7: Analyzované rysy u dárcovského programu Péče o lidi s mentálním postižením⁴⁷

Analyzované rysy	Zjištěné rysy
Geografická působnost	Jihomoravský, Vysočina, + Praha
Finanční / nefinanční pomoc	finanční i nefinanční pomoc
Zapojení zaměstnanců společnosti	ne
Zapojení obchodních partnerů	ne
Objekt dárcovského projektu	postižené osoby
Zapojení klientů	ano
Dlouhodobost	od r. 2014
Spolupráce s organizacemi	ano, občanské sdružení
Řešení skrze nadaci	ano

5.4 Dárcovské programy ČSOB, a. s.

Československá obchodní banka, a. s. (ČSOB) má tyto hlavní dárcovské programy: ČSOB a Era Pomáháme společně, CSR Regionální fond ČSOB a ERA a Domov Sue Ryder.

5.4.1 ČSOB a Era Pomáháme společně

Tento program „Pomáháme společně“ vznikl v roce 2009 a zaměřuje se na podporu neziskových organizací s různým zaměřením, především na děti, zdravotně postižené osoby, mladé lidi a seniory.

Zaměstnanci ČSOB mohou v rámci tohoto programu žádat o finanční příspěvek pro podporu neziskové organizace, ve které dlouhou dobu pomáhají. Zaměstnanci mohou pomoci i nefinančně například fyzickou pomocí při dobrovolnických dnech (čištění lesa, doprovod zdravotně postižených osob na výlety, apod.). Program spolupracuje s občanským sdružením Lada.

⁴⁷ Nadace České spořitelny. *Péče o lidi s mentálním postižením* [online]. 2014 [cit. 2014-02-14]. Dostupné z WWW: <http://www.csas.cz/banka/appmanager/portal/nadacecs?_nfpb=true&_pageLabel=doc_menuenv&docid=internet/cs/sc_10555.xml>.

Tabulka č. 8: Analyzované rysy u dárcovského programu ČSOB a Era Pomáháme společně⁴⁸

Analyzované rysy	Zjištěné rysy
Geografická působnost	Jihočeský, Jihomoravský, Karlovarský, Královéhradecký, Liberecký, Moravskoslezský, Olomoucký, Pardubický, Plzeňský, Středočeský, Ústecký, Vysočina, Zlínský, + Praha
Finanční / nefinanční pomoc	finanční i nefinanční pomoc
Zapojení zaměstnanců společnosti	ano
Zapojení obchodních partnerů	ne
Objekt dárcovského projektu	senioři, postižené osoby, děti, mladí lidé
Zapojení klientů	ne.
Dlouhodobost	od r. 2009
Spolupráce s organizacemi	ano, občanské sdružení
Řešení skrze nadaci	ne

5.4.2 CSR Regionální fond ČSOB a ERA

Tento program je spuštěn od r. 2012 a věnuje se podpoře zdravotně a sociálně znevýhodněným dětem a mladým lidem. Program není podporován skrze nadaci, ale je zajištěn pomocí regionálního fondu ČSOB a ERA. Zaměstnanci jednotlivých poboček do něj finančně přispívají.

Tabulka č. 9: Analyzované rysy u dárcovského programu CSR Regionální fond ČSOB a ERA⁴⁹

Analyzované rysy	Zjištěné rysy
Geografická působnost	Královéhradecký, Moravskoslezský, Pardubický, + Praha
Finanční / nefinanční pomoc	finanční pomoc
Zapojení zaměstnanců společnosti	ano
Zapojení obchodních partnerů	ne
Objekt dárcovského projektu	děti, mladí lidé
Zapojení klientů	ne
Dlouhodobost	od r. 2012
Spolupráce s organizacemi	ne
Řešení skrze nadaci	ne

⁴⁸ ČSOB, a. s. *ČSOB a Era Pomáháme společně* [online]. 2012 [cit. 2014-02-23]. Dostupné z WWW: <http://www.csob.cz/WebCsob/Csob/O-CSOB/CSR/CSOB_CSR_2012_cz.pdf>.

⁴⁹ ČSOB, a. s. *CSR Regionální fond ČSOB a ERA* [online]. 2012 [cit. 2014-02-23]. Dostupné z WWW: <http://www.csob.cz/WebCsob/Csob/O-CSOB/CSR/CSOB_CSR_2012_cz.pdf>.

5.4.3 Domov Sue Ryder

Program Domov Sue Ryder je v provozu od r. 2012. Pečuje o seniory, kteří jsou postiženi chronickou chorobou, jsou po úraze nebo potřebují pomoc druhých. Podpora tohoto programu jde ze sbírky pořádané zaměstnanci této společnosti. Sbírkou je nefinančního charakteru. Věcné předměty vybrané zaměstnanci jsou předány do dobročinných obchodů Domova Sue Ryder, umístěných v Praze. Výtěžek z prodeje věcných předmětů pak putuje na péči o seniory. Každá osoba, která si v obchodě Domova Sue Ryder něco koupí, se tak stává dárcem.

Tabulka č. 10: Analyzované rysy u dárcovského programu Domov Sue Ryder⁵⁰

Analyzované rysy	Zjištěné rysy
Geografická působnost	Praha
Finanční / nefinanční pomoc	finanční i nefinanční pomoc
Zapojení zaměstnanců společnosti	ano
Zapojení obchodních partnerů	ano
Objekt dárcovského projektu	senioři
Zapojení klientů	ne
Dlouhodobost	od r. 2012
Spolupráce s organizacemi	ano, nezisková organizace
Řešení skrze nadaci	ne

5.5 Dárcovské programy Komerční banky, a. s.

Komerční banka, a. s. se zaměřuje prostřednictvím své nadace Jistota především na projekty. Pouze v září 2013 podporovala program Srdeční záležitost, aneb Pomůžeme vám pomáhat. Hlavní projekty, které tato banka dlouhodobě podporuje prostřednictvím své nadace, jsou Jistota s Linetem, stipendia pro vysokoškolské studenty se zdravotním postižením a Babyboxy.

5.5.1 Jistota s Linetem

Projekt Jistota s Linetem podporuje nákup polohovatelných lůžek určených pro provozovatele lůžkových hospiců, pro domovy seniorů a LDN zařízení.

Projekt je podporován vzájemnou spoluprací nadace Jistota, společností LINET a Asociací poskytovatelů hospicové paliativní péče. Díky jejich spolupráci mohou

⁵⁰ ČSOB, a. s. *Domov Sue Ryder* [online]. 2012 [cit. 2014-02-23]. Dostupné z WWW: <http://www.csob.cz/WebCsob/Csob/O-CSOB/CSR/CSOB_CSR_2012_cz.pdf>.

provozovatelé lůžkových či domácích hospiců získat kvalitní polohovací lůžka za velice přijatelnou cenu.

Tabulka č. 11: Analyzované rysy u dárcovského programu Jistota s Linetem⁵¹

Analyzované rysy	Zjištěné rysy
Geografická působnost	Jihočeský, Jihomoravský, Karlovarský, Královéhradecký, Liberecký, Olomoucký, Plzeňský, Ústecký, Vysočina, Zlínský
Finanční / nefinanční pomoc	finanční i nefinanční pomoc
Zapojení zaměstnanců společnosti	ano
Zapojení obchodních partnerů	ano
Objekt dárcovského projektu	těžce nemocní a nevléčitelné osoby, senioři
Zapojení klientů	ano
Dlouhodobost	od r. 2010
Spolupráce s organizacemi	ano, asociace
Řešení skrze nadaci	ano

5.5.2 Stipendia pro vysokoškolské studenty se zdravotním postižením

Projekt podporuje vysokoškolské studenty magisterského studia se zdravotním postižením formou stipendia. Funguje již druhým rokem.

Tabulka č. 12: Analyzované rysy u dárcovského programu Stipendia pro VŠ studenty se zdravotním postižením⁵²

Analyzované rysy	Zjištěné rysy
Geografická působnost	Jihočeský, Karlovarský, Královéhradecký, Liberecký, Moravskoslezský, Olomoucký, Pardubický, Plzeňský, Středočeský, Ústecký, Vysočina, Zlínský, + Praha
Finanční / nefinanční pomoc	finanční pomoc
Zapojení zaměstnanců společnosti	ne
Zapojení obchodních partnerů	ne
Objekt dárcovského projektu	postižené osoby
Zapojení klientů	ne
Dlouhodobost	od r. 2013
Spolupráce s organizacemi	ano, vysoké školy
Řešení skrze nadaci	ano

⁵¹ Nadace Jistota. *Jistota s Linetem* [online]. 2014 [cit. 2014-03-01]. Dostupné z WWW: <<http://www.nadacejistota.cz/cs/nase-projekty/hlavni-projekty/>>.

⁵² Nadace Jistota. *Stipendia pro vysokoškolské studenty se zdravotním postižením* [online]. 2013 [cit. 2014-03-01]. Dostupné z WWW: <<http://www.nadacejistota.cz/srv/www/content/db/cs/nase-projekty/dalsi-projekty/>>.

5.5.3 Babyboxy

Nadace Jistota patří v České republice k nejdůležitějším podporovatelům a partnerům Babyboxů. Pomohla vzniku již dvaceti babyboxů. Nyní se zaměřuje především na financování oprav a provádí pravidelné prohlídky. Babybox představuje úložný prostor ve stěně budovy, kam může rodička odložit své narozené dítě, o které se nechce nebo nemůže starat.

Tabulka č. 13: Analyzované rysy u dárcovského programu Babyboxy⁵³

Analyzované rysy	Zjištěné rysy
Geografická působnost (dle kraje)	Jihočeský, Středočeský, Ústecký, Vysočina
Finanční / nefinanční pomoc	finanční pomoc
Zapojení zaměstnanců společnosti	ano
Zapojení obchodních partnerů	ano
Objekt dárcovského projektu	děti
Zapojení klientů	ano
Dlouhodobost	od r. 2008
Spolupráce s organizacemi	ano, občanské sdružení
Řešení skrze nadaci	ano

5.6 *Dárcovské programy Unicredit Bank Czech Republic and Slovakia, a. s.*

Unicredit Bank Czech Republic and Slovakia, a. s. podporuje prostřednictvím nadace Unicredit Foundation⁵⁴ především Program podpora a sociální začlenění - Learn More a Gift Matching Program.

5.6.1 Program podpora a sociální začlenění - Learn More

Program poskytuje podporu rizikovým sociálním skupinám. Do skupiny patří mladí lidé, děti, starší osoby a přistěhovalci. Hlavní projekt Learn More byl založen v lednu 2011 a skončil v prosinci 2012. Learn More nebo-li Uč se více, je společným projektem Unicredit Bank Czech Republic and Slovakia, a. s., nadace Unicredit Foundation a organizace Člověk v tísni, o. p. s. Smyslem tohoto projektu je pomoci podpořit vzdělávání dětí ze sociálně slabých rodin.

⁵³ Nadace Jistota. *Babyboxy* [online]. 2014 [cit. 2014-03-01]. Dostupné z WWW: <<http://www.nadacejistota.cz/cs/nase-projekty/hlavni-projekty//>>.

Tabulka č. 14: Analyzované rysy u dárcovského programu Learn, More⁵⁵

Analyzované rysy	Zjištěné rysy
Geografická působnost	Plzeňský, Středočeský, Ústecký
Finanční / nefinanční pomoc	finanční pomoc
Zapojení zaměstnanců společnosti	ne
Zapojení obchodních partnerů	ne
Objekt dárcovského projektu	děti
Zapojení klientů	ne
Dlouhodobost	od ledna 2011 do prosince 2012
Spolupráce s organizacemi	ano, nezisková organizace
Řešení skrze nadaci	ano

5.6.2 Gift Matching Program

Program vznikl již před deseti lety. Jeho úkolem je poskytovat finanční prostředky z matchingového fondu zaměstnanců banky. Podporovaní příjemci mohou být spolupracující neziskové organizace nebo organizace, které si zaměstnanci vyberou. Zaměstnanci nastřádaná částka je společností doplněna o částku stejně vysokou. Gift Matching Program spolupracuje s neziskovou organizací Člověk v tísni.

Tabulka č. 15: Analyzované rysy u dárcovského programu Gift Matching Program⁵⁶

Analyzované rysy	Zjištěné rysy
Geografická působnost	Jihočeský, Karlovarský, Královéhradecký, Středočeský, + Praha
Finanční / nefinanční pomoc	finanční pomoc
Zapojení zaměstnanců společnosti	ano
Zapojení obchodních partnerů	ne
Objekt dárcovského projektu	lidé postižení záplavami, kdokoliv, závisí to na zaměstnancích banky, koho podpoří v rámci matchingového fondu
Zapojení klientů	ne
Dlouhodobost	od r. 2003
Spolupráce s organizacemi	ano, nezisková organizace
Řešení skrze nadaci	ano

⁵⁵ UniCredit Bank. *Learn More* [online]. 2011 [cit. 2014-03-04]. Dostupné z WWW: <<http://www.unicreditbank.cz/web/o-bance/tiskove-centrum/tiskove-zpravy/projekt-learn-more-uc-se-more-podpori-socialne-vyloucene-deti-pri-ziskavani-uplatnitelneho-vzdelani>>

⁵⁶ UniCredit Bank. *Gift Matching Program* [online]. 2011 [cit. 2014-03-04]. Dostupné z WWW: <<http://www.unicreditbank.cz/web/o-bance/sponzoring-a-charita>>

5.7 *Dárčovské programy GE Money bank, a. s.*

GE Money Bank, a. s. podporuje především Program podpory potřebných a Mamma HELP. Nemá zřízenou žádnou nadaci ani fond. Veškerá finanční i nefinanční pomoc je tak prováděna prostřednictvím této akciové společnosti.

5.7.1 Program podpory potřebných

Do tohoto programu, který pomáhá znevýhodněným dětem a dospělým, je zapojena dobrovolnická organizace GE Volunteers. Tuto organizaci tvoří dobrovolníci z řad zaměstnanců GE Money Bank, včetně jejich přátel a rodinných příslušníků. Program pomáhá především handicapovaným, opuštěným, nemocným lidem a dětem z dětských domovů.

Tabulka č. 16: Analyzované rysy u dárčovského programu Podpora potřebných⁵⁷

Analyzované rysy	Zjištěné rysy
Geografická působnost	Jihočeský, Jihomoravský, Moravskoslezský, Pardubický, Plzeňský, Středočeský, Zlínský, + Praha
Finanční / nefinanční pomoc	finanční a nefinanční pomoc
Zapojení zaměstnanců společnosti	ano
Zapojení obchodních partnerů	ne
Objekt dárčovského projektu	děti a dospělí
Zapojení klientů	ano
Dlouhodobost	od r. 1996
Spolupráce s organizacemi	ano
Řešení skrze nadaci	ne

5.7.2 Mamma HELP

Občanské sdružení Mamma HELP se zaměřuje na prevenci a léčbu žen s rakovinou prsu. GE Money Bank, a. s. podporuje toto sdružení prostřednictvím svých bankomatů po celé České republice od března 2013. Klienti, zaměstnanci nebo obchodní partneři této finanční instituce tak mohou snadno a rychle darovat jakoukoliv částku a přispět tak na pomoc některé z žen trpící touto nemocí.

⁵⁷ GE Money Bank. *Podpora potřebných* [online]. 2011 [cit. 2014-03-09]. Dostupné z WWW: <<https://www.gemoney.cz/o-nas/spolecenska-odpovednost/podpora-mistnich-komunit>>

Tabulka č. 17: Analyzované rysy u dárcovského programu Mamma HELP⁵⁸

Analyzované rysy	Zjištěné rysy
Geografická působnost	Jihomoravský, Královéhradecký, Olomoucký, Plzeňský, Zlínský, +Praha
Finanční / nefinanční pomoc	finanční pomoc
Zapojení zaměstnanců společnosti	ano
Zapojení obchodních partnerů	ano
Objekt dárcovského projektu	ženy s rakovinou prsu
Zapojení klientů	ano
Dlouhodobost	od r. 1999
Spolupráce s organizacemi	ano
Řešení skrze nadaci	ne

⁵⁸ GE Money Bank. *MAMA HELP* [online]. 2011 [cit. 2014-03-09]. Dostupné z WWW: <<https://www.gemoney.cz/o-nas/spolecenska-odpovednost/podpora-mistnich-komunit>>

6 ZHODNOCENÍ A POROVNÁNÍ DÁRCOVSKÝCH PROGRAMŮ VYBRANÝCH FINANČNÍCH INSTITUCÍ

6.1 Srovnání z geografického hlediska

V následující tabulce je zobrazena geografická působnost analyzovaných dárcovských programů.

Tabulka č. 18: Dárcovské programy z hlediska geografické působnosti⁵⁹

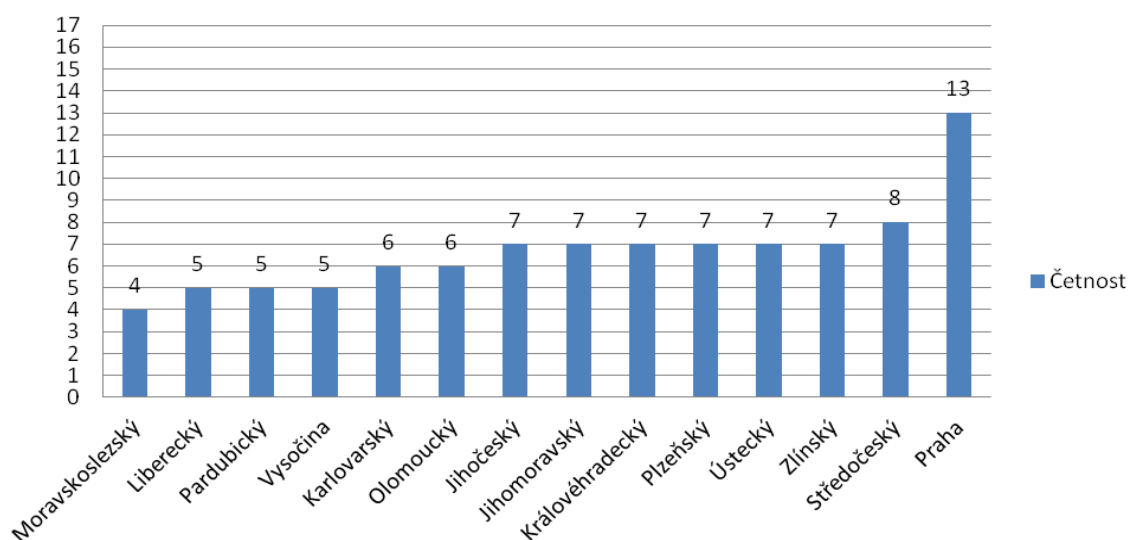
Společnost	Program/Projekt	Geografická působnost
Česká spořitelna, a. s.	Aktivní život seniorů - Krizová linka Senior	Jihomoravský, Karlovarský, Liberecký, Olomoucký, Pardubický, Plzeňský, Středočeský, Ústecký, Zlínský, + Praha
	Aktivní život seniorů - Tísňová péče Areión	Jihočeský, Karlovarský, Královéhradecký, Liberecký, Středočeský, Ústecký, + Praha
	Aktivní život seniorů - SZ služby pro seniory	Praha
	Prevence a léčba drogových závislostí - Terapeutická komunita Karlov	Praha
	Prevence a léčba drogových závislostí - Centrum metadonové substituce	Praha
	Prevence a léčba drogových závislostí - Chráněná dílna EIKON	Jihomoravský, Olomoucký, Zlínský,
	Péče o lidi s mentálním postižením	Jihomoravský, Vysočina, + Praha
ČSOB, a. s.	Dobrovolnický program - ČSOB a Era Pomáháme společně	Jihočeský, Jihomoravský, Karlovarský, Královéhradecký, Liberecký, Moravskoslezský, Olomoucký, Pardubický, Plzeňský, Středočeský, Ústecký, Vysočina, Zlínský, + Praha
	CSR Regionální fond ČSOB a Era	Královéhradecký, Moravskoslezský, Pardubický, + Praha
	Domov Sue Ryder	Praha
Komerční banka, a. s.	Jistota s LINETEM	Jihočeský, Jihomoravský, Karlovarský, Královéhradecký, Liberecký, Olomoucký, Plzeňský, Ústecký, Vysočina, Zlínský
	Stipendia pro vysokoškolské studenty se zdravotním postižením	Jihočeský, Karlovarský, Královéhradecký, Liberecký, Moravskoslezský, Olomoucký, Pardubický, Plzeňský, Středočeský, Ústecký, Vysočina, Zlínský, + Praha
	Babyboxy	Jihočeský, Středočeský, Ústecký, Vysočina
UniCredit Bank Czech Republic and Slovakia, a. s.	Program podpora a sociální začlenění - Learn More	Plzeňský, Středočeský, Ústecký
	Gift Matching Program	Jihočeský, Karlovarský, Královéhradecký, Středočeský, + Praha
GE Money bank, a. s.	Program podpory potřebných	Jihočeský, Jihomoravský, Moravskoslezský, Pardubický, Plzeňský, Středočeský, Zlínský, + Praha
	Mamma HELP	Jihomoravský, Královéhradecký, Olomoucký, Plzeňský, Zlínský, + Praha

⁵⁹ Vlastní výzkum

Z tabulky je zřejmé, že dárcovské programy se uskutečňují ve všech krajích České republiky (Jihočeský, Jihomoravský, Karlovarský, Královéhradecký, Liberecký, Moravskoslezský, Olomoucký, Pardubický, Plzeňský, Středočeský, Ústecký, Vysočina, Zlínský) včetně Prahy.

Přehlednější vyjádření zobrazuje dále uvedený sloupcový graf č. 1. Graf uvádí, kolik z analyzovaných dárcovských programů se vyskytuje v daném kraji. Na první pohled je patrné, že nejvíce dárcovských programů se realizuje v Praze, celkem 13 ze 17. Pak následuje Středočeský kraj s 8 dárcovskými programy. Jihočeský, Jihomoravský, Královéhradecký, Plzeňský, Ústecký a Zlínský mají shodně 7 dárcovských programů. Nejméně podporovanou oblastí je Moravskoslezský kraj se 4 programy.

Graf č. 1: Geografická působnost dárcovských programů v krajích ČR včetně Prahy⁶⁰



Analýza z geografického hlediska mi odhalila, že nejvíce podporovanou oblastí je Praha. Velká podpora směřuje též do Středočeského kraje. Oproti tomu nejmenší podpora směřuje do kraje Moravskoslezského.

⁶⁰ Vlastní výzkum

6.2 Srovnání z hlediska finanční a nefinanční pomoci

V následující tabulce je zobrazena forma pomoci analyzovaných dárcovských programů (finanční / nefinanční pomoc).

Tabulka č. 19: Dárcovské programy z hlediska finanční a nefinanční pomoci⁶¹

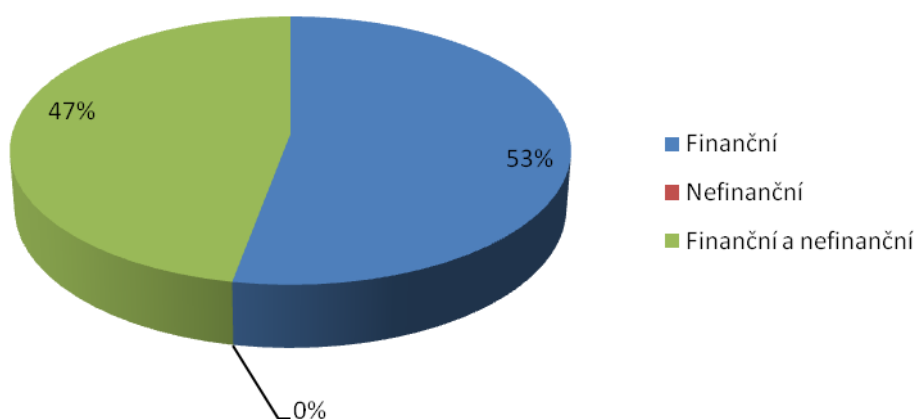
Společnost	Program/Projekt	Finanční / nefinanční pomoc
Česká spořitelna, a. s.	Aktivní život seniorů - Krizová linka Senior	finanční
	Aktivní život seniorů - Tísňová péče Areión	finanční
	Aktivní život seniorů - SZ služby pro seniory	finanční a nefinanční
	Prevence a léčba drogových závislostí - Terapeutická komunita Karlov	finanční a nefinanční
	Prevence a léčba drogových závislostí - Centrum metadonové substituce	finanční a nefinanční
	Prevence a léčba drogových závislostí - Chráněná dílna EIKÓN	finanční
	Péče o lidi s mentálním postižením	finanční a nefinanční
ČSOB, a. s.	Dobrovolnický program - ČSOB a Era Pomáháme společně	finanční i nefinanční
	CSR Regionální fond ČSOB a Era	finanční
	Domov Sue Ryder	finanční i nefinanční
Komerční banka, a. s.	Jistota s LINETEM	finanční a nefinanční
	Stipendia pro vysokoškolské studenty se zdravotním postižením	finanční
	Babyboxy	finanční
UniCredit Bank Czech Republic and Slovakia, a. s.	Program podpora a sociální začlenění - Learn More	finanční
	Gift Matching Program	finanční
GE Money bank, a. s.	Program podpory potřebných	finanční i nefinanční
	Mamma HELP	finanční

⁶¹ Vlastní výzkum

Z tabulky č. 19 je patrné, že společnosti používají obě formy pomoci, finanční i nefinanční. Zajímavé je, že všechny společnosti podporují dárcovské programy finančně. Žádná ze společností však nerealizuje pouze nefinanční pomoc. V případě, kdy společnost pomáhá nefinančně, vždycky pomáhá i finančně.

Pro přehlednější vyjádření jsem použil dále uvedený výšečový graf č. 2. Z grafu vyplývá, že 53 % analyzovaných dárcovských programů je zajišťováno pouze finančně. Zbývajících 47 % je podporováno současně finančně i nefinančně. Samostatná nefinanční pomoc se nevyskytovala u žádného z analyzovaných dárcovských programů.

Graf č. 2: Finanční a nefinanční pomoc dárcovských programů⁶²



Analýza z hlediska finanční a nefinanční pomoci mi odhalila, že společnosti upřednostňují finanční formu pomoci. Nefinanční pomoc se vyskytuje, ale je vždy doprovázena finanční pomocí. Důvodem pravděpodobně je, že realizace nefinanční pomoci je náročnější.

⁶² Vlastní výzkum

6.3 Srovnání z hlediska zapojení zaměstnanců společnosti

V následující tabulce je zobrazeno, zda jsou do dárcovských programů zapojováni zaměstnanci dané finanční instituce.

Tabulka č. 20: Zapojení zaměstnanců do dárcovských programů⁶³

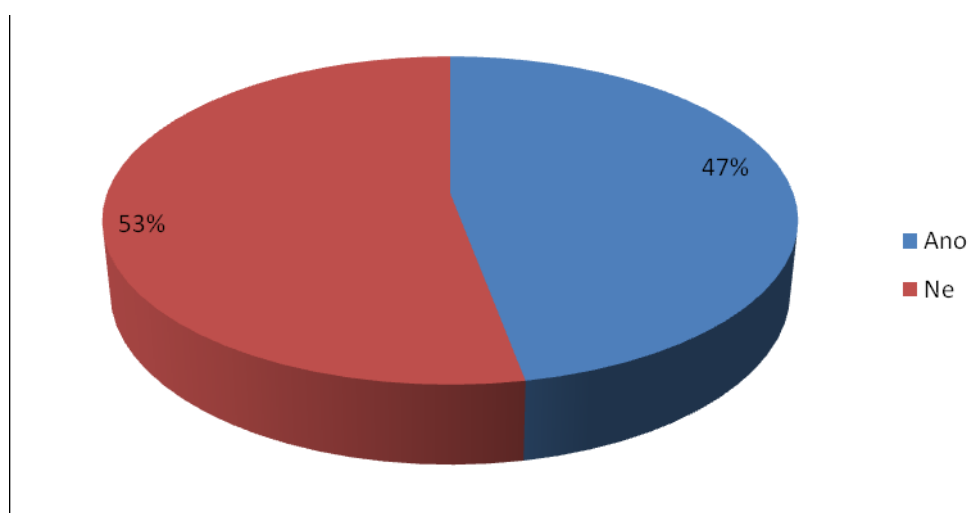
Společnost	Program/Projekt	Zapojení zaměstnanců společnosti
Česká spořitelna, a. s.	Aktivní život seniorů - Krizová linka Senior	ne
	Aktivní život seniorů - Tísňová péče Areión	ne
	Aktivní život seniorů - SZ služby pro seniory	ne
	Prevence a léčba drogových závislostí - Terapeutická komunita Karlov	ne
	Prevence a léčba drogových závislostí - Centrum metadonové substituce	ne
	Prevence a léčba drogových závislostí - Chráněná dílna EIKÓN	ne
	Péče o lidi s mentálním postižením	ne
ČSOB, a. s.	Dobrovolnický program - ČSOB a Era Pomáháme společně	ano
	CSR Regionální fond ČSOB a Era	ano
	Domov Sue Ryder	ano
Komerční banka, a. s.	Jistota s LINETEM	ano
	Stipendia pro vysokoškolské studenty se zdravotním postižením	ne
	Babyboxy	ano
UniCredit Bank Czech Republic and Slovakia, a. s.	Program podpora a sociální začlenění - Learn More	ne
	Gift Matching Program	ano
GE Money bank, a. s.	Program podpory potřebných	ano
	Mamma HELP	ano

⁶³ Vlastní výzkum

Z tabulky č. 20 je zřejmé, že zaměstnanci společnosti jsou do některých dárcovských programů zapojováni a do některých nikoliv. Z tabulky vidíme, že zaměstnanci České spořitelny, a. s. se nezapojují do žádného z analyzovaných dárcovských programů. Zaměstnanci GE Money Bank a zaměstnanci Československé obchodní banky, a. s. se podílí na všech dárcovských programech. U ostatních společností jsou programy s různou podporou zaměstnanců.

Přehlednější vyjádření zobrazuje následující výsečový graf č. 3. Z grafu vyplývá, že do 53 % analyzovaných dárcovských programů nejsou zapojováni zaměstnanci společností. Na zbývajících 47 % dárcovských programů se zaměstnanci podílejí.

Graf č. 3: Znázornění zapojení zaměstnanců do dárcovských programů⁶⁴



Analýza zapojení zaměstnanců do dárcovských programů mi odhalila, že zaměstnanci pomáhají v dárcovských programech finančních institucí. Avšak jejich zapojení není u všech společností stejné. U analyzovaných dárcovských programů mírně převládá jejich nezapojení.

⁶⁴ Vlastní výzkum

6.4 Srovnání z hlediska zapojení obchodních partnerů

V následující tabulce je zobrazeno, zda jsou do dárcovských programů zapojováni obchodní partneři dané finanční instituce.

Tabulka č. 21: Zapojení obchodních partnerů do dárcovských programů⁶⁵

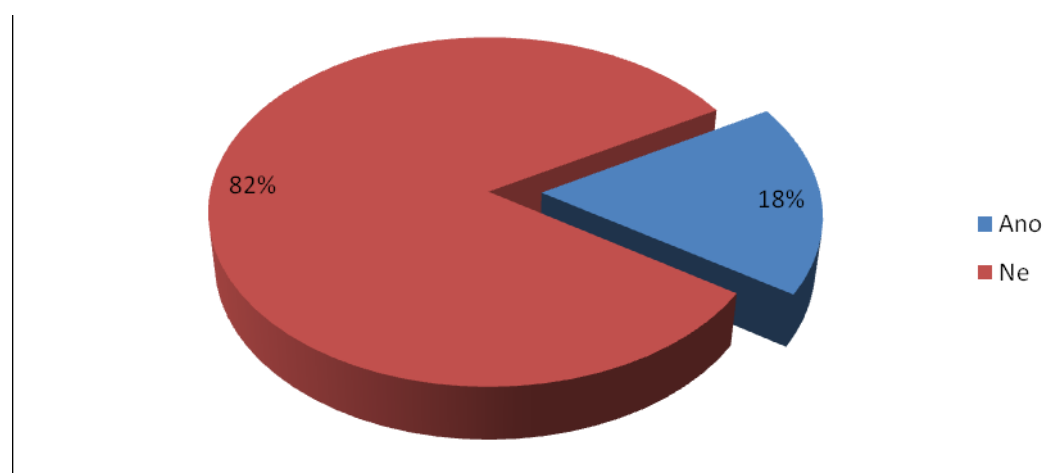
Společnost	Program/Projekt	Zapojení obchodních partnerů
Česká spořitelna, a. s.	Aktivní život seniorů - Krizová linka Senior	ne
	Aktivní život seniorů - Tísňová péče AreiÓN	ne
	Aktivní život seniorů - SZ služby pro seniory	ne
	Prevence a léčba drogových závislostí - Terapeutická komunita Karlov	ne
	Prevence a léčba drogových závislostí - Centrum metadonové substituce	ne
	Prevence a léčba drogových závislostí - Chráněná dílna EIKÓN	ne
	Péče o lidi s mentálním postižením	ne
ČSOB, a. s.	Dobrovolnický program - ČSOB a Era Pomáháme společně	ne
	CSR Regionální fond ČSOB a Era	ne
	Domov Sue Ryder	ano
Komerční banka, a. s.	Jistota s LINETEM	ano
	Stipendia pro vysokoškolské studenty se zdravotním postižením	ne
	Babyboxy	ne
UniCredit Bank Czech Republic and Slovakia, a. s.	Program podpora a sociální začlenění - Learn More	ne
	Gift Matching Program	ne
GE Money bank, a. s.	Program podpory potřebných	ne
	Mamma HELP	ano

⁶⁵ Vlastní výzkum

Z tabulky č. 21 vyplývá, že obchodní partneři společností jsou do některých dárcovských programů zapojováni a do některých nikoliv. Mám na mysli obchodní partnery, kteří pomáhají finančním institucím nebo nadacím přispívat finanční nebo nefinanční formou, popř. se je snaží podpořit jiným způsobem. Do žádného z programů České spořitelny, a. s. a Unicredit Bank Czech republic and Slovakia, a. s. se obchodní partneři nezapojují. U ostatních společností je u analyzovaných programů podpora obchodními partnery různá.

Dále uvedený výšečový graf č. 4 názorně zobrazuje zapojení obchodních partnerů do analyzovaných dárcovských programů. U analyzovaných programů jsem zjistil pouze 18% zapojení obchodních partnerů. Z toho jasně plyne, že obchodní partneři jsou do dárcovských programů zapojování spíše výjimečně.

Graf č. 4: Znázornění zapojení obchodních partnerů do dárcovských programů⁶⁶



Analýza zapojení obchodních partnerů do dárcovských programů mi odhalila, že obchodní partneři finančních společností se zapojují do dárcovských programů spíše ojediněle.

⁶⁶ Vlastní výzkum

6.5 Srovnání podle objektu dárcovských programů

V následující tabulce jsou zachyceny objekty, na které se dárcovské programy zaměřují.

Tabulka č. 22: Dárcovské programy z hlediska objektu⁶⁷

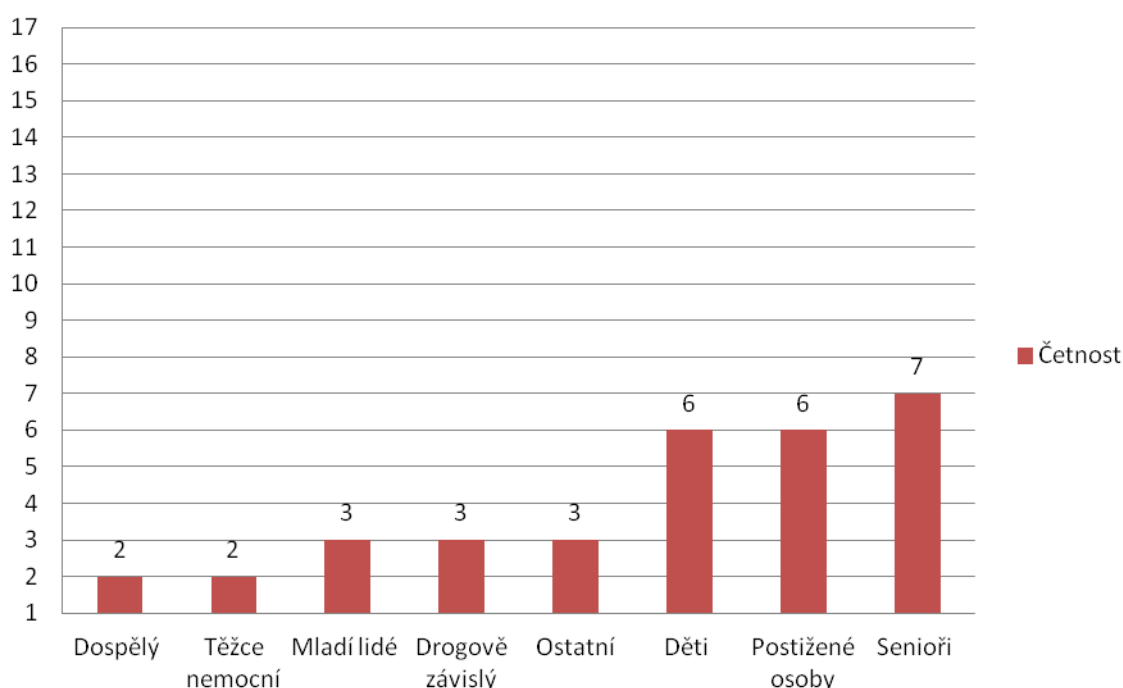
Společnost	Program/Projekt	Objekt dárcovských programů
Česká spořitelna, a. s.	Aktivní život seniorů - Krizová linka Senior	senioři
	Aktivní život seniorů - Tísňová péče Areión	senioři, postižené osoby
	Aktivní život seniorů - SZ služby pro seniory	senioři, postižené osoby
	Prevence a léčba drogových závislostí - Terapeutická komunita Karlov	drogově závislý
	Prevence a léčba drogových závislostí - Centrum metadonové substituce	drogově závislý
	Prevence a léčba drogových závislostí - Chráněná dílna EIKÓN	ostatní
	Péče o lidi s mentálním postižením	postižené osoby
ČSOB, a. s.	Dobrovolnický program - ČSOB a Era Pomáháme společně	postižené osoby, děti, mladí lidé
	CSR Regionální fond ČSOB a Era	děti, mladí lidé
	Domov Sue Ryder	senioři
Komerční banka, a. s.	Jistota s LINETEM	těžce nemocní a nevléčitelné osoby, senioři
	Stipendia pro vysokoškolské studenty se zdravotním postižením	postižené osoby
	Babyboxy	děti
UniCredit Bank Czech Republic and Slovakia, a. s.	Program podpora a sociální začlenění - Learn More	děti
	Gift Matching Program	závisí na zaměstnancích banky, jakou neziskovou organizaci podpoří (v grafu zahrnutý jako podpora všech zmíněných)
GE Money bank, a. s.	Program podpory potřebných	děti, dospělý
	Mamma HELP	ostatní

⁶⁷ Vlastní výzkum

Z tabulky č. 22 je zřejmé, na koho jsou programy orientovány. U dárcovských programů se vyskytuje velké množství objektů. Analyzované programy jsou zaměřeny především na tyto hlavní skupiny: děti, mladí lidé, dospělý, senioři, postižené osoby, drogově závislí, těžce postižení a ostatní (Pojem ostatní pro zjednodušení analýzy zahrnuje ženy s rakovinou prsu, abstinující, lidé s drogovou minulostí, lidé z vězení, dlouhodobě nezaměstnané a lidé postižené záplavami).

Dále uvedený sloupcový graf č. 5 přehledně zachycuje hlavní objekty dárcovských programů. V grafu jsou zachyceny hlavní skupiny zájmu. Graf znázorňuje, kolik dárcovských programů podporuje danou skupinu. Nejvíce podporovanou skupinou jsou senioři. Seniorskou podporuje 7 z celkového počtu 17 analyzovaných programů. Další velmi podporované skupiny jsou postižení a děti. Nejméně se analyzované programy soustřeďují na dospělé a těžce nemocné.

Graf č. 5: Znázornění objektu dárcovských programů⁶⁸



Analýza objektů dárcovských programů mi odhalila, že nejvíce podporovanými skupinami jsou senioři, postižení a děti. Nejméně se analyzované programy soustřeďují na dospělé a těžce nemocné.

⁶⁸ Vlastní výzkum

6.6 Srovnání z hlediska zapojení klientů finančních institucí

V následující tabulce je zobrazeno, zda jsou do dárcovských programů zapojováni klienti finančních institucí.

Tabulka č. 23: Dárcovské programy z hlediska zapojení klientů⁶⁹

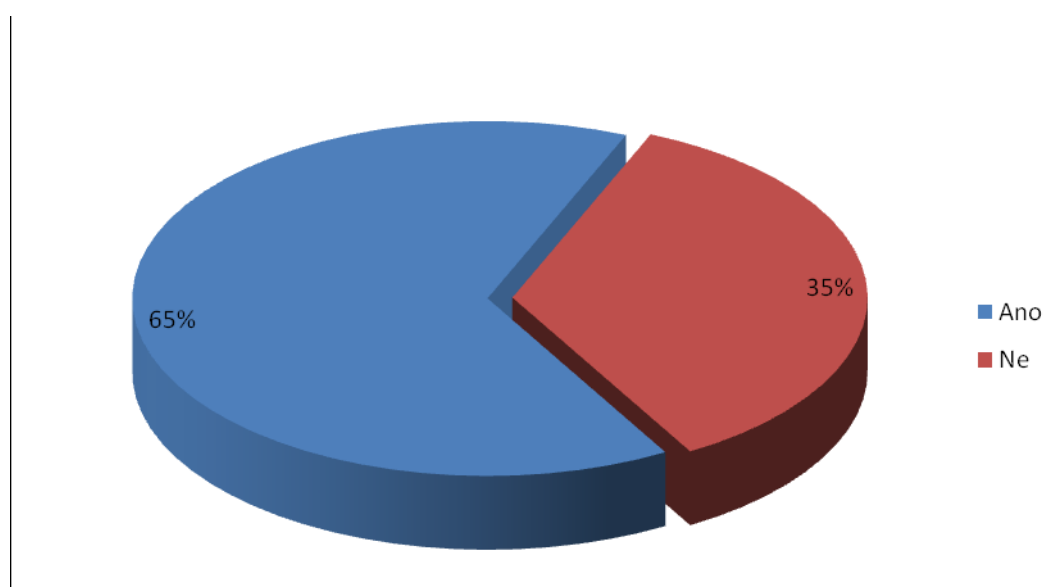
Společnost	Program/Projekt	Zapojení klientů banky
Česká spořitelna, a. s.	Aktivní život seniorů - Krizová linka Senior	ano
	Aktivní život seniorů - Tísňová péče Areión	ano
	Aktivní život seniorů - SZ služby pro seniory	ano
	Prevence a léčba drogových závislostí - Terapeutická komunita Karlov	ano
	Prevence a léčba drogových závislostí - Centrum metadonové substituce	ano
	Prevence a léčba drogových závislostí - Chráněná dílna EIKÓN	ano
	Péče o lidi s mentálním postižením	ano
ČSOB, a. s.	Dobrovolnický program - ČSOB a Era Pomáháme společně	ne
	CSR Regionální fond ČSOB a Era	ne
	Domov Sue Ryder	ne
Komerční banka, a. s.	Jistota s LINETEM	ano
	Stipendia pro vysokoškolské studenty se zdravotním postižením	ne
	Babyboxy	ano
UniCredit Bank Czech Republic and Slovakia, a. s.	Program podpora a sociální začlenění - Learn More	ne
	Gift Matching Program	ne
GE Money bank, a. s.	Program podpory potřebných	ano
	Mamma HELP	ano

⁶⁹ Vlastní výzkum

Z tabulky č. 23 vyplývá, že klienti společností jsou do některých dárcovských programů zapojováni a do některých nikoliv. Česká spořitelna, a. s. a GE Money Bank zahrnují své klienty do všech dárcovských programů. Československá obchodní banka, a. s. a Unicredit Bank Czech republic and Slovakia, a. s klienty do svých programů nezapojují. U Komerční banky, a. s. je zapojení klientů různé.

Pro přehlednější znázornění jsem sestrojil výsečový graf č. 6. Z grafu vyplývá, že do 65 % analyzovaných dárcovských programů jsou zahrnováni klienti společností. Na zbývajících 35 % programů se klienti nepodílejí.

Graf č. 6: Znázornění zapojení klientů do dárcovských programů⁷⁰



Analýza zapojení klientů finančních institucí mi odhalila, že klienti jsou z větší části do dárcovských programů zapojováni. Zjistil jsem, že toto zapojení klientů není u všech společností stejné. Analyzované společnosti mají většinou na zapojení klientů jednoznačný přístup, buď jsou klienti zapojováni do všech programů, nebo do žádných. Výjimku tvoří Komerční banka, a. s. která zastává obě možnosti.

⁷⁰ Vlastní výzkum

6.7 Srovnání z hlediska dlouhodobosti

Následující tabulka zobrazuje, jak dlouho jsou dárcovské programy realizovány.

Tabulka č. 24: Dlouhodobost dárcovských programů⁷¹

Společnost	Program/Projekt	Dlouhodobost
Česká spořitelna, a. s.	Aktivní život seniorů - Krizová linka Senior	od r. 1990
	Aktivní život seniorů - Tísňová péče Areión	od r. 1992
	Aktivní život seniorů - SZ služby pro seniory	od r. 1989
	Prevence a léčba drogových závislostí - Terapeutická komunita Karlov	od r. 1990
	Prevence a léčba drogových závislostí - Centrum metadonové substituce	od r. 2007
	Prevence a léčba drogových závislostí - Chráněná dílna EIKÓN	od r. 2006
	Péče o lidi s mentálním postižením	od r. 2014
ČSOB, a. s.	Dobrovolnický program - ČSOB a Era Pomáháme společně	od r. 2009
	CSR Regionální fond ČSOB a Era	od r. 2012
	Domov Sue Ryder	od r. 2012
Komerční banka, a. s.	Jistota s LINETEM	od r. 2010
	Stipendia pro vysokoškolské studenty se zdravotním postižením	od r. 2013
	Babyboxy	od r. 2008
UniCredit Bank Czech Republic and Slovakia, a. s.	Program podpora a sociální začlenění - Learn More	leden 2011 - prosinec 2012
	Gift Matching Program	od r. 2003
GE Money bank, a. s.	Program podpory potřebných	od r. 1996
	Mamma HELP	od r. 1999

⁷¹ Vlastní výzkum

Z tabulky č. 24 plynou různé délky trvání analyzovaných programů. Pro analýzu z tohoto hlediska jsem si určil těchto 5 intervalů:

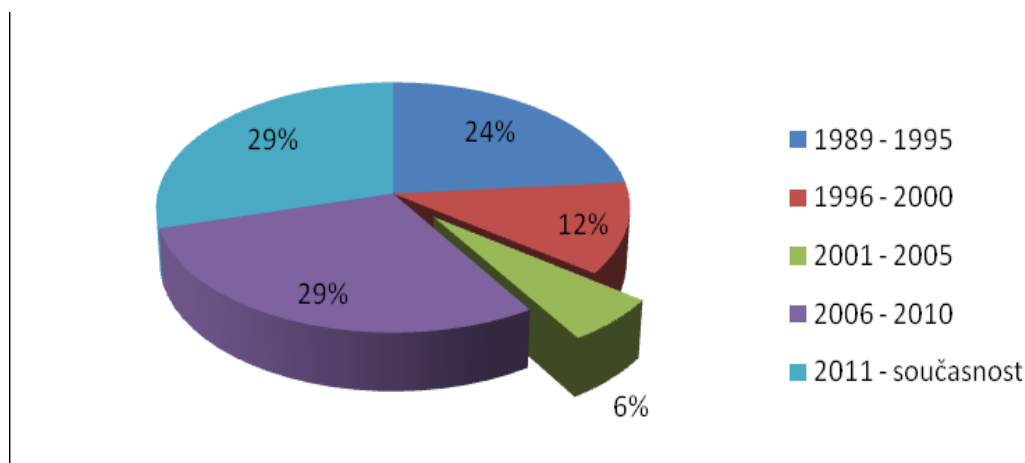
- 1989 - 1995
- 1996 - 2000
- 2001 - 2005
- 2006 - 2010
- 2011 - současnost

Stanovené intervaly mi umožní daný rys přehledně analyzovat.

Po přiřazení dárcovského programu do příslušného intervalu jsem sestrojil výsečový graf č. 7. Graf mi procentuálně znázorňuje, v kterém období analyzované programy vznikly.

Z grafu tak vyplývá, že nejvíce dárcovských programů vzniklo v letech 2006 - 2010 a v letech 2011 - současnost. Oba tyto intervaly obsahují 29 % analyzovaných programů. Nejméně programů se realizuje od r. 2001 - 2005.

Graf č. 7: Znázornění dlouhodobosti dárcovských programů⁷²



Analýza z hlediska dlouhodobosti mi odhalila, že nejvíce dárcovských programů vzniklo v období od r. 2006 až po současnost. Procentuálně se jedná o 58 % analyzovaných programů. Překvapivě nejméně programů nevzniklo v nejstarším období (1989 - 1995), ale v letech 2001 - 2005.

⁷² Vlastní výzkum

6.8 Srovnání z hlediska spolupráce s organizacemi

Následující tabulka zobrazuje zda, existuje spolupráce s nějakou organizací, v případě že ano, tak s jakou.

Tabulka č. 25: Dárcovské programy z hlediska spolupráce s různými organizacemi⁷³

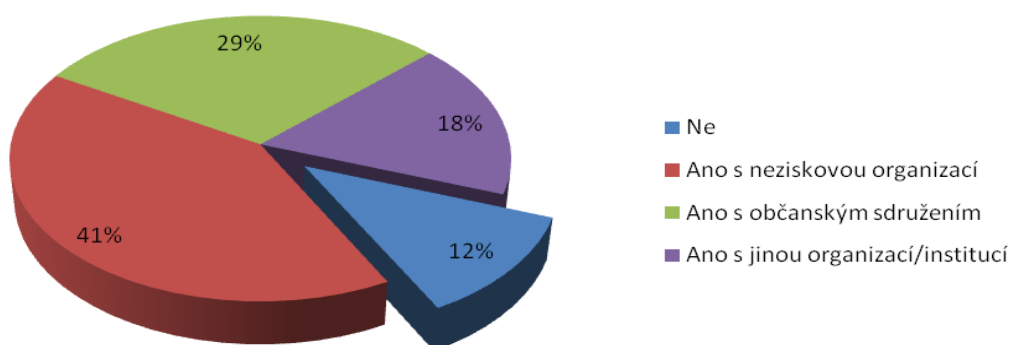
Společnost	Program/Projekt	Spolupráce s neziskovými nebo jinými institucemi
Česká spořitelna, a. s.	Aktivní život seniorů - Krizová linka Senior	nezisková organizace
	Aktivní život seniorů - Tisňová péče Areión	nezisková organizace
	Aktivní život seniorů - SZ služby pro seniory	příspěvková organizace
	Prevence a léčba drogových závislostí - Terapeutická komunita Karlov	nezisková organizace
	Prevence a léčba drogových závislostí - Centrum metadonové substituce	nezisková organizace
	Prevence a léčba drogových závislostí - Chráněná dílna EIKÓN	občanské sdružení
	Péče o lidi s mentálním postižením	ne
ČSOB, a. s.	Dobrovolnický program - ČSOB a Era Pomáháme společně	občanské sdružení
	CSR Regionální fond ČSOB a Era	ne
	Domov Sue Ryder	nezisková organizace
Komerční banka, a. s.	Jistota s LINETEM	asociace poskytovatelů hospicové paliativní péče
	Stipendia pro vysokoškolské studenty se zdravotním postižením	vysoké školy
	Babyboxy	občanské sdružení
UniCredit Bank Czech Republic and Slovakia, a. s.	Program podpora a sociální začlenění - Learn More	nezisková organizace
	Gift Matching Program	nezisková organizace
GE Money bank, a. s.	Program podpory potřebných	občanské sdružení
	Mamma HELP	občanské sdružení

⁷³ Vlastní výzkum

Z tabulky č. 25 je zřejmé, že finanční instituce většinou s nějakými organizacemi spolupracují. Nejčastější spolupráce je s neziskovými organizacemi a s občanskými sdruženími. Spolupráce probíhá i s příspěvkovými a dobrovolnickými organizacemi, obecně prospěšnými společnostmi, školami a asociacemi. Uvedené spolupracující jsem pro zjednodušení analýzy zahrnul pod název jiné organizace / instituce.

Výšečový graf č. 8 zobrazuje, zda existuje spolupráce na dárcovských programech s nějakou organizací, případně s jakou. Zjistil jsem, že 12 % dárcovských programů je realizováno bez spolupráce s nějakou organizací. Nejvíce analyzovaných programů je uskutečňováno s pomocí neziskových organizací. Jedná se o 41 % zkoumaných programů. Druhou nejvýznamnější organizací jsou občanská sdružení s 29 %.

Graf č. 8: Znázornění spolupráce na dárcovských programech s neziskovými nebo jinými institucemi⁷⁴



Analýza z hlediska spolupráce s organizacemi mi odhalila, že 88 % analyzovaných programů je realizováno ve spolupráci s nějakou organizací. Nejčastější spolupráce je s neziskovými organizacemi a občanskými sdruženími.

⁷⁴ Vlastní výzkum

6.9 Srovnání z hlediska řešení skrze nadaci

Následující tabulka zobrazuje zda, jsou dárcovské programy řešeny skrze nadaci.

Tabulka č. 26: Dárcovské programy z hlediska řešení skrze nadaci⁷⁵

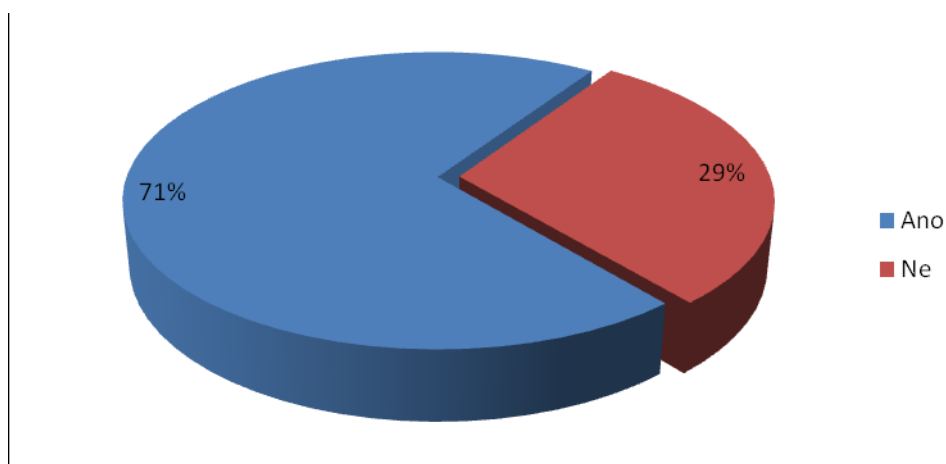
Společnost	Program/Projekt	Řešení skrze nadaci
Česká spořitelna, a. s.	Aktivní život seniorů - Krizová linka Senior	ano
	Aktivní život seniorů - Tísňová péče Areión	ano
	Aktivní život seniorů - SZ služby pro seniory	ano
	Prevence a léčba drogových závislostí - Terapeutická komunita Karlov	ano
	Prevence a léčba drogových závislostí - Centrum metadonové substituce	ano
	Prevence a léčba drogových závislostí - Chráněná dílna EIKÓN	ano
	Péče o lidi s mentálním postižením	ano
ČSOB, a. s.	Dobrovolnický program - ČSOB a Era Pomáháme společně	ne
	CSR Regionální fond ČSOB a Era	ne
	Domov Sue Ryder	ne
Komerční banka, a. s.	Jistota s LINETEM	ano
	Stipendia pro vysokoškolské studenty se zdravotním postižením	ano
	Babyboxy	ano
UniCredit Bank Czech Republic and Slovakia, a. s.	Program podpora a sociální začlenění - Learn More	ano
	Gift Matching Program	ano
GE Money bank, a. s.	Program podpory potřebných	ne
	Mamma HELP	ne

⁷⁵ Vlastní výzkum

Z tabulky č. 26 plyne, že spolupráci na programech skrze nadaci má Česká spořitelna, a. s., Komerční banka, a. s. a Unicredit Bank. Ostatní společnosti nadaci nemají, programy si vytvářejí sami.

Graf č. 9 procentuálně znázorňuje dárcovské programy z hlediska řešení skrze nadaci. Plyne z něj, že 29 % programů je realizované bez pomoci nadace. Zbývajících 71 % programů zajišťují nadace finančních společností.

Graf č. 9: Řešení dárcovských programů skrze nadace⁷⁶



Analýza řešení skrze nadaci mi odhalila, že společnosti mají i nemají nadace. Společnosti, které nadace mají, řeší dárcovské programy skrze ni. Ostatní společnosti si vytvářejí programy sami. U analyzovaných programů převažuje řešení skrze nadaci.

⁷⁶ Vlastní výzkum

6.10 Zhodnocení dárcovských programů

Při analýze dárcovských programů jsem se zaměřil na těchto 9 významných rysů:

- geografická působnost,
- finanční / nefinanční pomoc,
- zapojení zaměstnanců společnosti,
- zapojení obchodních partnerů,
- objekt dárcovských programů,
- zapojení klientů finančních institucí,
- dlouhodobost,
- spolupráce s organizacemi,
- řešení skrze nadaci.

V této části se pokusím shrnout veškerá zjištění a z dílčích závěrů se pokusím sestavit charakteristiku obecného dárcovského programu finančních institucí.

Při analýze z geografického hlediska jsem zjistil, že nejvíce podporovanou oblastí je **Praha a Středočeský kraj**.

Analýza z hlediska finanční a nefinanční pomoci odhalila, že společnosti upřednostňují **finanční formu pomoci**.

Při zkoumání zapojení **zaměstnanců** do dárcovských programů jsem zjistil, že mírně převažuje jejich **nezapojení**.

Analýza zapojení **obchodních partnerů** přinesla informaci, že zapojení obchodních partnerů je spíše **ojedinělé**.

Výzkum objektů dárcovských programů odhalil, že společnosti nejvíce podporují **seniory, postižené a děti**.

Při analýze zapojení **klientů** finančních institucí jsem došel k závěru, že klienti jsou z větší části do dárcovských programů **zapojováni**.

Při zkoumání **dlouhodobosti** programů jsem zjistil, že nejvíce dárcovských programů vzniklo v období **od r. 2006 až po současnost**.

Analýza spolupráce s organizacemi mi odhalila, že programy jsou nejčastěji realizovány ve **spolupráci s neziskovou organizací**.

Výzkum řešení **skrze nadaci** mi přinesl informaci, že u analyzovaných programů **převažuje** řešení skrze nadaci.

Dále uvedená tabulka přehledně zachycuje obecný dárcovský program finančních institucí.

Tabulka č. 27: Obecný dárcovský program u finančních institucí⁷⁷

Analyzované rysy	
Geografická působnost	Praha a Středočeský kraj
Finanční / nefinanční pomoc	finanční
Zapojení zaměstnanců	ne
Zapojení obchodních partnerů	ne
Objekt dárcovského projektu	senioři, postižení, děti
Zapojení klientů	ano
Dlouhodobost	od r. 2006 až současnost
Spolupráce s organizacemi	ano, neziskové organizace
Řešení skrze nadaci	ano

Jak je zřejmé z tabulky č. 27, obecný dárcovský program u finančních institucí se uskutečňuje v Praze nebo ve Středočeském kraji a je zajišťován finančně. Zaměstnanci ani obchodní partneři společnosti do programu zapojení nejsou, jsou zapojeni pouze klienti společnosti. Program se věnuje seniorům, postiženým nebo dětem. Vznikl pravděpodobně v letech 2006 až 2014. Společnost při realizaci programu spolupracuje s neziskovou organizací a řeší program skrze nadaci. Tento obecný dárcovský program vyjadřuje nejčastější způsob, jak finanční instituce přispívají na dobročinné účely.

⁷⁷ Vlastní výzkum

ZÁVĚR

Cílem bakalářské práce bylo seznámit se s problematikou firemní filantropie v oblasti finančních služeb, analyzovat dárcovské programy u vybraných finančních institucí, zhodnotit je a porovnat.

V úvodu práce jsem blíže představil analyzované finanční instituce. Zaměřil jsem se na Českou spořitelnu, a. s., ČSOB, a. s., Komerční banku, a. s., UniCredit Bank Czech republic and Slovakia, a. s. a GE Money Bank, a. s.

Dále jsem se věnoval konkrétním dárcovským programům výše jmenovaných finančních společností. U dárcovských programů jsem se zaměřil na tyto rysy: geografická působnost, finanční / nefinanční pomoc, zapojení zaměstnanců společnosti, zapojení obchodních partnerů, objekt dárcovských programů, zapojení klientů finančních institucí, dlouhodobost, spolupráce s organizacemi a řešení skrze nadaci.

Dárcovské programy jsem postupně analyzoval z hlediska jednotlivých rysů a dospěl jsem tak k dílčím závěrům. Analýza z geografického hlediska odhalila, že nejvíce podporovanou oblastí je Praha a Středočeský kraj. Při zkoumání finanční a nefinanční pomoci jsem zjistil, že společnosti upřednostňují finanční formu pomoci. Při analýze zapojení zaměstnanců do dárcovských programů jsem došel k závěru, že mírně převažuje jejich nezapojení. Analýza zapojení obchodních partnerů přinesla informaci, že zapojení obchodních partnerů je spíše ojedinělé. Při zkoumání objektů dárcovských programů jsem odhalil, že společnosti nejvíce podporují seniory, postižené a děti. Analýza zapojení klientů finančních institucí přinesla informaci, že klienti jsou z větší části do dárcovských programů zapojováni. Výzkumem dlouhodobosti programů jsem zjistil, že nejvíce dárcovských programů vzniklo v období od r. 2006 až po současnost. Při analýze spolupráce s organizacemi jsem došel k závěru, že programy jsou nejčastěji realizovány ve spolupráci s neziskovou organizací. Analýza řešení skrze nadaci mi přinesla informaci, že u analyzovaných dárcovských programů převažuje řešení skrze nadaci.

Z dílčích závěrů jsem sestavil charakteristiku obecného dárcovského programu finančních institucí. Tento obecný dárcovský program vyjadřuje nejčastější způsob, jak finanční instituce přispívají na dobročinné účely. Obecný dárcovský program vznikl pravděpodobně v letech 2006 až 2014. Je zajišťován finančně a uskutečňuje se v Praze nebo ve Středočeském kraji. Program se věnuje seniorům, postiženým nebo dětem. Při realizaci programu společnost spolupracuje s neziskovou organizací a řeší ho skrze

nadaci. Zaměstnance ani obchodní partnery společnost do programu nezapojuje, zapojuje pouze klienty společnosti.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Literární zdroje

1. BURDA, Z. Statistika pro obchodní akademie. Vyd. 5., Ve Fortuně 4., upr. Praha : Fortuna, 2006. 94 s. ISBN 80-716-8963-7.
2. CROWTHER, D., ARAS G. *Corporate Social Responsibility*. Frederiksberg, Denmark: BookBoon, © 2008. 144 s. ISBN 978-87-7681-415-1. Dostupné také z WWW: <<http://www.kantakji.com/media/3473/z126.pdf>>
3. DOLEŽALOVÁ, A. *Ekonomie, filantropie, altruismus: úvod do studia*. Praha : Oeconomica, 2008. 201 s. ISBN 978-80-245-1471-0.
4. JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. Praha : Grada, 2012. 320 s. ISBN 978-80-247-4209-0.
5. KAŠPAROVÁ, K. a KUNZ V. *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*. Praha : Grada, 2013, 159 s. ISBN 978-80-247-4480-3.
6. KUNZ, V. *Společenská odpovědnost firem*. Praha : Grada, 2012, 201 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3983-0.
7. PAVLÍK, M., BĚLČÍK M. *Společenská odpovědnost organizace: CSR v praxi a jak s ním dál*. Praha : Grada, 2013. 169 s. ISBN 978-80-247-3157-5
8. SYNEK, M., KISLINGEROVÁ E. *Podniková ekonomika*. Praha : C.H. Beck, 2010, 445 s. ISBN 978-80-7400-336-3.

Elektronické zdroje

- Centrum pre Filantropiu: *Formy firemnej filantropie*. [online]. [cit. 2013-12-09]. Dostupné z WWW: <<http://www.cpf.sk/sk/formy-firemnej-filantropie/>>
- ČSOB, a. s. *ČSOB a Era Pomáháme spoločne* [online]. 2012 [cit. 2014-02-23]. Dostupné z WWW: <http://www.csob.cz/WebCsob/Csob/O-CSOB/CSR/CSOB_CSR_2012_cz.pdf>
- ČSOB, a. s. *Domov Sue Ryder* [online]. 2012 [cit. 2014-02-23]. Dostupné z WWW: <http://www.csob.cz/WebCsob/Csob/O-CSOB/CSR/CSOB_CSR_2012_cz.pdf>
- ČSOB, a. s. *CSR Regionální fond ČSOB a ERA* [online]. 2012 [cit. 2014-02-23]. Dostupné z WWW: <http://www.csob.cz/WebCsob/Csob/O-CSOB/CSR/CSOB_CSR_2012_cz.pdf>
- Event marketing and sales promotion. *Cause related marketing*. [online]. [cit. 2013-12-12]. Dostupné z WWW: <<http://www.event-promotion.cz/aktualita/247-cause-related-marketing-v-praxi/>>
- GE Money Bank. *MAMA HELP* [online]. 2011 [cit. 2014-03-09]. Dostupné z WWW: <<https://www.gemoney.cz/o-nas/spolecenska-odpovednost/podpora-mistnich-komunit>>
- GE Money Bank. *Podpora potřebných* [online]. 2011 [cit. 2014-03-09]. Dostupné z WWW: <<https://www.gemoney.cz/o-nas/spolecenska-odpovednost/podpora-mistnich-komunit>>
- Královéhradecká asociace nevládních neziskových organizací. *Dobrovolnictví a filantropie*. [online]. [cit. 2013-12-05]. Dostupné z WWW: <<http://krasnno.cz/index.php?akce=dobinf&kod=5&table=dobvolinfokan>>
- Nadace České spořitelny. *Aktivní život seniorů - krizová linka senior* [online]. 2014 [cit. 2014-02-14]. Dostupné z WWW: <http://www.csas.cz/banka/appmanager/portal/nadacecs?_nfpb=true&_pageLabel=doc_menuproj&docid=internet/cs/sc_10652.xml>.
- Nadace České spořitelny. *Aktivní život seniorů - sociální a zdravotní služby pro seniory* [online]. 2014 [cit. 2014-02-14]. Dostupné z WWW: <http://www.csas.cz/banka/appmanager/portal/nadacecs?_nfpb=true&_pageLabel=doc_menuproj&docid=internet/cs/sc_10683.xml>.

- Nadace České spořitelny. *Aktivní život seniorů - tísňová péče Areión* [online]. 2014 [cit. 2014-02-14]. Dostupné z WWW: <http://www.csas.cz/banka/appmanager/portal/nadacecs?_nfpb=true&_pageLabel=doc_menuproj&docid=internet/cs/sc_13195.xml>.
- Nadace České spořitelny. *Péče o lidi s mentálním postižením* [online]. 2014 [cit. 2014-02-14]. Dostupné z WWW: <http://www.csas.cz/banka/appmanager/portal/nadacecs?_nfpb=true&_pageLabel=doc_menuenv&docid=internet/cs/sc_10555.xml>.
- Nadace České spořitelny. *Prevence a léčba drogových závislostí - Centrum metadonové substitute* [online]. 2014 [cit. 2014-02-14]. Dostupné z WWW: <http://www.csas.cz/banka/appmanager/portal/nadacecs?_nfpb=true&_pageLabel=doc_menusdrogproj&docid=internet/cs/sc_10688.xml>.
- Nadace České spořitelny. *Prevence a léčba drogových závislostí - Chráněná dílna EIKÓN* [online]. 2014 [cit. 2014-02-14]. Dostupné z WWW: <http://www.csas.cz/banka/appmanager/portal/nadacecs?_nfpb=true&_pageLabel=doc_menusdrogproj&docid=internet/cs/sc_10692.xml>.
- Nadace České spořitelny. *Prevence a léčba drogových závislostí - Terapeutická komunita Karlov* [online]. 2014 [cit. 2014-02-14]. Dostupné z WWW: <http://www.csas.cz/banka/appmanager/portal/nadacecs?_nfpb=true&_pageLabel=doc_menusdrogproj&docid=internet/cs/sc_10684.xml>.
- Nadace Jistota. *Babyboxy* [online]. 2014 [cit. 2014-03-01]. Dostupné z WWW: <<http://www.nadacejistota.cz/cs/nase-projekty/hlavni-projekty//>>.
- Nadace Jistota. *Jistota s Linetem* [online]. 2014 [cit. 2014-03-01]. Dostupné z WWW: <<http://www.nadacejistota.cz/cs/nase-projekty/hlavni-projekty//>>.
- Nadace Jistota. *Stipendia pro vysokoškolské studenty se zdravotním postižením* [online]. 2013 [cit. 2014-03-01]. Dostupné z WWW: <<http://www.nadacejistota.cz/srv/www/content/db/cs/nase-projekty/dalsi-projekty/>>.
- Společenská odpovědnost firem. *Leták SOF*. [online]. [cit. 2014-01-22]. Dostupné z WWW: <http://www.proceweb.cz/files/letak_SOF.pdf>
- Šance Dětem. *Dárcovství - Základní pojmy*. [online]. [cit. 2013-12-06]. Dostupné z WWW: <<http://www.sancedetem.cz/cs/chci-pomoci/darcovstvi-zakladni-pojmy.shtml>>
- Šance dětem: *Příjemci darů*. [online]. [cit. 2014-01-20]. Dostupné z WWW: <<http://www.sancedetem.cz/cs/chci-pomoci/prijemci-daru.shtml>>

- UniCredit Bank. *Learn More* [online]. 2011 [cit. 2014-03-04]. Dostupné z WWW: <<http://www.unicreditbank.cz/web/o-bance/tiskove-centrum/tiskove-zpravy/projekt-learn-more-uc-se-more-podpori-socialne-vyloucene-deti-pri-ziskavani-uplatnitelneho-vzdelani>>
- UniCredit Bank. *Gift Matching Program* [online]. 2011 [cit. 2014-03-04]. Dostupné z WWW: <<http://www.unicreditbank.cz/web/o-bance/sponzoring-a-charita>>

SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ

Seznam obrázků

Obrázek č. 1: <i>Firemní filantropie jako součást společenské odpovědnosti firem</i>	17
Obrázek č. 2: <i>Tři pilíře CSR (triple-bottom-line) společenská odpovědnost firem</i>	19
Obrázek č. 3: <i>Pravidla grafického znázorňování u sloupcového grafu</i>	25
Obrázek č. 4: <i>Pravidla grafického znázorňování u výšečového grafu</i>	25
Obrázek č. 5: <i>Poměrní ukazatelé struktury - vzorec</i>	26
Obrázek č. 6: <i>Výpočet poměrných ukazatelů struktury - příklad</i>	26
Obrázek č. 7: <i>Pravidla tabulkového zobrazení</i>	27

Seznam tabulek

Tabulka č. 1: <i>Analyzované rysy u dárcovského programu Aktivní život seniorů - Krizová linka senior</i>	33
Tabulka č. 2: <i>Analyzované rysy u dárcovského programu Aktivní život seniorů - Tísňová péče Areión</i>	34
Tabulka č. 3: <i>Analyzované rysy u dárcovského programu Aktivní život seniorů - Sociální a zdravotní péče o seniory, volnočasové aktivity seniorů</i>	35
Tabulka č. 4: <i>Analyzované rysy u dárcovského programu Prevence a léčba drogových závislostí - Terapeutická komunita Karlov</i>	36
Tabulka č. 5: <i>Analyzované rysy u dárcovského programu Prevence a léčba drogových závislostí - Centrum metadonové substituce</i>	36
Tabulka č. 6: <i>Analyzované rysy u dárcovského programu Prevence a léčba drogových závislostí - Chráněná dílna EIKÓN</i>	37
Tabulka č. 7: <i>Analyzované rysy u dárcovského programu Péče o lidi s mentálním postižením</i>	38
Tabulka č. 8: <i>Analyzované rysy u dárcovského programu ČSOB a Era Pomáháme společně</i>	39
Tabulka č. 9: <i>Analyzované rysy u dárcovského programu CSR Regionální fond ČSOB a ERA</i>	39
Tabulka č. 10: <i>Analyzované rysy u dárcovského programu Domov Sue Ryder</i>	40
Tabulka č. 11: <i>Analyzované rysy u dárcovského programu Jistota s Linetem</i>	41

Tabulka č. 12: <i>Analyzované rysy u dárcovského programu Stipendia pro VŠ studenty se zdravotním postižením</i>	41
Tabulka č. 13: <i>Analyzované rysy u dárcovského programu Babyboxy</i>	42
Tabulka č. 14: <i>Analyzované rysy u dárcovského programu Learn, More</i>	43
Tabulka č. 15: <i>Analyzované rysy u dárcovského programu Gift Matching Program</i>	43
Tabulka č. 16: <i>Analyzované rysy u dárcovského programu Podpora potřebných</i>	44
Tabulka č. 17: <i>Analyzované rysy u dárcovského programu Mamma HELP</i>	45
Tabulka č. 18: <i>Dárcovské programy z hlediska geografické působnosti</i>	46
Tabulka č. 19: <i>Dárcovské programy z hlediska finanční a nefinanční pomoci</i>	48
Tabulka č. 20: <i>Zapojení zaměstnanců do dárcovských programů</i>	50
Tabulka č. 21: <i>Zapojení obchodních partnerů do dárcovských programů</i>	52
Tabulka č. 22: <i>Dárcovské programy z hlediska objektu</i>	54
Tabulka č. 23: <i>Dárcovské programy z hlediska zapojení klientů</i>	56
Tabulka č. 24: <i>Dlouhodobost dárcovských programů</i>	58
Tabulka č. 25: <i>Dárcovské programy z hlediska spolupráce s různými organizacemi</i>	60
Tabulka č. 26: <i>Dárcovské programy z hlediska řešení skrze nadaci</i>	62
Tabulka č. 27: <i>Obecný dárcovský program u finančních institucí</i>	65

Seznam grafů

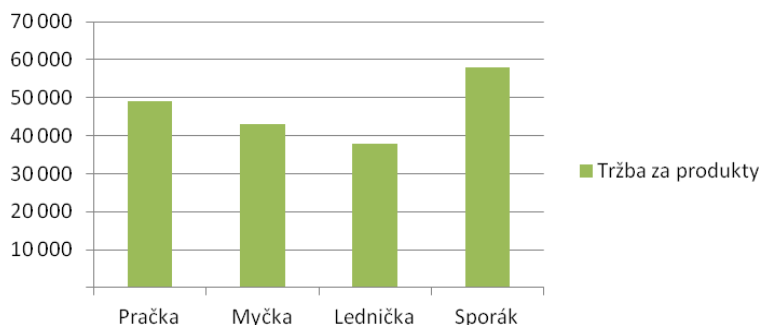
Graf č. 1: <i>Geografická působnost dárcovských programů v krajích ČR včetně Prahy</i> ..	47
Graf č. 2: <i>Finanční a nefinanční pomoc dárcovských programů</i>	49
Graf č. 3: <i>Znázornění zapojení zaměstnanců do dárcovských programů</i>	51
Graf č. 4: <i>Znázornění zapojení obchodních partnerů do dárcovských programů</i>	53
Graf č. 5: <i>Znázornění objektu dárcovských programů</i>	55
Graf č. 6: <i>Znázornění zapojení klientů do dárcovských programů</i>	57
Graf č. 7: <i>Znázornění dlouhodobosti dárcovských programů</i>	59
Graf č. 8: <i>Znázornění spolupráce na dárcovských programech s neziskovými nebo jinými institucemi</i>	61
Graf č. 9: <i>Řešení dárcovských programů skrze nadace</i>	63

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. I: <i>Grafické znázornění z věcného hlediska</i>	78
Příloha č. II: <i>Grafické znázornění z časového hlediska</i>	78
Příloha č. III: <i>Grafické znázornění z prostorového hlediska</i>	78

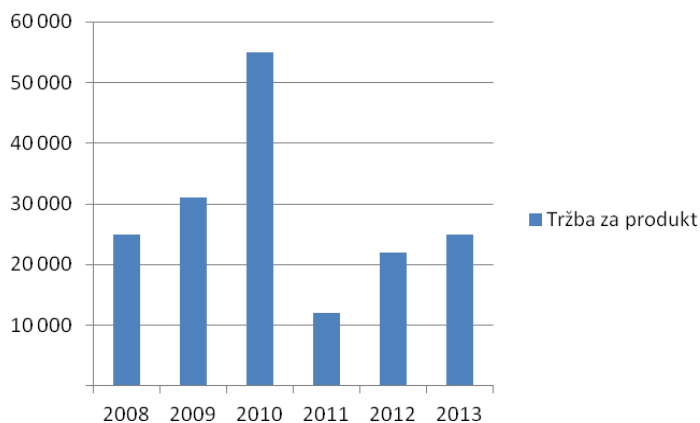
Příloha č. I: Grafické znázornění z věcného hlediska

Prodej výrobků u vybraného podniku v r.
2012 (v Kč)



Příloha č. II: Grafické znázornění z časového hlediska

Prodej praček u vybraného podniku v
letech 2008 - 2013 (v Kč)



Příloha č. III: Grafické znázornění z prostorového hlediska

Prodej praček v Praze, v Brně a v Ostravě v
r. 2012 (v Kč)

