



FIREMNÉ DARCOVSTVO z pohľadu najnovších prieskumov Fóra donorov

Darcovstvo a zamestnanci firiem

Aj v roku 2009 uskutočnilo Fórum donorov spolu s členmi Klubu firemných darcov prieskumy o dobročinnosti zamestnancov. Do prieskumu sa zapojili všetky firmy združené v Klube, menovite spoločnosti GlaxoSmithKline s.r.o., Mayer/McCann Erickson s.r.o., Pivovary Topvar a.s. Provident Financial s.r.o., Prvá stavebná sporiteľňa a.s. a Slovak Telekom a.s.

Jednotlivé prieskumy mapujú postoje zamestnancov týchto firiem k téme firemnej angažovanosti a dobročinnosti a popisujú vnímanie aktuálnych filantropických aktivít firiem ich vlastnými zamestnancami. Na základe jednotlivých prieskumov zostavilo Fórum donorov správu hodnotiacu a porovnávajúcu odpovede zamestnancov v jednotlivých firmách.

Keďže všetky firmy, ktoré sa prieskumu zúčastnili, berú pri zameraní svojich filantropických aktivít do úvahy aj názor svojich zamestnancov, tento prieskum im poslúži ako podklad pre plánovanie, zameranie a dlhodobé smerovanie programov a projektov podporujúcich verejnoprospešné aktivity. Naproti tomu, súhrnná správa zostavená Fórom donorov, poskytuje všeobecný a komplexnejší pohľad na postoje zamestnancov, ich preferencie a možnosti prípadnej participácie.

Prieskumy sa uskutočnili v období od marca do októbra 2009 a celkovo sa ich zúčastnilo 940 zamestnancov.

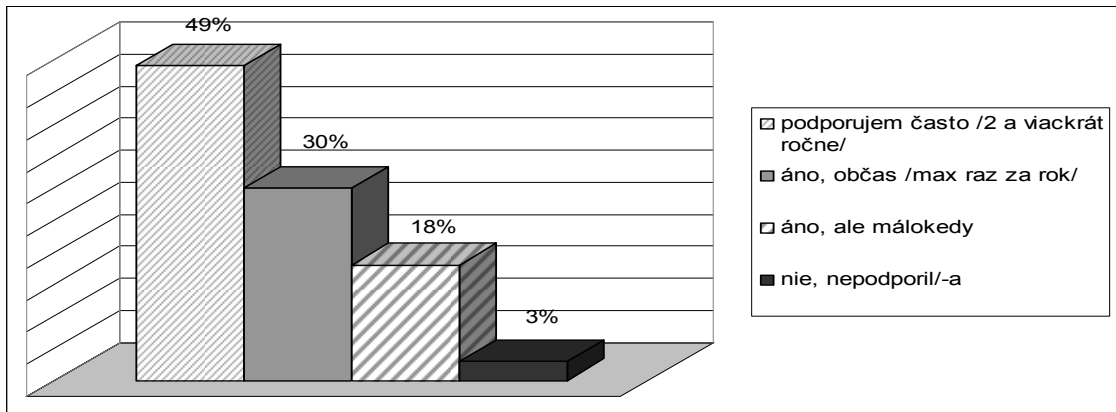
Základné parametre firiem

Firmy, ktoré prieskum uskutočnili, podnikajú v oblasti farmaceutického priemyslu, pivovarníctva, telekomunikácií, bankovníctva a financií a v oblasti reklamy a PR. Tri z nich patria do kategórie veľké firmy, t.j. zamestnávajú viac ako 250 zamestnancov (Slovak Telekom, Pivovary Topvar a Prvá stavebná sporiteľňa), zvyšné tri firmy patria do kategórie stredne veľkých firiem, zamestnávajú od 50 do 249 zamestnancov (GlaxoSmithKline, Mayer/McCann Erickson a Provident Financial).

Z hľadiska štruktúry kapitálu sú všetky firmy, až na Mayer/McCann Erickson, vlastnené zahraničným investorom. Bratislava je sídlom všetkých firiem, okrem Pivovarov Topvar, ktoré majú svoje sídlo v Topoľčanoch.

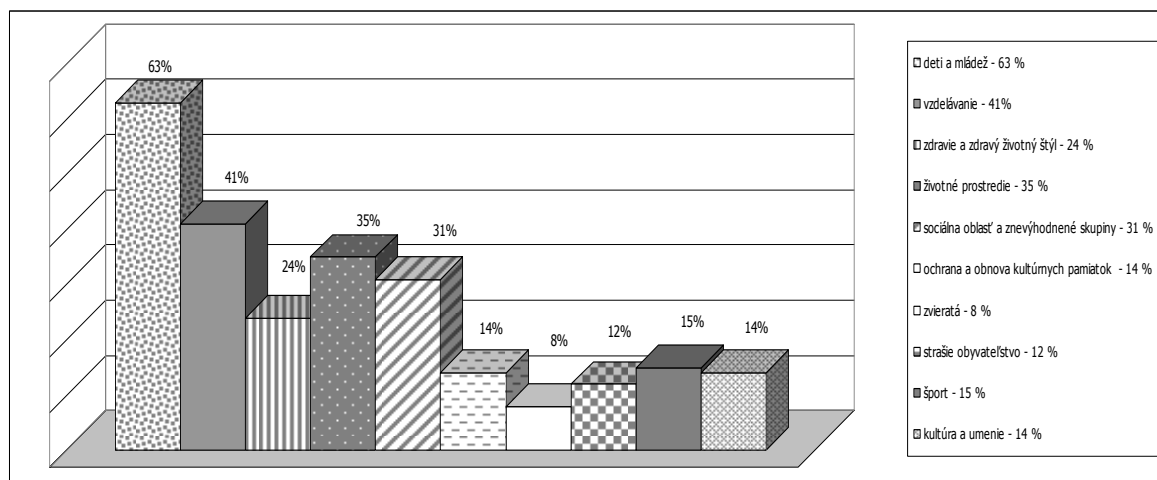
Pohľad zamestnancov na firemné darcovstvo

- Až 97 % zamestnancov má osobnú skúsenosť s podporou verejnoprospešnej aktivity, t.j. už niekedy prispeli na dobročinnosť. Takmer polovica opýtaných deklaruje, že na dobročinnosť či verejnoprospešné aktivity prispieva minimálne dvakrát ročne. Raz ročne prispieva na dobročinnosť 30 % zamestnancov, málokedy tak urobí 18 % opýtaných. Iba 3 % zamestnancov nikdy nepodporili žiadnu verejnoprospešnú aktivitu ani neprispeli na dobročinnosť. V porovnaní s minulým rokom nedošlo v odpovediach na túto otázku takmer k žiadnym zmenám.



Graf č. 1: Individuálna podpora dobročinných aktivít zamestnancami firiem

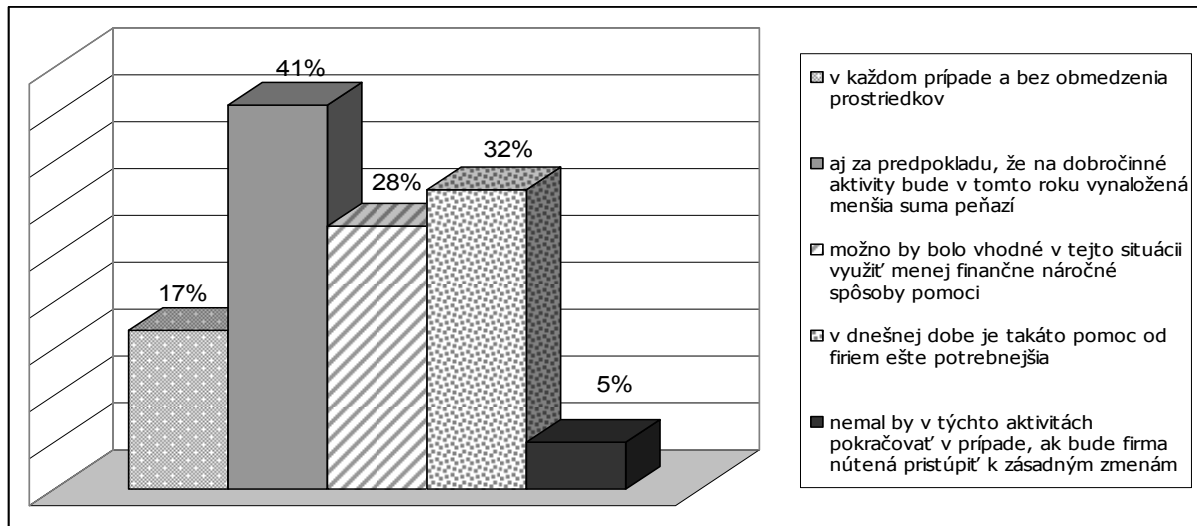
- Najčastejším motívom ovplyvňujúcim rozhodnutie zamestnancov podporiť dobročinné projekty je vlastné presvedčenie a osobná skúsenosť (74 %), nasledujú dobrovoľníci zbierajúci peniaze na ulici (31 %) a silným podnetom na prispievanie je aj reklamná kampaň, resp. médiá (17 %). Oproti minulému roku stúpol počet respondentov, ktorí prispievajú na základe vlastného presvedčenia, naopak, klesol počet tých, ktorých motivujú dobrovoľníci zbierajúci na ulici a reklama.
- Výrazná väčšina zamestnancov (87 %) si myslí, že pre firmy by malo byť samozrejme angažovať sa v komunite podporou verejnoprospešných projektov. Podpora filantropických aktivít zamestnancami je výrazná, čo možno prisť jednak firemnej kultúre podporujúcej takéto zmýšľanie, ako aj výbornej internej komunikácii podobných aktivít a ich dôležitosti v rámci sledovaných firiem.
- Ak by mohli zamestnanci rozhodovať o tom, aké oblasti firma podporí, boli by to predovšetkým deti a mládež (63 %), vzdelávanie (41 %), životné prostredie (35 %) a pomoc sociálne a inak znevýhodneným obyvateľom (31 %). V porovnaní s minulým rokom nedošlo k výraznejším zmenám v preferenciách zamestnancov.



Graf č. 2: Oblasť, ktoré by podporili zamestnanci

- Väčšina opýtaných zamestnancov súhlasí s tým, aby firmy pre ktoré pracujú, pokračovali v podpore verejnoprospešných projektov aj napriek hospodárskej kríze a s ňou súvisiacou potrebou šetrenia zdrojov. Až 32 % zamestnancov zastáva názor, že v dnešnej dobe je takéto

pomoc od firiem dokonca potrebnejšia ako v minulosti. Takmer 30 % zamestnancov navrhuje využiť pri podpore verejnoprospešných projektov finančne menej náročné nástroje, čo by na jednej strane zaručilo kontinuitu podpory, na druhej strane šetrilo firemné zdroje.



Graf č. 3: Postoj zamestnancov k podpore verejnoprospešných projektov v čase hospodárskej krízy

Darcovstvo a médiá

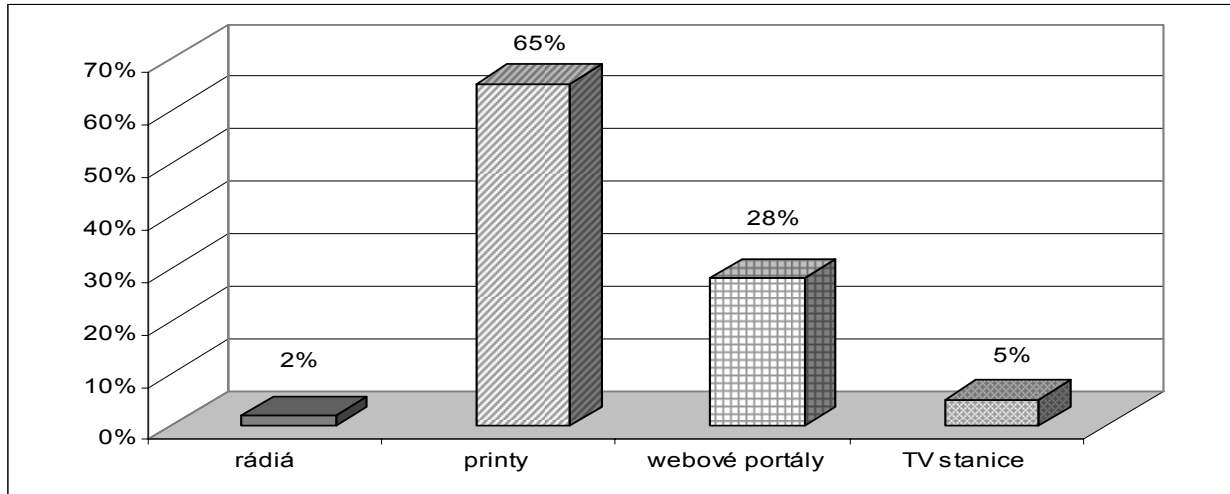
Záujem a ochota médií sprostredkovať informácie o tom, ako podnikateľské subjekty prispievajú k riešeniu páľčivých spoločenských problémov, je nevyhnutným predpokladom na zvyšovanie povedomia verejnosti o zodpovednom korporátnom občianstve a darcovských aktivitách firiem.

Fórum donorov preto na mesačnej báze monitoruje mediálne pokrytie tém týkajúcich sa spoločenskej zodpovednosti firiem, firemnej filantropie a darcovstva a na jeho základe zostavuje každoročne **Analýzu mediálneho pokrytia firemnej angažovanosti v spoločnosti**. Analýza sa zameriava predovšetkým na kvantitatívne údaje, ale neopomína ani spôsob, akým sa médiá k tejto téme vyjadrujú.

Koľko a ako sa písalo v slovenských médiách o firemnej angažovanosti v roku 2009

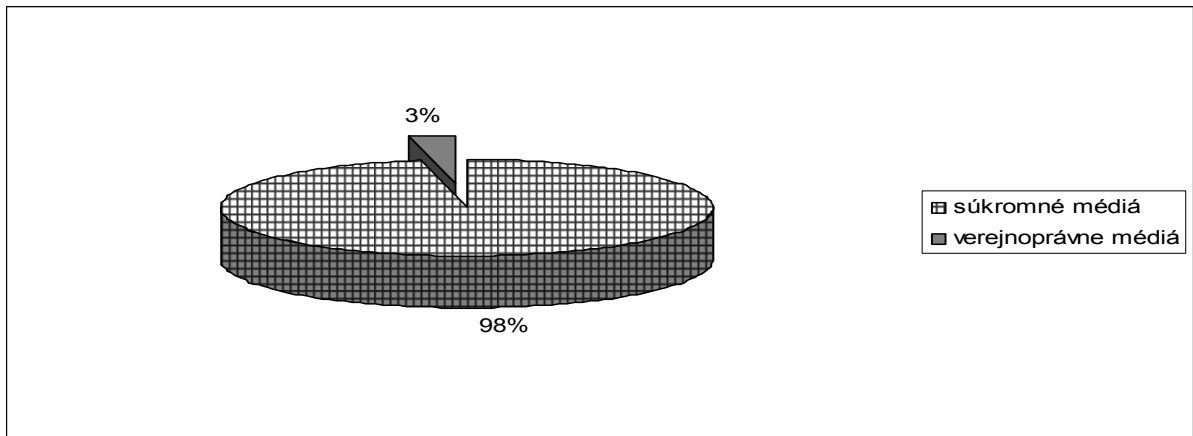
- V roku 2009 bolo uverejnených 160 správ týkajúcich sa firemnej angažovanosti v spoločnosti. V porovnaní s predchádzajúcimi rokmi opäť došlo k zvýšeniu počtu správ uverejnených na túto tému (118 správ v roku 2008, 82 správ v roku 2007).
- Podobne, ako v minulých rokoch, sa záujem médií o túto tému zvyšuje v obdobiach veľkých podujatí, ako napríklad TOP firemný filantrop, Via Bona alebo v čase uverejnenia prieskumov. Naproti minulým rokom bolo ale pokrývanie tejto témy v roku 2009 rovnomernejšie.
- V porovnaní s rokom 2008 došlo k výraznej zmene v pomere medzi počtom správ uverejnených v printových médiách a na webových portáloch. Zatiaľ čo v roku 2008 bolo na

webových portáloch uverejnených až 55 % správ, v roku 2009 to bolo iba 28 %. Naopak, výrazný nárast zaznamenali printové médiá (nárast z 41 % v roku 2008 na 65 % v roku 2009).



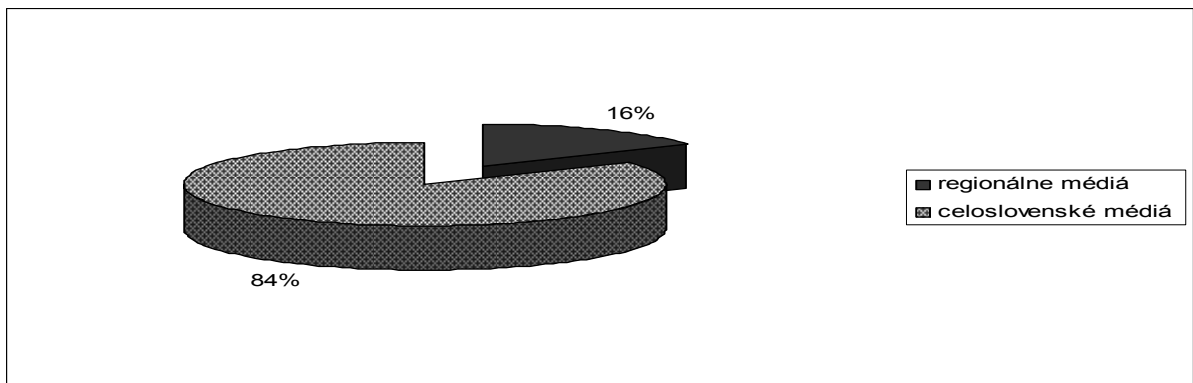
Graf č. 1 Rozloženie mediálneho pokrytia CSR a FF medzi jednotlivými médiami

- Najväčší počet správ bol v roku 2009 uverejnený v mesačníku Stratégie, ktorý má pre témy CSR a firemnej filantropie vytvorenú samostatnú rubriku. Nasledujú časopis Goodwill, denník Hospodárske noviny a týždenníky The Slovak Spectator a Trend.
- Čo sa týka webových portálov, v najväčšej miere sa sledovaným témam venovali Stratégie online (www.strategie.sk), spravodajský portál o marketingovej komunikácii a médiách. Nasledujú webové portály denníkov SME (www.sme.sk) a Hospodárskych novín (www.hnonline.sk), ďalej Svet komunikácie (www.svet-komunikacie.sk), internetový denník monitorujúci aktuálne dianie v oblasti informačných a komunikačných technológií. Do prvej päťky sa zместil ešte aj webový portál týždenníka Trend (www.etrend.sk).
- Verejnoprávne médiá sa na celkovom počte uverejnených správ v roku 2009 podieľali tromi percentami a zaznamenali jedno percentný pokles oproti roku 2008. V porovnaní s počtom správ uverejnených v súkromných médiách možno aj tento rok hovoriť o výraznom nepomere. V pokrývaní tejto témy dlhodobo absentuje verejnoprávna Slovenská televízia.



Graf č. 2: Rozloženie správ medzi súkromné a verejnoprávne médiá

- Aj v roku 2009 sme zaznamenali výrazný nepomer medzi uverejňovaním informácií o tejto téme v regionálnych a celoslovenských médiách.



Graf č. 3: Rozloženie správ medzi regionálne a celoslovenské médiá

- Prevažná väčšina správ týkajúcich sa firemnej angažovanosti uverejnená v monitorovanom období vyznela neutrálne alebo pozitívne. V roku 2009 sme zaznamenali jednu správu s negatívnym obsahom.
- Až 57 % všetkých správ uverejnených v roku 2009 na tému firemná filantropia (bez správ o CSR) informovalo o aktivitách a podujatiach Fóra donorov alebo Klubu firemných darcov.

Fórum donorov je združenie popredných organizácií udeľujúcich granty mimovládny neziskovým organizáciám. V roku 2006 pri Fóre donorov vznikol Klub firemných darcov združujúci podnikateľské subjekty s dlhoročnou tradíciou zodpovedného a transparentného firemného darcovstva. Členmi Klubu firemných darcov sú spoločnosti GlaxoSmithKline, s. r. o.; Mayer/McCann Erickson, s.r.o.; Pivovary Topvar, a. s.; Provident Financial, s.r.o. ; Prvá stavebná sporiteľňa, a.s. a Slovak Telekom, a. s.