

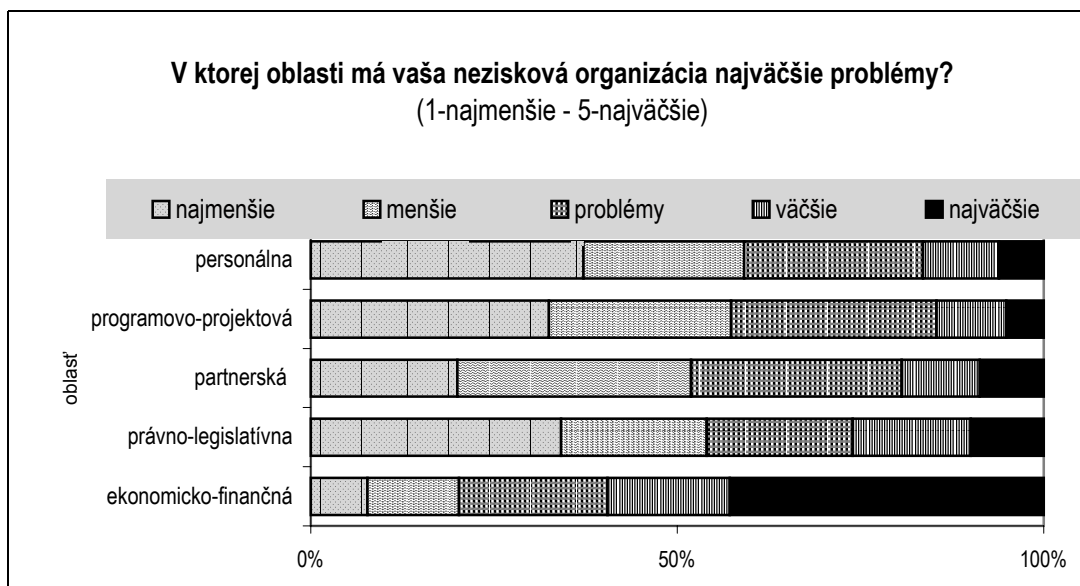
SPOLUPRÁCA PODNIKATEĽSKÉHO A NEZISKOVÉHO SEKTORA NA SLOVENSKU A KONZULTAČNÉ PRÍLEŽITOSTI

V diskusiách o budúcnosti neziskových organizácií i celého neziskového sektora na Slovensku čoraz naliehavejšie zaznieva výzva, resp. potreba posilňovania trvalej udržateľnosti organizácií. Možno snáď povedať, že zabezpečenie trvalej udržateľnosti úzko súvisí s udržateľným spôsobom financovania, so zabezpečením stability zdrojov (a to jednak v objeme prostriedkov, a jednak v ich štruktúre). Neziskové organizácie pri dileme zabezpečovania prostriedkov na úhradu nákladov vlastných činností stoja pred viacerými možnosťami. Buď sa môžu spoľahnúť na tvorbu zdrojov vo vlastnej réžii, a tak dajú dôraz na samofinancovanie a viaceré jeho formy, alebo inou alternatívou zostáva nateraz prevládajúce získavanie financií z externých zdrojov – fundraising so všetkými svojimi pozitívnymi i negatívnymi stránkami. A možno bude mať vyváženosť financovania u tých organizácií, ktoré prežijú, svoje korene kdesi uprostred a optimálnym sa ukáže kombinácia oboch týchto prístupov.

Nech je akokoľvek, tento materiál má snahu priblížiť **ekonomické problémy neziskových organizácií**, podať subjektívny pohľad autora na tieto oblasti s dôrazom na **získavanie zdrojov pri spolupráci s inými sektormi, hlavne s podnikateľským**. Prezентuje situáciu v **prístupe k medzisektorovej spolupráci (MSS) u neziskových organizácií a podnikateľských subjektov**, ďalej pohľad viacerých **expertov z praxe na aktuálne otázky rozvoja MSS** na Slovensku a s tým súvisiacimi informačnými potrebami, resp. postupom pri jej ďalšom posúvaní smerom vpred. Pri týchto témach sa zameriame na **predpoklady úspešnosti** spolupráce (a to na strane neziskového ako aj podnikateľského sektora) a rovnako sa chceme sústrediť aj na **konzultantské príležitosti**, ktoré toto obsiahle a nesmierne zaujímavé pole naskytuje. Oblasť financovania neziskových organizácií zahŕňa aj ďalšie oblasti (ako financovanie z verejných a individuálnych zdrojov, nadácií či tvorba zdrojov vo vlastnej réžii - samofinancovanie) - tento materiál sa však sústreďí iba na vyššie uvedené okruhy bez analýzy týchto ďalších možných zdrojov.

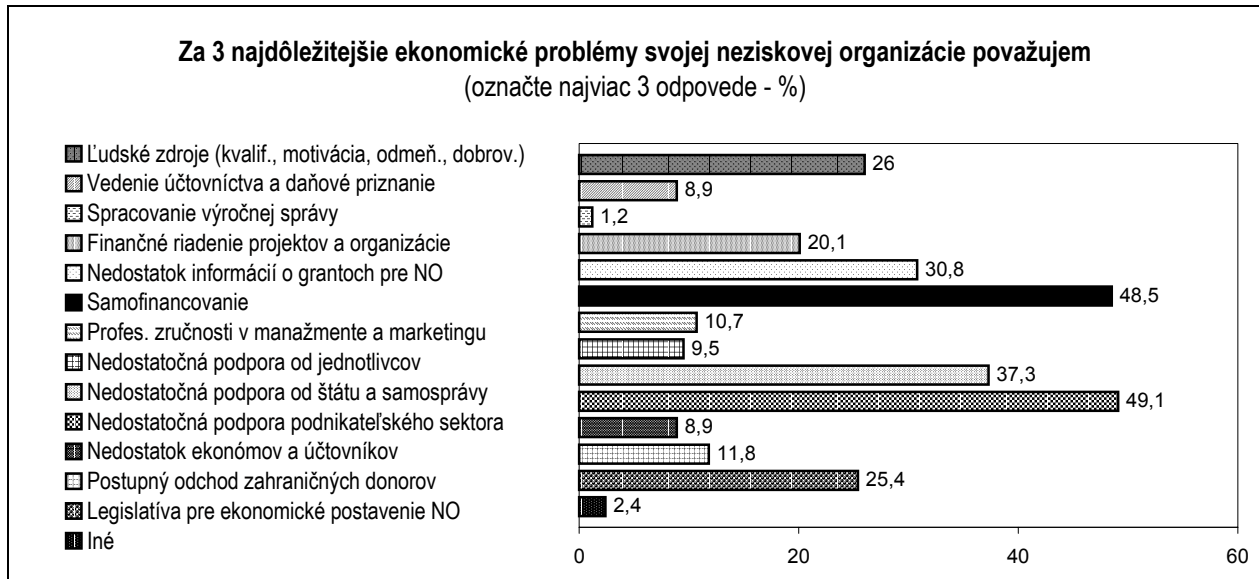
Ekonomické problémy neziskových organizácií

To, že neziskové organizácie majú dlhodobé problémy s financovaním svojich aktivít nie je žiadna novinka. Pomaly to možno považovať za akúsi „prirodzenosť“, ktorá sprevádza ich fungovanie. Potvrdil to aj dotazníkový a osobný anketový prieskum na vzorke 182 neziskových organizácií, ktorý naše združenie PANET realizovalo v roku 2002. Pri otázke „V ktorej oblasti má vaša nezisková organizácia najväčšie problémy“ mali respondenti ponúknutým oblastiam (personálna, programovo-projektová, partnerská, právno-legislatívna, ekonomicko-finančná) priradiť známku od 1 (najmenšie problémy) po 5 (najväčšie). **Najhoršiu známku 3,7 dostala práve ekonomicko-finančná oblasť** (viď Graf 1).



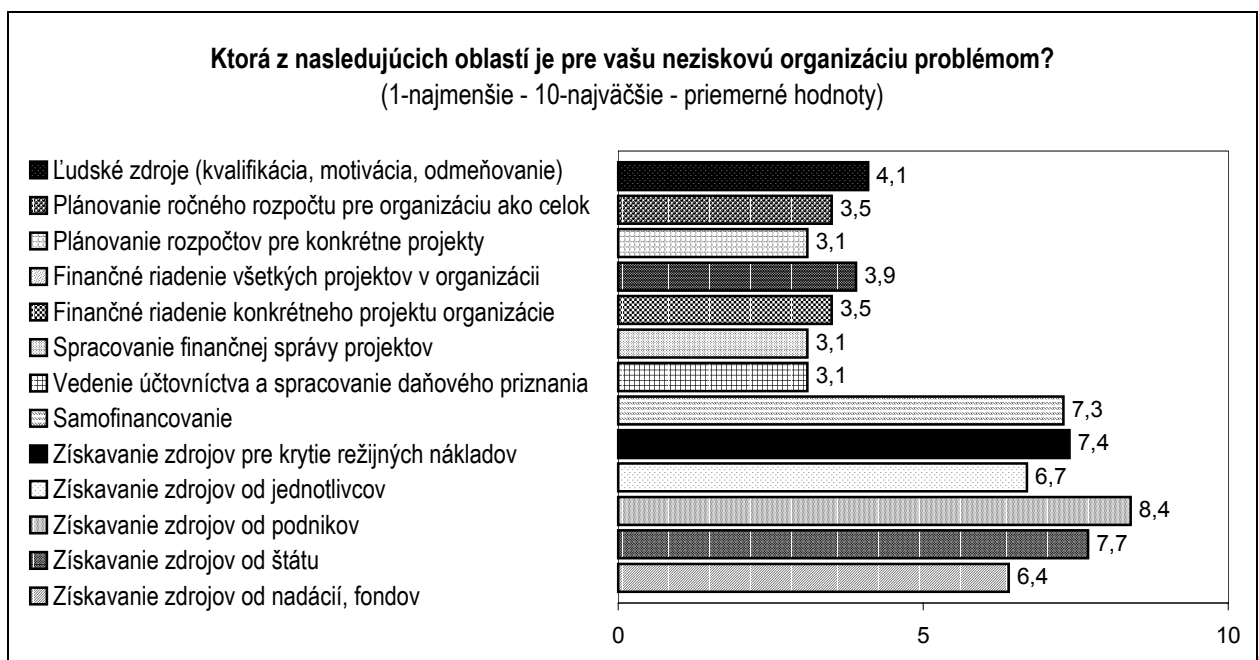
Graf 1 - Počet neziskových organizácií: 157-168

Pri ďalšej otázke mali respondenti z ponúknutých oblastí vybrať 3 najproblémovjšie pre vlastnú organizáciu. Podľa zozbieraných odpovedí v oblasti ekonomiky a financovania vidia predstavitelia neziskových organizácií **najväčšie problémy pri nedostatočnej podpore podnikateľského sektora, samofinancovaní a nedostatočnej podpore zo strany štátu a samosprávy**. Teda alternatívy financovania z nadačných zdrojov – vytváranie zdrojov vo vlastnej réžii, resp. ich generovanie zo spolupráce so subjektami ostatných sektorov.



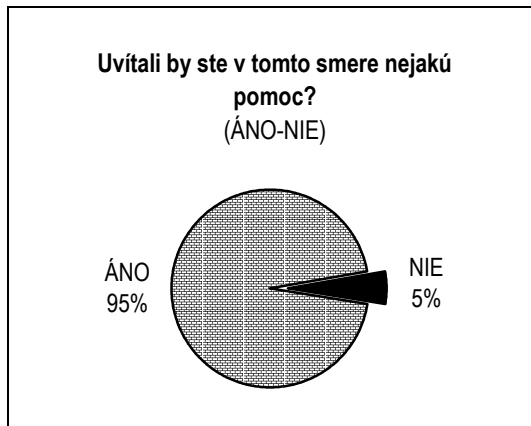
Graf 2 - Počet neziskových organizácií: 169, Počet odpovedí: 491

Pri skúmaní tejto oblasti sme predstaviteľom neziskových organizácií ponúkli niektoré ďalšie možné odpovede z oblasti ekonomiky a financovania. Vyššie uvedené závery sa len potvrdili, keď na 10-bodovej škále hodnotenia ako **najproblémovjšie dopadlo získavanie zdrojov od podnikov, štátu, ďalej získavanie zdrojov pre krytie režijných nákladov či samofinancovanie**.

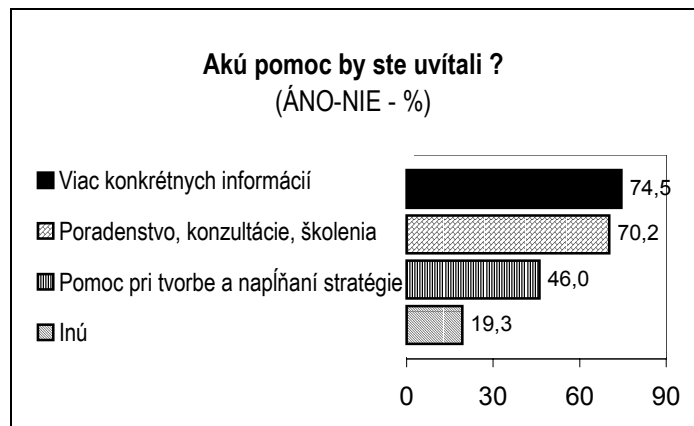


raf 3 - Počet neziskových organizácií: 157-168

Predmetom našej ankety bolo aj zisťovanie záujmu o pomoc a jej očakávané podoby. Na otázku odpovedala drvivá väčšina (až 95 %) organizácií pozitívne. Pri ďalšej konkretizácii tejto pomoci (z ponúknutých možností) sa ako **najdôležitejšia** ukázala **väčšia potreba konkrétnych informácií (74,5 %)** a **poradenstvo, konzultácie, školenia (70,2 %)**. Odpovede zachytávajú nasledujúce grafy.



Graf 4 - Počet neziskových organizácií: 169



Graf 5 - Počet neziskových organizácií: 161, Počet odpovedí: 338

Skoro pätina respondentov využila aj otvorenú otázku a odpovedali, že **najväčšou pomocou by pre nich bola zmena legislatívy, fundraising, sprístupňovanie konkrétnych a praktických informácií a rád o nadáciach a fondoch.** Hoci tieto informácie sú prakticky spred dvoch rokov, zdá sa, že **pole pre konzultačné pôsobenie v tejto oblasti je naďalej veľmi otvorené a ponúka množstvo príležitostí pre konzultantov v oblasti ekonomických záležitostí a financovania, s postupujúcimi zmenami v sektore čoraz väčšími aj v medzisektorovej spolupráci a samofinancovaní. Otázne to však je so schopnosťou týchto organizácií za konzultačné služby platiť, keďže organizácie samotné majú problémy s vlastným prežitím.**

Ako aj toto malé anketové zisťovanie potvrdilo, minimálne táto skúmaná vzorka neziskových organizácií má evidentne **najväčšie problémy s financovaním.** V situácii čoraz vysychajúcejších nadačných zdrojov zo zahraničia - donedávneho štedrého zdroja financovania - a pri súčasnom nedostatku domácich zdrojov, ktoré by mohli byť aspoň čiastočnou náhradou, je čoraz viac organizácií neziskového sektora konfrontovaných s výzvou **hľadania alternatívnych zdrojov financovania.** Tými sú spolupráca s inými sektormi či tvorba zdrojov vo vlastnej réžii - samofinancovanie. V ďalšom texte budeme analyzovať podnikateľsko-neziskovú medzisektorovú spoluprácu, samofinancovaním sa nebudeme podrobnejšie zaoberať.

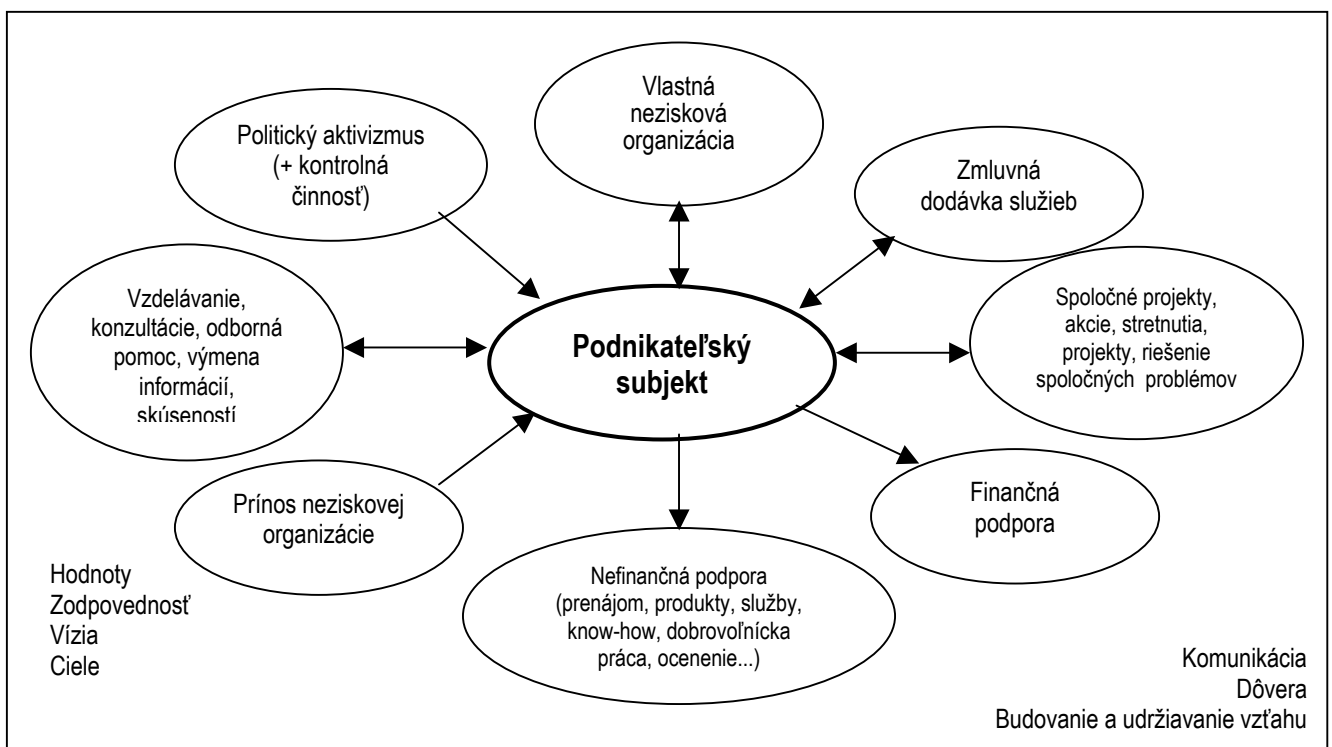
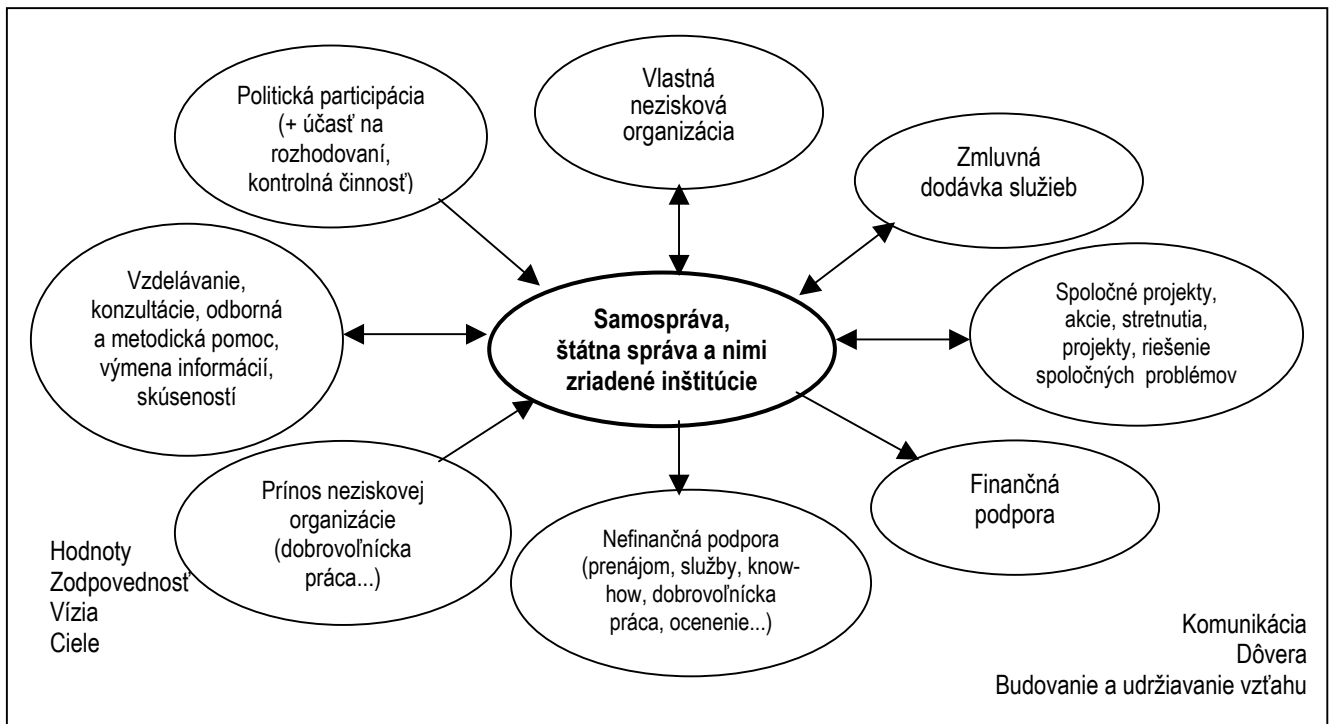
Získavanie zdrojov pri spolupráci s podnikateľským sektorom

V tejto časti sa najskôr pozrieme na príčiny, prečo sa medzisektorová spolupráca medzi neziskovým a podnikateľským sektorom nachádza v takom stave, v akom je, resp. aké sú výzvy na jej rozvíjanie do budúcnosti, a to konkrétne aj výzvy konzultantské. Pokúsime sa načrtnúť pripravenosť jednotlivých strán a príležitosti pre pôsobenie konzultanta či už na strane neziskových organizácií alebo podnikateľských subjektov.

Keď chceme hovoriť o medzisektorovej spolupráci je vhodné si najskôr načrtnúť, k akým vzťahom medzi týmito subjektami dvoch, resp. troch sektorov môže dochádzať. V rámci programu Medzisektorová spolupráca Nadácie pre deti Slovenska sme vo vzájomných diskusiách, súc inšpirovaní materiálom z maďarského štatistického úradu či najnovšieho prieskumu o veľkosti tretieho sektora S.P.A.C.E., dospeli k nasledujúcemu grafickému načrtnutiu **vzťahov neziskovej organizácie a podnikateľského subjektu, resp. subjektu verejného sektora.**

SCHEMATICKÉ ZNÁZORNENIE VZŤAHOV

NEZISKOVÁ ORGANIZÁCIA VS. SAMOSPRÁVA A PODNIKATEĽSKÝ SUBJEKT



Podľa: 10 years in Nonprofit Statistics 1992-2002. Kőzponti Statisztikai Hivatal, Budapest 2003, str. 26.

Pri podnikateľských subjektoch je pritom ešte vhodné rozlišovať rôzne úrovne vzájomných vzťahov – **darcovstvo (filantropiu)** – čistú snahu pomáhať bez nejakej odplaty), ďalej **sponzoring** (komerčnejší vzťah, pri ktorom podnikateľský subjekt očakáva od neziskovej organizácie nejaké protiplnenie, zväčša vo forme publicity či reklamy). Vyššou úrovňou vzájomnej spolupráce, ktorá síce má komerčnejší charakter, ale zároveň nadobúda na väčšej

strategickosti je **dobročinný, zdieľaný** alebo **cause-related marketing** (za prepožičanie mena či názvu získava nezisková organizácia časť príjmov zo zvýšeného predaja produktov). Najvyšším štádiom spolupráce subjektov neziskového a ziskového, ale aj verejného sektora sú **zmluvné partnerstvá pri komunitnom a regionálnom rozvoji**, ktoré v ostatnom čase nadobúdajú na aktuálnosti najmä v súvislosti s čerpaním povstupových fondov Európskej únie.

Pri nadväzovaní kontaktov medzi subjektami ziskového a neziskového sektora a rozvíjaní ich vzájomnej spolupráce ide väčšinou o stret dvoch svetov. O organizácie a subjekty, ktorých poslanie a hodnotová orientácia sú častokrát nesúrodé a niekedy i protichodné. Nielen toto je dôvodom, prečo sa pri strete týchto dvoch kultúr naráža na viacero prekážok, resp. bariér, ktoré nielenže väčšej spolupráci nenapomáhajú, ale jej rozvinutiu vo väčšine prípadov dokonca úplne bránia. Príčin tohto stavu je viacero. Pozrieme sa na ne z dvoch pohľadov – z pohľadu neziskovej organizácie a z pohľadu podnikateľského subjektu.

Neziskové organizácie a ich prístup k medzisektorovej spolupráci s podnikateľským sektorom

Ako preukázalo už spomínané anketové zisťovanie nášho združenia PANET, v značnej miere širšiemu rozvinutiu MSS na oboch stranách bráni nedostatok informácií, slabý záujem a nepoznanie toho, čo robia „tí druhí“ – no a z toho vyplývajúce vzájomné nepochopenie, predsudky, podozrievanie či dokonca ignorancia a pohrdanie. Zdá sa, že potrebu sa približovať k tomu druhému sektoru majú hlavne neziskové organizácie (a to z dôvodov uvedených v úvode tohto materiálu). Ide zväčša o zabezpečenie vlastnej existencie, ktoré ich núti vystupovať zo svojej „ulity“ a otvárať sa novým výzvam v snahe získať nejaké zdroje pre svoje fungovanie. Žiaľ, subjekty neziskového sektora sú až príčasto pri týchto snahách limitované svojím úzkym chápaním a podceňovaným prístupom k ziskovému svetu. Nielenže sa nevedia priblížiť a osloviť podnikateľský subjekt profesionálne, jeho jazykom a ponúknuť mu istú formu spolupráce či partnerstva, ale častokrát už akosi vedome očakávajú, že podnikateľ ich snahy a prácu ocení a automaticky podporí. Úspešnosť takejto spolupráce je doslova existenčne závislá **od preukázateľného postavenia neziskovej organizácie, sily a známosti vlastnej značky, od aktuálnosti, zaujímavosti témy a schopnosti presvedčiť o zmysluplnosti svojej existencie**. Kľúčovým slovom sa tu stáva **dôveryhodnosť**. Na jej dosiahnutie v očiach verejnosti sú nevyhnutné aj profesionálne vedomosti a zručnosti v oblasti komunikácie, marketingu, budovania vzťahov s verejnosťou, nehovoriac už o profesionálnom finančnom manažmente či tak podceňovanom účtovníctve. Nevyhnutnou podmienkou pre neziskové organizácie, ktoré väčšinou závisia od cudzích prostriedkov, je vlastná čitateľnosť a transparentnosť. **Veľmi veľkú výzvu a zároveň aj príležitosť pre konzultačné a trénerské pôsobenie je tak možno identifikovať na poli celkovej organizačnej a ekonomickej profesionalizácie týchto subjektov. Pri približovaní sa k podnikateľským subjektom nepôjde však čoskoro len o získané osobné kontakty a vzťahy či organizačné skúsenosti a zručnosti, ale čoraz viac aj o dostupnosť konkrétnych informácií. Informácií o podnikoch, trhoch, zákazníkoch, ich aktivitách, predchádzajúcej podpore neziskovým subjektom, trendoch, konkurentoch apod. Prístup k podnikateľskému sektoru sa na strane neziskovíek bude musieť čoraz viac skvalitňovať a využívať najnovšie prístupy. Táto reálna konzultačná príležitosť však možno opäť naráža či narazí na schopnosť a ochotu týchto organizácií si takéto služby nielen objednávať, ale za ne aj reálne platiť.**

Podnikateľské subjekty a ich prístup k medzisektorovej spolupráci s neziskovým sektorom

Úspešnosť oslovovania a celkovej spolupráce s podnikateľským subjektom však asi aj tak bude i naďalej do značnej miery závisieť od uvedomenia si **vlastnej zodpovednosti na strane biznisu**. Zodpovednosti aj za širšie okolie, vlastnú komunitu ako len za vlastné podnikateľské aktivity. Ak má byť takáto spolupráca úspešná, v podnikateľskom sektore bude musieť prevládnúť ochota vystúpiť smerom k okoliu a aktívne sa zapojiť do jeho podpory a rozvoja, a to nielen jednorazovo či sporadicky, ale integrovať takýto prístup do celkového systému riadenia. Podpora komunity je len malým kameňom v komplexnom manažérskom koncepte – **spoločenskej zodpovednosti podnikania (corporate social responsibility)**. Tá okrem ekonomickej efektívnosti zohľadňuje aj zodpovednosť voči životnému prostrediu a vlastnej komunite – dotýka sa prakticky všetkých zainteresovaných subjektov. I keď už existujú úspešné príklady aplikácie tohto prístupu aj na Slovensku, stále možno vo všeobecnosti skonštatovať, že jeho rozvinutie a praktické dopady (konkrétne na neziskové organizácie) je nedostatočné. Príčin takéhoto stavu je viacero – predovšetkým, a to hlavne, ide o **mieru vlastného uvedomenia, vlastnej zodpovednosti**. Spoločenskej zodpovednosti podnikania (SZP) nenapomáha ani akési „prvotné“ štádium kapitalizmu, resp. voľného trhu, v ktorom sa Slovensko stále nachádza. Väčšinou ide mnohým len o uspokojenie materiálneho blahobytu a vlastného prospechu, ako by sa mali zaoberať „akýmsi“ verejným blahom či spoločenským dopadom. Pravdepodobne to úzko súvisí aj s **mierou bohatstva** našej krajiny, keď mnohí stále zápasia s riešením vlastných problémov, ako by sa mali zaujímať o problémy spoločné - verejné (a navyše na ktorých riešenie by mohli zo svojich vreciek sami prispieť). Keďže podnikateľský svet je najmä o

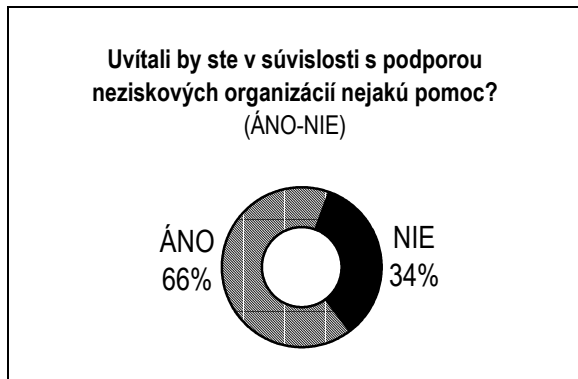
peniazoch, kým sa SZP nepreukáže ako možno náročnejšia, ale v konečnom dôsledku výhodnejšia cesta k dlhodobej konkurencieschopnosti a ziskovosti firmy, stále bude musieť narážať na vlnu nepochopenia a nezájumu. Túto bariéru pomáhajú narúšať **prvé pozitívne príklady**, ktoré na naše územie prinášajú najmä **pobočky nadnárodných koncernov**. Kým sa nepodarí **vypestovať** aj nejakú „**existenčnú**“ **potrebu u firiem**, aby podporovali komunitu, bude v ceste presadzovania sa SZP stáť stále veľa prekážok. Tie v našom kontexte pomaly napomáhajú prekonávať aj **snahy medzinárodných a medzivládnych inštitúcií** (ako napr. Európskej únie, OECD, Svetovej banky, Medzinárodnej organizácie práce apod.) ako aj národných vlád, pre ktoré je to v konečnom dôsledku oveľa výhodnejšie.

Smerom k podnikateľskému sektoru možno v tomto štádiu medzisektorovej spolupráce identifikovať hlavne príležitosti vo sfére rozvoja informovanosti, zvyšovania povedomia a vzdelanosti, propagácie úspešných príkladov aplikovania konceptu spoločenskej zodpovednosti podnikania (SZP) v praxi. Je veľmi pravdepodobné, že okrem postupného zvyšovania informačnej základne, na rýchlejšie rozšírenie sa SZP a jej konkrétnych dopadov na komunitu budú pozitívne vplyvať aj príklady konkurentov. Nielen otázka pozitívnej publicity, ale aj súťaživý prvok medzi firmami zohrávajú svoju prínosnú úlohu. Je dosť pravdepodobné, že záujem o prezentáciu vlastného zodpovedného konania bude postupne narastať, pretože v prítvrdzujúcom sa konkurenčnom prostredí sa bude stávať prvkom spoločenského odlišenia sa od konkurentov. Pre podnikateľský subjekt sú v tom potencionálne pozitíva nielen v komunikácii smerom k verejnosti (zlepšovanie image, zvyšovanie lojality zákazníkov apod.), ale napr. aj vo väčšej motivácii vlastných zamestnancov, lepších predpokladoch pre zvládnutie prípadnej krízovej komunikácie, šetrení nielen prírodných (ale aj finančných) zdrojov pri vplyvaní na životné prostredie, apod. **V prvej fáze presadzovania SZP, v ktorej sa pravdepodobne nachádzame, vyvstáva potreba širšieho informovania a propagácie konceptu ako takého a jeho výhod, foriem a konkrétnych dopadov na podnikateľské subjekty a komunity. Hoci v tomto je zatiaľ nenaplnená aj úloha verejného sektora a hlavne vlády, nateraz možno skonštatovať, že sú to práve niektoré neziskové organizácie, ktoré sa tejto iniciatívy aj po vzore blízkeho zahraničia postupne ujímajú.**

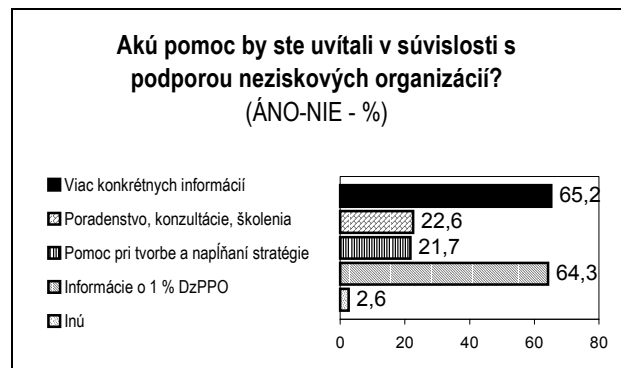
Svoju už akoby historickú úlohu tu zohráva Nadácia Pontis (bývalá Nadácia pre občiansku spoločnosť), ktorá má s konkrétnou prácou s podnikateľským sektorom asi najbohatšie skúsenosti (Podnikateľské raňajky, Semináre pre podnikateľský sektor, Konferencia Spoločenská zodpovednosť firiem apod.), alebo aj Nadácia Integra, zameraná na podporu a rozvoj SZP, najmä v oblasti etického kódexu podnikania, boja proti korupcii a rozvoja sociálneho podnikania. Dôležitým je aj fakt, že jedna z najväčších nadácií na Slovensku – už spomínaná Nadácia pre deti Slovenska – si vzala rozvoj tejto oblasti za svoj a aj v spolupráci s našim združením napomáha rozvoju informovanosti a sprístupňovaniu existujúcej informačnej bázy širokej verejnosti. Dôkazom toho je aj náš najnovší spoločný projekt – **špecializovaná webstránka venovaná profesionalizácii neziskového sektora, medzisektorovej spolupráci a spoločenskej zodpovednosti podnikania www.partnerstva.sk**, či snaha o spoločný postup pri spájaní a lepšom využívaní odborných kapacít na rozvoj MSS na Slovensku.

Hoci nedávno schválený zákon o dani z príjmu, ktorý priniesol zrušenie daňového zvýhodnenia darovania a aj zvýšenie daňovej asigácie na 2 % zo zaplateného podielu dane, priniesli zníženie motivácie podnikového darcovstva, je pravdepodobné, že s postupným ekonomickým rastom, zvyšovaním úrovne ziskovosti a bohatstva (a to nielen firiem, ale aj jednotlivcov), presadzovaním sa už spomínaného konceptu SZP i otváraním sa ekonomiky a spoločnosti, príde postupom času k rastu podnikovej angažovanosti v prospech vlastných komunit a neziskových organizácií. Hoci v roku 2002 ešte neboli známe nové zámery v oblasti daní, postupnú narastajúcu podporu naznačuje aj jeden zo záverov ankety medzi podnikmi. Skoro dve tretiny (61 %) respondentov z ankety sa na otázku či uvažujú v budúcnosti o podpore alebo získavaní nejakých partnerov z neziskového sektora vyjadrili kladne.

Ak sa táto tendencia potvrdí, bude pravdepodobne narastať aj potreba kvalifikovaných a štruktúrovaných informácií o koncepte SZP (a konkrétne aj jeho prvku podpora komunity) ako aj o neziskových organizáciach, ich projektoch, aktivitách, zameraní, cieľových skupinách, dosiahnutých úspechoch apod.



Graf 6 - Počet podnikov: 176



Graf 7 - Počet podnikov: 115

Veľké pole pôsobnosti sa tak otvára pre informačno-konzultačno-poradenské služby, akési „resource“ centrum, združujúce profesionálnych expertov. Keďže na Slovensku je vývoj v tejto oblasti o čosi pozadu, aj k nám časom pravdepodobne príde potreba takýchto služieb či vytvorenia špecializovanej organizácie. V zahraničí sú takéto organizácie už bežné – výnimočný na nich je ten fakt, že sú členskými organizáciami – združujú samotných špičkových manažérov úspešných (hlavne nadnárodných) firiem a ďalších expertov, predstaviteľov neziskových organizácií i akademických kruhov. Obchodné spoločnosti, ktoré sú ich členmi, sa podieľajú aj na financovaní ich aktivít. V osobnom záujme ich vlastníkov a manažérov je presadzovanie konceptu SZP s pozitívnym dopadom na spoločnosť – tým, že to vychádza z vnútra biznis komunity, je zaručená aj istá miera dôveryhodnosti a profesionality. Nás však v tejto oblasti ešte čaká dlhšia cesta, hoci už aj na Slovensku vzniká tzv. Business Leaders Forum združujúce manažérov top podnikov.

Rozvoj medzisektorovej spolupráce na Slovensku – pohľad expertov

Profesionalizácia neziskového sektora a presadzovanie spoločenskej zodpovednosti podnikania sú východiskami pri prehlbovaní medzisektorovej spolupráce (MSS). Hoci tá má už nejaké svoje podoby a aj v minulosti sa napr. podniky venovali podpore verejnoprospešných projektov, len málokteré z nich sa tomu venovali systematicky, pristupovali k tomu komplexne a štruktúrovane. Pozitívne príklady v tejto oblasti naznačujú, že nastáva istý posun, i tak je však medzisektorová spolupráca na Slovensku (hlavne vo svetle meniacich sa podmienok a celkového vlastného potenciálu) stále nedostatočne rozvinutá. Jej intenzita sa bude prehlbovať nielen z dôvodu presadzovania sa konceptu SZP či zvyšovania profesionality MVO, ale aj v dôsledku akéhosi tlaku „zhora“.

Konkrétne ide o **princíp partnerstva**, ktorý je nevyhnutným predpokladom úspešného financovania projektov zo štrukturálnych fondov. Ako naznačovali doterajšie dostupné údaje, a už sme to v tomto texte spomínali, ďalší rozvoj MSS je v mnohom podmienený aj zlepšovaním informovanosti, odstraňovaním predsudkov, ale aj koordináciou dostupných kapacít, zručností či skúseností subjektov na Slovensku. Potreba spoločného postupu nás v združení PANET ešte v roku 2002 viedla k vypracovaniu **Strategicko-akčného plánu podpory a rozvoja SZP, korporatívnej filantropie a MSS**, ktorý celkovo načrtáva 22 projektov pre ďalší rozvoj tohto konceptu v oblasti podpory komunity a MSS (plán je dostupný na webe). Rovnako pri prácach na programe Medzisektorová spolupráca spolu s Nadáciou pre deti Slovenska vyvstala potreba zapojenia expertov z praxe i teoretikov, ktorí by vlastným zapojením mohli prispieť ku koncepcnému posúvaniu tejto témy ďalej. Pred formuláciou ďalšieho postupu sme sa preto rozhodli osloviť vyše stovku expertov z terénu a spýtať sa ich na názory pri ďalšom rozvoji MSS na Slovensku, prípadne ich prizvať k spolupráci na tomto rozvoji.

Malý dotazník s 8 otázkami na rozvoj MSS, dostupnosť údajov v tejto oblasti a ich využitie, resp. s otázkami na prípadných expertov (ktorí by vedeli pomôcť), vzorové príklady i vlastné zapojenie sa respondentov je spolu so sprievodným listom prílohou tohto materiálu. Na prelome apríla a mája 2004 sme ho zaslali na vyše 130 e-mailových adries – ľuďom z prevažne neziskového sektora. Pri zbieraní odpovedí sme získali odpovede aj od niekoľkých podnikateľských subjektov. Z vrátených dotazníkov (celkovo 19) sme pre účely tohto materiálu vybrali odpovede na 5 najzaujímavejších (otvorených) otázok. Prehľad týchto odpovedí je tiež prílohou tohto materiálu. Zo záverov mini-anketového zisťovania vyberáme:

Podľa expertov:

1. Pri MSS stále pretrváva **chýbajúca komunikácia, skreslené vnímanie, slabá ústretovosť a pochopenie, znalosť významu MVO a komunity, nedostatok konkrétnych informácií** (aj u verejného sektora) a **nehodná legislatíva**.
2. Pri rozvoji MSS je dôležitým **propagovanie pozitívnych príkladov** o tom, že takáto spolupráca je možná a že úspešne funguje. Buď sa nedostatok nejakých analytických informácií, štúdií apod. nepociťuje, alebo ak áno, potom možno hovoriť **o potrebe chýbajúcich informácií z konkrétnych regiónov, oblastí, odvetví**, v ktorých experti pracujú. Vyvstáva však **potreba tvorby prehľadov a databáz MVO, prispievateľov do nich či ich predstavy a ponuky pre MSS**. Zaznela aj potreba prekladov odbornej literatúry zo zahraničia.
3. Viackrát zaznelo volanie po **zapojení verejného sektora a motivácii jeho predstaviteľov** – k väčšiemu chápaniu funkcie MVO ako dopĺňajúcej k funkcii verejného sektora a z toho vyplývajúca **potreba väčšej komunikácie, podpory a spolupráce**. **Nevedeli konkrétne určiť expertov**, ktorí by mali byť tými, kto k rozvoju MSS konkrétne prispeje.
4. Hoci potreba propagácie úspešných príkladov je veľká, experti **neuviedli veľa nových, doteraz neznámych príkladov MSS** pre potencionálne spracovanie motivačných prípadových štúdií.
5. Zaznela **potreba vytvárania podmienok pre vzájomný dialóg, rozvoj komunikácie**, ktorá by viedla **k odstraňovaniu predsudkov**. Konkrétnym prínosom by bol aj špecializovaný portál.

Poznatky z tohto mini-prieskumu nám napomôžu pri ďalších koncepčných krokoch v rozvoji MSS. Viaceré názory potvrdili trend, ktorý sme v našich aktivitách na rozvoj MSS nastúpili (napr. pri spúšťaní špecializovaného internetového portálu, tvorbe stratégie, aktivizácii a networkingu expertov, propagácii problematiky apod.).

Ako naznačujú uvedené fakty či načrtnuté tendencie, pred rozvojom spolupráce medzi podnikateľským a neziskovým sektorom na Slovensku sa otvára široké pole a vyvstáva viacero výziev. Tie prinášajú bohaté príležitosti aj pre trénerské a konzultačné pôsobenie najmä v smere profesionalizácie neziskových subjektov, vzdelávania a motivácie podnikateľských subjektov či propagácie myšlienky a šírenia informovanosti o spoločenskej zodpovednosti podnikania a medzisektorovej spolupráci ako takej. Je nepochybné, že pre úspešné zvládnutie tejto problematiky a jej posun smerom k aktívnejšej a plodnejšej spolupráci s pozitívnymi dopadmi na komunitu a slovenskú spoločnosť je nevyhnutné spájať existujúce expertné a konzultačné kapacity, využívať dostupné zahraničné skúsenosti, odborné podklady a sprostredkovať ich širokej verejnosti či koordinovať vzájomný postup s cieľom efektívneho využívania limitovaných kapacít u nás.

Eduard Marček © PANET 2004