

*Výsledky pracovnej skupiny Nonprofit Sector Strategy Group,
pôsojacej pri Aspen Institute v USA,
o rozvoji podnikateľsko-neziskových partnerstiev (jún 2001)*

NEZISKOVÝ A PODNIKATEĽSKÝ SEKTOR: NOVÉ VÍZIE, NOVÉ PRÍLEŽITOSTI, NOVÉ ÚLOHY

Na začiatku 21. storočia pozorujeme významné skutočnosti a nové príležitosti, ktoré sa objavujú pri riešení závažných spoločenských, celosvetových problémov. Vznikajú v čase, keď ľudstvo čelí takým výzvam ako sú ochrana životného prostredia, zmiernovanie chudoby, znižovanie kriminality či zlepšovanie vzdelávania a v čase, keď riešenie týchto problémov nie je úlohou len pre verejný sektor, ale aj ostatné - podnikateľský a tretí, neziskový sektor.

Každý zo sektorov si postupne uvedomuje dôležitosť týchto problémov, čo zároveň vedie k zintenzíveniu vzájomnej komunikácie a vytváraniu nových medzisektorových partnerstiev. Výsledkom je spájanie energie a zdrojov pri riešení spoločenských problémov.

„Podnikové občianstvo“ – nový model podnikateľsko-neziskovej spolupráce

Podnikateľské subjekty sú už dlho spolu s neziskovými organizáciami zapojené do života komunit. Avšak partnerstvá medzi podnikmi a neziskovými organizáciami, vznikajúce s cieľom riešiť spoločenské problémy, sa v posledných rokoch po stránke obsahu a formy prehĺbili a rozšírili.

Rozvoj týchto partnerstiev odráža nový postoj podnikateľských subjektov k filantropii a rozvoju komunity. Tento prístup posúva podnikovú filantropiu a angažovanie sa v prospech komunity na križovátku, kde sa stretávajú podnikateľské záujmy a spoločenské potreby. Týmto spôsobom sa aktivity podnikov vo svojej komunite približujú podnikateľským cieľom.

Korporácie sa zameriavajú nielen na filantropické aktivity, ale vo svojej podnikateľskej stratégii si osvojujú napríklad aj koncept „podnikového občianstva“, v rámci ktorého sa pri dosahovaní a rozdeľovaní zisku riadia vopred stanovenými hodnotami. Týmto spôsobom podniky dosahujú, že sú úspešnejšie pri udržiavaní si schopných pracovníkov, pri získavaní podpory verejnosti a verných zákazníkov. Stále väčšie uvedomovanie si komplexnosti spoločenských problémov prináša nové možnosti participácie ziskovo-orientovaných subjektov na ich riešení, a to nielen prostredníctvom poskytovania peňažných prostriedkov, ale aj vďaka jedinečným zdrojom, akými môžu byť napríklad ich schopnosti, čas, expertízy či celospoločenský vplyv. Starostlivo pripravené angažovanie sa podniku pri riešení nejakého spoločenského problému môže byť prínosom tak pre podnik ako aj celú komunitu, v ktorej pôsobí.

Priamym následkom nastupujúceho „filantropického prístupu“ ziskových firiem je nový model podnikateľsko-neziskových partnerstiev, ktorý zahŕňa:

- ⊗ nové formy darčovstva, zahrňujúce okrem finančnej podpory aj podporu technickú, materiálnu alebo vo forme manažérskych skúseností;
- ⊗ využívanie nových spôsobov filantropie v rámci celkovej podnikateľskej stratégie firiem;
- ⊗ nové druhy vzťahov medzi firmami a neziskovými organizáciami, s väčším dôrazom na výsledky a dopady ich vzájomnej spolupráce;
- ⊗ plánovanie „marketingu zameraného na určitú udalosť“ a „sponzorstva“, ktoré vedome spájajú dôveryhodnosť neziskových organizácií s verejnými záujmami, a tiež aj z

dôvodu podpory komerčných marketingových cieľov prostredníctvom podpory verejnoprospešných aktivít;

- ⊗ širšie „komunitné partnerstvá“, v ktorých sa ziskové firmy spájajú s neziskovými organizáciami a štátnymi agentúrami a dlhodobo vyvíjajú snahy na riešenie spoločenských potrieb (napr. zlepšenie vzdelávania na školách, ochrana životného prostredia, znižovanie závislosti na sociálnej podpore od štátu a pod.)

Využívanie príležitostí – minimalizovanie rizík

Napriek značným možnostiam, ktoré vznikajúce partnerstvá otvárajú, vzťahy medzi ziskovými a neziskovými subjektami musia čeliť aj novým problémom, či rastúcim rizikám. Napríklad, rozdiely v poslaní a cieľoch, v kultúre jednotlivých organizácií a schopnostiach alebo v ich zdrojoch či mocenských vplyvoch jednotlivých subjektov môžu urobiť vzájomné vzťahy medzi podnikmi a neziskovými organizáciami nevyváženými a nerovnocennými. Takéto partnerstvá je častokrát ťažké a časovo náročné vytvoriť. Z možných rizík môžeme spomenúť

- ⊗ riziko, že menšie neziskové organizácie nebudú mať možnosť vytvorenia partnerstva so ziskovou firmou;
- ⊗ riziko, že vplyv podnikateľského subjektu a tlak z jeho strany ovplyvnia hlavnú misiu neziskovej organizácie;

Pri využívaní týchto nových príležitostí a minimalizovaní rizík pri vytváraní partnerstiev môžu napomôcť nasledujúce kroky:

- ⊗ **Zlepšiť informácie o podnikovej filantropii ako aj o schopnostiach a možných prínosoch neziskových organizácií pre partnerstvá so ziskovými subjektami prostredníctvom nasledujúcich aktivít:**
 - podporovanie výskumu a analytických štúdií na témy „podnikateľsko-neziskových partnerstiev“;
 - verejné informovanie a zvýšená publicita pozitívnych príkladov korporatívnej filantropie;
 - prítiahnutie pozornosti médií pri poskytovaní informácií o podnikateľsko-neziskových partnerstvách;
 - podporovanie podnikateľských subjektov k prezentácii svojich filantropických aktivít na verejnosti prostredníctvom rôznych materiálov a dokumentov, ktoré sú požadované aj zo strany rôznych kompetentných orgánov štátnej správy;
 - šírenie dobrých prípadových štúdií zapájania sa podnikov do komunitného rozvoja a príkladov úspešných podnikateľsko-neziskových partnerstiev;
 - zlepšovanie marketingových aktivít neziskového sektora.
- ⊗ **Rozvíjať medzisektorový dialóg (na lokálnej aj národnej úrovni) s cieľom budovať partnerstvá a odstraňovať vzájomné nepochopenie a predsudky voči sebe navzájom prostredníctvom:**
 - organizovania pravidelných stretnutí predstaviteľov podnikateľského, verejného a neziskového sektora a diskutovania o spoločných ako aj individuálnych záujmoch a problémoch;

- pravidelného informovania o podnikateľských filantropických aktivitách v podnikateľskom a neziskovom sektore;
 - začleňovania nových tréningov a školení na tému medzisektorových partnerstiev do tréningových programov jednotlivých vzdelávacích plánov podnikateľských, verejných aj neziskových subjektov;
 - povzbudzovania predstaviteľov korporácií a firiem k pôsobeniu v správnych radách neziskových organizácií.
- ⊗ **Budovať mechanizmy spájania podnikateľských a neziskových subjektov a vytvárať spoločné projekty:**
- využívať nové informačné technológie, ktoré pomôžu nachádzať spoločné oblasti záujmu v podnikateľsko-neziskových partnerstvách;
 - vytvárať sprostredkovateľské organizácie, subjekty spájajúce firmy s neziskovými organizáciami a takto pomôcť vytvárať partnerstvá v rôznych špecifických oblastiach;
 - presadzovať a podporovať organizácie schopné združovať zdroje z biznis sektora a distribuovať ich lokálnym neziskovým organizáciám;
 - vytvárať mechanizmy technickej pomoci, ktoré pomôžu malým a stredným podnikateľom vstupovať do partnerstiev s neziskovými organizáciami.
- ⊗ **Zlepšiť podmienky právneho prostredia pre existenciu podnikateľsko-neziskových partnerstiev:**
- preskúmať právne zákony týkajúce sa sponzoringu, marketingu, fundraisingu prostredníctvom webstránok a internetu a ďalších možných foriem podnikateľsko-neziskových partnerstiev;
 - určiť, či je potrebné vytvoriť právne predpisy pre nový typ organizácií (hybridné subjekty), obsahujúce element ziskovo aj neziskovo pôsobiacej organizácie. Takéto „sociálne podniky“, „sociálne projekty“ nadobúdajú značné postavenie najmä v Európe.
 - formulovať právne podmienky pre využívanie marketingových a sponzorských aktivít a týmto pomôcť predstaviteľom výkonných a správnych orgánov neziskových organizácií predstaviť možnosti ich využívania.

Ziskové subjekty stúpajúcou mierou objavujú dôležitosť zapájania sa do rozvoja komunit, v ktorých pôsobia. Cez budovanie partnerstiev si uvedomujú výhody, ktoré nové vzťahy s neziskovými organizáciami prinášajú a ktoré sa prejavujú napríklad v zlepšení dobrého „image“, v pritiahnutí nových zákazníkov, motivovaní zamestnancov alebo zabezpečení si svojho postavenia na danom trhu. Bez aktívnej spolupráce s neziskovými organizáciami by sa plánované podnikateľské ciele dosahovali oveľa ťažšie ako v prípade spolupráce s nimi. Podobne, neziskové organizácie si začínajú uvedomovať a oceňovať spoluprácu so súkromným, ziskovým sektorom s cieľom zabezpečiť nielen potrebné zdroje, ale aj verejne podporovať svoje budúce aktivity na zlepšenie život ľudí.

Pre napĺňanie vlastných misí preto obidva sektory nevyhnutne potrebujú vzájomne spolupracovať. A to aj napriek skutočnosti, že vynárajúce sa príležitosti pre vytváranie efektívnych partnerstiev môžu vyvolať mnoho nejasností a pochybností pri napĺňaní hlavného poslania ziskových a neziskových subjektov v spoločnosti.

Zdroj:

Nonprofit Sector Strategy Group, 2001: *The Nonprofit Sector and Business: New Visions, New Opportunities, New Challenges*. The Aspen Institute.