

Finančné zbierky sú obľúbeným spôsobom, ako zapojiť ľudí vo firme do dobročinných aktivít, hľadať hodnotové prieniky a budovať hlbšie vzťahy. Túto efektívnu formu pomoci si pochvalujú tak firmy, ako ich zamestnanci a zamestnankyne. Veď stačí pár klikov a máte dobrý pocit, že ste niekomu zabezpečili teplý obed či šancu na lepšie vzdelanie. Možnosti sú pritom rôzne – nehovoríme len o online finančných zbierkach, ale aj o pravidelnom darovaní z výplatnej pásky či o „adopcii“ šeku.



Viete, že?

Štúdia portálu [Benevity](#) skúmala prepojenie medzi udržaním si zamestnancov (retenciou) a ich účasťou vo firemných dobročinných aktivitách. Zamerala sa na viac ako 2 milióny ľudí pracujúcich vo firmách z rebríčka Fortune 1000. Výsledky ukázali, že **tí, ktorí sa zapájali do dobročinných aktivít firmy (darovanie a dobrovoľníctvo), mali nižšiu fluktuáciu až o 57 %**. Dobročinné aktivity angažujúce zamestnancov a zamestnankyne totiž upevňujú ich pozitívny vzťah k firme.

Ako vybrať tú správnu organizáciu, akú formu pomoci zvoliť, ako komunikovať a v neposlednom rade – je zorganizovanie finančnej zbierky vo firme niečím, čo naozaj zamestnanci ocenia? Prečítajte si tri príklady dobrej praxe členov pracovnej skupiny Business Leaders Forum zameranej na dobrovoľníctvo a angažovanosť **Firmy komunita**.



Príklad dobrej praxe

Adient Trenčín: Adopcia šeku

Firma **Adient Trenčín** spolupracuje s miestnym Centrom pre rodiny už niekoľko rokov. Klientov centra – rodiny s deťmi so zdravotným znevýhodnením, deti žijúce so starými rodičmi a pod. – pravidelne podporovali zbierkami šatstva, hygienických potrieb a školských pomôcok. Keď v dôsledku pandémie zostala väčšina zamestnancov pracovať z domu, materiálna zbierka už nevyzerala ako tá najlepšia možnosť. Tak vznikol nápad Adopcie šeku.

Pred jeho spustením si vo firme spravili zamestnanecký prieskum, aby zistili, koľko ľudí má záujem pomôcť a akou sumou – možnosti v dotazníku boli tri: 15-30 eur, 35-50 eur alebo 55-100 eur.

Partnerská organizácia podľa výsledkov dotazníka pripravila 20 príbehov, resp. šekov. Išlo najmä o zaplatenie školského či internátneho poplatku. Zamestnanci a zamestnankyne, ktorí prejavili záujem pomôcť, dostali priamo mailom číslo účtu, príbeh rodiny a dôvod, prečo sa ocitla v ťažkej situácii.

Adopcia šekov v Trenčíne dosiahla veľký úspech. Keďže záujemcov pomôcť bolo nakoniec viac, podarilo sa navyše zaplatiť aj podlžnosti niekoľkých rodín, ktoré mali na poplatkoch za internát. Túto formu pomoci plánujú v Adiente zaradiť do svojich pravidelných dobročinných aktivít. Okrem jednorazovej podpory na GivingTuesday zvažujú pridať možnosť podporovať rodiny na mesačnej báze, prepĺňať mesačné školné či internátne poplatky.



„Pri darovaní financií je vždy dobré stavať na príbehy ľudí. Nemali by však vyvolávať príliš negatívne emócie, hnev či smútok, ale skôr dať darcovi pocit, že má príležitosť zmeniť niekomu život. Pokiaľ príbeh vyvolá v darcovi pozitívne emócie, je pravdepodobnejšie, že daruje opäť.“

Štefan Václavík
Adient Trenčín



Príklad dobrej praxe

ESET: Výzva cez darovací portál

Firma **ESET** organizuje finančné výzvy pre neziskovky už od roku 2017. Výzvu spúšťajú každoročne pre dve až tri rôzne organizácie v deň darovania a štedrosti GivingTuesday a trvá spravidla až do Vianoc. Finančné zbierky sú súčasťou balíčka predvianočných dobročinných aktivít, do ktorých sa môžu zapojiť ľudia v ESET-e, ale aj komunita podporovateľov na firemných sociálnych sieťach. Nadácia ESET navyše ich príspevky znásobí, čím vysielá dôležitý signál podpory.

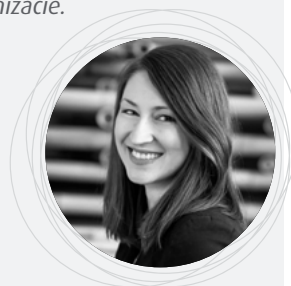
V ESET-e sa každoročne snažia vybrať mix organizácií a tém, ktoré sú v súlade so CSR stratégiou firmy. Zároveň dávajú priestor aj organizáciám, ktoré majú radi či podporujú ich zamestnanci a zamestnankyne. Firma ESET okrem pravidelných aktivít reaguje aj na aktuálnu situáciu. V marci 2022 rozbehla finančnú zbierku pre UNICEF Slovensko a Nadáciu Integra ako reakciu na vojnu na Ukrajine, vďaka čomu sa mohli ľudia vo firme zapojiť do okamžitej a adresnej pomoci.



Aj po roku neustálej finančnej podpory zo strany Nadácie ESET a firemného dobrovoľníctva v téme pomoci Ukrajine vníma ESET potrebu pokračovať. Pre kontinuitu bola vybraná podpora aktivít Nadácie Integra. Pri príležitosti prvého výročia invázie na Ukrajinu a vydania knihy Ľudia Ukrajine kolegu Branislava Ondrášika a fotografa Michala Burzu, na ktorej financovaní sa podieľala aj Nadácia ESET, si tak zamestnanci ESETu mohli knihu zakúpiť za dobrovoľný príspevok do tejto fundraisingovej zbierky. Fundraising prepojili s krátkym predstavením knihy jej autormi na spoločných ESET raňajkách.

Každá firma si dokáže jednoducho vytvoriť darcovskú výzvu na portáli darujme.sk alebo donio.sk. Pokiaľ chcete ako ESET podporiť organizácie tri, je potrebné vytvoriť si tri výzvy.

„Zbierku odporúčam prepojiť s nejakým typom živého podujatia, napríklad charitatívnymi raňajkami alebo diskusiou s predstaviteľmi organizácie. Máte vo firme bežecský tím? Tak zorganizujte bežeckú výzvu spojenú s fundraisingom pre vašu obľúbenú organizáciu. Táto iniciatíva pritom vôbec nemusí prísť zhora, ale priamo od zapálených zamestnancov, ktorí pre kolegov a kolegyné radi pripravujú dobročinné aktivity.“



Jana Desiatniková
ESET





TIP: Darovacie portály uľahčia internú komunikáciu a vybavujú administratívu

„Pri darcovských výzvach cez DARUJME.sk má firma komunikáciu plne pod kontrolou, môže realizovať interné neverejné zbierky a nedostáva sa do priamej konkurencie s inými firmami. Firma pri výzve zabezpečuje len svoju vlastnú komunikáciu výzvy medzi zamestnancami alebo na verejnosť, celú administratívu okolo darov zabezpečuje DARUJME.sk. Organizácia poslané dary dostane bez ohľadu na to, či sa podarí cieľovú sumu naplniť a nemusíte riešiť žiadne darovacie zmluvy.“



Zuzana Behříková
DARUJME.sk

„Najlepšia pomoc je tá pravidelná a dlhodobá, preto Donio poskytuje možnosť prispievať aj po menších čiastkach, no zato pravidelne. Pokiaľ si chcete svoj dobrý skutok vystaviť vo firme na viditeľné miesto, vytvoríme vám Certifikát dobrosti. Radi pre vás pripravíme projekt na mieru. Firmy od nás dostanú maximálnu podporu a všetky podklady do účtovníctva.“



Zuzana Suchová
Donio n. f. a Kto pomôže Ukrajine



Príklad dobrej praxe dm drogerie markt: Darovanie z výplatnej pásky

Darovanie z výplatnej pásky je známe najmä vďaka Hodine deťom – možno aj vo vašej firme ste sa stretli s výzvou venovať hodinu mzdy z výplatnej pásky do tejto zbierky. V spoločnosti **dm** majú zamestnanci a zamestnankyne možnosť pravidelne i jednorazovo prispievať do nadačného fondu dm, z ktorého firma ďalej pomáha svojim spolupracovníkom a ich blízkym v núdzi. Iniciatíva beží od roku 2018, predtým mala firma skúsenosti s finančnými zbierkami na firemných vianočných večierkoch. Zavedenie možnosti darovania z výplatnej pásky sprevádzala komunikačná kampaň a táto informácia sa rovnako dostala aj do onboarding brožúrky pre nových ľudí vo firme.

Ako darovanie z výplatnej pásky funguje v praxi? Výplatné pásky sa v dm drogerie markt posielajú mailom. V každom mailu sú 2 linky na možnosť prispievania do nadačného fondu dm – jeden je na jednorazový príspevok a druhý na pravidelné prispievanie (mesačné, terciárne). Po kliknutí na link je človek presmerovaný do formuláru, kde zapíše svoje údaje a výšku sumy, následne sa mu vygeneruje dohoda o zrážke zo mzdy, ktorú podpíše. Výšku sumy si každý môže vybrať podľa svojich možností.

Firma navyše motivuje k darovaniu zdvojnásobením darov: koľko finančných prostriedkov vyzbierajú spolupracovníci, toľko daruje do nadačného fondu aj spoločnosť dm. Z týchto finančných prostriedkov je potom financovaný grantový program Chceme si pomáhať, do ktorého môžu spolupracovníci prihlasovať ľudí zo svojho okolia, ktorí sa ocitli v zlej zdravotnej alebo sociálnej situácii.

„Pri motivácii ľudí darovať z výplatnej pásky je kľúčová dôvera. Jej budovanie je najmä úlohou CSR manažérky, ktorá s ľuďmi komunikuje o dopade ich pomoci. Budovanie dôvery trvá roky a treba na ňom pracovať oficiálnymi cestami v internej komunikácii, ale aj neformálne pri rozhovoroch v kuchynke.“



Martina Zaicová
dm drogerie markt

Business Leaders Forum odporúča



Vybudujte dôveru



Komunikujte cez príbehy



Vyvolajte dobrý pocit z darovania



Zvážte zdvojnásobenie darov



Podakujte a ukážte dopad



Začnite zbierkou pre organizáciu, ktorú zamestnanci už poznajú. Na **vybudovanie dôvery** by finančnej zbierke mala predchádzať osobná skúsenosť, či už cez dobrovoľnícku aktivitu alebo tematickú diskusiu so zástupcami organizácie. Ak sa neviete rozhodnúť, akú organizáciu vybrať, odporúčame položiť si tieto otázky: Ktoré témy naša firma podporuje/chce podporovať/má vo svojej CSR stratégii? Aké témy či organizácie odporúčajú ľudia vo firme? Kam chodia dobrovoľníci?



Vopred komunikujte, aký je účel zbierky, kto bude príjemcom a ideálne aj aká je cieľová suma. Najlepšie je podeliť sa o **príbeh** – klienta alebo zamestnanca organizácie, prípadne zamestnanca/zamestnankyne vašej firmy, ktorí organizáciu podporujú.



„Aj vy môžete niekomu zmeniť život.“ To je veta, ktorá by (v rôznych obmenách) nemala chýbať v žiadnej žiadosti o pomoc. Dajte vašim kolegom a kolegyniam možnosť **stať sa hrdin(k)ami**, pretože darovanie je aj o nich a o dobrom pocite, ktorý im darovanie prinesie. Majte pri tom na pamäti, že nie každý má možnosť darovať financie. Vyskladajte preto váš kalendár firemných aktivít z rôznych typov pomoci a zahrňte aj zbierky šatstva či dobrovoľníctvo.



Zvážte **zdvojnásobenie** (alebo strojnásobenie) darov – vašim ľuďom ukážete, že firma je v tom spolu s nimi a podporuje ich v darovaní.



Podakujte všetkým za podporu a ukážte, čo sa vďaka ich príspevku podarilo. Bilanciu spolu s príbehmi či citátmi podporených klientov si vypýtajte od prijímajúcej organizácie. Svoj pozitívny dopad môžete ešte znásobiť, ak do darovania zapojíte aj vašich zákazníkov a zákazníčky (napríklad možnosťou zaokrúhliť svoj nákup na podporu vybranej neziskovky, ako to robí kníhkupectvo Martinus a Dobrý Anjel).

Ďakujeme

za cenné príklady z praxe členom Business Leaders Forum:
Adient Slovakia, dm drogerie markt a ESET.

