

SPOLUPRÁCE NEZISKOVÝCH ORGANIZACÍ S BYZNYSEM PRO UDRŽITELNOST: JAK NA TO?

Shrnutí nápadů a závěrů z workshopu ve spolupráci Stronger Roots Academy, NeoN a RSJ
24.října 2023, 9-12.30h

Ústav zemědělské ekonomiky a informací – Slezská 7, Praha-2 Vinohrady

Závěrečná reflexe - klíčové překážky/potřeby neziskových organizací pro spolupráci s byznysem:

- 1) **Praktické znalosti, dovednosti a techniky** – dle charakteru spolupráce či komerčního nastavení vědět, jestli službou směřujeme spíše k CSR nebo ESG a jestli tedy má jít spolupráce přes dárcovskou smlouvu nebo fakturací. Umět připravit Value Proposition, porozumět zákazníkům, sestavit byznys canvas aj. – je možné zajistit přes nějaká školení, existují už určitě mezi byznys kruhy a akcelerátory, ale spíše ve startupovém prostředí Social Impact Award přes Impact Hub. Výzva je, jak to zprostředkovat NNO, která se v těch kruzích nepohybuje.
- 2) **Nastavení našeho myšlení** – byznysové je víc zaměřené nejen na konkrétní výsledky/dopad, v kratším časovém horizontu, je víc praktické, pro-aktivní, marketingové, agilní řízení, víc riskuje, rychleji testuje a opouští nápady, které nefungují – je výzva přijmout v NNO takové přemýšlení, ale může to být užitečné i pro nezisk i bez vazby na konkrétní komerční projekt, protože je to diktované dynamikou ve světě. Kdo by mohl umět zprostředkovat takové myšlenkové kapacity a procesy mezi nevládkami i v menších regionech – Světneziskovek.cz?
- 3) **Kapacity a pozice** – mít v týmu člověka, který přemýšlí a mluví jazykem byznysu (“zrcadlí” svět byznysu), komunikuje s ním a hledá společné jmenovatele. Problém – nevládky si v drtivé většině nemohou dovolit mít extra člověka na takovou práci, ale je možné to spojit s jinou pozicí či rozvíjet ve stávajícím týmu.
- 4) **Infrastruktura pro propojení** – na nejvyšší úrovni zatím chybí jak efektivní “agregátoři”, kteří umí na trhu sdružit specifickou nabídku ze strany různých NNO a propojit ji se specifickou poptávkou firem, tak chybí institucionální aktéři, kteří by se profesionálně věnovali rozvoji **spolupráce mezi NNO a byznysem**.

Nové nápady ještě před reflexí:

- Bylo by super, kdybychom mohli být **propojení s firmami bez závazků na naší straně a konzultovat s nimi naše náměty/nabídky a získat zpětnou vazbu** – vytvořit skupinu lidí z konzultantů z byznysu a poskytnout zpětnou vazbu pro naše náměty.
- Konzultace a zpětná vazba jsou ale užitečné až v okamžiku, kdy by do toho **vstoupily finance** – tj. když by bylo vidět, že tu službu může někdo zaplatit a má potenciál na trhu. Zpětná vazba z trhu je náročnější, než nezávazné povídání s lidmi z nějaké firmy.
- Nemůže si firma dát takové konzultace s NNO do ESG reportu? Asi ano, ale je to spíše CSR než ESG – spolupráce s NNO může zapadat do cílů specifické ESG strategie, ale ta většinou obsahuje . Je to pro ně jinak něco navíc.
- Tip: **Konzultace poskytuje Impact Hub** – má spoustu mentorů pro-bono z finančních a nefinančních sektorů. Inovační ekosystém – Impact Hub poskytuje programy, kterými provádí projekty + poskytují mentoringy, cílem je vytvořit konkrétní projekty.
- Vedle Corporate Social Responsibility existuje koncept **Corporate Political Responsibility** = snaha zvědomit firmám odpovědnost za to, jak se utváří systémové prostředí a má tedy možnost i dopadu na systémová řešení, včetně lidských práv a dalších NNO témat. Je to poměrně nový koncept, firmy na něj ještě příliš neslyší. Změna k lepšímu se proto snaží propojit lidi ve firmách, kteří se věnují public affairs.

Reflexe z pracovních skupinek – co jsou klíčové společné překážky

Skupinka Rado Pittner

- 1) Překážkou je umět vysvětlit, co je **naše hodnota**, kterou nabízíme byznysu, aby byla **srozumitelná** – představit ji tak, aby ji byznys porozuměl, máme problém popsat velkou tematiku, byznys je možná ochotný se připojit, když porozumí.
- 2) Naopak při snaze být srozumitelní narážíme na problém **přílišného zjednodušení** – může působit přizemně.
- 3) **Finanční bariéra** – chceme představit, jak chceme dělat tuto věc vs. potřebujeme peníze, abychom mohli dělat naši věc.
- 4) **Co je nevyřčená potřeba firem, kterou můžeme naplnit** – neznáme byznysový svět a to vytváří dojmy a neznalost.
- 5) **Zákazník** – neznáme našeho zákazníka, nemáme vyspecifikované, aby na to ten byznys model ladil, co komu vlastně prodáváme, jaké máme know-how – je to čas strávený s námi, ale zároveň nemáme kreativitu byznys myšlení, neboť přemýšlíme v těch velkých tématech.
- 6) Nemáme **kapacitu vytvořit náš produkt/nabídku**.
- 7) Nevíme, **jak firmy oslovit, nemáme kanály** s nimi komunikovat.
- 8) **Vědomá pozvánka ke změně** – snažíme se o prodej našich produktů, ale spíš je máme pozvat k naplnění nějaké idey a vize – a **pojmenovat tu změnu a propst ji do DNA** organizace a i vůči byznysu – chceme šířit určitou myšlenku a díky byznysu to můžeme. Umět to tedy pojmenovat narovinu, nedokážeme je oslovat. Přitom toto by byznys potřeboval také slyšet.
- 9) **Lidé z byznysu jsou hladoví po out-of-the-box thinking** – můžeme je tím oslovit, že v nezisku takoví lidé jsou (vs. my se snažíme prezentovat, co nám chybí).

Skupinka Lukáš Rolf:

- 1) Velká překážka – **Value Proposition** – je potřeba si uvědomit, jak tu hodnotu dobře popsat, jak ji zjistit. V rámci Value Proposition zjistit, jak to zapadá do pohledu firmy – v rámci ESG reportingu nebo CSR strategie.
- 2) Přemýšlíme nad tím, jak můžu firmě prodat, co mám, vs. **jak můžu pomoci firmě řešit problém, potenciálně s tím, co už mám** – to otevírá prostor pro spolupráci. Propojení platform, jak pomoci firmám řešit jejich potřeb a problémů – otevírá větší prostor, ne vždy přes jednu organizaci, je potřeba se propojovat i s dalšími, abychom mohli rozšířit expertizu a zároveň se specializovat a konkretizovat. Tj. fakticky nabízet kolektivní produkty a služby.
- 3) Strukturální otázky tvorby Value Proposition, porozumění zákazníkům.

Skupina Viktor Třebický:

Nestihli vyplnit canvas, ale určitě zajímavý koncept.

- 1) Hlavní překážka – **kapacity neziskovek**, když to dělají po večerech, nemají pak na to oslovit byznys.
- 2) Chybí nám **byznysové myšlení** – jsme spíš reaktivní (reagujeme na dotační výzvy) než proaktivní (přicházet s vlastními nabídkami) – tj. jak reagovat včas.
- 3) **Neznáme legislativu v byznysovém prostředí**.
- 4) Chybí **zprostředkovatel mezi neziskovkami a velkým byznysem**, je roztržitá expertiza mezi neziskem.
- 5) Paradoxně může být byznys blíže k nezisku než státní správa, neb je víc flexibilní – jen to umět uchopit.
- 6) Musíme se naučit používat **jiný jazyk** – ne že chci změnit svět, ale **naladit se na firmu, co potřebuje**.
- 7) ESG ve firmách většinou tlačí vedení ze shora – ale super by bylo, když by **nápady vzešly zesponu od zaměstnanců**, kterých by se pak mohla chopit menší nevládka.

Skupina Radka Bystřická:

V rámci cvičení s canvasem jsme nakonec dospěli k osvědčené SWOTce. Ve skupině byly 3 organizace, které pracují s pacienty se zdravotním postižením – jaké jsou tedy příležitosti, podle zákonů pro firmy, které s tím pak mohou pracovat.

- 1) **Zákazník a jak ho popsat**, jak pochopit jeho potřeby, jak popsat firmu jako osobu, ve firmách jsou různé pozice a mají různé cíle – nejsme schopni mluvit optikou cílů na různých pozicích ve firmě. Musíme se začít bavit s jinými lidmi než jen s těmi v CSR oddělení.
- 2) Nemáme znalost byznys pozic a **neumíme zrcadlit pozice ve firmách v naší organizaci** – pošleme tam našeho fundraisingového pracovníka, který ale nakonec neumí vůbec mluvit s lidmi ve firmě.
- 3) **Byznys modely** – neznáme je, neumíme je ani poptat, neumíme udělat byznys model služby.
- 4) Je potřeba si **definovat spodní hranici ceny**, pod kterou už nejdu a nebudu se s tou firmou bavit, jinak tu službu/produkt dotuji. Přístup „Dobrý den, 10 tisíc“.
- 5) Stavět na již **navázaných vztazích s firmami** – výhoda pro další komunikaci, když už víme, za kým jít.
- 6) Jak **vytvářet „ekonomiku daru“** – uchopit to do dalšího levelu, o řád výše může firma rozdávat produkty i služby, vtáhnout je do darovacího řetězce.
- 7) **Sociální podniky** – v neziskovém hávu je potřeba rozvíjet tento koncept a smysl, tj. když nemůžeme sehnat firmu, tak „**stát se sociálním podnikem**“ – propojit se s dalšími a kombinovat služby tak, aby to všechny aktéry uživilo. **Kolektivní sociální podnikání** – přidaná hodnota je, že se vyjedná společná forma a způsob, jak to dělat. Propojit menší nevládky a nabídnout – propojit ty, co něco umějí, a zároveň vytvoříme záchranou síť pro ty, kdo to potřebují bez nejistoty veřejných financí. Rozvíjí se to už 12 let na úrovni regionálních/krajské úrovni, ale na té ústřední to nefunguje.

Info od Změny k lepšímu – Lukáš Rolf

- Připravují nové konsorcium pro udržitelnost, které se postupně pokusí napojit se na expertizu NNO a zprostředkovat ji firmám (v první etapě hlavně velkým firmám)..
- Firmy volají nejvíc po interním vzdělávání po tématech, kde mají blok – tj. nejdřív zlepšit přístup v hlavách lidí, pak ESG snáze zavádějí v procesech firmy (zlepšení podmínek pro zaměstnance, v okolí působení firmy).
- Zatím funguje vzdělávání o uceleném přehledu o ESG (viz ESG Academy), pak by měly následovat kurzy pro vyšší management, nakonec školení postavené na odstranění konkrétních překážek a dle výsledků reportingu – aby dokázali odstraňovat, co vyjde z reportingu.
- Progresivní firmy jsou na sever a západ o nás, hlavně ze skandinávských zemí (Ikea, Velux aj.) a ty české firmy, které na takové trhy vyvázejí – je to i vodítko pro NNO, kde hledat potenciální partnery

Tipy na užitečné kontakty:

[Impact hub](#)

[Designové studio Pábení](#) + [Q Designers](#) – pomáhají designovat služby + porozumět, jak firmy komunikují.

<https://321dilna.cz/> – pod Nadací Karla Janečka - pomáhá vytvářet neziskovkám byznys modely.



| Nadace OSF



Financováno Evropskou unií. Názory vyjádřené jsou názory autora a neodrážejí nutně oficiální stanovisko Evropské unie či Evropské výkonné agentury pro vzdělávání a kulturu (EACEA). Evropská unie ani EACEA za vyjádřené názory nenesou odpovědnost.

