

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Ekonomická fakulta
Katedra řízení

Teze bakalářské práce

Proces získání značky kvality a její význam pro neziskovou organizaci

Vypracovala: Veronika Pěnkavová

Vedoucí práce: doc. Ing. Petr Řehoř, Ph.D.

České Budějovice

2023

Klíčová slova: značka, kvalita, nezisková organizace, národní program Česká kvalita, značka kvality Proověřená veřejně prospěšná organizace

Anotace: Tato bakalářská práce se zabývá značkou kvality Proověřená veřejně prospěšná organizace (*alias Značkou spolehlivosti*), a to konkrétně procesem jejího získání, významem značky a jejím postavením na trhu. Značka spolehlivosti je prestižním oceněním pro neziskové organizace, důkladně je totiž prověří a zaručí tak celé společnosti, že daná nezisková organizace je důvěryhodná, spolehlivá, řádně naplňuje své poslání a efektivně hospodaří se svěřenými finančními prostředky. Tuto značku spravuje Asociace veřejně prospěšných organizací ČR.

Bakalářská práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. Teoretická část je zpracována formou literárního přehledu pomocí knih a internetu. Sběr dat potřebných pro praktickou část byl proveden pomocí dotazníkových šetření, do kterých byli zapojeni respondenti z řad jednak držitelů značky, ale také z řad potencionálních či pravidelných dárců ze široké veřejnosti.

Dále byl proveden kvalitativní polostrukturovaný rozhovor se spoluzakladatelkou neziskové organizace Temperi o.p.s., které je v této bakalářské práci věnován značný prostor. V neposlední řadě byla vytvořena SWOT analýza. Pomocí indukce i dedukce následovalo závěrečné ustanovení – konkrétně zhodnocení současného stavu značky a návrh změn.

Výsledkem práce je zjištění, že proces získání Značky spolehlivosti je finančně, administrativně i časově náročný, proto značku získají jen neziskové organizace fungující na profesionální úrovni. Právě pro neziskové organizace má tato značka význam prestiže a ocenění kvalitně odvedené práce, než jako např. vidina přilákání dárců. Dále bylo zjištěno, že Značka spolehlivosti není u široké veřejnosti dostatečně známá, což je celkem problém, protože má potenciál fungovat jako skvělý nástroj pro dárce při výběru neziskové organizace, kterou podpoří.

Úvod

Tato bakalářská práce nese název Proces získání značky kvality a její význam pro neziskovou organizaci. Týká se konkrétně značky kvality Proověřená veřejně prospěšná organizace (*alias Značky spolehlivosti*). Téma jsem si vybrala, protože se zajímám o práci neziskových organizací, především z důvodu, že jsou nesmírně užitečné pro jednotlivce i celou společnost a věnují se široké škále činností. V rámci neziskového sektoru mě zaujala Značka spolehlivosti, protože se jedná o záruku profesionality neziskových organizací. Zastávám názor, že by se měla zvýšit povědomost společnosti o této značce, protože je to praktický nástroj, který posiluje důvěru dárců v neziskové organizace, a samotným neziskovým organizacím poskytuje zpětnou vazbu. Neziskový sektor je obrovský, a pro dárce může být celkem těžké vybrat si neziskovou organizaci, kterou budou bez obav podporovat, což jim Značka spolehlivosti usnadní. Má bakalářská práce by proto měla značku nejen zanalyzovat, ale také by měla sloužit pro neziskové organizace jako takový návod, proč a jak získat Značku spolehlivosti.

Cíl práce

Hlavním cílem této bakalářské práce je posouzení náročnosti získání značky kvality a jejího významu pro neziskovou organizaci. Cíle bude dosaženo pomocí zpracování literární rešerše, provedení dotazníkového šetření na úrovni držitelů značky a řízeného rozhovoru. Bližší informace mi poskytla nezisková organizace Temperi, o.p.s., které je v této bakalářské práci věnována celá 4.kapitola.

Sekundárním cílem je zjistit, jak si Značka spolehlivosti stojí u široké veřejnosti. K tomu bylo potřeba provést dotazníkové šetření na úrovni pravidelných i potencionálních dárců. Posledním cílem je na základě zjištěných dat navrhnout doporučení pro zlepšení systému Značky spolehlivosti.

Metodika

Bakalářská práce je rozdělena do dvou hlavních částí – teoretické a praktické části.

Teoretická část obsahuje poznatky ze studia odborné literatury určené k danému tématu, tudíž je celá tato část zpracována formou literárního přehledu. Je zaměřena na problematiku značky, kvality a jejich vzájemné souvislosti. Dále na Národní politiku kvality a s tím související národní program Česká kvalita, který zahrnuje pro tuto práci nejdůležitější značku kvality Proověřená veřejně prospěšná organizace. Tato značka je zde představena spolu s jejím správcem a procesem jejího získání. V neposlední řadě je zde podrobně popsán neziskový sektor.

Tato část bakalářské práce byla vypracována v období říjen – prosinec 2022. Potřebné zdroje byly získány především z knih zapůjčených v Akademické knihovně Jihočeské univerzity, a také pomocí internetu - zejména na oficiálním webu Národního portálu, samotné Značky spolehlivosti či jejího správce AVPO ČR.

Praktická část je zpracována prostřednictvím kvantitativního i kvalitativního marketingového výzkumu. Nejprve byl uskutečněn sběr dat pomocí dotazníkových šetření, do kterých bylo potřeba zapojit respondenty z řad jednak držitelů značky, ale také z řad potencionálních či pravidelných dárců ze široké veřejnosti. Dotazníková šetření proběhla v období březen až květen 2023. Respondenti z řad držitelů značky pocházeli ze seznamu 30 držitelů značky na oficiálních stránkách značky Proověřená veřejně prospěšná organizace (www.znackaspolehlivosti.cz) a byli

osloveni prostřednictvím emailové komunikace. Dotazník vyplnilo celkem 17 organizací, návratnost dotazníku tedy byla 56,7 %. Dotazník obsahoval 25 otázek.

$$\text{Návratnost (v \%)} = \frac{\text{počet zodpovězených dotazníků}}{\text{počet odeslaných dotazníků}} \times 100$$

Naopak respondenti z řad potencionálních i pravidelných dárců byli osloveni prostřednictvím umístění dotazníku na sociální sítě mé i mých známých, a tudíž byli vybráni náhodně.

Respondentů bylo nakonec celkem 126. Dotazník obsahoval 15 otázek.

Poté byl proveden kvalitativní polostrukturovaný rozhovor se spoluzakladatelkou neziskové organizace Temperi o.p.s., která je již čerstvě držitelem značky, a tak byl získán bližší pohled na celý proces Značky spolehlivosti. Rozhovor byl proveden v červnu 2023 a obsahoval celkem 10 otázek.

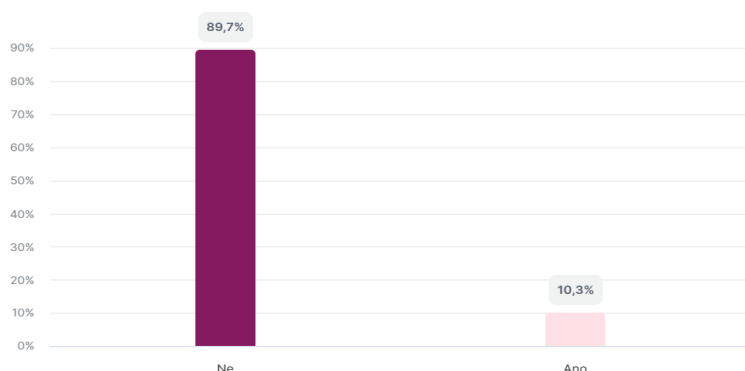
Dále na základě zjištěných informací byla vytvořena SWOT analýza zahrnující silné a slabé stránky, příležitosti i hrozby značky.

Nakonec následovalo na základě indukce a dedukce závěrečné ustanovení – konkrétně zhodnocení současného stavu značky a návrh změn.

Výsledky a diskuse

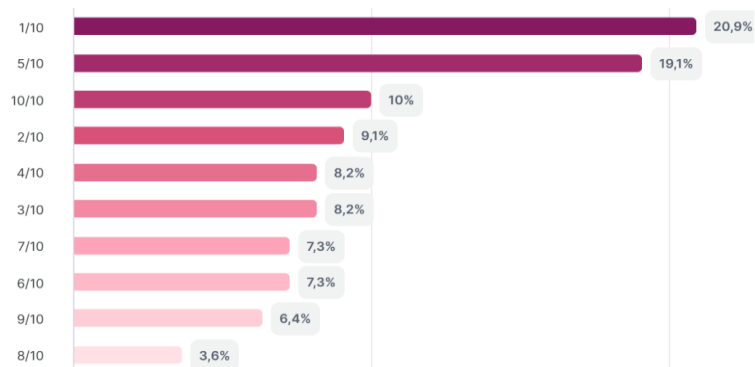
Díky respondentům z řad pravidelných či potencionálních dárců bylo zjištěno, že české veřejnosti není národní program Česká kvalita dostatečně známý a ve značkách kvality se moc neorientuje. Celkem 55,6 % respondentů nezná národní program Česká kvalita a tudíž až 90 % respondentů bohužel nezná ani samotnou značku kvality Prověřená veřejně prospěšná organizace (*alias Značku spolehlivosti*). Dále bylo pomocí dotazníkového šetření zjištěno, že respondenti nepřikládají Značce spolehlivosti velký význam, což však může pramenit z důvodu, že o ni nejsou dostatečně informováni.

Obrázek 1: Znáte Značku spolehlivosti?



Zdroj: Vlastní zpracování

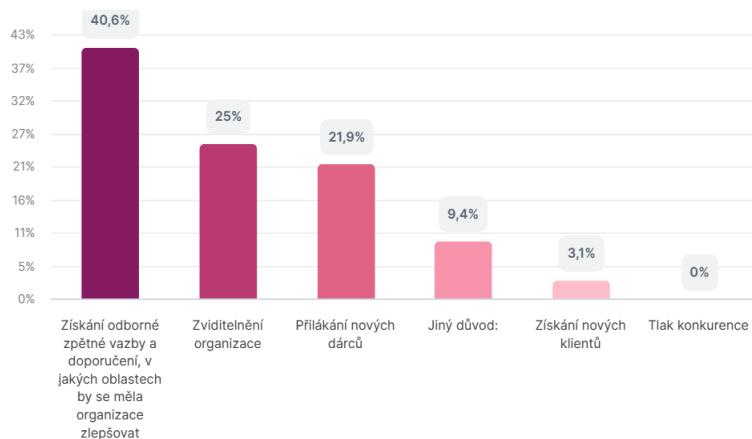
Obrázek 2: Jak moc je pro vás Značka spolehlivosti důležitá při výběru neziskové organizace?



Zdroj: Vlastní zpracování

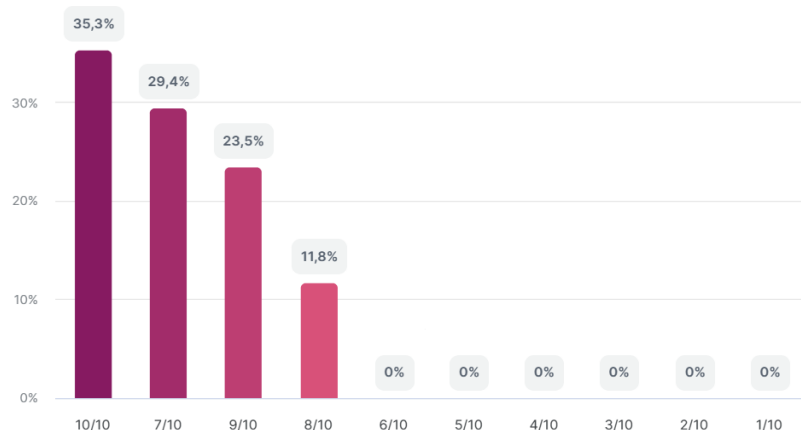
Respondenti z řad držitelů značky hodnotí Značku spolehlivosti velmi kladně, stejně tak spolupráci s jejím správcem. Značka je pro ně spíše otázkou prestiže a vnímají ji jako ocenění, proto bude až 58,8 % respondentů žádat i v následujících letech o její prodloužení, ačkoliv značka nepřinesla jejím držitelům značný nárůst dárců, zájemců o zaměstnání či dobrovolníků. Pro 40,6 % respondentů je primárním přínosem spíše odborná a zpětná vazba od externího hodnotitele, která je pro organizaci nápomocná pro její další rozvoj. Respondenti nejčastěji shledávali cenu za tříleté užívání značky jako optimální (64,7 %) až vysokou (35,3 %). Pro 94,1 % respondentů jsou kritéria přiměřeně splnitelná. Délka doby držení značky vyhovuje 88,2 % respondentům. Až 94,1 % respondentů si uvědomuje, že značka není v ČR dostatečně známá.

Obrázek 3: Primární důvod zájmu o Značku spolehlivosti



Zdroj: Vlastní zpracování

Obrázek 4: Hodnocení celkové spokojenosti se Značkou spolehlivosti



Zdroj: Vlastní zpracování

Průzkumy nám sdělily, že Značka spolehlivosti má význam prestiže. Neziskové organizace ji totiž vnímají spíše jako ocenění toho, že dělají svou práci poctivě a kvalitně. Proto se většina organizací začala o značku pokoušet až po několika letech provozování své činnosti. Bohužel Značka spolehlivosti není dostatečně známá v ČR, což je celkem problém, protože nefunguje tak zcela efektivně, jak se zpočátku zamýšlelo – byla vytvořena především pro dárce jako návod, aby si vybrali vhodnou organizaci pro jejich dary.

Dále průzkumy ukazují, že proces získání značky je časově, finančně i administrativně náročný. Je potřeba dát dohromady všechnu dokumentaci a mít v pořádku účetnictví, což není pro některé organizace úplně jednoduché. Přesto pro držitele značky jsou kritéria přiměřeně splnitelná, stejně tak jim vyhovuje i doba držení značky v délce 3 let. Tudíž, ačkoliv je proces získání značky velmi náročný, není nezvládnutelný a pokud nezisková organizace výborně funguje a bude mít o značku dostatečný zájem, má velkou šanci ji získat.

Silnou stránkou správce značky je jeho spolupráce s držiteli značky, kteří jsou velmi spokojeni s jeho přístupem, a plusem je zde určitě i pořádání vzdělávacích akcí a poskytování odborných konzultací pro členy asociace, čehož se hlavně držitelé značky rádi účastní. Navíc momentálně o prodloužení značky uvažuje převažující část držitelů značky, což opět pramení z důvodu, že vnímají Značku spolehlivosti jako záruku prestiže organizace.

Prvním návrhem na zlepšení systému Značky spolehlivosti je určitě zvýšení povědomí o značce mezi potencionálními i pravidelnými dárci. Většina dárců o značce bohužel neví, značka je mnohem více známá v neziskovém sektoru než ve veřejném, takže v tomto směru není systém dostatečně efektivní. Je tedy potřeba, aby byla značka mediálně známá a široká veřejnost byla o ní lépe informována a vzdělávána právě prostřednictvím např. tisku, televize, rádia, sociálních sítí či kulturních akcí.

Dalším návrhem je rozšíření držitelů značky a vytvoření tak silnější komunity.

Nejprve je potřeba zvýšit povědomí o značce nejen u potencionálních dárců, ale také v neziskovém sektoru i mimo členy AVPO ČR, protože AVPO ČR spíše cílí na členy své asociace než na ostatní nezainteresované neziskové organizace. AVPO ČR by tedy opět měla zvýšit propagaci značky a cílit na to, v čem je značka pro neziskovou organizaci tak přínosná a potřebná. Dále mnoho neziskových organizací odrazuje náročnost procesu, a především cena značky. Vstupní ohodnocení činí 18 000,- Kč, což pro nestátní neziskovou organizaci může být jednorázově dost peněz. Je důležité pro AVPO ČR do budoucna cenu nezvyšovat, naopak by bylo

vhodné ji snížit, ideálně alespoň o 1/3, nebo vytvořit individuální cenu podle velikosti, rozpočtu a úspěšnosti dané organizace. Dalším řešením je to, aby AVPO ČR poskytla v případě potřeby organizace možnost dílčích splátek této částky a zaštitit to smlouvou. V neposlední řadě je také do budoucna potřeba již více neztěžovat podmínky získání značky, ideální by bylo zjednodušit hlavně administrativní část procesu a zrychlit celý proces tak, aby netrvalo získání značky příliš dlouho.

Závěr

Hlavním cílem této bakalářské práce bylo posoudit náročnost získání Značky spolehlivosti a její přínos pro neziskové organizace. Celý proces získání značky je administrativně, finančně i časově velmi náročný, ale není nezvládnutelný a pokud nezisková organizace funguje na výborné úrovni, má velkou šanci značku získat. Analýzy ukázaly, že nejnáročnější na celém procesu získání značky je doložení veškeré potřebné dokumentace a související vyplnění formuláře, který vyžaduje mnoho informací. Přesto držitelé značky neměli problém splnit nastavená kritéria. Cena za její užívání, především vstupní poplatek ve výši 18 000,- Kč, je pro některé neziskové organizace vysoký, což poté odrazuje od jejího získání.

Co se týče významu značky, její držitelé ji vnímají spíše jako prestiž a ocenění dobře vykonávané práce. Z důvodu prestiže také budou žádat o její prodloužení i v dalších letech.

Značka drtivě většině držitelů nepřinesla výrazný nárůst dárců, zájemců o zaměstnání ani dobrovolníků. Naopak největší přínos držitelé shledávají v získání hloubkového ohodnocení od zkušených externích hodnotitelů, které pomůže organizaci v jejím dalším rozvoji.

Držitelé značky si chválí spolupráci s jejím správcem, což se jeví jako silná stránka značky.

Dalším cílem práce bylo zjistit, jak si Značka spolehlivosti stojí u široké veřejnosti.

Malé obecné povědomí o značce je zde největším kamenem úrazu. Držitelé značky si uvědomují, že je značka více známá v neziskovém sektoru než ve veřejném. Potencionální ani pravidelní dárci nepřikládají značce velký význam při výběru neziskové organizace, kterou podpoří, což pramení ale z nedostatečné informovanosti o značce. Pokud by se tento problém vyřešil, značka by měla potenciál oslovit širokou veřejnost, jelikož převažující část potenciálních i pravidelných dárců shledala po seznámení značku velmi pozitivně. Proto je potřeba udělat opatření a vyřešit tak tento problém zaměřením se na propagaci značky mezi širší spektrum společnosti.

Pokud správce značky zapracuje na vyřešení uvedených problematických oblastí, má značka potenciál získat silnou pozici na trhu a stát se významným faktorem pro rozhodování nových i stálých dárců.

Seznam použité literatury

Internetové zdroje

Asociace veřejně prospěšných organizací. Retrieved June 7, 2023, from <https://www.avpo.cz/>

Národní portál: Oficiální portál Rady kvality ČR. (2022). Retrieved September 23, 2022, from <https://www.narodniportal.cz/>

Značka spolehlivosti. Retrieved April 7, 2023, from <https://www.znackaspolehlivosti.cz/>

Legislativní dokumenty

Rada kvality ČR. (2022, March 9). *Zásady Národního programu Česká kvalita.* Dostupné z: https://storage.googleapis.com/narodniportal_cz/sites/4/2022/03/3f8a0bff-zasady-narodniho-programu-ceska-kvalita-03_22.pdf

Odborná literatura

Keller, K. L. (2007). *Strategické řízení značky*. Praha, Česko: Grada.

Nenadál a kol., J. (2018). *Kniha Management kvality pro 21.století*. Praha, Česko: Management Press.

Šimková, E. (2009). *Management a marketing v praxi neziskových organizací* (4. ed.). Hradec Králové, Česko: Gaudeamus.

Online knihy

Ing. Skovajsa, A. (2016). *Management kvality*. ePubli webová knihovna. Dostupné z: <https://publi.cz/bo-oks/276/Impresum.html>

Plný seznam použité literatury je uveden v textu bakalářské práce.

Další bibliografické údaje

Type of thesis: bachelor

Author: Veronika Pěnkavová

Academic Year: 2022/2023

Department: Department of Economics and management, Faculty of Economics, University of South Bohemia in Ceske Budejovice, Czech Republic

Thesis supervisor: doc. Ing. Petr Řehoř, Ph.D.

Number of pages: 69

Language of thesis: CZ

Title of Thesis: The process of acquiring quality mark and its meaning for non-profit organizations

Annotation: This bachelor thesis focuses on the quality mark Verified Public Benefit Organization (also known as the Reliability Mark), specifically its acquisition process, the significance of the mark, and its position in the market. The Reliability Mark is a prestigious award for non-profit organizations, as it thoroughly examines them and guarantees to society that they are trustworthy, reliable, fulfill their mission properly and effectively manage entrusted financial resources. This mark is managed by the Association of Public Benefit Organizations of the Czech Republic. The thesis is divided into theoretical and practical parts. The theoretical part is presented in the form of a literature review using books and internet sources. Data collection necessary for the practical part was conducted through questionnaire surveys involving respondents who are both holders of the mark and potential or regular donors from the general public. Furthermore, a qualitative semi-structured interview was conducted with one of the co-founders of Temperi o.p.s., a non-profit organization which receives significant attention in this bachelor thesis. Lastly, a SWOT analysis was created. Through induction and deduction, a final conclusion was reached - specifically an evaluation of the current state of the mark and proposed changes. The findings indicate that obtaining the Reliability Mark is financially, and administratively time-consuming; therefore, only non-profit organizations operating at a professional level can acquire it. This mark holds prestige for non-profit organizations as recognition for their high-quality work rather than solely attracting donors. Additionally, it was found that awareness about this reliability mark among the general public is insufficient, which poses somewhat problematic, since it has potential to serve as an excellent tool for donors when selecting supported non-profit organizations.

Key words: quality, nonprofit organization, brand, the Czech Quality Programme, the quality mark Reliable public benefit organization

Přílohy vázané v práci:

Příloha 1: Email pro držitele značky	48
Příloha 2: Dotazník pro držitele značky	49
Příloha 3: Dotazník pro dárce	54
Příloha 4: Řízený rozhovor	59