

Sponzoring má smysl, pokud je vázán na zaměstnance firmy

O tom, proč je dobré sponzorovat aktivity navázané na zaměstnance firmy, jsme v rámci kvalitativní části B2B monitoru hovořili s panem Jaroslavem Vávrou, jednatelem společnosti Elcatec, která vyrábí součástky pro automobilový průmysl.

Jak Vy osobně vnímáte sponzoring?

Pro mě je sponzoring příspěvek na něco, co bude užitečné pro naše zaměstnance.

Co tedy jako firma sponzorujete?

Jde v zásadě o dvě oblasti:

1. Sportovní činnost deseti dětí našich zaměstnankyň – oddíl házené
2. Sponzoring akce „Přijdu včas“, což je projekt na ochranu dětí. Jde o montáž speciálních panelů na dětská hřiště, kde jsou hodiny, telefonní linka, kde mohou zavolat domů a telefonní linka na Policii, kdyby se něco stalo. Tento projekt běží už 3 roky a je na více než 10 místech v republice.

Kdy jste ve firmě začali se sponzoringem?

Nikdy dříve jsme nesponzorovali. Až nyní. Považuji to za poslední bod našeho motivačního programu pro zaměstnance. V tomto projektu jsou jazykové kurzy pro zaměstnance, dále pořádáme zájezdy do Polska na nákupy, možnost vykonávání praxe dětí našich zaměstnanců u nás v podniku, nákup produktů u nás (jahody, broskve, jablka, brambory, králíci, vajíčka). A součástí toho motivačního systému je nyní i sponzoring sportovních aktivit dětí našich zaměstnanců.

V čem vidíte přínos sponzoringu pro Vaši firmu?

Naším motivačním programem pomáháme lidem, aby neměli stres ve výrobě. Tato činnost – podpora sportovních aktivit dětí našich zaměstnanců – mi zapadalo do naší motivace jako poslední bod. Když přijedou šéfové z Německa, tak se diví, že u nás ve firmě je 62 % lidí déle než 8 let. Jinde tomu tak není. My se ale snažíme lidi stabilizovat a podpořit jak jen to jde. Se sponzoringem stylu dejte nám milion a my si zahrajeme a dáme Vás na dresy, s tím nesouhlasím. Pokud má sponzoring vazbu na náš personál, tak s tím souhlasím. Ale na jiné nemáme dostatek prostředků.

Existuje nějaká rada, kterou byste dal podnikům, které chtějí dobře sponzorovat?

Kdyby se všechny firmy věnovaly v oblasti personalistiky dětem zaměstnanců a tam přispěly, tak by zájmová sdružení, sport apod. nemohli mít problém s financemi. A firmy by měly čisté svědomí. Vše se pak vrací v práci zaměstnanců.