

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI  
PEDAGIGICKÁ FAKULTA  
Ústav pedagogiky a sociálních studií

**DIPLOMOVÁ PRÁCE**

Bc. Jaroslava Maňurová

**Návrh na vytvoření hiporehabilitačního centra  
Napoli v okrese Jeseník**

## Prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně. Veškeré literární prameny a zdroje, které jsou v práci obsaženy, jsou uvedeny v seznamu.

V Olomouci 16. 6. 2024

Podpis .....

## Poděkování

Děkuji vedoucí diplomové práce, paní Ing. Aleně Opletalové, Ph.D. za vedení práce, cenné rady a podporu. Také děkuji všem anonymním respondentům za jejich odpovědi k dotazníku, který je součástí praktické části.

## Anotace

<b>Jméno a příjmení:</b>	Bc. Jaroslava Maňurová
<b>Katedra:</b>	Ústav pedagogiky a sociálních studií
<b>Vedoucí práce:</b>	Ing. Alena Opletalová, Ph.D.
<b>Rok obhajoby:</b>	2024

<b>Název práce:</b>	Návrh na vytvoření hiporehabilitačního centra Napoli v okrese Jeseník
<b>Název v angličtině:</b>	The proposal for a creation of the Napoli hiporehabilitation center in the Jeseník district
<b>Zvolený typ práce:</b>	Diplomová výzkumná práce
<b>Anotace práce:</b>	Diplomová práce je zaměřena na službu v oblasti hiporehabilitace, která v okrese Jeseník není poskytována. Teoretická část vymezuje poznatky o nestátních neziskových organizacích, marketingu a managementu a popisuje předmět hiporehabilitace. Praktická část zjišťuje a vyhodnocuje potřebnost služby v okrese Jeseník formou dotazníkového šetření, jejichž výsledkem je fundraisingový projekt hiporehabilitačního centra Napoli v okrese Jeseník.
<b>Klíčová slova:</b>	nestátní nezisková organizace, marketing, management, hiporehabilitace, volný čas, fundraisingový projekt
<b>Anotace v angličtině:</b>	The diploma thesis is focused on the service in the field of hyporehabilitation, which is not provided in the Jeseník district. The theoretical part defines knowledge about non-state non-profit organizations, marketing and management and describes the subject of hyporehabilitation. The practical part determines and evaluates the need for the service in the Jeseník district in the form of a questionnaire survey, the result of which is the fundraising project of the Hipporehabilitation Center Napoli in the Jeseník district.
<b>Klíčová slova v angličtině:</b>	Non-governmental non-profit organization, marketing, management, hyporehabilitation, free time, fundraising project
<b>Přílohy vázané v práci:</b>	Příloha č. 1 – dotazník pro občany Hiporehabilitační centrum v Jeseníku Příloha č. 2 – dotazník pro organizace Hiporehabilitační centrum Napoli
<b>Rozsah práce:</b>	90 stran
<b>Jazyk práce:</b>	Čeština

## Obsah

Úvod.....	7
<b>TEORETICKÁ ČÁST .....</b>	<b>9</b>
<b>1 Nestátní neziskový sektor a fundraising .....</b>	<b>10</b>
<b>1.1 Nestátní neziskový sektor.....</b>	<b>10</b>
<b>1.2 Právní formy nestátních neziskových organizací .....</b>	<b>15</b>
<b>1.3 Financování neziskového sektoru – fundraising.....</b>	<b>18</b>
<b>2 Využití marketingu a managementu v neziskové organizaci .....</b>	<b>22</b>
<b>2.1 Marketingový výzkum .....</b>	<b>22</b>
<b>2.2 Marketingový mix.....</b>	<b>24</b>
<b>2.3 Marketingová komunikace .....</b>	<b>26</b>
<b>2.4 Management projektového řízení .....</b>	<b>28</b>
<b>3 Hiporehabilitace .....</b>	<b>33</b>
<b>3.1 Vymezení hiporehabilitace a kategorie středisek .....</b>	<b>33</b>
3.1.1 Hiporehabilitační středisko v Olomouckém kraji .....	35
<b>3.2 Současné obory a disciplíny hiporehabilitace .....</b>	<b>35</b>
<b>3.3 Hiporehabilitační pracovníci .....</b>	<b>37</b>
3.3.1 Zákonná legislativa u koní .....	39
<b>3.4 Hiporehabilitace ve volném čase a její vliv na zdraví .....</b>	<b>39</b>
<b>PRAKTICKÁ ČÁST .....</b>	<b>43</b>
<b>4 Charakteristika okresu Jeseník a dostupné služby pro občany.....</b>	<b>44</b>
<b>5 Vymezení výzkumného šetření v oblasti hipoterapie.....</b>	<b>46</b>
<b>5.1 Východiska práce.....</b>	<b>46</b>
<b>5.2 Cíl výzkumného šetření.....</b>	<b>46</b>
<b>5.3 Vymezení výzkumného souboru.....</b>	<b>47</b>
<b>5.4 Výzkumná metoda .....</b>	<b>48</b>
<b>6 Vyhodnocení výzkumného šetření v oblasti hipoterapie v okrese Jeseník .....</b>	<b>50</b>
<b>7 Fundraisingový projekt na vytvoření hiporehabilitačního centra Napoli v okrese Jeseník .....</b>	<b>63</b>
<b>8 Diskuze a shrnutí.....</b>	<b>71</b>
<b>Závěr.....</b>	<b>76</b>

<b>Seznam zkratk</b> .....	79
<b>Seznam literatury a zdrojů</b> .....	80
<b>Seznam obrázků</b> .....	83
<b>Seznam tabulek</b> .....	84
<b>Seznam grafů</b> .....	84
<b>Seznam příloh</b> .....	84

## Úvod

Pro svou diplomovou práci jsem si vybrala téma, které se vztahuje ke koním a spolupráci s nimi v rámci poskytovaných služeb. Cílem diplomové práce je zpracovat teoretický podklad pro vytvoření hiporehabilitačního centra a v praktické části je cílem vypracovat komplexní návrh fundraisingového projektu ke vzniku hiporehabilitačního centra Napoli v okrese Jeseník. Cílem výzkumného šetření je vyhodnotit možnosti vzniku nové organizace prostřednictvím dotazníkového šetření ze strany občanů a poskytovatelů sociálních služeb. K naplnění cíle jsou stanoveny dílčí výzkumné otázky v kapitole 5.2. Autorku v rámci výzkumu zajímá, zda vytvoření centra je pro tento okres potřebný, zda dotazovaní respondenti mají povědomí o hiporehabilitaci, zda mají informace o tomto oboru, zda by služby využili a měli zájem vytvořené centrum podporovat. To jsou klíčové výzkumné otázky sestaveny tak, aby poskytly jasné odpovědi. Výzkumné šetření je součástí praktické části, ve které je stručně popsán okres Jeseník. Ze získaných a vyhodnocených dat je vytvořen samostatný fundraisingový projekt, který kompletně popisuje postup k vytvoření centra. Praktická část diplomové práce tedy poskytuje detailní návrh vzniku specializovaného zařízení poskytujícího hiporehabilitační služby, které mohou výrazně zlepšit kvalitu života všech jednotlivců bez ohledu na jejich zdravotní postižení a vyplnit chybějící službu v okrese a přispět k rozvoji regionu. Výsledky práce také mohou být uplatněny jak v teorii, tak v praxi a získané poznatky mohou sloužit jako základ pro další výzkum v oblasti hiporehabilitace a také pro praxi při zakládání hiporehabilitačních center.

Abychom k vytvoření návrhu dospěli, je potřeba si v teoretické části vymezit nestátní neziskový sektor, jeho právní formy a financování. Nestátní neziskový sektor je nedílnou součástí národního hospodářství a zahrnuje organizace, které poskytují služby bez účelu zisku. Tento sektor je financován ze soukromých i veřejných zdrojů, a proto je nezbytné porozumět různým právním formám a způsobům fundraisingu, které umožňují udržitelnost a rozvoj těchto organizací. Uvedenému se věnuje kapitola č. 1, na kterou plynule navazuje kapitola č. 2 s názvem využití marketingu a managementu v neziskové organizaci. Marketing a management hrají zásadní roli v efektivním řízení neziskových organizací. Marketingový výzkum pomáhá identifikovat potřeby a přání cílové skupiny, zatímco marketingový mix umožňuje vytvoření atraktivní nabídky služeb. Marketingová komunikace zajišťuje informovanost, podporu a kontakt s veřejností. Management projektového řízení je klíčový pro plánování a realizaci projektů.

Součástí teoretické části je také kapitola se souhrnným názvem hiporehabilitace, jedná se o kapitolu č. 3. V této části práce se autorka věnuje popisu hiporehabilitace, kategorií středisek, jejím současným oborům a disciplínám, hiporehabilitačním pracovníkům, stručně vymezuje zákonnou legislativu a popisuje vliv hiporehabilitace ve volném čase a její vliv na zdraví. V kapitole je také zmínka o hiporehabilitačním středisku Ryzáček, který je svou dostupností v Olomouckém kraji od okresu Jeseník nejbližší.

Na teoretickou část, kde byly vymezeny hlavní a důležité poznatky k tématu získaných z dostupných knižních a internetových zdrojů, navazuje praktická část, kterou jsme si popsali na začátku úvodu.

Autorce diplomové práce byla inspirací osobní zkušenost s pracovníky a koňmi v centru Ryzáček, kde se byla podívat na dnu otevřených dveří. I bez zkušeností s tvořením projektu, organizačními a legislativními podmínkami se pro tuto činnost nadchla a hiporehabilitační centrum Napolí by chtěla založit. Vnímá, že okres Jeseník, který je známý svou krásnou přírodou a lázeňskou tradicí, nabízí ideální prostředí pro realizaci hiporehabilitačních programů. V regionu však dosud chybí zařízení, které by hiporehabilitační služby poskytovalo.



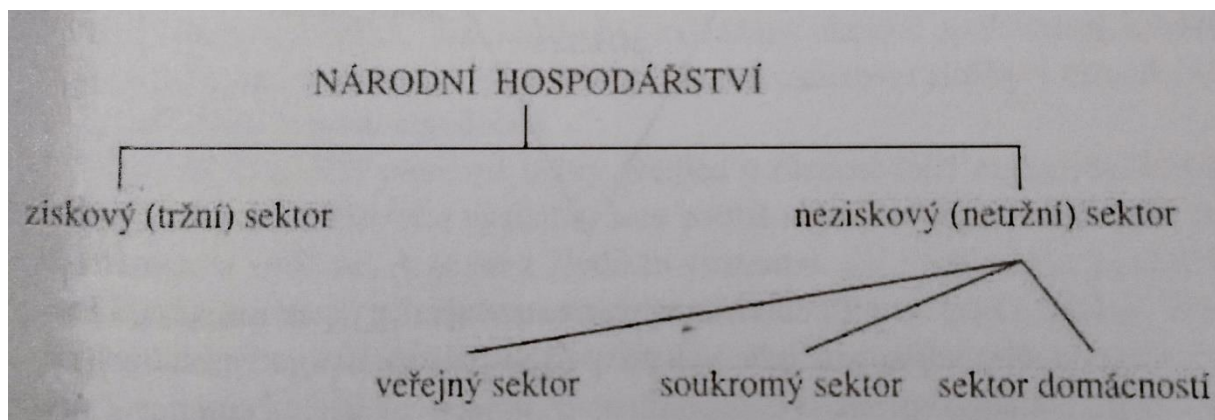
## **TEORETICKÁ ČÁST**

# 1 Nestátní neziskový sektor a fundraising

Pro vytvoření hiporehabilitačního centra je podstatné si vymezit nestátní neziskový sektor a jeho financování. Již název „neziskový sektor“ vypovídá o tom, že se jedná o prostor, ve kterém jsou nabízeny a poskytovány služby bez účelu zisku. V takzvaném prostoru se nachází organizace vyplňující požadavky trhu. Dané organizace jsou však odkázány na vnitřní a vnější získávání zdrojů, aby mohly fungovat a být přínosem pro celou společnost nejen ve volném čase.

## 1.1 Nestátní neziskový sektor

Nestátní neziskový sektor má spojitost s národním hospodářstvím a je jeho nedílnou součástí. Abychom pochopili fungování neziskové organizace, je potřeba si vyjasnit jejich prostor. Rektořík (2010, s. 13) ve své knize člení národní hospodářství z hlediska principu financování dle obrázku č. 1. Autor čerpal a jeho pramenem byla kniha Veřejná ekonomie pro školu a praxi od autorů Strecková a Malý (1998).

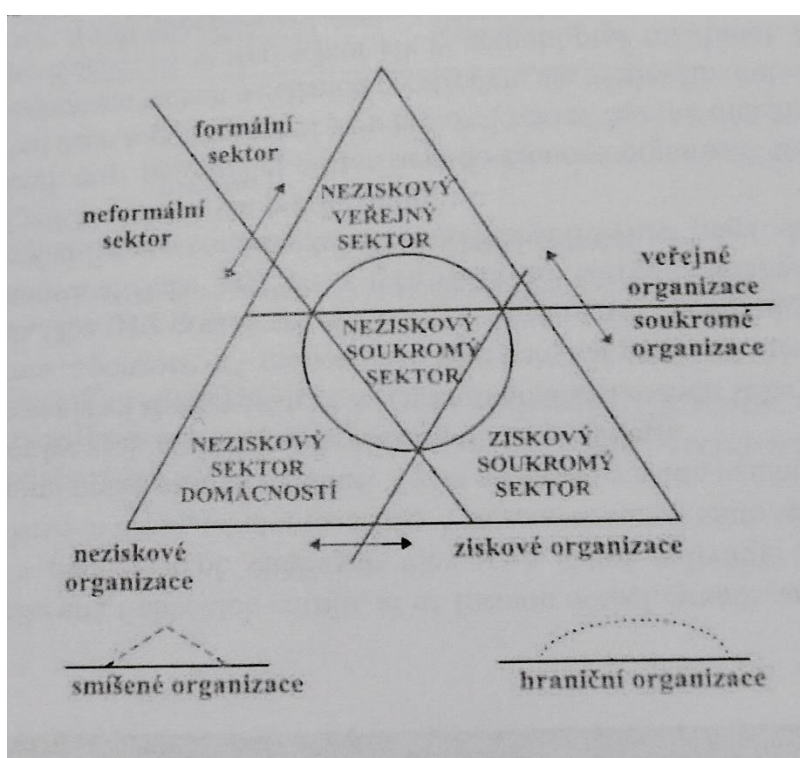


Obrázek č. 1: Členění národního hospodářství podle principu financování  
Zdroj: Rektořík, J. a kol. *Organizace neziskového sektoru*. 2010. s. 13

Z obrázku č. 1 je patrné, že cílem ziskového také řečeno tržního sektoru je zisk, který společností plyne z prodeje jejich vlastních produktů nebo jejich distribucí. Cílem neziskového také pojmenovaného netržního sektoru není zisk, ale užitek prostřednictvím poskytované služby. Neziskový veřejný sektor svůj cíl naplňuje poskytováním veřejné služby, je financován z veřejných finančních zdrojů, spravuje ho a řídí veřejná správa na základě veřejné volby a veřejné kontrole také podléhá. Neziskový soukromý sektor je převážně

financován ze soukromých zdrojů osob, avšak není vyloučeno získání financí veřejných. Poslední část je sektor domácností, který svou podstatou určuje společnost a má velký význam v ekonomice a finančním toku. (Rektořík 2010)

Z výše uvedeného vyplývá, že nestátní neziskové organizace spadají do sektoru veřejného, ale také do sektoru soukromého. Rozdělení národního hospodářství specifikoval švédský ekonom Victor Alexis Pestoff, který jednotlivé sektory zobrazil v trojúhelníku (obrázek č. 2), čímž dosáhl nejen přehlednosti, propojenosti, ale z uvedeného zobrazení se dají odvodit základní charakteristiky organizací. (Rektořík 2010)



Obrázek č. 2: Konečná fáze členění národního hospodářství podle Pestoffa  
Zdroj: Rektořík, J. a kol. Organizace neziskového sektoru. 2010. s. 16

Národní hospodářství Pestoff rozdělil v trojúhelníku do čtyř sektorů: (Rektořík 2010)

- ziskový soukromý sektor (trh)
- neziskový veřejný sektor (veřejný sektor)
- neziskový soukromý sektor (nestátní neziskový sektor, třetí sektor)
- neziskový sektor domácností (domácnosti)

Verejný sektor vyplňuje horní část trojúhelníku, jeho spodní část tvoří soukromý sektor, který je charakteristický soukromoprávním fungováním, kdy kritériem sektoru je vlastnictví. Pravá část dělí sektor podle zisku na ziskový a neziskový, kdy kritériem je financování. Dochází tak k vymezení ziskového soukromého sektoru (trhu), který se stává již neměnným. Dalším rozdělením v levé části dochází k rozdělení na formální a neformální sektor, kritériem je forma založení. Tím je vymezen další samostatný sektor domácností (domácnosti), který se také stává již neměnným. Pod pojmem neformální je myšleno bez legislativního vymezení neboli rámce, jako jsou rodiny, sousedi a domácnosti. Ve středu trojúhelníku vznikl prostor, který všechny další prostory prolíná s názvem neziskový soukromý sektor.

Bučovčík (2011, s. 37) ve své knize uvádí „*Na neziskový sektor je možné se v zásadě dívat ze dvou pohledů: jako na segment národního hospodářství (ekonomiky) a jako prvek (projev) občanské společnosti. ...jeden podmiňuje druhý a společně charakterizují podstatu existence neziskových organizací.*“

Ve schématu členění národního hospodářství (obrázek č. 3) Bučovčík (2011, s. 37 – 38) také člení sektory podle podstaty financování dle V. Pestoffa na „*ziskový (komerční) a neziskový (nekomerční)*“. Dále člení neziskový sektor na „*veřejný sektor, soukromý sektor a sektor domácností*“. Autor v publikaci vychází z návrhu Victora A. Pestoffa dle Rektořika (2001, s. 14), kdy uvádí, že národního hospodářství je možné rozdělit do tří směrů:

- „*veřejný (co je spravováno veřejně – státní a obecní úřady, nemocnice, státní firmy) a soukromý (soukromoprávní, privátní) sektor (co je v soukromých rukou – domácnost, soukromá firma)*“
- „*neziskový (netržní – co nefunguje za účelem dosažení zisku – domácnost, občanská iniciativa, ministerstvo) a ziskový (tržní) sektor (co bylo založeno za účelem dosažení zisku – soukromá firma, občanská záložna)*“
- „*formální (co bylo zřízeno na základě určitého právního předpisu, písemné smlouvy – firma, nezisková organizace, ministerstvo) a neformální sektor (co existuje neformálně, bez legislativního rámce – člověk, domácnost, některé občanské iniciativy)*“



Obrázek č. 3: Členění národního hospodářství podle V. Pestoffa  
Zdroj: Bačuvčík, R. Marketing neziskových organizací. 2011. s. 38

Při porovnání obrázku č. 2 a č. 3 je patrné, že Bačuvčík (2011, s. 38 – 39) pod čísly 5 až 10 definuje smíšené (č. 5 až č. 7) a hraniční (č. 8 až č. 10) typy ekonomických subjektů a to:

- „(5) veřejný, neziskový, neformální (jednorázová akce...)“
- (6) veřejný, ziskový, formální (státní podnik, zřízený za účelem podnikání)
- (7) soukromý, ziskový, neformální (drobná rukodělná výroba a prodej v rámci sousedských vztahů...)
- (8) veřejný/soukromý, neziskový, formální (...zřízené státem. Právní povahou jsou soukromé, ale jsou zřizovány a financovány veřejnou správou)
- (9) soukromý, neziskový, neformální/formální (...spolky, které hájí zájmy určité skupiny občanů...)
- (10) soukromé, neziskové/ziskové, formální (například penzijní fond...neziskové aktivity firem...občanské spořitelny...)

Definovat pojem nestátní nezisková organizace nelze jednoznačně vymezit. Obecně se dají NNO charakterizovat jako organizace financované fyzickými či právníckými osobami, které nejsou zřízené za účelem zisku, kdy však jejich případný zisk opět vkládají do organizace na jejich provoz a rozvoj. Charakteristiku neziskových organizací přinesli ve své studii profesori Laster M. Salamon a Helmut K. Anheier (1997), jedná se o soubor nevládních institucí, které působí mimo rámec státních struktur a zaměřují se především na veřejné potřeby, nikoli na státní zájmy. Rada vlády neziskový sektor popisuje „...*formální sektor mezi státem a trhem jako oblast působení soukromých organizací zaměřených na jiné cíle, než je dosahování zisku.*“ Charakteristickými znaky je dle Rady vlády pro nestátní neziskové organizace (RVNNO) samosprávnost, organizovanost se soukromým charakterem a nezávislostí na státu, bez rozdělování zisků s prvky dobrovolnosti. Tato rada byla zřízena usnesením vlády z 10. června 1992 jako Rada pro nadace a 30. března 1998 byla transformována na Radu vlády pro nestátní neziskové organizace. (Rada vlády pro nestátní neziskové organizace online) Škarabelová (2002) vymezila podle sociologů Lastera M. Salamona a Helmuta K. Anheiera 5 znaků NNO, kterými jsou institucionalizace, soukromé vlastnictví, neziskovost, dobrovolnost, samosprávnost a nezávislost. Výše jmenovaní sociologové Salamon a Anheier vytvořili oblasti působení NO, která se používá v České republice v Mezinárodní klasifikaci neziskových organizací (ICNPO – International classification of non-profit organizations), které Rejštařík (2001) do 12 kategorií: (in Bačuvčík 2011, s. 50)

1. *Kultura, sport a volný čas*
2. *Vzdělání a výzkum*
3. *Zdraví*
4. *Sociální služby*
5. *Životní prostředí*
6. *Rozvoj a bydlení*
7. *Právo, prosazování zájmů a politika*
8. *Filantropie a dobrovolnictví*
9. *Mezinárodní aktivity*
10. *Náboženství*
11. *Hospodářská a profesní sdružení, odbory*
12. *Činnosti jinde neuvedené*

Lze tak říci, že „*Neziskovky jsou občanské organizace, které se zabývají vším, co je pro nás důležité. Od zdraví po volný čas.*“ (Taková jsme online) Dále na stránkách rozdělují základní typy neziskových organizací na:

- servisní, které poskytují klientům přímé služby (organizace zdravotnické, sociální, kulturní, humanitární, vzdělávací)
- advokační, které bojují za práva určitých skupin (organizace na lidská práva, práva spotřebitele, proti korupci, ekologické)
- filantropické, které podporují veřejně prospěšné aktivity jak hmotně, tak finančně (nadace a nadační fondy)
- zájmové, které rozvíjí zájmové činnosti (volný čas, kluby, spolky, včelařství).

Bačuvčík (2011) člení servisní, zájmovou a advokační podle kritéria zaměřeného na činnost. Další dělení uvádí podle členství, charakteru poslání (prospěšnosti), způsobu financování (veřejné rozpočty, soukromé zdroje, vlastní činnost, kombinací zdrojů), zakladatele a právní formy. Právním formám se blíže věnuje následující kapitola.

## **1.2 Právní formy nestátních neziskových organizací**

Rozdělení právních forem nestátních neziskových organizací je důležité pro vytvoření hiporehabilitačního centra Napoli. Bačuvčík (2011, s. 48) je vymezuje následovně, jedná se o:

- „*veřejnoprávní organizace – založené orgány veřejné správy (ministerstva, kraje, obce) – organizační složky (městská policie, mateřské školy) a příspěvkové organizace (např. některá divadla, muzea)*
- *veřejnoprávní instituce – jejich vznik vyplývá z určitého zákona (veřejná škola, Česká televize, Česká národní banka atd.)*
- *soukromé organizace – založené soukromou fyzickou nebo právnickou osobou – občanská sdružení, obecně prospěšné společnosti, ...*“

Pro účely diplomové práce, kdy je cílem vytvořit návrh hiporehabilitačního centra v okrese Jeseník autorka níže popisuje právní formy soukromého práva, kterými jsou spolky a pobočné spolky, nadace a nadační fondy, ústavy, účelová zařízení církví a obecně prospěšné společnosti. Jak veřejnoprávní organizace a veřejnoprávní instituce, tak soukromé organizace se řídí zákony a předpisy, ve kterých jsou vymezeny předměty jejich činností.

Soukromé organizace jsou zřizovány soukromou nebo právnickou osobou, při založení neziskové organizace lze vybírat z několika forem, které jsou vymezené v zákonech. Spolky včetně pobočných spolků, nadace, nadační fondy a ústavy jsou definovány v zákoně č. 89/2012 Sb. občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů v části první (obecná část). Evidované církevní právnické osoby v zákoně č. 3/2002 Sb., o svobodě náboženského vyznání a postavení církví a náboženských společností a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů. A obecné prospěšné společnosti, které ještě fungují podle zrušeného zákona č. 248/1995 Sb. o obecně prospěšných společnostech a o změně a doplnění některých zákonů. (Rada vlády pro nestátní neziskové organizace online)

Zákon o obecně prospěšných společnostech vztahující se k neziskovému sektoru byl k 1. 1. 2014 zrušen a není tak možné takovou formu již založit. Nadále jsou však působící organizace, které se přetransformovaly na ústavy. (Svět neziskovek online) Rektořík (2010) k obecně prospěšným společnostem uvádí, je právnickou osobou a mohla být zřízeny dle uvedeného zákona a zakladateli mohli být fyzické osoby, právnické osoby, Česká republika včetně obcí. Společnost tvoří správní rada a dozorčí rada, jako kontrolní orgán. Členem rad nemůže být ředitel, který je výkonným orgánem společnosti. Financování společnosti je zajištěno dotacemi z rozpočtů kraje a obcí nebo ze státních fondů, příspěvky, dary, vlastní a doplňkovou činností.

Zákon č. 89/2012 Sb. občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů definuje formu neziskové organizace jako ústav. Název ústavu musí obsahovat zapsaný ústav ve zkratce „z.ú“, jedná se o právnickou osobu, která je „...ustavená za účelem provozování činnosti užitečné společensky nebo hospodářsky s využitím své osobní a majetkové složky.“ Jmenovaný zákon definuje založení ústavu, vznik, statutární orgán, kterým je ředitel, dále správní radu, statut ústavu a výroční zprávu. Dále vymezuje korporaci (právnická osoba tvořena jedním členem nebo více osobami) a fundaci (právnická osoba vznikající majetkem pro určité účely. (Zákon občanský zákoník online)

Novotná (2023) ústav představuje jako spojení korporace a fundace, která slouží veřejnosti a využívají jak osobní, tak majetkové zdroje ke své společensky prospěšné činnosti. Tyto organizace jsou trvalého charakteru a jejich výsledky jsou přístupné veřejnosti podle předem stanovených podmínek, přestože nemají specifickou členskou základnu jako spolky. Jejich fungování je založeno na osobní angažovanosti a dobrovolnické práci lidí, kteří sdílejí hodnoty a cíle dané organizace. (Svět neziskovek online)



Zákon č. 89/2012 Sb. občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů definuje formu neziskové organizace jako nadace a nadační fondy. Název nadace musí obsahovat slovo „nadace“. Zakladatel nadace „...zakládá nadaci k trvalé službě společensky nebo hospodářsky užitečnému účelu. Účel nadace může být veřejně prospěšný, spočívá-li v podpoře obecného blaha, i dobročinný, spočívá-li v podpoře určitého okruhu osob určených jednotlivě či jinak.“ Jmenovaný zákon v § 309 až § 393 definuje založení nadace, statut nadace, její vznik, změnu sídla, nadační listiny a účel nadace. Dále vklady, majetek a nadační kapitál, také jeho zvýšení a snížení, přidružený fond, nadační příspěvek, náklady správy, výroční zprávu, správní a dozorčí radu, revizora, zrušení a přeměnu nadace, změnu právní formy nadace na nadační fond. Nadační fond je vymezen v daném zákoně od § 394 do § 401, název musí obsahovat slova „nadační fond“. Zakladatel nadačního fondu „...zakládá nadační fond k účelu užitečnému společensky nebo hospodářsky.“ Dále zákon vymezuje založení nadačního fondu, obsahové náležitosti a jeho vznik. (Zákon občanský zákoník online)

Novotná (2023) nadaci a nadační fond představuje jako formu, které jsou založeny na majetkové povaze. Na rozdíl od spolků, kde jsou členové klíčovou součástí, jsou nadace a nadační fondy primárně založeny na majetku, který je vyčleněn na podporu obecně prospěšných aktivit. Jako hlavní rozdíl mezi nadací a nadačním fondem uvádí jejich délku trvání, kdy nadační fondy jsou obvykle dočasné a zakládají se pro splnění konkrétního účelu, zatímco nadace mají dlouhodobý charakter a svůj cíl vidí jako konstantní podporu určité oblasti. (Svět neziskovek online)

Skovajsa (2010) vymezuje čtyři rozdíly mezi nadací a nadačním fondem. První je ve struktuře majetku. Druhý se vztahuje k výnosům majetku. Třetí v úpravě podnikání a poslední čtvrtý v ověření účetní uzávěrky.

Vzhledem k výše uvedenému lze říci, že nadace a nadační fondy mají za cíl investovat do určitých společenských, vzdělávacích nebo jiných poslání ve prospěch společnosti, avšak s určitými rozdíly, jako je způsob zakládání, financování a správou.

Zákon č. 89/2012 Sb. občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů definuje formu neziskové organizace jako spolek a pobočné spolky, které dříve byly nazývány občanská sdružení. Název spolku by měl obsahovat označení „spolek“ nebo „zapsaný spolek“, za názvem však stačí jen zkratka „z.s.“. Zakladateli spolku jsou „...alespoň tři osoby vedené společným zájmem mohou založit k jeho naplňování spolek jako samosprávný a dobrovolný svazek členů a spolčovat se v něm.“ Jmenovaný zákon v § 214 až § 302 definuje založení spolku, ustavující

schůzi, vznik spolku, pobočný spolek, členství, seznam členů, zánik členství, organizaci spolku, nejvyšší orgán spolku, členskou schůzi, kontrolní komisi, rozhodčí komisi, zrušení a likvidaci spolku, fúzi spolku a podmínky rozdělení spolku. (Zákon občanský zákoník online)

Novotná (2023) uvádí, že spolky jsou nejběžnější formou neziskových organizací. Po přijetí nového občanského zákoníku v roce 2014 nahradily dosavadní občanská sdružení. Členové jsou klíčoví v dosahování stanovených cílů, které mohou být různého charakteru, např. komunitní (sdružení zahrádkářů, sousedi), sportovní, kulturní, sociální, výchovný. (Svět neziskovek online)

Skovajsa (2010) ke spolkům doplňuje, že dle Listiny základních práv ve čl. 20 je každému přiznáno politické právo na sdružování neformální cestou, aniž by bylo potřeba vytvářet právnickou osobu.

Vzhledem k výše uvedenému lze říci, že spolky tedy tvoří prostředí, ve kterém členové společně pracují na dosažení společného cíle nebo zájmu v různých odvětvích. V našem případě se jedná o činnosti a aktivity zájmové, vzdělávací, volnočasové a zdravotní.

Pro úplnost autorka krátce doplňuje, že informace o účelových zařízeních církví lze získat v zákoně č. 3/2002 Sb., o svobodě náboženského vyznání a postavení církví a náboženských společností a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů, tedy v zákoně o církvích a náboženských společnostech. Jedná se „...o dobrovolné společenství osob s vlastní kulturou, orgány, vnitřními předpisy, náboženskými obřady a projevy víry a s tím spojeným shromažďováním...“ (Bučovčík 2011, s. 52)

### **1.3 Financování neziskového sektoru – fundraising**

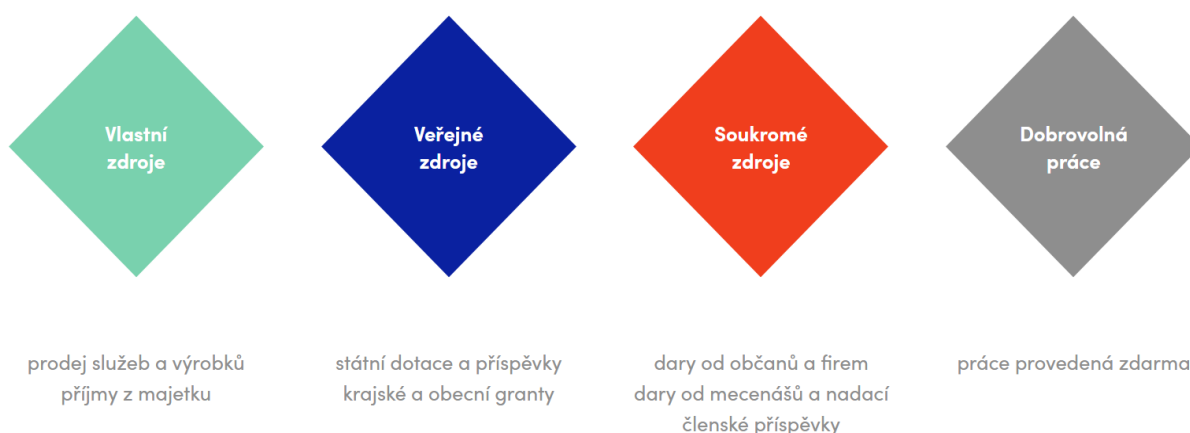
Fungování neziskové organizace může být uskutečňováno různými způsoby a z různých zdrojů, jak vlastních, tak vnějších. Většinou se jedná o kombinaci využití zdrojů a odvíjí se od potřeb a cílů neziskové organizace. Krechovská (2018, s. 55) uvádí, „*finanční řízení neziskové organizace lze definovat jako ekonomickou činnost zabývající se zejména získáváním potřebného množství kapitálu a peněžních prostředků z různých zdrojů financování a jejich efektivního využití za účelem plnění hlavního cíle a poslání organizace.*“

Zdroj může být typu finančního a nefinančního (dar, věc), původem získání domácí nebo zahraniční ze zdrojů interních (vnitřních) a externích (vnějších). Mezi vnější lze řadit zdroje veřejné (státní instituce a samospráva, granty, dotace), individuální a soukromé (podnikatelé,

nadace a fondy). Nezisková organizace může zdroje také získat nabytím přímým a nepřímým. (Rektořík 2010)

Mezi základní principy financování neziskových organizací patří: (Krechovská 2018)

- získávání finančních prostředků nejen z hlavních zdrojů, ale i z vedlejších zdrojů neboli vícezdrojovost,
- prodej produktů a vlastních výrobků, poskytování služeb, nabídka prostorů k pronájmu, dobrovolnická činnost, dárcovství neboli samofinancování a fundraising,
- osvobození příjmu neziskové organizace od daní, zaměstnávání zdravotně postižených jedinců neboli daňové úlevy,
- neziskové rozdělování zdrojů.



Obrázek č. 4: Zdroje financování

Zdroj: Takoví jsme

Dostupné z: <https://takovijisme.cz/co-jsou-neziskovky/>

Financování neziskových organizací je vymezeno legislativně. Jedná se o zákon č. 218/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech, ve znění pozdějších předpisů. V § 7 uvedeného zákona jsou výdaje ze státního rozpočtu formou dotací pro nestátní neziskové organizace, jako jsou spolky, obecně prospěšné společnosti, nadace a nadační fondy, které svou činnost zaměřují na poskytování služeb. Dotace je poskytnuta na základě písemné žádosti, posouzení s následným vydáním písemného rozhodnutí. (Zákon o rozpočtových pravidlech online)

Činnosti a vlastní aktivity neziskové organizace k získání příjmů lze vyčlenit: (Boukal a kol., 2013)

- prodejem výrobků a poskytováním služeb (pohlednice, tužky, klíčenky...)
- výběrem a příjmem členských příspěvků (poskytnutí benefitů)
- příjmem z pronájmu hmotného majetku (prostory, areály, pomůcky...)
- příjmem z jiných finančních aktivit (získané dotace, granty).

Nezisková organizace pro svou činnost a fungování potřebuje finanční i nefinanční prostředky od různých zdrojů, jak bylo uvedeno výše. Součástí je i udržovat vztah s veřejností. Tato činnost se celkově nazývá fundraising. Rektořík (2010, s. 93) fundraising definuje jako „hledání, získávání a pěstování zdrojů, resp. řízení a správa zdrojů, které mají pomoci především neziskovým organizacím zbavit se nedostatků prostředků, dosáhnout stanovených cílů a naplnit poslání organizace.“ Také uvádí, že o fundraisingu je na místě přemýšlet také jako o managementu zdrojů, který v sobě zahrnuje plánování, administrativu a komunikaci. Uvedené činnosti vykonává jedinec, který se nazývá fundraiser, který může být zaměstnancem organizace nebo pro organizaci pracuje externě. Mezi jeho vlastnosti patří komunikace, organizační schopnosti, kreativní myšlení a umět jednat s lidmi. Mezi úkoly fundraisera patří dle Šobáňové (2010) plánování (tvorba plánů), administrativa (zprávy k projektům), komunikace (prezentace organizace a vytvořených materiálů) a strategie (hodnocení činnosti a dalších postupů).

Fundraising obdobně definuje i Boukal a kol. (2013, s. 15), který ho definuje jako „...velmi frekventovanou kategorii spojenou s neziskovým sektorem. Jejím obsahem je soubor činností zaměřených na zdrojové zajištění neziskové organizace založené za účelem konkrétního poslání.“

K získávání zdrojů fundraiser využívá určité metody a techniky, také lze říci postupy k získání potřebných prostředků. **Metody** jsou zaměřené na individuální práci s dárcem, kdy dárcem se často stane člen, dobrovolníci, širší rodina, který je nějakým způsobem součástí a občasně přispívá organizaci. Z nepravidelnosti se může stát pravidelný dárcem. Dále na grantové žádosti a projekty, ty lze získat na základě předložené žádosti nebo zhotoveného projektu, do kterého spadají získané finanční prostředky od krajů, obcí nebo Evropské unie. Poslední je fundraising na místní úrovni, tím jsou myšleny konkrétní techniky. (Šobáňová 2010)

Techniky a způsoby fundraisingu lze vymezit následovně: (Rektořík 2010, s. 99)

- *přímý poštovní styk* neboli direkt mail (zasílání dopisu),
- *veřejné sbírky* (vyhlášení pro neurčené dárce prostřednictvím sdělovacích prostředků),
- uskutečnění kulturních akcí (*benefiční akce*),
- *osobní dopis* či *telefonický rozhovor* neboli *telefonní fundraising* (lze využít u prvodárce nebo u opakovaného dárce),
- *písemná žádost o grant*,
- *fundraising „od dveří ke dveřím“* a tomu podobný *pouliční fundraising* (rozdíl je v narušování soukromí možných dárců),
- *osobní návštěva*.

Do technik lze také zahrnout členství v organizaci, testament fundraising (odkaz majetku s předchozím příslibem), online fundraising (využití sociálních sítí) a příjmy z vlastní činnosti organizace. I fundraising má plánovací proces a postup, který by měl být dodržen. Je důležité znát poslání organizace, jaké má cíle, zpracovat a časově rozvrhnout aktivity, cílit na potřeby veřejnosti, zvolit vhodné metody, vymezit potencionální dárce a zdroje, požádat je a následně dárce o využití daru informovat a motivovat k jeho opakování. (Rektořík 2010)

První kapitola se věnovala neziskovým organizacím a jejich financování. Zjistili jsme, že neziskové organizace fungují na základě dlouhodobého neustálého a opakovaného hledání zdrojů, bez kterých by své služby nemohli poskytovat.

## 2 Využití marketingu a managementu v neziskové organizaci

Úspěšné působení a fungování organizace se neobejde bez dobrého plánování, prozkoumávání trhu, propagování, rozšiřování nabídky za účelem udržitelnosti na trhu a získávání nových klientů. Marketing je však definován mnoha způsoby. Kotler a Keller (2013, s. 35) uvádí, „*Marketing je aktivitou, souborem institucí a procesů pro vytváření, komunikaci, dodání a směnu nabídek, které mají hodnotu pro zákazníky, klienty a celou širokou veřejnost.*“ Dle autorky se jedná o ucelený proces činností, za účelem zjištění potřeb a přání širší veřejnosti s následným uspokojením jejich potřeb. Následný text je tedy zaměřen na marketingový výzkum, marketingový mix, marketingovou komunikaci a management projektového řízení.

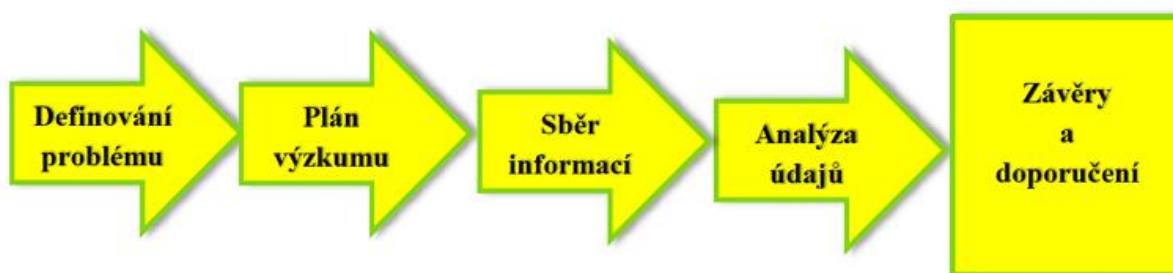
### 2.1 Marketingový výzkum

Chceme-li zjistit potřeby a přání veřejnosti, tak za použití určitých metod zjistíme jejich přání a potřeby, které můžeme vyhodnotit a dle vyhodnocení služby veřejnosti nabídnout. Nemusí to být služby v oblasti nákupu a prodeje, může se také jednat o služby zdravotní, volnočasovou nebo terapeutickou.

Marketingový výzkum je důležitou součástí, jeho úkolem je systematicky sbírat a analyzovat informace související s marketingem. Aby byl výzkum úspěšný, je důležité přesně definovat, jaké informace potřebujeme získat, určit jejich zdroje a postupy získání a analýzy. Mnoho firem má vytvořen tzv. marketingový informační systém, který systematicky a pravidelně sbírá a zpracovává potřebné informace jak zvenčí, tak i zevnitř firmy. Tím umožňuje průběžné využívání těchto informací při řízení marketingových aktivit. (Světlík 2018)

Světlík (2018, s. 31) definuje marketingový informační systém „*...jako systém všech procedur vytvořených za účelem shromažďování, analýzy a vyhodnocování informací nezbytných pro kvalitnější plánování, organizování, řízení a kontrolu marketingových aktivit.*“

Dále Světlík (2018, s. 33) sděluje, že „*Marketingový výzkum se obecně skládá z pěti základních kroků: definování problému, plán výzkumu, sběr informací, analýza údajů, závěry a doporučení. ... Bez jasného definování problému a příčin jeho vzniku se stává výzkum většinou bezcenným.*“



Obrázek č. 5: Fáze marketingového výzkumu  
Zdroj: Světlík, J. Marketing – cesta k trhu. 2018. s. 33

Definování problému lze také nazvat jako formulování problému. Chráska (2007) formulování při přípravě výzkumu doporučuje. Jde o určení klíčových prvků, které chceme měřit a analyzovat. Tyto prvky musí být formulovány tak, aby byly jasné a měřitelné. Cílem je vytvořit srozumitelný rámec pro výzkum, který umožní efektivní sběr dat a interpretaci výsledků. „Práce při stanovení problému obvykle začíná tzv. předběžnou teoretickou analýzou. V této analýze jde o získání co největšího množství informací z oblasti, kterou hodláme zkoumat, o seznámení se se současným stavem poznání v této oblasti.“ (Chráska 2007, s. 12)

Ke stanovení výzkumného problému Gavora (2000) uvádí, že tím se výzkum zahajuje a je jeho základem. Je přesně stanoveno, co, koho, kdy a v jakých podmínkách chceme zkoumat.

Plán výzkumu zahrnuje konkrétní specifikaci potřebných informací a vytvoření plánu pro jejich získání. Projekt výzkumu stanovuje, kde a jak budeme informace shromažďovat a jakým způsobem budeme postupovat. Existují různé možnosti, jak výzkum naplánovat. Obvykle začínáme získáním základních a obecných informací o problému prostřednictvím předběžného výzkumu nebo výzkumné sondy. V této fázi využíváme především existující informace, abychom lépe porozuměli problematice. Jedná se o předběžný předvýzkum. (Světlík 2018)

„K řešení výzkumného problému nemůže výzkumník přistoupit nepřipravený. ...musí si promyslet, jak (čím) bude na výzkumnou otázku odpovídat. Musí si vybrat vhodnou výzkumnou metodu (metody) a v rámci ní výzkumný nástroj. (...např. konkrétní pozorovací schéma nebo hotový dotazník...). Tato fáze se nazývá předvýzkum.“ (Gavora 2000, s. 13)

Sběr informací lze získat metodami, které se dělí na kvantitativní a kvalitativní. Již plán výzkumu by měl tyto informace obsahovat, také by měl obsahovat výběr vzorku neboli cílovou skupinu. Mezi základní metody výzkumu kvantitativního patří pozorování, dotazování, experiment a jsou stanoveny hypotézy, které jsou následně ověřovány. Mezi základní metody výzkumu kvalitativního patří rozhovory a projektivní techniky pomocí smyslů (texty, video, pozorování). Výběr cílové skupiny může být náhodný, záměrný a typický. (Světlík 2018)

Gavora (2000, s. 13) uvádí „ *To je už konkrétní použití výzkumného nástroje v hlavním výzkumu. Údaje se registrují, zapisují, nahrávají apod. a potom zpracují do tabulek nebo grafů.*“

Analýza údajů a závěry následují po získání údajů od vybraných skupin, které můžeme použít jako základ pro rozhodování důležitých pro řešení problémů, otázek, řízení firmy nebo organizace. (Světlík 2018)

Ve většině případů je výzkum zakončen písemnou zprávou, která obsahuje postup a výsledky zkoumané problematiky. (Gavora 2000)

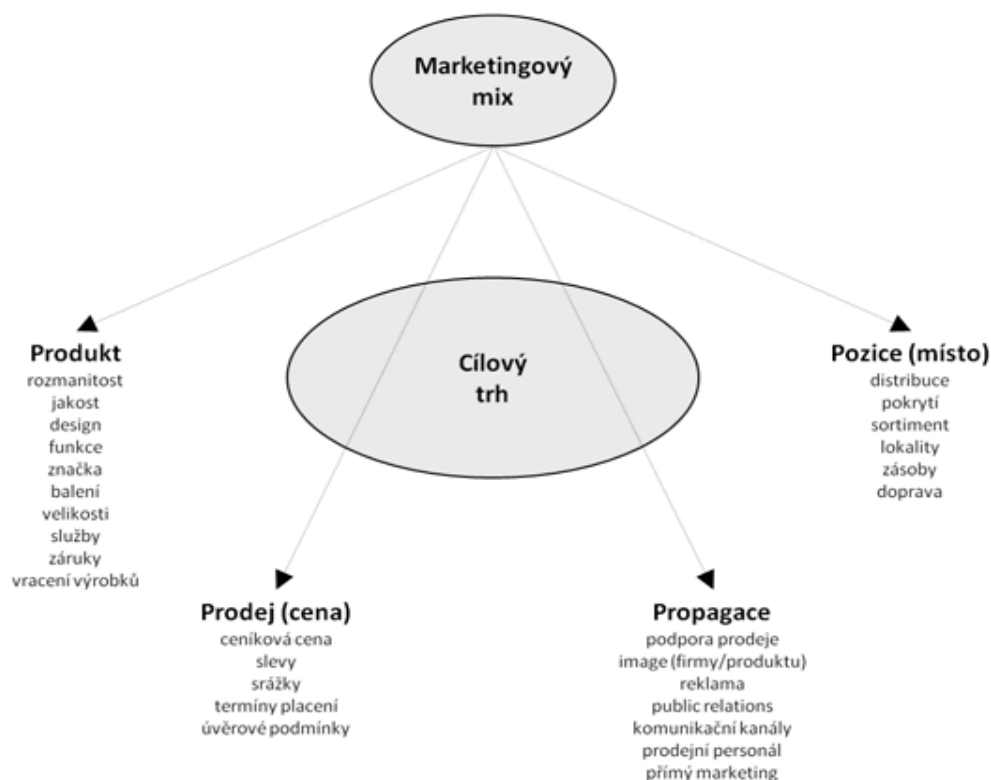
## 2.2 Marketingový mix

Formou marketingového výzkumu, o kterém pojednávala předcházející kapitola, jsme zjistili přání a potřeby veřejnosti, zákazníka nebo klienta. Nástrojem managementu je marketingový mix, jedná se o nejdůležitější nástroj k dosažení cílů, „...zahrnuje vše podstatné, s čím se firma obrací na trh, na zákazníky, vše, co rozhoduje o jejím úspěchu na trhu. ...je naší nabídkou zákazníkům. Při jeho vytváření je důležité vědět, pro koho a jak ho máme nastavit, aby mohlo dojít k úspěšné směně, prodeji.“ (Foret 2011, s. 97)

Marketingový mix, někdy označovaný jako "čtyři P marketingu" (product, price, promotion, placement), je soubor strategických nástrojů, které organizace využívají k dosažení svých cílů marketingu. V překladu se jedná o výrobek, cenu, komunikaci a distribuci. K uvedeným čtyřem P se ještě přidávají dvě a to lidé (people) a procesy jako způsob poskytování. (Světlík 2018)

Foret (2011, s.153) „*marketingový mix v případě služeb rozšiřuje o páté P (people) – tedy o zaměstnance, kteří konkrétní službu vykonávají, provádějí.*“ Kombinace prvků je klíčová pro úspěch organizace, bez ohledu na to, zda je zisková nebo nezisková (Rektořík 2010).





Obrázek č. 6: Marketingový mix

Zdroj: Management Mania

Dostupné z: Marketingový mix 4P (Marketing Mix 4P) - ManagementMania.com

Popis marketingového mixu dle Světlíka (2018) a Horákové (1992):

1) Produkt (Product) – co skutečně zákazníci kupují. Je to nejen samotný výrobek, služba či myšlenka, ale i všechny další prvky s ním spojené (vlastnosti, design, značka, kvalita, způsob, jakým je poskytován servis nebo podpora zákazníků).

2) Cena (Price) – co zákazníci zaplatí za produkt. Cena je důležitým faktorem pro zákazníky při jejich rozhodování o nákupu. Lze tím vyjádřit životní styl a postavení ve společnosti. Zahrnuje stanovení ceny produktu, možné slevy, speciální nabídky, stejně jako platební podmínky a možnosti financování.

3) Distribuce (Placement) – jak a kde jsou produkty dostupné pro zákazníky. Zahrnuje rozhodnutí o tom, jakými cestami produkty putují ke spotřebitelům (přeprava), kde jsou skladovány a jak jsou spravovány. Správná distribuce zajišťuje, že zákazníci mají snadný přístup k produktům ve správném čase a místě.

4) Komunikace (Promotion) – zabývá se způsoby, jak organizace komunikuje se svými zákazníky a potenciálními zákazníky, aby podpořila prodej produktů. Tato komunikace

zahrnuje různé formy, jako je reklama, osobní prodej, přímý marketing, podpora prodeje a vztahy s veřejností (public relations). Cílem je informovat, přesvědčit a motivovat zákazníky k nákupu produktů.

K ceně Foret (2011) uvádí, že je jediným prvkem v marketingovém mixu, který přináší firmě příjmy. Když firma prodává produkt či službu, cena určuje, kolik peněz zákazníci zaplatí. Ostatní složky marketingového mixu (výrobek, distribuce a propagace) představují náklady. Firma musí investovat do vývoje produktu, jeho výroby a distribuce, stejně jako do propagace a marketingových aktivit, aby přilákala zákazníky. Cena je tak klíčovým faktorem, který ovlivňuje ziskovost firmy, zatímco ostatní složky mixu představují investice do podpory prodeje a růstu firmy.

## 2.3 Marketingová komunikace

Marketingová komunikace (promotion) neboli propagace je jeden z nástrojů marketingového mixu (kapitola 3.2). Porozumět marketingové komunikaci znamená prozkoumat jednotlivé kroky v procesu přenosu informací od zdroje k příjemci. Základní model komunikačního procesu se skládá z osmi prvků: (Světlík 2018)

1) Zdroj – je místo, odkud pochází zpráva nebo informace, kterou chceme sdělit. Zdrojem může být organizace nebo jednotlivec. U firmy se jedná o reklamu, prostřednictvím které informuje spotřebitele o novém produktu. Jako příklad osobního prodeje může být zdrojem pojišťovací poradce s nabídkou pojištění. V oblasti public relations to může být ředitel firmy, který poskytuje rozhovor novináři.

2) Zakódování – je proces, kdy se zpráva přeměňuje do formy a symbolů, která je vhodná pro přenos informací. Může zahrnovat slova, obrázky, zvuky nebo jiná média. Podstatou zakódování je srozumitelnost v dekodování.

3) Zpráva – je obsah, který se snažíme předat. Může jít o reklamu, informace o produktu nebo jakýkoliv jiný druh sdělení.

4) Přenos – je samotný kanál, kterým se zpráva šíří od zdroje k příjemci. To může být prostřednictvím televize, internetu, tištěných médií nebo jiných komunikačních prostředků.

5) Dekódování – jakmile je zpráva přenesena, musí být dekodována nebo interpretována příjemcem. V souladu s dekodováním musím být zakódování.

6) Příjemce – tím může být osoba nebo skupina, která přijímá zprávu. Může jít o zákazníka, spotřebitele nebo veřejnost. Každý z potenciálních příjemců si vybírá pouze ty informace, které jsou pro něj zajímavé. Získávání informací závisí na různých faktorech (prostředí, kultura).

7) Zpětná vazba – je způsob, jakým příjemce reaguje na získanou informaci a posílá tuto reakci zpět ke zdroji informace. Může být formou gesta, slovního projevu, nákupem produktu nebo nečinností.

8) Komunikační šumy – jsou rušivé faktory nebo překážky, které mohou ovlivnit přenos zprávy. Faktory mohou být vnější (rušení signálu) a vnitřní (nepochopení, nepozornost).

Světlík (2018, s. 15) uvádí, že „*Cílem komunikace se zákazníkem je sdílení informací o produktu, který mu nabízíme.*“ Rektořík (2010, s. 84) dodává, že „*Pod komunikací se rozumí komunikace o produktu se zákazníkem, jejímž cílem je stimulování zákazníka ke koupi produktu, jinými slovy podněcování odbytu.*“

Čtyři základní formy komunikace: (Rektořík 2010)

1) Reklama – je různá forma placené prezentace, která není osobní a je zaměřena na podněcování prodeje konkrétního zboží, služby nebo myšlenky. Reklama se obvykle realizuje prostřednictvím různých médií (televize, rádio, noviny, časopisy, internet).

2) Osobní prodej – je způsob komunikace přizpůsobený potřebám zákazníkovi, při kterém organizace přímo a osobně se zákazníkem komunikuje.

3) Podpora prodeje – nabízí zákazníkům dočasně zvýhodněné ceny nebo další výhody (kupóny, slevy, bonusy, akce, výhodné nabídky, soutěže).

4) Publicita (public relations, dále jen PR) – je způsob komunikace, který se zaměřuje na šíření informací týkajících se organizace a jejích produktů. Tyto informace jsou obvykle zveřejňovány v různých sdělovacích prostředcích (noviny, časopisy, televize, rozhlas nebo online platformy). Zaměřuje se na posílení povědomí o značce a organizaci.

Také autorky Vysekalová a Komárková (2002) uvádí formy marketingové mixu dle výše uvedených forem Rektoříka. PR nazývají jako práci s veřejností a dále doplňují přímý marketing (direct marketing) a sponzoring. Ve své publikaci se také zmiňují o novém médiu marketingové komunikace a to internetu. Přímý marketing má výhodu v přesném zaměření na cílovou skupinu, je kontrolovatelný a měřitelný. Je realizován pomocí katalogů, prospektů, adresářů, časopisů. Sponzoring má podstatu v nabídce služby a protislužby, může mít formu finanční nebo věcnou prostřednictvím darů (zařízení, produkty) a ve většině případů se zaměřuje na sféru sportovní, kulturní a sociální.

Reklamě, podpoře prodeje, PR, osobnímu prodeji a přímému marketingu neboli celkové propagaci se také ve svém díle věnuje autor Foret (2011). K přímému marketingu (direkt marketing) doplňuje, že může mít formu adresnou a neadresnou, také může být označován názvem cílený a vyhodnotitelný. Používá prostředky jako jsou letáky, písemné dopisní a telefonické nabídky, internet, katalogy, také pořady rozhlasové a v televizi. V oblasti PR uvádí, že komunikace s veřejností má dvě roviny, kterými jsou vnitřní (interní) a vnější (externí). V rovině vnitřní je zájem kladen směrem k zaměstnancům a jejich vztahu, povinnostem k firmě a reprezentaci. Vnější rovina buduje vztahy s okolím pomocí dostupných zpráv, pořádání různých akcí pro zaměstnance a veřejnost. „V každém případě je zřejmé, že pojmy „propagace“, „marketingová komunikace“ a „komunikační mix“ mají stejný obsah. Proto je budeme chápat jako synonyma.“ (Foret 2011, s. 129)

## 2.4 Management projektového řízení

Projekt je tvořen k dosažení určitých změn a cílů v daném časovém rámci s definovaným začátkem a koncem za využití patřičných metod. Lze ho chápat jako řadu propojených procesů s vynaložením úsilí a znalostí těch, kteří se na projektu podílí. „Cílem projektového řízení je realizace úspěšného projektu, tzn. dosáhnout cíle v plánovaném čase, s plánovanými náklady, disponibilními zdroji a požadované kvalitě.“ (Hrazdilová Bočková 2016, s. 26)

Management projektového řízení také zahrnuje celý proces řízení projektů od jeho počátečního plánování až po dokončení a uzavření projektu. Blažek (2014, s. 12) uvádí, „Management je procesem, který probíhá mezi jednotlivcem, resp. skupinou, který(á) řídí, tj. řídicím subjektem, a jednotlivcem či skupinou, který(á) je řízen(a), tj. řízeným objektem.“

„Kompetence projektového manažera obsahují dohromady 46 elementů rozdělených do oblastí technických, behaviorálních a kontextových.“ (Hrazdilová Bočková 2016, s. 36)  
Uvedené kompetence přehledně znázorňuje následující obrázek č. 7.



Obrázek č. 7: Oko kompetencí projektového manažera se 46 elementy  
 Zdroj: Hrazdilová Bočková, K. Projektové řízení. 2016. s. 36

K projektovému managementu lze doplnit „je skvělý zvláště pro úkoly, kdy musíte v daném čase a s omezenými zdroji dosáhnout konkrétních, vzájemně provázaných výstupů.“  
 Níže uvedený obrázek ve tvaru trojúhelníku, někdy označován jako trojimperativ, zobrazuje, že dosažení projektu je vzájemně ovlivněno časem, náklady a dostupnosti zdrojů. (Hrazdilová Bočková 2016, s. 24)



Obrázek č. 8: Základny projektového managementu  
 Zdroj: Svozilová, A. Projektový management. 2016. s. 22

Docílení projektu se neobejde bez určitých fází, také může být řečeno posloupnosti, mezi které patří: (Hrazdilová Bočková 2016)

- předběžná studie proveditelnosti (předběžné zhodnocení koncepčních variant),
- studie proveditelnosti (detailní prověření realizovatelnosti dané koncepce),
- zpracování optimální varianty projektového řešení,
- smluvní zajištění projektu,
- realizace projektu,
- uvedení do provozu.

Součástí projektového řízení jsou i metody a techniky, které projektoví manažeři využívají k usnadnění a zlepšení řízení projektu. Vzhledem k použitým metodám v praktické části práce si vymezíme SWOT analýzu, logický rámec a Ganttův diagram.

SWOT analýza je součástí marketingového plánu, slouží k prozkoumání aktuální situace, vnitřních a vnějších faktorů, které ovlivňují realizaci projektu. Zkratka je tvořena z písmen anglických slov a vymezuje silné stránky (S – Strengths), slabé stránky (W – Weaknesses), příležitosti (O – Opportunities) a hrozby (T – Threats). Lze říci, že slabé a silné stránky vychází z vnitřního prostředí organizace, kdežto příležitosti a hrozby z prostředí vnějšího. (Rektořík 2010) „*Vyhodnocení se provádí ve dvou oblastech. Jako tzv. analýza ohrožení a příležitostí (O- T) a analýza vnitřního prostředí firmy, tzv. analýza síly a slabosti (S-W).*“ (Světlík 2018, s. 251)

<b>Silné stránky (S)</b>	<b>Slabé stránky (W)</b>
- ...	- ...
<b>Příležitosti (O)</b>	<b>Hrozby (T)</b>
- ...	- ...

Obrázek č. 9: SWOT analýza zobrazení  
Zdroj: vlastní

Logický rámec je další využívanou metodou v projektovém řízení. Je to logická, měřitelná a vzájemně propojena pomůcka, která slouží při nastavení a dosahování cílů a záměrů. Úspěšný projekt je předem dobře naplánovaný. Zobrazení logického rámce

je nejčastěji ve formě tabulky (obrázek č. 10), kdy jednotlivá pole na sebe navazují a mají svou souvislost. První sloupec vymezuje záměr projektu a jeho přínosy. Cíl vyjadřuje konkrétní cílovou změnu. Výstupy ty konkrétní výstupy specificky popisují. Aktivity jsou činnosti vykonávané projektovým týmem. Objektivně ověřitelné ukazatele uvedené ve druhém sloupci ukazují měřitelnost, jak bylo záměru, cíle a výstupů dosaženo. Třetí sloupec vypovídá o tom, jakým způsobem proběhne ověření jednotlivých ukazatelů. Předpoklady jsou vnější podmínky, které projekt ovlivňují a rizika, které mohou projekt ohrozit, jsou vymezeny ve čtvrtém sloupci. Celý první sloupec má logickou souvislost a vazbu od spodní části nahoru. Řádky mají souvislost od posledních předběžných podmínek k aktivitě v prvním sloupci směrem k předpokladům a rizikům, pak směřuje o řádek výš do prvního sloupce. (Doležel a kol. 2009)

Záměr	Objektivně ověřitelné ukazatele	Zdroje informací k ověření (způsob ověření)	<i>nevyplňuje se</i>
Cíl	Objektivně ověřitelné ukazatele	Zdroje informací k ověření (způsob ověření)	Předpoklady a rizika
Výstupy (konkrétní výstupy)	Objektivně ověřitelné ukazatele	Zdroje informací k ověření (způsob ověření)	Předpoklady a rizika
Aktivity (klíčové činnosti)	Zdroje (peníze, lidé, ...)	Časový rámeček aktivit	Předpoklady a rizika
<i>nevyplňuje se</i>	<i>nevyplňuje se</i>	<i>nevyplňuje se</i>	Předběžné podmínky

Obrázek č. 10: Základny projektového managementu  
Zdroj: Doležal, J. a kol. Projektový management podle IPMA. 2009. s. 64

Ganttův diagram je pojmenován podle jeho představitele Henryho L. Gantta, který jednoduchou technikou znázorňuje plněné úkoly v časovém období. Úkoly jsou vymezeny postupně v návaznosti od vrchní části směrem dolů, časové rozmezí je stanoveno v horním řádku. (Svozilová 2016) Lze říci, že Ganttův diagram ukazuje v levé části, co a jaké úkoly je potřeba provést a ve vrchní části v jakém časovém období (začátek, trvání, konec). Tím získáváme přehled o všech činnostech, celém průběhu projektu a úkolech vymezených v čase. (Ganttův diagram online)

	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9
Úkol A	■	■							
Úkol B			■						
Úkol C		■	■	■	■				
Úkol D			■	■	■	■	■		
Úkol E								■	■

Obrázek č. 11: Příklad Ganttova diagramu  
 Zdroj: Svozilová, A. *Projektový management*. 2016. s. 139

Kapitola byla zaměřena na využití marketingu a managementu v neziskových organizacích. Autorka se věnovala marketingovým tahům a projektové činnosti, čímž jsme si objasnili, pomocí jakých technik a jak časově docílit realizace.



### 3 Hiporehabilitace

V následující kapitole se autorka zaměřila na popis hiporehabilitačních činností a jejich pracovníky. O všech pracovnících pojednává kapitola 3.3, na kterou je navázána kapitola zaměřena na přínosy hiporehabilitace (dále jen HR) ve volném čase a její vliv na zdraví. Stručný popis se vztahuje i na spolek Ryžáček, který jako jediný poskytuje své služby v Olomouckém kraji.

#### 3.1 Vymezení hiporehabilitace a kategorie středisek

Hiporehabilitace (HR) je ucelený název pro všechny aktivity a terapie a je jedním z oborů zooterapie. Název zooterapie je souhrnným označením pro metody rehabilitační a metody psychosociální podpory zdraví, jejichž podstatou je využití vzájemného pozitivního působení kontaktu mezi člověkem a zvířetem. (Velemínský 2007)

Tvrdá (2020, s. 10) uvádí „*Zooterapie je obor speciálního vedení zvířete a soubor úkonů a dovedností terapeuta s cílem využít pozitivního vlivu zvířat na bio-psycho-sociálně-spirituální složky člověka. Odborně prováděná plně zapadá do ucelené rehabilitace jako součást sociálních služeb, vzdělávacího procesu, součást ozdravného procesu i krizové intervence.*“ Zooterapii lze definovat mnoha způsoby, jednoduše lze říci, že vždy jde o činnost a spolupráci člověka se zvířetem a jejich týmovou práci. Mimo hiporehabilitaci, která se zaměřuje na koně, tak dalšími obory zooterapie jsou Canisterapie (psi), Felinoterapie (kočky), Delfinoterapie (delfini), Ornitoterapie (ptáci), Caviaterapie (morčata), Insektoterapie (hmyz). (Tvrdá 2020)

**Hiporehabilitace** je název pro všechny aktivity a terapie v oblastech, kde dochází ke kontaktu koně a člověka. Jedinec může mít jakékoliv zdravotní i sociální znevýhodnění nebo mít specifické potřeby. Slovo je tvořeno ze dvou částí, z řeckého „hippos“, které znamená kůň a slova „rehabilitace“. Slovo rehabilitace je také složeno ze dvou částí, kdy „re“ vyznačuje opakovanost a „habilitare“ uschopňovat. Lze říci, že opakováním může dojít k obnovení zbylých funkcí spojených s nemocí. (Hollý, Hornáček 2005)

„*Hiporehabilitací se rozumí včlenění vození na koni nebo ježdění (hipických aktivit) do komplexu opatření zaměřených na obnovení ztracené funkce, zmírnění nebo minimalizování či odstranění fyzického, pedagogického, sociálního nebo mentálního handicapu pacienta nebo klienta.*“ (Hollý a Hornáček 2005, s. 19)

V české republice hiporehabilitační střediska spadají pod Českou hiporehabilitační společnost (dále jen ČHS). Tato společnost „je dobrovolné, nezávislé a nepolitické občanské sdružení, jehož smyslem je šíření rehabilitace prostřednictvím koně, včetně psychoterapeutického přístupu, integrace a sportovního využití postižených. ČHS sdružuje lékaře, fyzioterapeuty, pedagogy i jezdecké instruktory, všechny ty, kteří používají koně v lékařství, pedagogice a sportu. Významnou složku členské základny společnosti tvoří pacienti – klienti a rodiče handicapovaných“. ČHS si klade za cíl školit pracovníky, vydávat odbornou literaturu, prosazovat a udržovat odborné prováděné metody, vést databázi, navazovat, zprostředkovávat a rozvíjet kontakt mezi jednotlivci, odbornými celosvětovými organizacemi stejného nebo podobného zaměření, zajistit pomoc vznikajícím centrům a předávat zkušenosti od již fungujících center. (Česká hiporehabilitační společnost online)

Hiporehabilitační střediska od poloviny roku 2015 spadají do určitých kategorií, která mají své specifické označení. Jedná se o systém, který stávajícím i budoucím klientům poskytuje informace, které středisko si vybrat dle jejich potřeby a zaměření. Dělí se do čtyř kategorií a jsou to členská střediska ČHS:



1. Střediska praktické výuky (dále jen SPV) „...splňují nároky na zajištění a provádění odborných praxí ve všech oborech hiporehabilitace včetně přípravy koní a to z hlediska zázemí, vzdělání pracovníků a připravenosti koní. Tato střediska jsou doporučována k odborným praxím v rámci vzdělávacího systému ČHS, ostatních vzdělávacích institucí a také jako střediska kvalitní hiporehabilitační praxe.“



2. Střediska doporučené hiporehabilitace (dále jen SDH) „...splňují nároky na provádění kvalitních služeb pro klienty a uživatele v jednotlivých oborech hiporehabilitace a to z hlediska zázemí, vzdělání pracovníků a připravenosti koní. Tato střediska jsou doporučována pro klienty jako střediska kvalitní hiporehabilitační praxe. Získání statusu SDH splněním stanovených podmínek je zcela dobrovolný proces členských středisek.“



3. Registrovaná střediska „...splňují požadavky na kvalifikační a odborné požadavky hiporehabilitačních pracovníků, ale hiporehabilitační koně nemusí mít licenci ČHS nebo registraci pro paraježdectví.“



4. Přidružená střediska „jejichž personál nesplňuje kvalifikační a odborné požadavky nebo středisko nevyužívá ke své činnosti koně nebo pony, ale pracuje s jinými zvířaty. (Hiporehabilitační střediska online)

### 3.1.1 Hiporehabilitační středisko v Olomouckém kraji

V olomouckém kraji se nachází jedna nezisková organizace zabývající se hiporehabilitací dětí a dospělých a tím je Ryzáček z.s.

**Ryzáček z.s.** vznikl dne 02.10.2006 jako nestátní nezisková organizace, která se zabývá hiporehabilitací dětí i dospělých. Jeho sídlem jsou Vyšehorky 16, Líšnice. Předmět spolku je hiporehabilitace a aktivity spojené s využitím koní. Spolek je Střediskem praktické výuky pro výcvik koní pro hiporehabilitaci, Střediskem praktické výuky pro hipoterapii ve fyzioterapii a ergoterapii a pro hipoterapii v psychiatrii a psychologii. Posláním spolku je zájmová činnost členů spolku poskytovat služby v oblasti hiporehabilitace, napomáhat integraci zdravotně a sociálně znevýhodněných jedinců do společnosti a vytvořit kladné prostředí vhodné pro rozvoj dovedností zdravotně znevýhodněných osob. Spolek se věnuje hiporehabilitaci, aktivitám pro děti (tábory, kroužky, zážitkové programy) a vzdělávání (praxe, kurzy, workshopy). Ryzáček je členem České hiporehabilitační společnosti, MAS Mohelnicko a Unie nestátních neziskových organizací Olomouckého kraje. Financování spolku zajišťuje stát, nadace a dárci. (Ryzáček online)

### 3.2 Současné obory a disciplíny hiporehabilitace

V listopadu 2019 došlo na členské schůzi k mezinárodní aktualizaci názvosloví oborů hiporehabilitace a od roku 2020 se terminologie využívá. Důvodem bylo sjednocení názvosloví na mezinárodní úrovni a rozvoj oboru ve směru odborném, profesionálním s cílem získání respektu odborné veřejnosti a úřadů. (Česká hiporehabilitační společnost online)

**Hiporehabilitace (HR)** jako obor je ucelený název pro všechny aktivity a terapie, kde dochází k interakci koně a člověka.

Obory hiporehabilitace se dělí na:

- Hipoterapie ve fyzioterapii a ergoterapii HTFE – dřív Hipoterapie,
- Hipoterapie v psychiatrii a psychologii HTP – dřív Psychoterapie pomocí koně,
- Hiporehabilitace v pedagogice a sociální praxi HPSP – dřív Aktivity s využitím koně,
- Parajezdectví. (Česká hiporehabilitační společnost online)

**Hipoterapie ve fyzioterapii a ergoterapii HTFE** je speciální forma fyzioterapie, kterou indikuje lékař a je prováděná fyzioterapeutem. Řadí se mezi metody, které využívají podněty, které cíleně ovlivňují postižené funkce organismu (Hollý a Hornáček 1998). ČHS tuto metodu definuje jako léčebný prostředek za pomoci koně v kroku a přímo jeho hřbetu, který se opakuje a je rytmický. Tento pohyb má vliv na motoriku klienta, působí na jeho neurofyziologické psychomotorické a sociální vlastnosti. (Česká hiporehabilitační společnost online)

**Hipoterapie v psychiatrii a psychologii HTP** je zaměřena na klienty s duševním onemocněním a také s psychickými potížemi. Podstatou je využití vlastností koně, jeho prostředí a vzájemné interakce mezi klientem, koněm a terapeutem. Tato terapie je poskytována klientům individuálně nebo ve skupině na základě ošetřujícího lékaře, psychiatra nebo specialisty. U dětí je potřeba zpráva z pedagogicko-psychologické poradny nebo speciálního pedagoga. (Česká hiporehabilitační společnost online)

**Hiporehabilitace v pedagogice a sociální praxi HPSP** pomáhá všem lidem v rozvoji jejich sociálních dovedností a schopností prostřednictvím koně, jeho prostředí a péči o něj v součinnosti s instruktory a asistentem. Pomáhá jedincům při zapojení do běžného života, v navazování kontaktů, spolupráci, ke kladné změně jejich psychického stavu, posílení sebevědomí, novým zážitkům a ke smysluplnému trávení volného času. (Česká hiporehabilitační společnost online)

**Parajezdectví** bylo dříve známé jako Sportovní ježdění hendikepovaných, nyní je jedním z oborů hiporehabilitace. Lidé se zdravotním nebo sociálním znevýhodněním a se specifickými potřebami se učí jezdit na koni, kdy k tomu využívají speciální pomůcky nebo upravené

techniky jízdy, které jsou přizpůsobeny jejich specifickým potřebám. Parajezdeckví zahrnuje disciplíny:

- **Paravoltiž** se uskutečňuje na koni bez sedla, za využití speciálních voltižních madel a deček. Kůň je veden osobou/lonžérem na lonži krokem v kruhu, kdy cvičící na koni předvádějí různé sestavy, které mohou provádět samostatně, v páru nebo ve skupině.

- **Paradrezura** je disciplína přizpůsobena jezdcům se specifickými potřebami. Jedná se o speciální verzi klasické drezury, kdy jezdec předvádí určité cviky s koněm podle předem stanoveného programu v drezurním obdélníku.

- **Paraparkur** je disciplína přizpůsobena jezdcům se specifickými potřebami. Jedná se o soutěž pro jezdce ve skoku, který překážky jede sám nebo v páru, kdy následuje jezdec před sebou.

- **Paravozatajství** je disciplína přizpůsobena jezdcům se specifickými potřebami. Jedná se o ovládání koně v zápřeži za využití speciálních pomůcek, které jezdec vykonává samostatně nebo pod dozorem.

- **Parawestern** je disciplína přizpůsobena jezdcům se specifickými potřebami, která vychází z klasického westernového závodu. (Česká hiporehabilitační společnost online)

### 3.3 Hiporehabilitační pracovníci

Velemínský (2007) uvádí, že hiporehabilitace v sobě spojuje více složek a to lékařskou, psychologickou, pedagogickou, sociologickou a hipologickou. Je málo pravděpodobné, že všechny odbornosti by zastávala jedna osoba, každý ze součástí hipoterapeutického týmu má svoji funkci a zodpovědnost. O vhodnosti této metody pro konkrétní hendikepovanou osobu rozhoduje **lékař**, ke správným pohybům na koni vede **rehabilitační pracovník**, na psychoterapeutickou, speciálně pedagogickou a socioterapeutickou oblast se dle potřeby zaměřuje **psycholog, psychiatr, sociální pedagog/terapeut**. Při nasedání a sesedání pacienta na koně pomáhá **pomocník**. Úlohu připravit koně a vést ho během hiporehabilitace obstarává **hipolog**.

Dle ČHS se hiporehabilitační tým skládá se skupiny spolupracujících lidí, kteří splňují kvalifikační předpoklady pro výkon odborné terapie. Mají odpovědnost ve využití prostředků, podmínek a zázemí. Mezi členy týmu patří cvičitel koní, instruktor/terapeut, vodič koně a asistent, také může být lékař. Požadavky na vzdělání a speciální kurzy se u jednotlivých oborů hiporehabilitace a jejich členů liší. (Česká hiporehabilitační společnost online)

Lékař doporučuje klienty, kteří jsou vhodní na hiporehabilitaci a spolupracuje s rehabilitačním pracovníkem, se kterým stanovují plán hipoterapie. Důležitým pracovníkem je rehabilitační pracovník (fyzioterapeut), jeho činností je plnění stanoveného plánu. Měl by mít patřičné vzdělání pro výkon, základní kurz pro hipoterapeuty a osvojenou jízdu na koni. Psycholog, psychiatr, psychoterapeut, léčebný, speciální a sociální pedagog svou činnost vykonávají v průběhu celého procesu hipoterapie, kdy kladným směrem ovlivňují terapeutický proces. Při své činnosti u klienta podporují jeho emoční, kognitivní a sociální rozvoj. Pomocník klientům pomáhá a chrání ho při kontaktu a manipulaci s koněm. (Hollý, Hornáček 2005)

**Kůň** je důležitý a nepostradatelný člen hiporehabilitačního týmu. Jako terapeutické zvíře zahrnuje všechny složky, které hrají v ucelené rehabilitaci roli, které přispívají k celkovému zlepšení života člověka. Terapeutický přístup působí jako motivující faktor, který podporuje psychologickou a sociální složku člověka a napomáhá lidem cítit se lépe mentálně i sociálně, což může zlepšit jejich celkovou pohodu. Má také pozitivní vliv na fyzickou motoriku člověka. Pomáhá zlepšovat základní pohybové vzorce, jako je chůze, stimuluje a upravuje dechové funkce. Dále pomáhá při úchopu, což je důležité v rámci ergoterapie, která se zaměřuje na zlepšení každodenních činností. Terapie vytváří podmínky a pomáhá lidem s postižením zapojit se do společnosti a pracovního procesu. (Neradžič 2006)

Aby byl kůň specialistou pro hipoterapii ve fyzioterapii a ergoterapii, hiporehabilitaci v pedagogické a sociální praxi, hipoterapii v psychiatrii a psychologii či parajezdeckví jsou na něj před výcvikem kladeny určité nároky na jeho zdravotní stav, fyzickou kondici a psychické dispozice. Měl by být poslušný, samostatný, v dobrém zdravotním stavu, bezpečný, tolerantní k začátečníkům, zvyklý na okolní podněty, se kterými přichází do styku. Jako nejvhodnější se jeví kůň ve věku pěti let, kdy je již vyspělý s dozrávající psychikou. Takový kůň prochází přípravou jako je základní výcvik, pak přechází na práci v terénu a poslední část tvoří nácvik potřebných dovedností pro výkon terapie a práci s klientem. Přípravu a výběr koně je nezbytné svěřit zkušenému **hipologovi**. Jedná se o osobu, která se zabývá oborem hipologie, to znamená, nauce o koních, vývojem koní, plemenům a jejich významem. Výcvik koně trvá až jeden rok,

po splnění zkoušek kůň získává licenci. Pro koně v hiporehabilitaci je důležitý odpočinek vzhledem k tomu, že jeho výkon je psychický náročný s ohledem na klientelu, které svou terapii poskytuje. Hipolog se stará o jeho pohodu po stránce fyzické i psychické. (Velemínský 2007)

*„Bez kvalifikovaného hipologa a vhodně připravených koní, bez kvalitního pedagoga, speciálního pedagoga, psychologa či jiného odborníka, se pedagogicko-psychologické ježdění ani psychoterapeutické ježdění dělat nedá. Každý jednotlivý odborník dokáže při znalosti teorie a při troše fantazie do svých odborných postupů zakomponovat koně – toto účinné pedagogické a psychologické médium. Každý amatérismus v této oblasti je na škodu věci.“* (Hollý, Hornáček 2005, s. 173)

### **3.3.1 Zákonná legislativa u koní**

Hlavní legislativní rámec v oblasti koní je zákon č. 246/1992 Sb., na ochranu zvířat, kterým je dle uvedeného zákona *„chránit zvířata, jež jsou živými tvory schopnými pociťovat bolest a utrpení, před týráním, poškozováním jejich zdraví a jejich usmrčením bez důvodu, pokud byly způsobeny, byť i z nedbalosti, člověkem.“* (Zákon na ochranu zvířat online)

Některé další zákony, kterými je potřeba se řídit jsou zákon č. 166/1999 Sb., o veterinární péči a o změně některých souvisejících zákonů (veterinární zákon). Zákon č. 154/2000 Sb., o šlechtění, plemenitbě a evidenci hospodářských zvířat a o změně některých souvisejících zákonů (plemenářský zákon), ve znění pozdějších předpisů. V rámci přepravy koní mimo areál je potřeba se řídit zákonem č. 361/2000 Sb., o provozu na pozemních komunikacích a zákonem č. 114/1992 Sb., o ochraně přírody a krajiny. Dále potřeba mít povědomí o zákoně č. 108/2006 Sb. o sociálních službách, který vymezuje podmínky poskytování pomoci a předpoklady pro výkon povolání sociálního pracovníka. V rámci poskytování služeb, je nutné dbát na zákon č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů.

## **3.4 Hiporehabilitace ve volném čase a její vliv na zdraví**

Z popisu oborů a jednotlivých disciplín hiporehabilitace uvedených v kapitole 3.2 lze usoudit, že činnosti spojené s koňmi podporují u všech jedinců veškerých věkových skupin fyzickou aktivitu, zlepšují motorické dovednosti, nabízí příležitost k sociálnímu začlenění, přispívají k zábavě, dobrému pocitu, smyslu života, osobnímu rozvoji a k celkovému zlepšení

života prostřednictvím sportovních a volnočasových aktivit, které účastník může vykonávat samostatně nebo ve skupině. Aktivity a terapie hiporehabilitace tak plní funkce volného času.

Kratochvílová (2004) vymezila funkce volného času jako zdravotně hygienickou, seberealizační, formativně výchovnou, společenskou, preventivní. Uvedené funkce zahrnují rozvíjení osobnosti, formování zájmů, komunikaci, odpočinek, spolupráci a pozitivní působení v předcházení rizikového chování.

Opaschowski (in Važanský 2001) hovoří o potřebách jedince, které ho prostřednictvím volného času naplňují. Jedná se o edukaci (vzdělávání, poznání), enkulturaci (hodnoty, zvyky společnosti), integraci (zapojení do společenského života), kompenzaci (vyrovnání), komunikaci, kontemplaci (sebehodnocení), participaci (spolupodílení) a rekreaci (odreagování). Vztahují se jak k pozitivnímu, tak i k negativnímu vymezení volného času. Obecně se jedná o čas, ve kterém se jedinec věnuje tomu, co ho baví.

Hiporehabilitace působí na člověka širokým směrem v různé věkové kategorii. Pozitivní vliv má na fyzické, psychické i sociální zdraví účastníků. Poskytuje nejen terapeutické přínosy, ale také zábavný a smysluplný způsob trávení času, což přispívá k celkové kvalitě života. Průběh života je však ovlivněn řadou událostí, které mají vliv na výkonnost jedince. Může se jednat třeba o vrozené nemoci u dětí, postižení, úrazy, závislosti nebo duševní poruchy.

Autorka níže charakterizuje a popisuje možný vliv hiporehabilitace u některých poruch dle Hollého a Hornáčka (2005, s. 152 – 167).

Mezi organické duševní poruchy, které jsou způsobeny onemocněním mozku s důsledkem snížených kognitivních funkcí jedince, lze zahrnout sklerózu, demenci, Alzheimerovu chorobu, pooperační stavy mozku, stavy po nehodě a úrazu. Celkový kontakt s koněm podporuje nové zážitky, vjemy, zkušenosti, má vliv na motivaci k léčbě a na psychiku. Ježdění a kontakt s koněm podporuje *„zapojování stávajících zdravých struktur do procesu učení a tím se postupně odstraňuje existující handicap.“*

Mezi duševní poruchy vyvolané používáním psychoaktivních látek spadá požívání alkoholu, tabáku, drog, opiátů. Je potřeba rozlišit, zda jde o akutní intoxikaci, závislost nebo užívání, které škodí zdraví. Hipoterapie se jeví vhodná u jedinců ve fázi léčby ze závislosti, kteří nejsou ve stavu akutní intoxikace nebo v odvykacím stavu. Jedinci, kteří se v rámci terapie s koňmi sblíží natolik, až se jim tato činnost stane koníčkem, tak po ukončení léčby, kdy už nemají stejné záliby, jak ve dřívější společnosti, tak jim tento koníček může vhodně vyplnit



jejich volný čas a zabránit opětovnému užívání neboli recidívě. Čímž dojde k naplnění prevence terciální. „*Tato skupina pacientů má obvykle dost velký zájem o psychoterapeutické ježdění.*“

Mezi afektivní poruchy lze řadit deprese a mánie a podle jejich výskytu maniodepresivní onemocnění a bipolární afektivní poruchu. Všechny se vztahují u jedince k jeho narušeným citům a emocím. V akutní fázi není terapie vhodná, stejně jako u schizofreniků, avšak po залечení antidepresivy může hipoterapie pomoci k většímu sebevědomí a tím lepšímu duševnímu stavu. „*Depresivní pacient musí vynakládat více úsilí k tomu, aby mu kůň porozuměl, čímž dostává zpětnou vazbu. Oslabený pacient sílí a tím se utvrzuje v poznání, že deprese byla nemocí a ne skutečnou neschopností.*“ Manický jedinec má sebehodnocení opačné, jeho pohled na sebe je nekriticky zvýšený. V rámci hipoterapie zjišťuje své skutečné hranice a to skrz své vhodné vlastní chování vůči koni. Pokud tak neučiní, tak ho kůň nebude poslouchat.

Poruchy chování u dospělých se projevují tím, že se výrazně odlišují od společensky uznávaných norem. Jejich vzorce chování jsou zakotveny v dětství, vyvíjejí se a dlouhodobě přetrvávají. V dětství se mohou projevovat nepozorností, nezvladatelností, neschopností spolupráce, bez úcty k autoritě. „*Vlastnosti, které jsou koni dány od přírody umožňují na jedné straně neverbální komunikaci s dítětem a na straně druhé přesně vymezují hranice, které agresivní dítě nemůže překročit. Dítě musí své chování přizpůsobit koni.*“

Mentální retardaci lze charakterizovat jako ztrátu, zastvení, narušení nebo snížení schopností řečových, pohybových, tělesných, sociálních i adaptačních. Míru postižení u jedince je možné určit dle intelektových schopností na postižení lehké, střední, těžké a hluboké. Často je to však ve spojitosti s i přidruženým postižením a jedná se o kombinované postižení. Hiporehabilitace má vliv na jejich tělesné zdraví.

V souvislosti s příznivým vlivem působení hiporehabilitace pro mnoho lidí s různými zdravotními problémy, je také potřeba zmínit i určité stavy, při kterých může být hiporehabilitace kontraindikována neboli nevhodná. Řadí se mezi ně „*klienti, kteří se koní bojí*“, nemocní „*s akutním infekčním onemocněním, s těžším onemocněním srdečního aparátu a cévního aparátu*“, pacienti „*s vysokým krevním tlakem třetího stupně, s rizikem odchlípení sítnice oka či se závažným onemocněním spojeným s poruchou srážlivosti krve...neurologické pacienty s roztroušenou mozkomíšni sklerózou v akutním stavu, s meningomyelokélou (spojenou s neschopností udržet moč a stolici) a pro pacienty s nestabilní epilepsií.*“ Také se to vztahuje na jedince s ortopedickými problémy, „*kteří mají křehké a lomivé kosti a deformity*

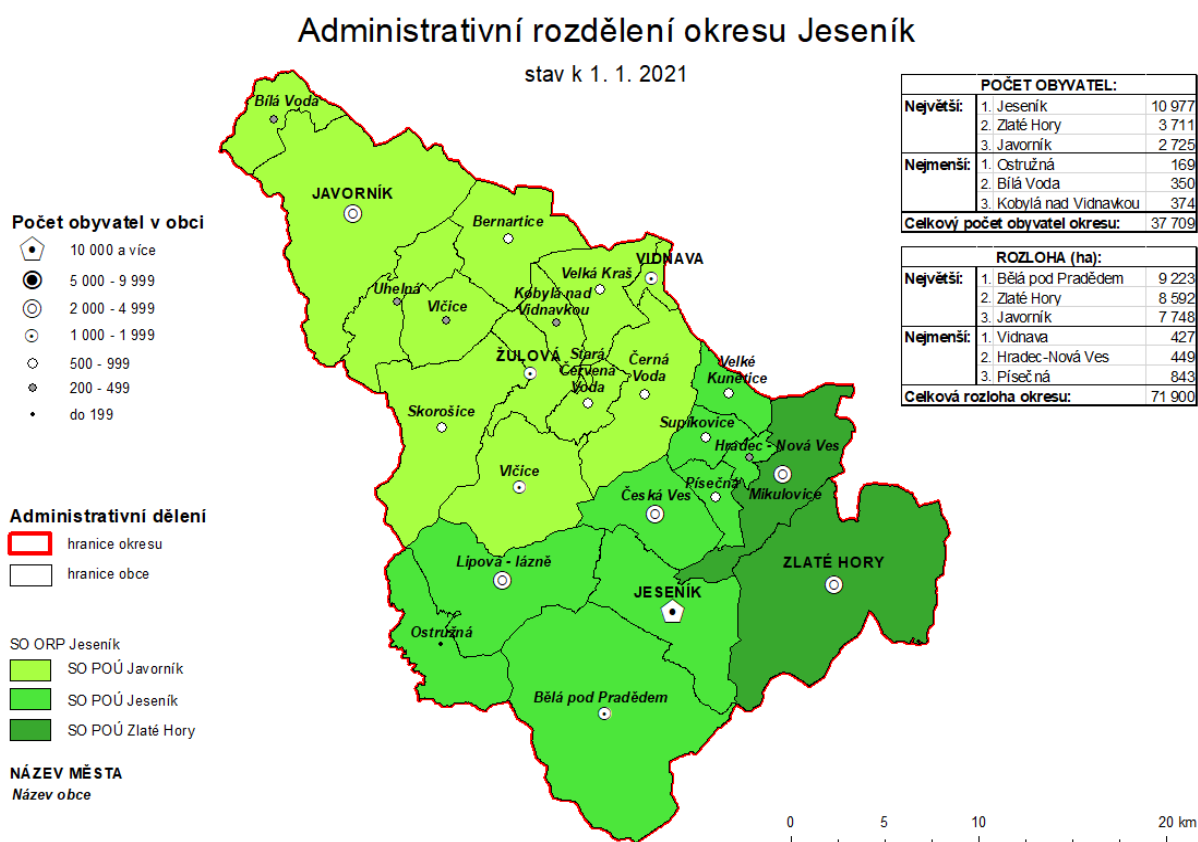
*páteře (skoliózy...), postižení kyčelních a obratlových kloubů...nebo posun obratlů...ani pacienti s revmatickým onemocněním...“ Dále jsou to alergické stavy v souvislosti s koňskou srstí a těžké onemocnění plic (astma). „...u pacientů postižených chronickými plicními potížemi ve stabilizovaném stavu dochází v rámci rytmizovaného pohybu na koni ke správnému zapojování dýchacích svalů; pacienti pak lépe odkašlávají a zlepšuje se jejich celková odolnost a fyzická kondice.“ (Neradžič 2006, s. 109)*

Výše se autorka věnovala volnému času, vybraným poruchám a nemocím v lidském životě, na které má hiporehabilitace pozitivní vliv. Předchozí kapitoly byly rozčleněné na jednotlivé části, bylo je potřeba popsat a jsou teoretickým podkladem pro vytvoření hiporehabilitčního centra.

## **PRAKTICKÁ ČÁST**

## 4 Charakteristika okresu Jeseník a dostupné služby pro občany

Okres Jeseník se nachází v blízkosti polských hranic a je nejmenším okresem Olomouckého kraje, který vznikl 1. 1. 1996 oddělením od okresu Šumperk a Bruntál. V obcích okresu Jeseník mělo v danou dobu své trvalé bydliště přes 38 tisíc obyvatel. Okres Jeseník zahrnuje 24 obcí, které jsou znázorněné v obr. č. 12. (Český statistický úřad online)



Obrázek č. 12: Administrativní rozdělení okresu Jeseník

Zdroj: Český statistický úřad

Dostupné z: [https://www.czso.cz/documents/11276/17839352/Jesenik\\_2021.png/eb87b570-dc7a-4810-83f9-ac833fd0d56d?version=1.1&t=1627635001149](https://www.czso.cz/documents/11276/17839352/Jesenik_2021.png/eb87b570-dc7a-4810-83f9-ac833fd0d56d?version=1.1&t=1627635001149)

V okrese Jeseník působí několik organizací poskytujících různé druhy sociálních služeb. Klienti si mohou vybrat službu ambulantní, terénní a pobytovou. Na internetovém portále Ministerstva práce a sociálních služeb (dále jen MPSV) jsou dostupné následující služby.

**Centrum sociálních služeb Jeseník** poskytuje Domov pro seniory, Domov se zvláštním režimem, Denní stacionář pro seniory, Pečovatelskou službu.

**Charita Jeseník** poskytuje Domov pro seniory, Domov se zvláštním režimem, Denní stacionář Šimon, Pečovatelskou službu, Odlehčovací službu.

Dále se v okrese Jeseník nachází Poradna pro rodinu Jeseník, společenství Boétheia, organizace Darmoděj, Nízkoprahové denní centrum, Svaz neslyšících a nedoslýchavých v ČR, organizace SONS ČR, Odlehčovací služba SIPORA, Maltéžská pomoc, SOUŽITÍ 2005, Člověk v tísní, organizace ESTER, ZAHRADA 2000 a Dům na půl cesty. Mezi pobytové služby lze zahrnout Domov Sněženka Jeseník, Dětský domov a Školní jídelna Černá Voda Dětský domov a Školní jídelna Jeseník, Výchovný ústav a školní jídelna Žulová, Psychiatrická nemocnice Marianny Oranžské Bílá Voda. (MPSV online)

Město Jeseník má pro obyvatele i ze širokého okolí k aktivnímu trávení volného času k dispozici sportoviště. O sportoviště se starají Technické služby Jeseník. Jedná se o:

- multifunkční kluziště – v zimním období je využíváno jako kluziště, od jara do podzimu je využíváno na hraní basketbalu (streetballu), florbalu, hokejbalu či inline hokeje, volejbalu a dalších míčových sportů,

- sportovní hala – slouží pro futsal, florbal, basketbal, nohejbal, volejbal, tenis, badminton, gymnastiku. Součástí haly je také horolezecká stěna,

- wellness – je v provozu v zimním období, v době, kdy není k dispozici koupaliště,

- skatepark – nabízí park se třemi spojenými rampami a schody, také BMX dráhy,

- fotbalový stadion – v areálu jsou dvě travnatá hřiště,

- koupaliště Jeseník – je k dispozici v letním ročním období,

- hřiště v Dětrichově – lze si zahrát tenis, nohejbal, volejbal, basketbal (streetball), případně malou kopanou. (Jesenická sportoviště online)

Okres Jeseník je regionem s bohatou přírodní krásou a lázeňskou tradicí. Nabízí mnoho příležitostí pro rekreaci a aktivní odpočinek ve všech ročních obdobích, což z něj činí atraktivní místo jak pro návštěvníky, tak pro obyvatele.

## 5 Vymezení výzkumného šetření v oblasti hipoterapie

Předcházející kapitola stručně charakterizovala okres Jeseník, jeho dostupné sociální služby a základní nabídku volnočasových aktivit, které město Jeseník nabízí. Vymezení bylo potřeba z důvodu uskutečněného dotazníkové šetření, který byl vytvořen ve dvou provedeních. První provedení bylo zaměřeno na respondenty poskytující sociální služby a druhé pro obyvatele. Vyhodnocení dotazníkového šetření se věnuje kapitola č. 6. Následující část popisuje cíl východiska práce, výzkumné šetření za účelem vytvoření hiporehabilitačního centra Napoli, respondenty a formu, jakou byli osloveni.

### 5.1 Východiska práce

Autorka uvádí východiska práce, která obsahují pojednání o odborných poznatcích z výzkumu diplomových prací, které jsou na téma Vliv hiporehabilitace na jemnou motoriku, od autorky Kumpoštové (2020) a Hipoterapie v praxi a její vliv na děti se zdravotním postižením od autorky Kunové (2018). Dalším východiskem práce se jako vhodné jeví analýza financování hiporehabilitačního střediska Ryzáček za období od roku 2018 do roku 2020.

### 5.2 Cíl výzkumného šetření

V okrese Jeseník se nenachází žádné středisko, které by aktivity a terapie v oboru hiporehabilitace poskytovalo. **Cílem výzkumného šetření** je vyhodnotit možnosti vzniku nové organizace prostřednictvím dotazníkového šetření ze strany občanů a poskytovatelů sociálních služeb.

K naplnění stanového cíle jsme vymezili **dílčí výzkumné otázky**.

- 1) Mají občané okresu Jeseník a poskytovatelé sociálních služeb povědomí o oboru a předmětu hiporehabilitace?
- 2) Jaké mají občané okresu Jeseník a poskytovatelé sociálních služeb zkušenosti s hiporehabilitačními službami?
- 3) Mají občané okresu Jeseník a poskytovatelé sociálních služeb zájem podporovat hiporehabilitační centrum a jakou formou?
- 4) Mají občané okresu Jeseník a poskytovatelé sociálních služeb zájem využívat služeb hiporehabilitačního centra a doporučili by ho?

5) Znájí občané okresu Jeseník a poskytovatelé sociálních služeb hiporehabilitační centrech v Olomouckém kraji?

6) Jaký mají názor občané okresu Jeseník a poskytovatelé sociálních služeb na vytvoření hiporehabilitačního centra Napoli v okrese Jeseník?

Stanovené otázky pokrývají klíčové oblasti, které je potřeba prozkoumat před zahájením tvorby projektového plánu. Odpovědi na tyto otázky a jejich vyhodnocení slouží jako podklad a mohou přesvědčit, že vytvoření hiporehabilitačního centra v okrese Jeseník se jeví jako potřebné.

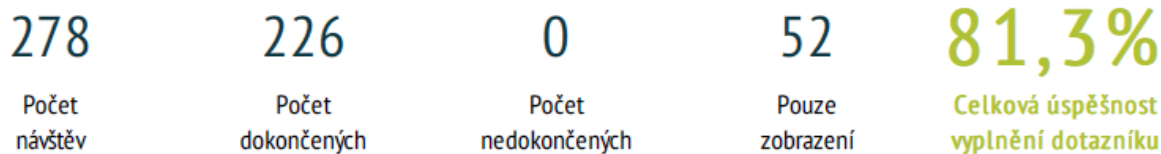
### **5.3 Vymezení výzkumného souboru**

Na základě charakteristiky okresu Jeseník a dostupných služeb pro občany, které se autorka věnovala v kapitole č. 4, také vzhledem k tomu, že hiporehabilitační služby v daném okrese nejsou nikým poskytovány, bylo potřeba důkladně zmapovat a analyzovat potřeby široké veřejnosti a poskytovatelů sociálních služeb. Mapování bylo uskutečněno kvantitativní metodou formou dotazníkového šetření prostřednictvím vytvořených dvou dotazníků pomocí aplikace Survio.

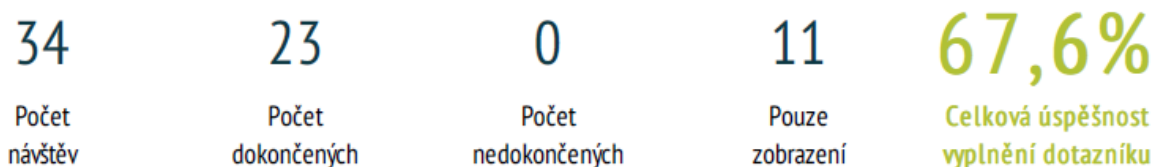
Do poskytovatelů sociálních služeb byly cíleně zahrnuty Domovy pro seniory, Domovy se zvláštním režimem, Denní stacionáře, Pečovatelské služby a Odlehčovací služba. Také byly osloveny dětské domovy, výchovný ústav a psychiatrická léčebna v daném okrese. Žádost o vyplnění anonymního dotazníku byla zaslána emailovou poštou z adresy autorky.

Z řad veřejnosti byla žádost o vyplnění anonymního dotazníku zaslána také z adresy autorky emailovou poštou starostům měst a obcí, jejich pracovníkům, soukromým podnikatelským subjektům, firmám, lékařům, rehabilitačním pracovníkům, zdravotníkům, pracovníkům i vedoucím různých organizací, školským zařízením, České hiporehabilitační společnosti, neziskovým organizacím, přátelům, kolegům a sousedům. Výběr respondentů byl vybrán náhodně z volně dostupných internetových zdrojů. Pro získání údajů byla také využita sociální síť Facebook.

Celkově bylo veřejnosti a poskytovatelům sociálních služeb rozesláno okolo 350 žádostí o vyplnění dotazníku. Statistická úspěšnost vyplnění dotazníku od veřejnosti činí 81,3 % a od poskytovatelů sociálních služeb 67,6 %.



Obrázek č. 13: Statistika respondentů občanů



Obrázek č. 14: Statistika respondentů poskytovatelů sociálních služeb

Oba dotazníky byly vytvořeny a vypracovány v elektronické podobě prostřednictvím aplikace Survio. Skládaly se z 15 otázek a jedná se o jednu z metod kvantitativního výzkumu, které se věnuje následující kapitola.

## 5.4 Výzkumná metoda

Jak bylo uvedeno, tak pro realizaci výzkumného šetření byla využita kvantitativní metoda. Výběr dotazníkového šetření se pro získání a následnou analýzu výsledků popisnou metodou, jevílo jako nejvhodnější a dostačující, vzhledem k tomu, že bylo potřeba získat co nejvíce odpovědí od oslovených respondentů v určitém čase. Dotazníkové šetření bylo nástrojem, prostřednictvím kterého jsme chtěli získat informace, které by vedly k založení nového hiporehabilitačního centra v okrese Jeseník.

Před odesláním dotazníků vybraným respondentům proběhla příprava. To znamená, že autorka ručně zpracovávala a volila otázky zaměřené na téma hiporehabilitace. Dotazníky obsahují celkem 15 otázek, které se skládají z otevřených, uzavřených a polootevřených otázek. Posloupnost otázek je volen srozumitelnou a stručnou formou. Z celkového počtu otázek



vychází 6 otázek, které svým zadáním jsou stejné nebo podobné. Odpovědi na dané otázky budou vyhodnoceny v samostatné kapitole.

Prostřednictvím dotazníku pro občany také získáme základní informace, jako je jeho věk, pohlaví, zda má respondent děti a také, zda by měli zájem v hiporehabilitačním centru pracovat.

Prostřednictvím dotazníku pro poskytovatele sociálních služeb také získáme informace o tom, jaké cílové skupině poskytují své služby, zda a jak často by pro své klienty využili služeb hiporehabilitačního centra.

Oba dotazníky směřovaly k hlavnímu zjištění, zda respondenti vnímají vytvoření hiporehabilitačního centra Napoli v okrese Jeseník jako přínosné a účelné.

Následně byly oba dotazníky zadány do aplikace Survio. Žádosti o vyplnění anonymního dotazníku byly zaslány respondentům emailovou poštou z adresy autorky, který obsahoval její představení, důvod žádosti, anonymitu, časovou náročnost, název tématu diplomové práce, webový odkaz na aplikaci a poděkování. Tím chtěla autorka respondenty zaujmout a motivovat k vyplnění. Uvedené obsahují i samotné dotazníky v úvodu. Sběr dat od respondentů probíhal v období od 5. 3. 2024 do 11. 4. 2024, celkem tedy 37 dnů. Aplikace Survio získaná data výzkumného souboru zpracovala. Dotazníky jsou součástí přílohy diplomové práce.

## **6 Vyhodnocení výzkumného šetření v oblasti hipoterapie v okrese Jeseník**

Hodnocení výzkumného šetření, které je zobrazeno formou obrázků s tabulkami a grafy, vychází ze získaných vygenerovaných dat prostřednictvím aplikace Survio (excel, pdf) a jsou doplněny komentářem. Z celkového počtu 15 otázek je 6 otázek, které svým zadáním jsou stejné nebo obdobné u obou oslovených skupin respondentů a svým obsahem odpovídají na stanovené výzkumné otázky v kapitole 5.1. Společným otázkám se autorka v této kapitole věnuje, výsledky občanů a poskytovatelů sociálních služeb porovnává. Vzhledem ke zvolenému tématu diplomové práce, která se zaměřuje na vytvoření nového hiporehabilitačního centra lze říci, že získaná data mají dostatečně vypovídající hodnotu.

Celkově bylo veřejnosti a poskytovatelům sociálních služeb rozesláno okolo 350 žádostí. Návratnost dotazníku od veřejnosti činí 278 (81,3 %) a od poskytovatelům sociálních služeb 34 (67,6 %).

Výzkumná otázka č. 1 – Mají občané okresu Jeseník a poskytovatelé sociálních služeb povědomí o oboru a předmětu hiporehabilitace?

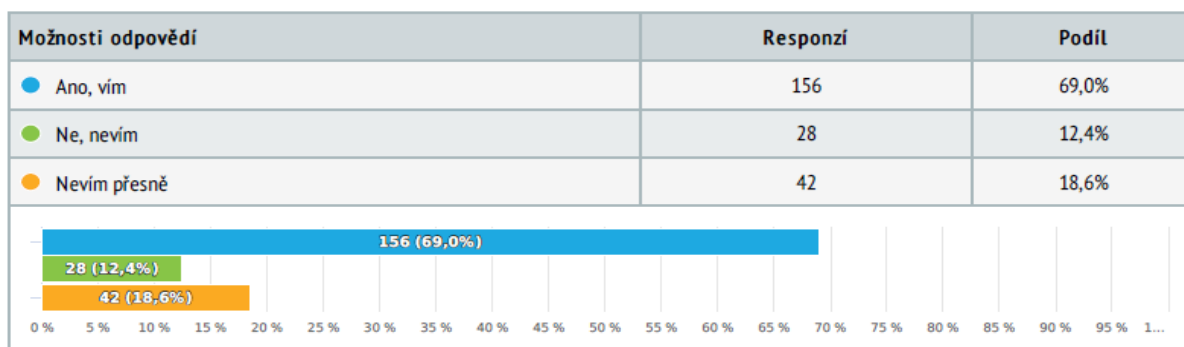
Na tuto otázku odpovídají dotazy z dotazníku od veřejnosti pod č. 4 a č. 5 a od organizací poskytující sociální služby pod č. 2 a č. 3.

Ze získaných dat z otázek č. 4 a č. 2 vyplynulo, že 156 (69 %) respondentů z okruhu občanů ví, co je hiporehabilitace. Pouhých 25 (12,4 %) odpovědělo, že neví přesně, co termín znamená. Poskytovatelé sociálních služeb jednoznačně věděli, co termín znamená, 22 (95,7 %) odpovědělo, že termín znají. Pouze jeden respondent (4,3 %) odpověděl, že mu termín znám není.

Ze získaných dat z otázek č. 5 a č. 3 vyplynulo, že 127 (56,2 %) respondentů z okruhu občanů označilo hiporehabilitaci jako obor ucelené rehabilitace prostřednictvím koní. O čtyři respondenty méně tedy 123 (54,4 %) označilo, že se jedná o aktivity a terapie prostřednictvím člověka a koně. Dva respondenti (0,9 %) využili vlastní popis a uvedli, že „dle definice České hiporehabilitační společnosti“ a „hiporehabilitace není to samé, co hipoterapie. Všechny odpovědi jsou správně pro hiporehabilitaci, nikoliv pro hipoterapii“. 16 (69,9 %) poskytovatelů sociálních služeb označili hiporehabilitaci jako obor ucelené rehabilitace prostřednictvím koní a 13 (56,5 %) označilo, že se jedná o aktivity a terapie prostřednictvím člověka a koně.

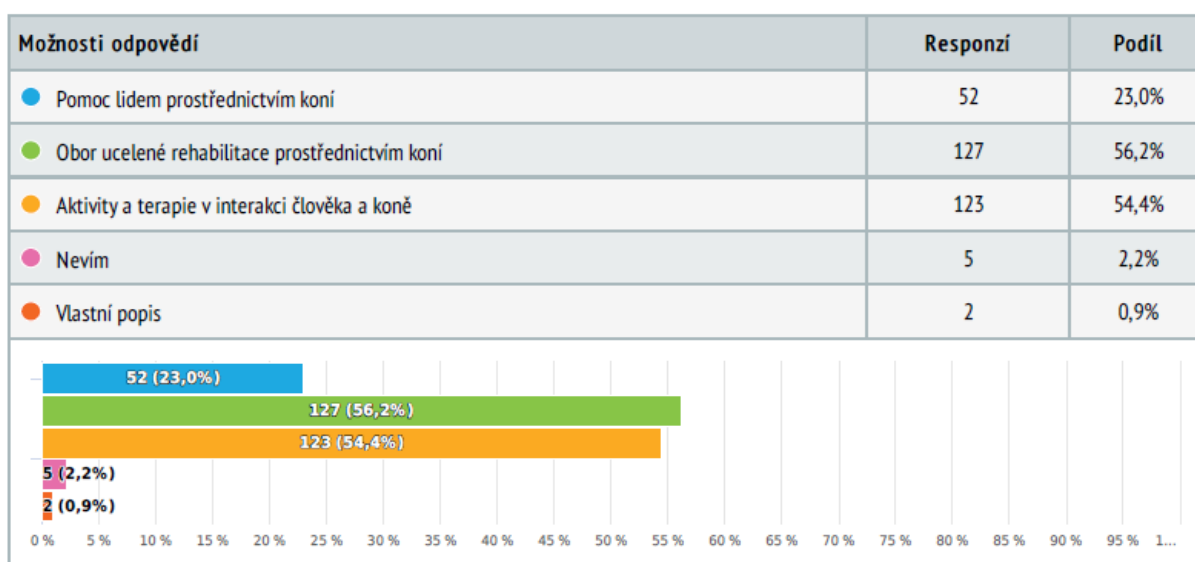
## 4 Víte co je hiporehabilitace/hipoterapie?

Výběr z možností, zodpovězeno 226 x, nezodpovězeno 0 x



## 5 Co je dle Vás hiporehabilitace/hipoterapie?

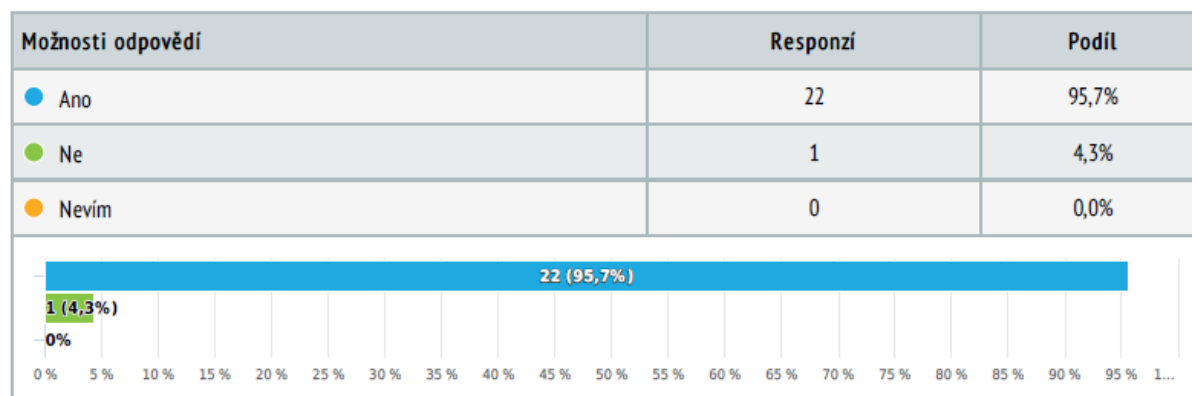
Výběr z možností, více možných, zodpovězeno 226 x, nezodpovězeno 0 x



Obrázek č. 15: Tabulka a graf o oboru a předmětu hiporehabilitace – veřejnost

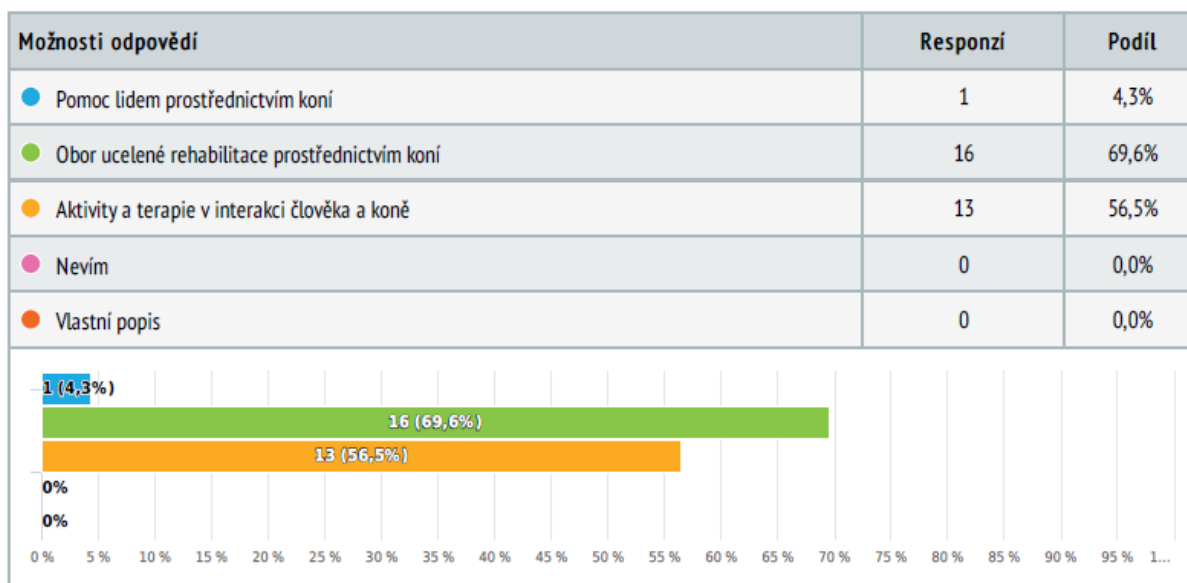
## 2 Je Vám znám termín hiporehabilitace/hipoterapie?

Výběr z možností, zodpovězeno 23 x, nezodpovězeno 0 x



### 3 Co je dle Vás hiporehabilitace/hipoterapie?

Výběr z možností, více možných, zodpovězeno 23 x, nezodpovězeno 0 x



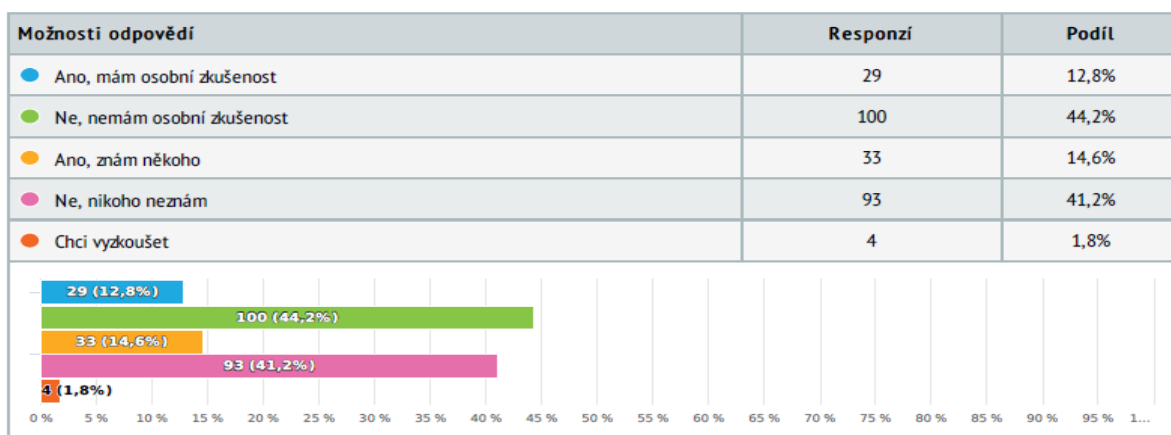
Obrázek č. 16: Tabulka a graf o oboru a předmětu hiporehabilitace – organizace

Výzkumná otázka č. 2 – Jaké mají občané okresu Jeseník a poskytovatelé sociálních služeb zkušenosti s hiporehabilitačními službami?

Na tuto otázku odpovídají dotazy z dotazníku od veřejnosti pod č. 8 a od organizací poskytující sociální služby pod č. 6. Ze získaných dat vyplynulo, že 100 (44,2 %) a 93 (41,2 %) respondentů z okruhu občanů nemá osobní zkušenost a nezná nikoho, kdo hiporehabilitaci využívá. 4 (1,8 %) respondentů uvedlo, že hiporehabilitaci chtějí vyzkoušet. Poskytovatelé sociálních služeb označili v 17 (73,9 %) případech uvedli, že jejich zařízení s hiporehabilitací nemá zkušenost a 6 (26,1 %) zkušenost má.

### 8 Máte osobní zkušenost s hiporehabilitací/hipoterapií nebo znáte někoho, kdo ji využívá?

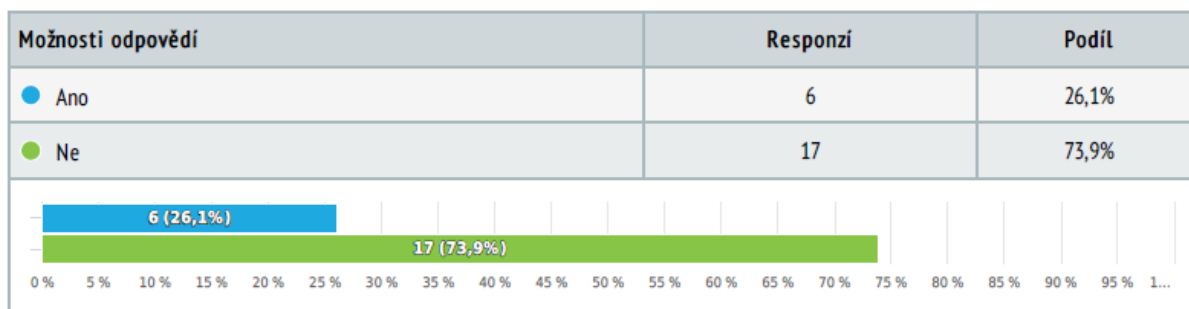
Výběr z možností, více možných, zodpovězeno 226 x, nezodpovězeno 0 x



Obrázek č. 17: Tabulka a graf o zkušenosti s hiporehabilitačními službami – veřejnost

## 6 Má Vaše zařízení zkušenost s hiporehabilitací/hipoterapií pro své klienty?

Výběr z možností, zodpovězeno 23 x, nezodpovězeno 0 x



Obrázek č. 18: Tabulka a graf o zkušenosti s hiporehabilitačními službami – organizace

Výzkumná otázka č. 3 – Mají občané okresu Jeseník a poskytovatelé sociálních služeb zájem podporovat hiporehabilitační centrum a jakou formou?

Na tuto otázku odpovídají dotazy z dotazníku od veřejnosti pod č. 10 a č. 11 a od organizací poskytující sociální služby pod č. 12 a č. 13.

Ze získaných dat z otázek č. 10 a č. 11 vyplynulo, že 111 (49,1 %) respondentů z okruhu občanů nevěděli, zda by poskytované služby byly ochotni financovat. 79 (35,0 %) by služby byly ochotni financovat, 36 (15,9 %) respondentů uvedlo, že ne. I na další otázku zaměřenou na financování a podporu centra nejvíce odpověděli nevíme a to 139 (61,5 %). 25 (11,1 %) respondentů využilo vlastní odpověď a jako formu uvedli:

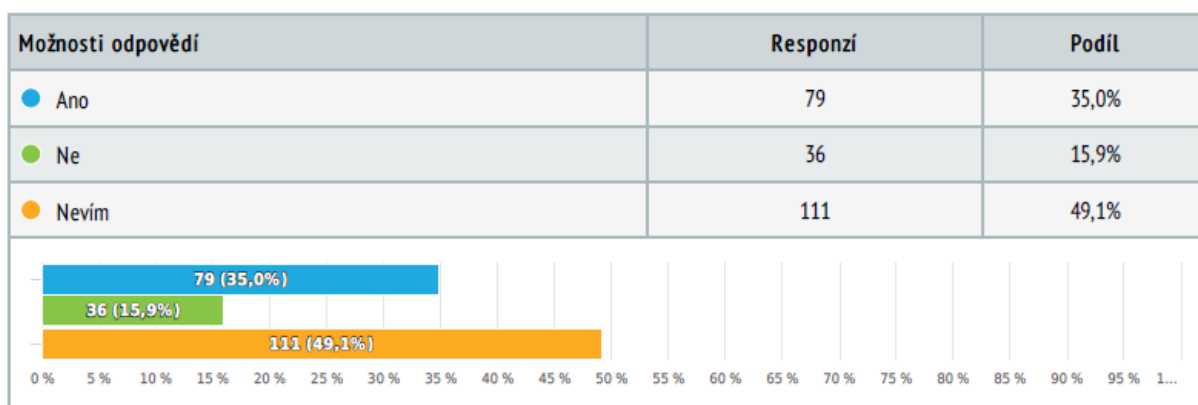
- *Záleželo by na celkové koncepci služby – formou sdílení mezi CS, případně drobným sponzorským darem apod.*
- *Trvalý příkaz z účtu.*
- *Není relevantní otázka.*
- *Jedno podporuji a pracuji v něm, další už ne.*
- *Možnost proplácení hipoterapie pacientům z lázní od pojišťoven?*
- *Sponzorské dary. Osobní pomoc. Dobrovolnické práce.*
- *Pokud jí zakládají odborníci, tak mají mojí podporu – minimálně souhlas.*
- *Podporovat ano – osvětou, financovat ne – není v mých možnostech.*
- *Finanční. Měsíčním příspěvkem 100 Kč.*
- *Spolupráce – psychologická ambulance (eventuelně možnost pro dětské klienty).*
- *Udělat brigádu v rámci péče o koně, v rámci firmem sponzorským darem.*
- *Sdílením na sociálních sítích, malé finanční prostředky.*

Poskytovatelé sociálních služeb ve 12 (52,2 %) případech uvedli, že neví, jestli by se chtěli stát partnery hiporehabilitačního centra. Jako způsob podpory centra uvedli:

- *Zprostředkování kontaktu.*
- *Jako soukromá osoba bych chtěla podpořit takový provoz ať už jako dobrovolník nebo drobným finančním sponzoringem. Jako zaměstnanec v sociálních službách bych ráda využívala pro naše klienty.*
- *Pomoc při péči o koně.*
- *Hiporehabilitační centrum můžeme našim klientům doporučit, ale je čistě na jejich uvážení, zda budou chtít centrum navštěvovat, proto odpověď nevím.*

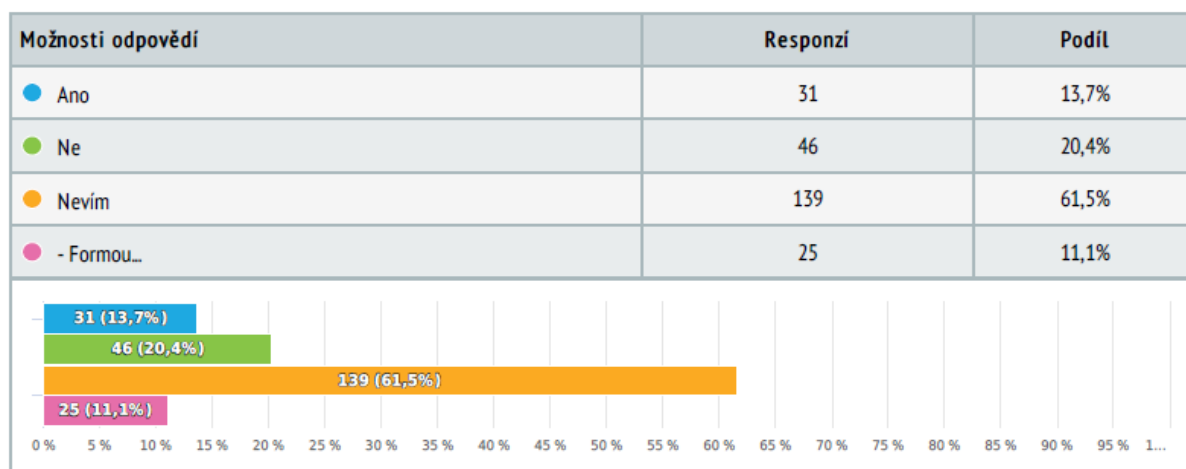
## 10 Byli byste ochotni financovat poskytované služby?

Výběr z možností, zodpovězeno 226 x, nezodpovězeno 0 x



## 11 Byli byste ochotni podporovat a financovat hiporehabilitační centrum? A jakou formou?

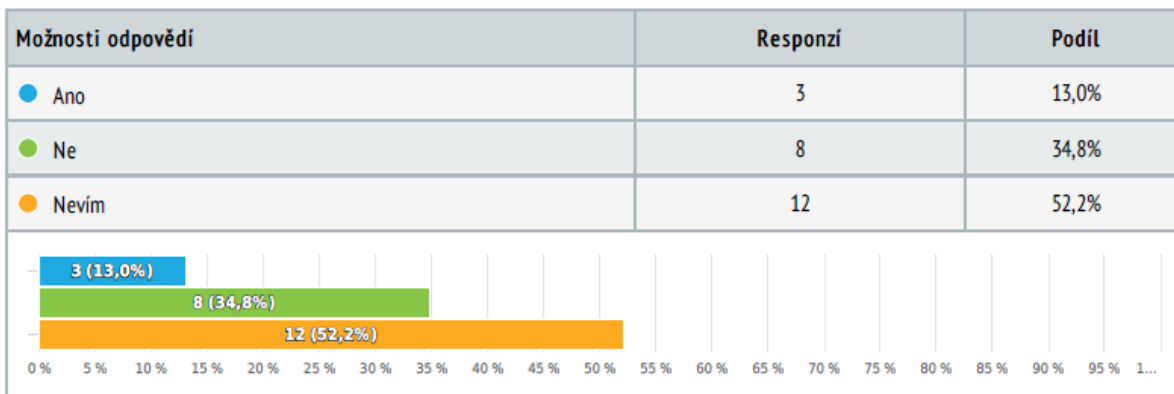
Výběr z možností, více možných, zodpovězeno 226 x, nezodpovězeno 0 x



Obrázek č. 19: Tabulka a graf o zájmu hiporehabilitace – veřejnost

## 12 Chtěli byste se stát partnery hiporehabilitačního centra?

Výběr z možností, zodpovězeno 23 x, nezodpovězeno 0 x



## 13 V případě, že jste u otázky č. 12 odpověděli ANO, prosím uveďte konkrétně způsob Vaši spolupráce\*

Textová odpověď, zodpovězeno 23 x, nezodpovězeno 0 x

- (18x)
- Hiporehabilitační centrum můžeme našim klientům doporučit, ale je čistě na jejich uvážení zda budou chtít centrum navštěvovat, proto odpověď nevím.
- jako soukromá osoba bych chtěla podpořit takový provoz ať už jako dobrovolník nebo drobným finančním sponzoringem Jako zaměstnanec v sociálních službách bych ráda využívala pro naše klienty
- Nevím
- Pomoc při péči o koně
- zprostředkování kontaktu

Obrázek č. 20: Tabulka a graf o zájmu hiporehabilitace – organizace

Výzkumná otázka č. 4 – Mají občané okresu Jeseník a poskytovatelé sociálních služeb zájem využívat služeb hiporehabilitačního centra a doporučili by ho?

Na tuto otázku odpovídají dotazy z dotazníku od veřejnosti pod č. 13 a od organizací poskytující sociální služby pod č. 9 a 14.

Ve 124 (54,9 %) případech občané uvedli, že ano, kdy by hiporehabilitační služby centra v okrese Jeseník využili a také doporučili ostatním. 11 (4,9 %) respondentů využilo k odpovědi nevím doplňující dotaz, aby uvedli důvod:

- *Neznám tuto službu. Daleko od bydliště. Nikoho z okolí Jeseníku neznám.*
- *Pokud by jim to pomohlo, tak doporučím.*
- *Pro sebe ne, ale doporučila bych někomu, kdo to potřebuje.*
- *Doporučovala bych ho našim klientům dojíždějícím z Olomouckého kraje.*
- *HT má obrovský pozitivní efekt terapie, pokud se dělá správně.*

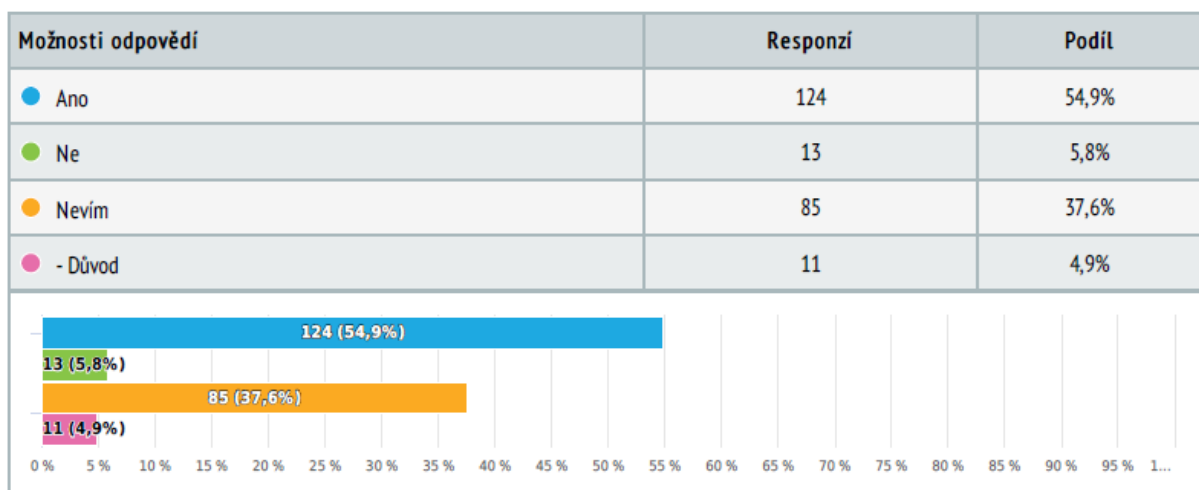
- *Je to daleko od místa, kde působí naše organizace.*
- *Doporučila bych lidem s postižením či po zranění či psychické krizi.*
- *Mohlo by to lidem pomoci.*
- *Mám za to, že poptávka u různých skupin handicapovaných osob by v regionu byla.*

Organizace poskytující sociální služby ve 4 (17,4 %) případech uvedly, že by služby hiporehabilitačního centra v okrese Jeseník využilo, 9 (39,1 %) uvedlo, že neví. Rozhodně by hiporehabilitační služby dalším organizacím doporučili, ano uvedlo 18 (78,3 %) respondentů. V případě dotazu na důvod uvedli:

- *Nevím, záleží na cílové skupině sociální služby.*
- *Každá možnost terapie je v sociálních službách vítaná.*
- *Zklidnění dětí, rehabilitace, náplň volného času.*
- *Až podle zkušeností klientů.*

### 13 Využili byste pro sebe nebo své blízké a doporučili byste širšímu okolí služby hiporehabilitačního centra v okrese Jeseník?

*Výběr z možností, více možných, zodpovězeno 226 x, nezodpovězeno 0 x*

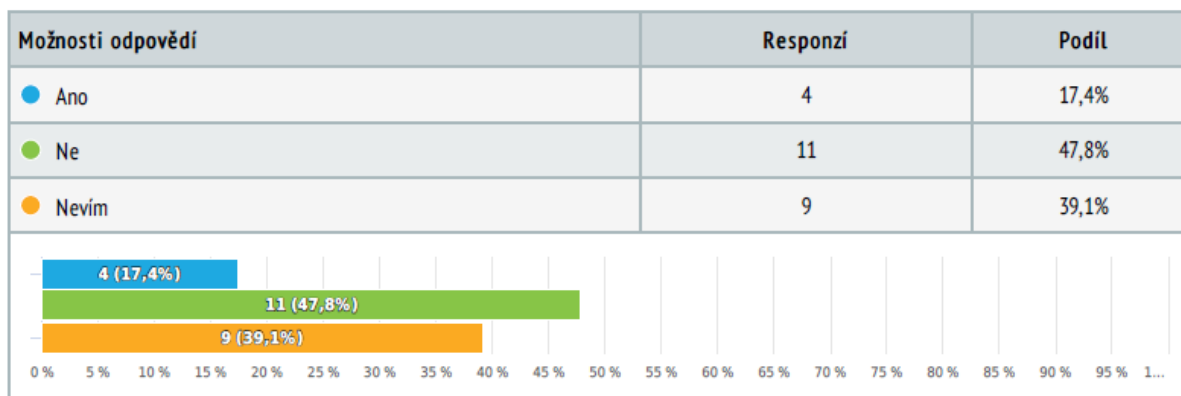


Obrázek č. 21: Tabulka a graf o zájmu o službu hiporehabilitace – veřejnost



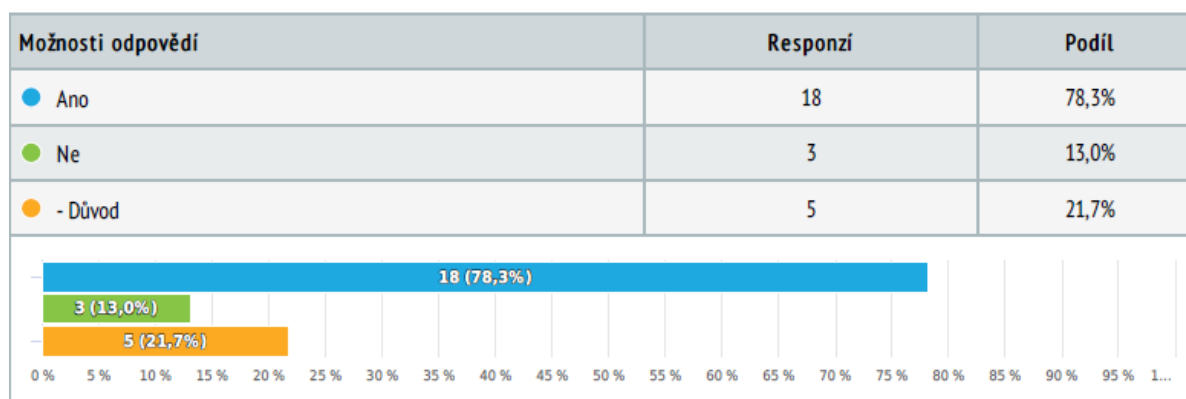
## 9 Využilo by Vaše zařízení pro své klienty hiporehabilitační služby v okrese Jeseník?

Výběr z možností, více možných, zodpovězeno 23 x, nezodpovězeno 0 x



## 14 Doporučili byste hiporehabilitační služby dalším organizacím?

Výběr z možností, více možných, zodpovězeno 23 x, nezodpovězeno 0 x



Obrázek č. 22: Tabulka a graf o zájmu o službu hiporehabilitace – organizace

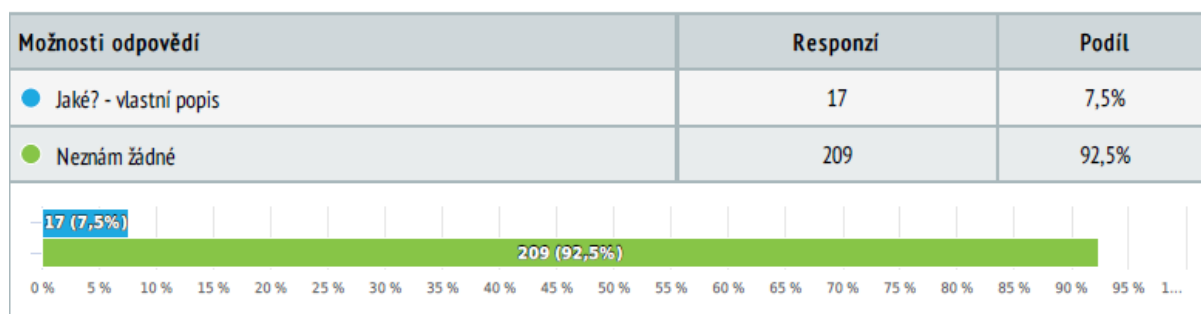
Výzkumná otázka č. 5 – Znájí občané okresu Jeseník a poskytovatelé sociálních služeb hiporehabilitační centra v Olomouckém kraji?

Na tuto otázku odpovídají dotazy z dotazníku od veřejnosti pod č. 14 a od organizací poskytující sociální služby pod č. 8.

Občané neznají žádné středisko v Olomouckém kraji, to uvedlo 209 (92,5 %) respondentů. 17 (7,5 %) respondentů z velké části uvedli *spolek Ryzáček, dále uvedli Hanácký Dvůr, Přestavlčice, Račí údolí, Rychlebské stáje*.

## 14 Znáte hiporehabilitační středisko/a v Olomouckém kraji?

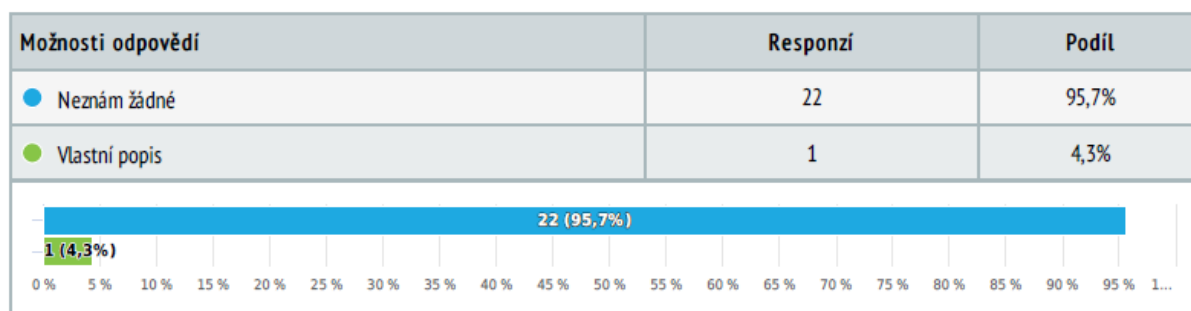
Výběr z možností, zodpovězeno 226 x, nezodpovězeno 0 x



Obrázek č. 23: Tabulka a graf o hiporehabilitačních centrech – veřejnost

## 8 Znáte hiporehabilitační středisko/a v Olomouckém kraji?

Výběr z možností, zodpovězeno 23 x, nezodpovězeno 0 x



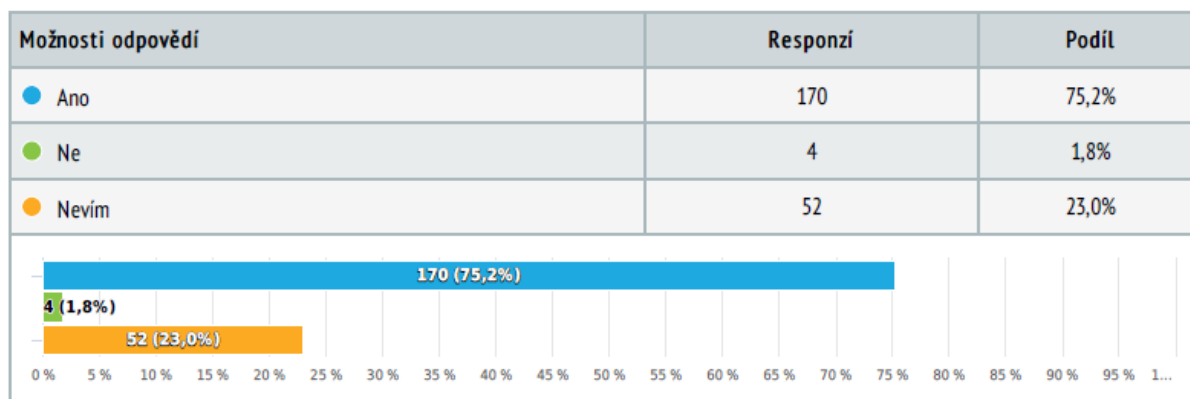
Obrázek č. 24: Tabulka a graf o hiporehabilitačních centrech – organizace

Výzkumná otázka č. 6 – Jaký mají názor občané okresu Jeseník a poskytovatelé sociálních služeb na vytvoření hiporehabilitačního centra Napoli v okrese Jeseník?

Na tuto otázku odpovídají dotazy z dotazníku od veřejnosti a od organizací poskytující sociální služby pod č. 15. Ze získaných odpovědí vyplývá, že 170 (75,2 %) občanů a 15 (65,2 %) poskytovatelů sociálních služeb vnímá vytvoření hiporehabilitačního centra v okrese Jeseník jako přínosné a účelné.

## 15 Vnímáte z Vašeho pohledu vytvoření hiporehabilitačního centra v okrese Jeseník jako přínosné a účelné?

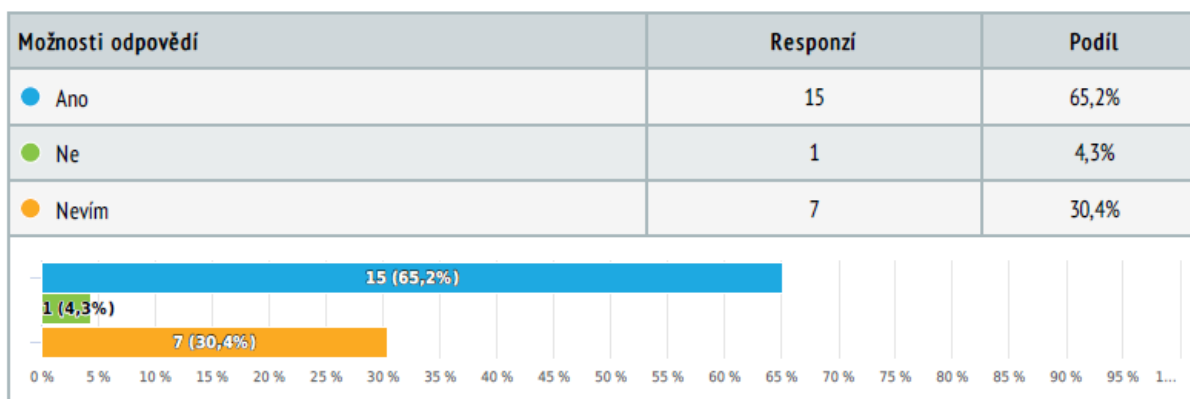
Výběr z možností, zodpovězeno 226 x, nezodpovězeno 0 x



Obrázek č. 25: Tabulka a graf o vyjádření k hiporehabilitačnímu centru – veřejnost

## 15 Vnímáte z Vašeho pohledu vytvoření hiporehabilitačního centra v okrese Jeseník jako přínosné a účelné?

Výběr z možností, zodpovězeno 23 x, nezodpovězeno 0 x



Obrázek č. 26: Tabulka a graf o vyjádření k hiporehabilitačnímu centru – organizace

Pro úplnost získaných dat dále již jen slovně uvádíme další získané informace, které dokreslovaly celkové otázky dotazníkové šetření.

Ze strany občanů bylo zjištěno, že na dotazník odpovědělo z pohledu:

- genderu 166 (73,5 %) žen (otázka č. 1),
- věku nejvíce v rozmezí 36 – 45 let (36,7 %) (otázka č. 2),
- zda mají respondenti děti, tak ano 183 (81,0 %) (otázka č. 3).

Dále na dotaz, pro koho je hiporehabilitace/hipoterapii určená (otázka č. 6) uvedli, že nejvíce je vhodná pro osoby se zdravotním postižením (144 respondentů, 63,7 %) a nejméně se jeví vhodná pro osoby po nehodě (70 respondentů, 31,0 %).

Na otázku, co dle jejich názoru ovlivňuje hiporehabilitaci/hipoterapii uvedli, že nejvíce ovlivňuje psychickou a duševní stránku (197 respondentů, 87,2 %) a nejméně sociální stránku (80 respondentů, 35,4 %).

Otázka č. 9 se zaměřovala na zjištění, o jaké konkrétní služby by měli zájem, kdy 208 respondentů (92,0 %) uvedlo, že nedokáží uvést.

Poslední otázka č. 12, která nebyla hodnocena společně s poskytovateli sociálních služeb, tak zjišťovala, zda by respondenti měli zájem v centru pracovat. Ze získaných 154 (68,1 %) odpovědí vyplynulo, že by zájem neměli.

Ze strany poskytovatelů služeb na otázku č. 1, kdy jsme zjišťovali, jaká je jejich cílová skupina, které poskytují sociální služby, tak vyplynulo, že nejvíce poskytují služby seniorům, na to odpovědělo 12 respondentů (52,2 %). Jeden respondent (4,3 %) odpověděl, že jejich cílová skupina jsou dospělí s nařízenou ústavní výchovou. Dva respondenti (8,7 %) odpověděli, že poskytují služby dospělým s dobrovolnou léčbou a dětem a dospívajícím s postižením. Další dva respondenti (13,0 %) uvedli, že poskytují služby dospělým a dětem a dospívajícím s ústavní výchovou. Čtyři respondenti (17,4 %) poskytují služby dospělým s postižením.

Dále na otázku č. 4, zda slyšeli o hiporehabilitaci/hipoterapii, jako formě léčby uvedlo 20 respondentů (87,0 %), že slyšeli.

Otázka č. 5 byla zadána formou otevřeného dotazu a směřovala ke zjištění, jak probíhá hiporehabilitace/hipoterapie. 23 respondentů se vyjádřilo následovně:

- *Hipoterapie působí na klienta prostřednictvím pohybových impulzů při koňské chůzi.*
- *Navazování vztahu člověka s koněm. Polohování člověka a blízkost těla - vnímání tepla, pohybu.*
- *Seznámení s prostředím, s průběhem terapie, s koněm.*
- *Prostřednictvím jízdy na koních.*
- *Na základě předem stanoveného plánu po případné konzultaci s odborníkem (lékař, terapeut)*
- *Ne.*
- *V našem zařízení při návštěvě koní na pokojích klientů.*
- *Nevím.*

- *Rehabilitační metoda používaná nejčastěji pro léčbu pohybových poruch - jízda na koni v doprovodu.*
- *Především blízký kontakt se zvířetem.*
- *Hiporehabilitace je zastřešující a nadřazený název pro všechny aktivity a terapie v oblastech, kde se setkává kůň a člověk se zdravotním znevýhodněním/ specifickými potřebami.*
- *Souhra či souznění člověka s hendikepem a koně.*
- *Tak jako léčebná metoda.*
- *Využívá se interakce s koněm, je využívána pro lidi s různými fyzickými, psychickými ale i sociálními potřebami. Využívá se pohyb koně, teplo ale i vztah, který se mezi klientem a zvířetem vytváří a vyvíjí.*
- *Jízdou na koni.*
- *Typ fyzioterapie, kdy kdy klient jezdí na hřbetu koně.*
- *Využití speciálně cvičeného koně k rehabilitaci klientů.*
- *Pomocí interakce mezi člověkem s různým typem postižení a koněm.*
- *S koněm.*
- *Přímý kontakt - jízda na koni, cviky, hlazení, krmení.*
- *Jízda na koni a kontakt klienta s koněm.*
- *Přímý kontakt člověka s koněm, jízda, krmení, hlazení apod.*
- *Jízda, péče o koně, vzdělávání.*

Dále na otázku č. 7, zda jim někdo nabídl využít hiporehabilitační služby pro klienty se 15 respondentů (65,2 %) vyjádřilo, že nenabídl. U možnosti využít odpověď od odborných lékařů nikdo nevyužil.

Otázka č. 10 se dotazovala, jak často by hiporehabilitační služby pro své klienty využily. Z nabízených odpovědí nikdo neoznačil 1x za 14 dní a 1x za 3 týdny (0,0 %), nejvyšší počet z volených možností bylo od 7 respondentů (30,4 %). 14 respondentů (60,9 %) využilo vlastní odpověď:

- *Nyní už ne.*
- *Ne.*
- *3x do roka.*
- *Nevyužily.*
- *Nevím.*
- *Ne.*

- *Nevyužili.*
- *Velká vzdálenost.*
- *Ne.*
- *Ne.*
- *Nevyužili.*
- *Vůbec.*
- *Bez bližší specifikace není možné četnost stanovit.*
- *Ve službě, kterou poskytujeme, bychom ji nevyužili.*
- *Nevím.*
- *Dle ceny, smlouvy.*
- *Naše asistenční služba má terénní charakter, vždy záleží na rozhodnutí klienta.*
- *Netuším.*

Poslední otázka č. 11, která nebyla hodnocena společně s občany, zjišťovala, zda se zařízení domnívá, že by jejich klienti měli zájem a využívali by služeb hiporehabilitačního centra v okrese Jeseník. Nejvíce odpovědí od 10 respondentů (43,5 %) pokryla odpověď nevím. 9 respondentů (39,1 %) odpovědělo, že ne a 4 respondenti (17,4 %) odpovědělo ano.

Výše uvedená analýza vypovídá o tom, že o hiporehabilitační centrum, které by nově vzniklo v okrese Jeseník, by ze strany občanů a poskytovatelů sociálních služeb byl zájem a mělo by uplatnění. Následující kapitola se zaměřuje na vytvoření projektu takového centra.

## 7 Fundraisingový projekt na vytvoření hiporehabilitačního centra Napoli v okrese Jeseník

### Název organizace

Napoli z.s.

### Vizitka organizace



Obrázek č. 27: vizitka Hiporehabilitačního centra Napoli  
Dostupné z: [https://www.canva.com/cs\\_cz/](https://www.canva.com/cs_cz/)

### Identifikace, cíl, poslání

Hiporehabilitační centrum Napoli poskytuje své služby široké veřejnosti bez rozdílu věku a zdravotního omezení. Jeho cílem je propojení koně a člověka v přírodním prostředí prostřednictvím spolupráce, péče a formou aktivit, které vedou k tomu, aby se cítil dobře a lépe. Posláním spolku je poskytovat hiporehabilitační služby založené na vytvořeném vzájemném vztahu, odbornosti pracovníků i koní. Centrum Napoli je členem České hiporehabilitační společnosti.

### Cílová skupina

Hiporehabilitace dětí, dospělých a seniorů.

### Organizační struktura (personální zajištění)

Zástupci spolku, projektový manažer a fundraiser, administrativní a ekonomický pracovník, psychoterapeut, fyzioterapeut, cvičitel koní, vodič koní, lektor volnočasových aktivit, asistenti, pomocníci, ošetřovatel, dobrovolníci. Externí pracovník veterinář.

## Prostředí a vybavení pro hiporehabilitaci

Pozemek, ohrazené jízdárny, krytá hala, stáje, bezbariérové přístupy včetně WC, rampa pro nasedání a sesedání, zvedák pro posazování klientů na koně, parkoviště pro auta klientů, jezdecké přilby, madla, sedla, deka, uzdečka, zázemí pro personál, rehabilitační a terapeutické prostory.

## Činnost centra

Vzniklé centrum Napoli bude poskytovat služby v:

- Hipoterapii ve fyzioterapii a ergoterapii HTFE
- Hipoterapii v psychiatrii a psychologii HTP
- Hiporehabilitaci v pedagogice a sociální praxi HPSP
- Aktivity (tábory, kroužky, praxe, kurzy, workshopy, dny otevřených dveří)

**SWOT analýza** je vytvořena na základě výzkumného šetření.

Silné stránky (S)	Slabé stránky (W)
<ul style="list-style-type: none"><li>- lokalita a prostředí (blízko Polských hranic)</li><li>- v okrese Jeseník není žádné centrum</li><li>- pracovní příležitost</li><li>- vyškolení pracovníci a koně</li><li>- přístup pracovníků spolku</li><li>- zdravotní přínos pro občany, veřejnost, návštěvníky, klienty sociálních služeb</li><li>- celoroční využití</li><li>- podpora ČHS v rozšíření středisek</li><li>- aktivity pro jednotlivce, rodiny, skupiny bez omezení věku a tělesného omezení</li><li>- bezbariérový přístup, dostupnost</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- finanční náročnost</li><li>- zdroje financování centra</li></ul>
Příležitosti (O)	Hrozby (T)
<ul style="list-style-type: none"><li>- rozvoj lázeňského města, klienti i ze vzdálenějších míst</li><li>- rozšíření nabídky do Polska</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- nedostatek klientů</li><li>- nedostatek finančních zdrojů</li><li>- zdravotní stav koní</li></ul>

Tabulka č. 1: SWOT analýza  
Zdroj: vlastní



## Logický rámeček

<b>Záměr:</b> Nové hiporehabilitační centrum Napoli	<b>Objektivně ověřitelné ukazatele</b>	<b>Zdroje informací k ověření (způsob ověření)</b>	<b>xxxxxx</b>
<b>Cíl (účel)</b> Zlepšit kvalitu života klientům prostřednictvím hiporehabilitace.  Poskytovat kvalitní hiporehabilitační péči klientům.  Naplnění potřeb a vyplnění chybějící služby	<b>Objektivně ověřitelné ukazatele</b> Stálost klientů Noví klienti Další vzdělávání Realizace terapií Projevy koní Stavy klientů	<b>Zdroje informací k ověření (způsob ověření)</b> Klienti, veřejnost Pracovníci Koně	<b>Předpoklady a rizika</b> Nedostatek financí na provoz Provozní problémy Reklama Zpětná vazba Nadšení a zápal pracovníků
<b>Výstupy (konkrétní výstupy)</b> Kvalitní hipoterapeutické programy. Vyškolení pracovníci Terapeutické koně Vhodné prostředí	<b>Objektivně ověřitelné ukazatele</b> Návštěvnost Uzavřené smlouvy Certifikáty Recenze, doporučení Počet klientů	<b>Zdroje informací k ověření (způsob ověření)</b> Klienti, lidé Sociální sítě, dotazníky, rozhovory Dokumentace, záznamy	<b>Předpoklady a rizika</b> Malá propagace Finanční náročnost Zájem o aktivity
<b>Aktivity (klíčové činnosti)</b> Analýza potřebnosti Zpracování projektu Založení spolku Dokumentace Zajištění finančních prostředků Registrace do ČHS Zajištění podmínek Zajištění vybavení Zajištění koní Zajištění pracovníků Školení pracovníků Vzdělání pracovníků Výcvik koní Propagace	<b>Zdroje (peníze, lidé)</b> Dotazníkové šetření Schválený projekt Získané prostředky Školení, kurzy	<b>Časový rámeček aktivit</b> 3/2024 – 3/2025	<b>Předpoklady a rizika</b> Splnění školení Splnění vzdělání Získání dotací Uskutečnění výcvik koní
<b>xxxxxx</b>	<b>xxxxxx</b>	<b>xxxxxxx</b>	<b>Předběžné podmínky</b> Potřeba hiporehabilitačního centra

Tabulka č. 2: Logický rámeček  
Zdroj: vlastní

## Harmonogram činností – Ganttův diagram

Diagram byl vytvořen pomocí aplikace Excel, je rozplánován na období od 3/2024 do 3/2025 a vyjadřuje časový popis projektu.

Období	3/2024	4/2024	5/2024	6/2024	7/2024	8/2024	9/2024	10/2024	11/2024	12/2024	1/2025	2/2025	3/2025
Činnosti													
Analýza potřebnosti	■	■											
Zpracování, schválení projektu		■	■	■									
Založení spolku					■								
Zajištění finančních prostředků					■	■	■						
Zajištění pracovníků					■	■	■						
Zajištění podmínek					■	■	■	■					
Zajištění vybavení					■	■	■	■					
Zajištění koní						■	■	■	■				
Registrace do ČHS									■	■			
Vzdělání pracovníků										■	■	■	
Výcvik koní										■	■	■	
Propagace											■	■	
Zahájení činnosti													■

Tabulka č.3 – Ganttův diagram 2024/2025

Zdroj: vlastní

## Fundraisingové metody a techniky

Podrobně se jim věnovala kapitola 1.3. Podstatou řízení organizace je získání finančních prostředků od více zdrojů. Nyní vymežíme ty, které pro založení hiporehabilitačního centra oslovíme:

### 1) Granty a dotace

- Ministerstvo zdravotnictví ČR – poskytuje programy zaměřené na zdravotní a rehabilitační péči.
- Ministerstvo práce a sociálních věcí ČR – poskytuje granty pro sociální integraci a podporu osob se zdravotním postižením.
- Evropské fondy – poskytují programy pomáhající realizovat malé i velké projekty.
- Olomoucký kraj
- Město Jeseník – dotace z rozpočtu

## 2) Fondy a nadace

- Nadace Agrofert – sleduje potřeby v České republice ve vybraných oblastech a snaží se pomáhat přesně tam, kde je to třeba.
- Nadační fond Pomozme dětem žít lépe – je určen na podporu zdravotnických a rehabilitačních zařízení určených k léčbě dětí.
- Nadace Vodafone – programy zaměřené na zlepšení kvality života lidí s postižením.
- Nadace ČEZ – podporuje zdravotní a sociální projekty.
- Nadace rozvoje občanské společnosti – podporuje neziskové organizace v oblasti sociálních služeb.
- Česká hiporehabilitační společnost

## 3) Dary a sponzorství

- Firmy a podniky v okrese Jeseník (Studio - 4, Jesenický týdeník, Nábytek Unistav, Internet Expert, Řetězárna Čeká Ves, Schrothovy léčebné lázně, Autodoprava Břetislav Látal, RECOVIA psychologické centrum Jeseník, TOP nářadí Jeseník, Palírna Jánský vrch, Jesenická nemocnice Agel, Lázeňská lékárna, Obecní lesy Lipová – lázně).

K oslovení a za účelem získání prostředků využijeme letáku...obr. Č....., Telefonicky si domluvíme termín schůzky a jednání proběhne osobně. K nahlédnutí bude vypracovaný projekt, v případě, že by potencionální dárci měli zájem nahlédnout. Po ukončení schůzky přenecháme na sebe kontakt a vizitku.

### **Finanční rozpočet**

Pro plánovaný projekt je finanční rozpočet důležitým nástrojem. Výše jsme si vymezili, jakými metodami a technikami a od koho získáme finanční prostředky na hiporehabilitační centrum. V tabulce č. 4 souhrnně a orientačně uvádíme příjmy a výdaje za kalendářní rok.

Příjmy		Výdaje	
Název	Kč	Název	Kč
Vlastní zdroje	400 000	Zajištění podmínek, prostory (nákub, pronájem)	2 000 000
Sponzorství, dary	300 000	Nákup vybavení a pomůcek	150 000
Granty a dotace	3 000 000	Nákup koní	400 000
Fondy a nadace	1 000 000	Vzdělávání pracovníků	80 000
Příjem z činností	800 000	Výcvik koní	50 000
Příjmy z vedlejší činnosti	100 000	Mzdy a platy	900 000
		Náklady na provoz a údržbu	600 000
		Strava pro koně, péče	300 000
		Propagace	30 000
<b>Celkem</b>	<b>6 400 000</b>	<b>Celkem</b>	<b>4 510 000</b>

Tabulka č. 4 – rozpočet  
Zdroj: vlastní

Z finančního rozpočtu vyplývá, že finanční prostředky na vytvoření hiporehabilitačního střediska lze získat. Příjmy převyšují náklady, tím se domnívám, že ve skutečnosti bychom takové částky prostřednictvím grantů, dotací, od fondů a nadací nezískaly. Také náklady se s velkou pravděpodobností mohou ve skutečnosti lišit. Zřizovatel spolku by také do realizace nemusel investovat vlastní kapitál. Ten je v příjmu uveden v případě, že by spolek náklady nepokryl.

### **Propagace hiporehabilitačního centra Napoli**

Centrum bude mít vytvořené webové stránky, které budou volně dostupné veřejnosti. Dále budou mít založený profil na sociálních sítích. Prostřednictvím informačního měsíčníku Naše město, budou lidé informováni o zahájení činnosti a průběžně v něm budou zveřejňovány akce centra, které budou realizována a které proběhly, součástí budou i fotografie. Měsíčník

dostávají do schránek všichni občani, tím je zajištěna jeho dostupnost bez vynaložení finančních nákladů z jejich strany. Také je volně dostupný na webových stránkách Města Jeseník, na kterých je také sekce „volný čas“, kde by správci těchto webových stránek mohli třeba do kategorie zážitků centrum uvést. Podpořit povědomí centra lze také zajistit prostřednictvím Jesenického týdeníku, formou článků a rozhovorů. Vytvořený leták obrázek č. 27 lze umístit do místní knihovny, obchodních centrech, na Městský úřad, do Informačního centra v Jeseníku, školských zařízeních. Centrum bude mít vytvořené vlastní reklamní předměty (propiska, klíčenky, pohled). V rámci veřejně pořádaných akcí bude po domluvě s organizátory centrum představeno. Centrum bude také realizovat jednou ročně den otevřených dveří a vypracovávat výroční zprávu.



# HIPOREHABILITAČNÍ CENTRUM NAPOLI

## CO NABÍZÍME

- Hipoterapii ve fyzioterapii a ergoterapii HTFE
- Hipoterapii v psychiatrii a psychologii HTP
- Hiporehabilitaci v pedagogice a sociální praxi HPSP
- Aktivity (tábory, kroužky, praxe, kurzy, workshopy, dny otevřených dveří)

Své služby poskytujeme široké veřejnosti bez rozdílu věku a zdravotního omezení. Naším cílem je propojení koně a člověka v přírodním prostředí, které vedou k tomu cítit se dobře a lépe.



Obrázek č. 28: informační leták Hiporehabilitačního centra Napoli  
Dostupné z: [https://www.canva.com/cs\\_cz/](https://www.canva.com/cs_cz/)

## 8 Diskuze a shrnutí

V kapitole 3.1.1 jsme si popsali Hiporehabilitační středisko v Olomouckém kraji, které se jmenuje Ryzáček. Vzhledem k tomu, že Hiporehabilitační centrum Napoli je v procesu plánování a není tak možné v současné chvíli ověřit, zda nastavený rozpočet bude reálný, tak se autorka zaměřila na financování výše uvedeného spolku za období 3 let jeho fungování, vybrala si období od roku 2018 do roku 2020, které zpracovala formou tabulky. Uvedené bylo také jedním z východisek práce v kapitole 5.1.

### Financování od státu (hodnoty jsou vyčísleny v Kč)

Stát	2018	2019	2020
Líšnice	15 000	20 000	20 000
Olomoucký kraj	46 500	10 000	35 000
Město Mohelnice	10 000	20 000	15 000
Město Mohelnice	-	-	35 000
Olomoucký kraj	90 200	10 000	35 000
Olomoucký kraj	165 000	235 000	200 000
Klopina	-	12 000	6 000
Město Mohelnice	-	10 000	15 000
MPSV	-	-	250 593
<b>Součet</b>	<b>326 700</b>	<b>317 000</b>	<b>611 593</b>

Tabulka č. 5: Financování Ryzáčka z veřejných zdrojů

Zdroj: Ryzáček

Dostupné z: <https://ryzacek.net/vyrocní-zpravy/>

**Financování nadace** (hodnoty jsou vyčísleny v Kč)

Nadace	2018	2019	2020
Pomozme dětem žít lépe	90 000	60 000	50 000
NROS – Pomozte dětem	150 000	22 500	-
LESY ČR	40 000	50 000	-
Nadace zdraví pro Moravu	15 000	-	-
ČEZ	-	90 000	-
Siemens	-	10 000	18 000
NROS a ČT – KUŘE pomozte dětem	-	-	295 188
HiT-Hit	-	-	52 663
Česká hiporehabilitační společnost	-	-	10 000
ČSOB – pomáhá regionům	-	-	70 050
<b>Součet</b>	<b>295 000</b>	<b>232 500</b>	<b>495 901</b>

*Tabulka č. 6: Financování Ryzáčka nadace**Zdroj: Ryzáček**Dostupné z: <https://ryzacek.net/vyrocní-zpravy/>***Počet dárců**

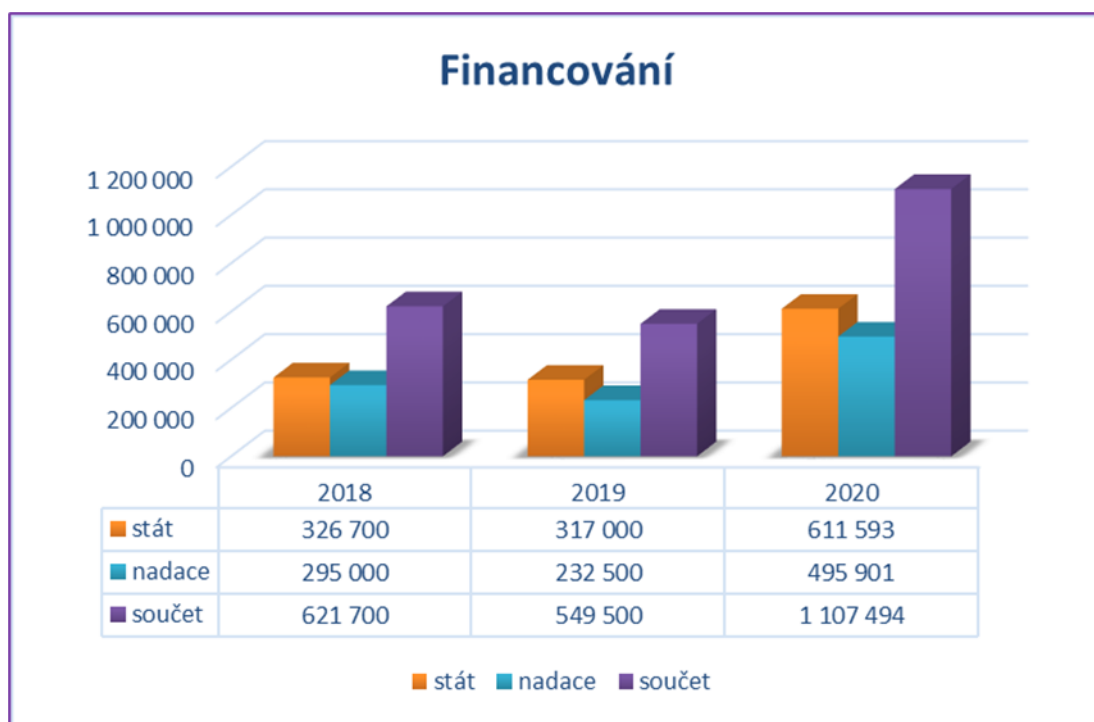
	2018	2019	2020
Dárci	18	28	22

*Tabulka č. 7: Počet dárců Ryzáčka**Zdroj: Ryzáček**Dostupné z: <https://ryzacek.net/vyrocní-zpravy/>*



Spolek Ryzáček je členem České hiporehabilitační společnosti, MAS Mohelnicko a Unie nestátních neziskových organizací Olomouckého kraje. Financování spolku zajišťuje stát, nadace a dárci. Pro lepší přehlednost interpretovaných tabulek je autorka přehledně zpracovala do dvou níže uvedených grafů. Graf č. 1 zobrazuje přehled i součet získaných finančních prostředků v každém roce od státu a nadací. Ze získaných dat je patrné, že spolek Ryzáček byl v hodnoceném období financovaný převážně ze státních příspěvků. Graf č. 2 znázorňuje finanční příjem za stejné období z vlastní činnosti spolku. Z grafu je patrné, že roky 2018 a 2019 byl pro spolek v příjmech vyrovnaný, v roce 2020 však následoval evidentní propad v souvislosti s pandemií v České republice, který zapříčinil snížení zisků. Avšak od státu spolek získal v celkovém součtu více peněz než dříve.

Lze říci, že financování neziskové organizace, které se věnovala kapitola 1.3, je neustálé hledání zdrojů za účelem úspěšné fungování organizace, které jsou tím velmi ovlivněné.



*Graf č. 1: přehled příjmů Ryzáčka  
Zdroj: vlastní*



*Graf č. 2: přehled vlastních tržeb Ryzáčka  
Zdroj: vlastní*

Vznik nového hiporehabilitačního centra Napoli v okrese Jeseník se může potýkat s určitými limity, kterými mohou být:

- Finanční (omezené zdroje, závislost na zdrojích, nepředvídatelnost příjmů).
- Provozní (kapacita a kvalifikovanost personálu a koní, údržba zařízení).
- Legislativní (dodržování zákonů a předpisů, certifikáty).
- Prostředí (umístění centra, dostupnost).
- Technologické (vybavení, administrativa).
- Společenské (přístup veřejnosti, obavy, předsudky, informovanost).

Řešení limitů práce Hiporehabilitačního centra Napoli vyžaduje komplexní přístup zahrnující efektivní řízení financí, provozu, vztahů s veřejností a technologií. Flexibilita, inovace a spolupráce s různými partnery a komunitou jsou klíčové pro překonání těchto výzev a zajištění úspěšného a udržitelného fungování centra.

V této části diplomové práce je také potřeba uvést, že autorka hledala na všech dostupných webových stránkách bakalářské i diplomové práce, také projekty, které by byly totožné s jejím zvoleným tématem. Svým pátráním zjistila, že takové práce nejsou. Vyhledané práce byly zaměřeny převážně v užším směru na hipoterapii, hiporehabilitaci, na střediska, kde se hiporehabilitace využívá a konkrétně specifikované na děti, dospělé, postižené, na motoriku. Svým výběrem k porovnání získaných informací se zaměřila na hiporehabilitaci a hipoterapii v souvislosti jejího působení, které také bylo východiskem práce.

V první diplomové práci s názvem Vliv hiporehabilitace na jemnou motoriku, se autorka Kumpoštová (2020) zabývá vlivem hiporehabilitace na jemnou motoriku. Práci rozdělila na teoretickou a praktickou část. V teoretické části se věnuje vymezení pojmů hiporehabilitace, historii hiporehabilitace, zdravotnímu postižení v případových studiích a jak hiporehabilitace na jedince s postižením působí. V samostatné kapitole popisuje motoriku. V praktické části se autorka věnuje kvalitativnímu výzkumnému šetření formou případových studií. Hlavním cílem autorky bylo zjistit dopad hiporehabilitace na rozvoj jemné motoriky u sledovaných dětí a analyzovat aktivity, které mají největší vliv na rozvoj jemné motoriky. Ke sběru dat autorka využila nestrukturované rozhovory, které zaznamenávala ke každému klientovi, dále využila metodu pozorování klientů, vyhodnocovala anamnézy, které také získávala rozhovorem s rodiči a dokumentací klienta, analyzovala cvičení a testy jak na začátku, tak na konci jejího výzkumu. Veškeré výsledky a testy si autorka zapisovala u klientů po každé lekci.

Autorka ve své diplomové práci dospěla k názoru, že hiporehabilitace má vliv na rozvoj jemné motoriky a je přínosná, pokud se cvičení provádí intenzivně. Také zjistila, že je však málo výzkumných šetření zaměřených na zkoumání jemné motoriky, protože většina autorů se zaměřuje na motoriku hrubou. (Kumpoštová, 2020)

V druhé diplomové práci s názvem Hipoterapie v praxi a její vliv na děti se zdravotním postižením se autorka Kunová (2018) zabývá hipoterapií v praxi a jaký má vliv hipoterapie na děti se zdravotním postižením. Práci rozdělila na teoretickou a praktickou část. V teoretické části se věnuje vymezení pojmů hiporehabilitace, historii hiporehabilitace, jaká zvířata jsou využívána k dané činnosti, jaké jsou složky hiporehabilitace, charakterizuje základní nejčastější postižení klientů v hipoterapii. Dále uvádí a popisuje aktivity s využitím koní a psychoterapii pomocí koní a také v daném směru nejčastější postižení. V samostatné kapitole popisuje hipologii, kde se zaměřuje na výběr a plemena koní. V praktické části se autorka věnuje výzkumnému šetření na intenzivním pětidenním táboře hipoterapie za využití kvalitativního výzkumu (případové studie) a kvantitativního výzkumu (dotazníku), kdy na začátku i na konci jejího výzkumného šetření dělala test.

Autorka ve své diplomové práci dospěla k tomu, že pětidenní tábor zaměřený na hiporehabilitaci, byl pro děti přínosný nejen po stránce blízkostí koní, ale i celkového prostředí, kdy děti byly na táboře bez rodičů, na výzkum mělo vliv více činitelů. (Kunová, 2018)

## Závěr

Cílem diplomové práce bylo zpracovat teoretický podklad pro vytvoření hiporehabilitačního centra a v praktické části vypracovat komplexní návrh fundraisingového projektu ke vzniku hiporehabilitačního centra Napoli v okrese Jeseník. Cílem výzkumného šetření bylo vyhodnotit možnosti vzniku nové organizace prostřednictvím dotazníkového šetření ze strany občanů a poskytovatelů sociálních služeb. V rámci dotazníkového šetření byla analyzována povědomost respondentů o hiporehabilitaci, jejich informovanost o tomto oboru, zájem o využití služeb a ochota centrum podporovat. Výsledky šetření potvrdily, že existuje významná poptávka po těchto službách a že založení hiporehabilitačního centra by bylo přínosné pro region. Uvedené se potvrdilo ve vyhodnocování dotazníkového šetření ze stran osob a poskytovatelů sociálních služeb, kteří na dotaz, zda znají hiporehabilitační středisko v Olomouckém kraji, uvedli, že neznají. Uvedená hodnota činila více jak 90 % odpovědí od obou respondentů. Významným a důležitým zjištěním také bylo, že respondenti by z jejich pohledu vnímali jako přínosné a užitečné, kdyby takové centrum bylo v okrese Jeseník vytvořeno. Tím se potvrdila potřeba založení takového centra. Souhrnně lze říci, že tento návrh je první krok k tomu, aby se hiporehabilitační centrum stalo realitou, která změní životy mnoha lidí k lepšímu.

Teoretická část poskytla pevný základ pro pochopení problematiky a identifikaci klíčových faktorů pro úspěšné fungování hiporehabilitačního centra. Věnovala se vymezení nestátního neziskového sektoru, jeho právním formám a financování. Bylo popsáno, jak důležitou roli hraje tento sektor v národním hospodářství a jaké jsou možnosti jeho financování prostřednictvím soukromých a veřejných zdrojů. Následně se práce zaměřila na využití marketingu a managementu v neziskových organizacích, což je klíčové pro jejich efektivní řízení a propagaci. Byly rozebrány základní marketingové nástroje, jako je marketingový výzkum, marketingový mix a marketingová komunikace, které umožňují vytvoření atraktivní nabídky služeb a udržování kontaktu s veřejností. Rovněž byla zdůrazněna důležitost managementu projektového řízení pro plánování a realizaci projektů.

V kapitole věnované hiporehabilitaci byla popsána podstata této terapie, kategorie hiporehabilitačních středisek, současné obory a disciplíny, role hiporehabilitačních pracovníků a legislativní rámec pro práci s koňmi. Hiporehabilitace má prokazatelně pozitivní vliv na fyzické i psychické zdraví, na které se zaměřila kapitola 3.4. Bylo také zmíněno jediné, pro

občany Jesenicka dostupné, hiporehabilitační středisko v Olomouckém kraji, které může sloužit jako vzor pro nové centrum v okrese Jeseník.

Praktická část práce přinesla konkrétní návrh na založení hiporehabilitačního centra Napoli. Byly vypracovány podrobné plány zahrnující finanční rozpočet, organizační strukturu a marketingovou strategii. Na základě provedeného dotazníkového šetření byl sestaven fundraisingový projekt, který kompletně popisuje postup k vytvoření centra a jeho následné fungování.

Finanční analýza odhalila, že náklady na založení a provoz centra jsou značné, avšak dosažitelné při správné kombinaci veřejných a soukromých zdrojů financování. Kromě zajištění důležité služby, se jeví také přínos centra pro region z hlediska ekonomického prostřednictvím vytvoření nových pracovních míst, zvýšení turistického ruchu, celkovému rozvoji a důležitým hlediskem je také poskytnutí aktivního trávení volného času.

Úspěch hiporehabilitačního centra závisí na kvalifikovaném personálu, jeho celkovému přístupu, na koních, vhodném vybavení a na ostatních lidech. Je nezbytné, aby bylo centrum schopno poskytovat kvalitní a bezpečné služby.

Vzhledem k tomu, že autorka pro svou inspiraci hledala na všech dostupných webových stránkách bakalářské i diplomové práce, které by byly zaměřeny na zvolené téma nebo se vztahovaly k tématu anebo se alespoň tématu přibližovaly, avšak tak komplexně zpracované téma nenašla. Uvedenému se věnovala v kapitole č. 8, kde porovnávala diplomové práce dvou studentek. Zjistila, že témata prací jsou převážně zaměřena na hipoterapii, hiporehabilitaci, na střediska, kde se hiporehabilitace dá využít. Také jsou témata specifikována užším směrem, jako např. na děti, dospělé, postižené, na motoriku, jako léčba, jako práce a na organizace. Výsledky této diplomové práce tak mohou být reálně uplatněny jak v teorii, tak v praxi. Získané poznatky mohou sloužit jako základ pro další výzkum v oblasti hiporehabilitace a také pro praxi při zakládání a provozu hiporehabilitačních center. Fundraisingový projekt na vytvoření hiporehabilitačního střediska Napoli v okrese Jeseník může posloužit jako návod pro nové centrum, které nemá žádné pracovníky, ani koně, ani prostory nebo také pro centra, kdy koně mají a svou činnost by chtěli rozšířit. Jako autorka bych jim v daném směru ráda pomohla. Vnímám, že hiporehabilitační středisko by bylo v tomto okrese velmi přínosné.

I přes to, že s hiporehabilitací nemám osobní zkušenosti, tak věřím, že je přínosná jak po psychické stránce, tak i po fyzické a pro všechny jedince různého věku. Na závěr lze konstatovat, že dle autorky diplomové práce, tak práce splnila své cíle a přinesla hodnotné

poznatky a konkrétní návrhy, které mohou být reálně uplatněny. Hiporehabilitační centrum Napoli v okrese Jeseník má potenciál stát se důležitým zařízením pro poskytování služeb a přispět k celkovému rozvoji regionu a zlepšení kvality života jeho obyvatel.

## **Seznam zkratek**

č. – číslo

ČHS – Česká hiporehabilitační společnost

ČR – Česká republika

EU – Evropská unie

HPSP – Hiporehabilitace v pedagogice a sociální praxi

HTFE – Hipoterapie ve fyzioterapii a ergoterapii

HTP – Hipoterapie v psychiatrii a psychologii

MPSV – Ministerstvo práce a sociálních věcí

NNS – Nestátní neziskový sektor

NNO – Nestátní neziskové organizace

RVNNO – Rada vlády pro nestátní neziskové organizace

## Seznam literatury a zdrojů

- BAČUVČÍK, Radim. *Marketing neziskových organizací*. VeRBuM, 2011. ISBN 978-80-87500-01-9.
- BLAŽEK, Jaroslav. *Management: Organizování, rozhodování, ovlivňování*. 2. rozšířené vydání. Praha: Grada Publishing, 2014. ISBN 978-80-247-4427-2.
- BOUKAL, Petr. *Fundraising pro neziskové organizace*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4487-2.
- Co jsou to neziskové organizace?* Online. NOVOTNÁ, Michaela. 2023. Dostupné z: <https://svetneziskovek.cz/management/neziskovy-sektor-v-cr>. [cit. 2024-03-30].
- Česká hiporehabilitační společnost*. Online. Dostupné z: <https://hiporehabilitace-cr.com/vitejte/o-nas/poslani-a-cile/>. [cit. 2024-04-13].
- Český statistický úřad: Administrativní rozdělení okresu Jeseník*. Online. Dostupné z: [https://www.czso.cz/documents/11276/17839352/Jesenik\\_2021.png/eb87b570-dc7a-4810-83f9-ac833fd0d56d?version=1.1&t=1627635001149](https://www.czso.cz/documents/11276/17839352/Jesenik_2021.png/eb87b570-dc7a-4810-83f9-ac833fd0d56d?version=1.1&t=1627635001149). [cit. 2024-06-11].
- DOLEŽAL, J., MÁCHAL, P. a LACKO, B. *Projektový management podle IPMA*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 2009. ISBN 978-80-247-2848-3.
- FORET, Miroslav. *Marketing pro začátečníky*. Třetí aktualizované vydání. Brno: Computer Press, 2011. ISBN 978-80-251-3763-5.
- GAVORA, Peter. 2000. *Úvod do pedagogického výzkumu*. 94. publikace. Přeložil Vladimír Jůva. Brno: Paido. ISBN 80-85931-79-6.
- Hiporehabilitační střediska*. Online. Česká hiporehabilitační společnost. Dostupné z: <https://hiporehabilitace-cr.com/provozovatele-hiporehabilitace/>. [cit. 2024-04-13].
- HOLLÝ, Karol a Karol HORNÁČEK. *Hipoterapie: léčba pomocí koně*. Ostrava: Montanex, 2005. ISBN 80-7225-190-2.
- HORÁKOVÁ, Iveta. *Marketing v současné světové praxi*. Praha: Grada, 1992. ISBN 80-85424-83-5.
- HRAZDILOVÁ BOČKOVÁ, Kateřina, 2016. *Projektové řízení* [online]. [cit. 2024-03-30]. ISBN 978-80-7512-431-9. Dostupné z: <https://www.databook.cz/data/6/f/1456947685.projektoverizeniukazka.pdf>
- CHRÁSKA, Miroslav. *Metody pedagogického výzkumu: Základy kvalitativního výzkumu*. Vydání 1. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-13694.
- KUMPOŠTOVÁ, Martina. *Vliv hiporehabilitace na jemnou motoriku*. Hradec Králové, 2020. Diplomová práce. Univerzita Hradec Králové, Pedagogická fakulta, Ústav primární a preprimární edukace. Vedoucí práce PhDr. Pavel Zíkl, Ph.D.
- KRECHOVSKÁ, Michaela; HEJDUKOVÁ, Pavlína a HOMMEROVÁ, Dita. *Řízení neziskových organizací: klíčové oblasti pro jejich udržitelnost*. Praha: Grada Publishing, 2018. ISBN 978-80-247-3075-2.



*Jesenická sportoviště*. Online. Dostupné z: <https://sportovistejesenik.cz/sportoviste/>. [cit. 2024-06-11].

KRATOCHVÍLOVÁ, Emília. *Pedagogika voľného času: výchova v čase mimo vyučovania v pedagogickej teórii a v praxi*. Bratislava: Univerzita Komenského, 2004. ISBN 80-223-1930-9.

KRECHOVSKÁ, Michaela; HEJDUKOVÁ, Pavlína a HOMMEROVÁ, Dita. *Řízení neziskových organizací: klíčové oblasti pro jejich udržitelnost*. Praha: Grada Publishing, 2018. ISBN 978-80-247-3075-2.

KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER, 2013. *Marketing a management*. 14. vydání. Přeložil Tomáš Juppa. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4150-5.

KUNOVÁ, Nikola. *Hipoterapie v praxi a její vliv na děti se zdravotním postižením*. Hradec Králové, 2018. Diplomová práce. Univerzita Hradec Králové, Pedagogická fakulta, Ústav primární a preprimární edukace. Vedoucí práce PhDr. Pavel Zíkl, Ph.D.

*Marketingový mix 4P (Marketing Mix 4P)*. Online. Managemet Mania. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/marketingovy-mix-4p>. [cit. 2024-03-30].

*Ministerstvo práce a sociálních věcí: Registr poskytovatelů služeb*. Online. Dostupné z: <https://www.mpsv.cz/registr-poskytovatelu-sluzeb>. [cit. 2024-06-11].

NERADŽIČ, Zoran. *Animoterapie aneb Jak nás zvířata umí léčit*. Praha: Albatros, 2006. ISBN: 80-00-01809-8.

*Rada vlády pro nestátní neziskové organizace*. Online. Dostupné z: <https://vlada.gov.cz/cz/ppov/rnno/zakladni-informace-767/>. [cit. 2024-03-30]

REKTOŘÍK, Jaroslav. *Organizace neziskového sektoru*. 3 vydání. Ekopress, 2010. ISBN 978-80-86929-54-5.

*Ryzáček z.s.* Online. Dostupné z: <https://ryzacek.net>. [cit. 2024-03-30].

SALAMON, L. M., ANHEIER, H. K. *Defining of Nonprofit Sector: A Cross National Analysis*. 4. vydání. Manchester: Manchester University Press, 1997. ISBN 0-7190-4901-6.

SKOVAJSA, Marek a kol. *Občanský sektor: organizovaná občanská společnost v České republice*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-681-0.

ŠKARABELOVÁ, Simona a kol. *Když se řekne nezisková organizace*. Brno: Masarykova univerzita, 2002. ISBN 80-210-3031-3.

SVĚTLÍK, Jaroslav, 2018. *Marketing – cesta k trhu*. 4. upravené vydání. VŠPP. ISBN 978-80-86847-81-8.

SVOZILOVÁ, Alena. *Projektový management*. 3. aktualizované a rozšířené vydání. Praha: Grada Publishing. 2016. ISBN 978-80-271-0075-0.

ŠKARABELOVÁ, Simona a kol. *Když se řekne nezisková organizace*. Brno: Masarykova univerzita, 2002. ISBN 80-210-3031-3.

ŠOBÁŇNOVÁ, Petra. *Fundraising*. 2. vyd. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2010. ISBN 978-80 7368-750-2.

*Takoví jsme.* Online. Dostupné z: <https://takovijsme.cz/co-jsou-neziskovsky/>. [cit. 2024-03-30].

TVRDÁ, Andrea. *Canisterapie: zvíře v sociálních službách.* Praha: Plot, 2020. ISBN 978-80-7428-366-6.

VAŽANSKÝ, Mojmír. *Základy pedagogiky volného času.* 2. doplněné vydání. Brno: Print-Typia, 2001. ISBN 80-86384-00-4.

VELEMÍNSKÝ, Miloš. *Zooterapie ve světle objektivních poznatků.* 1. vydání. České Budějovice: Nakladatelství Dona, 2007. ISBN 978-80-7322-109-6.

VYSEKALOVÁ, Jitka a Růžena KOMÁRKOVÁ, 2002. *Psychologie reklamy.* 2. rozšířené a aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN 80-247-0402-1.

*Zákon č. 89/2012 Sb. Zákon občanský zákoník.* Online. Dostupné z: <https://www.e-sbirka.cz/sb/2012/89?zalozka=text>. [cit. 2024-03-30].

*Zákon č. 218/2000 Sb. Zákon o rozpočtových pravidlech.* Online. Dostupné z: <https://www.e-sbirka.cz/sb/2000/218?zalozka=text>. [cit. 2024-03-30].

## Seznam obrázků

- Obrázek č. 1: Členění národního hospodářství podle principu financování
- Obrázek č. 2: Konečná fáze členění národního hospodářství podle Pestoffa
- Obrázek č. 3: Členění národního hospodářství podle V. Pestoffa
- Obrázek č. 4: Zdroje financování
- Obrázek č. 5: Fáze marketingového výzkumu
- Obrázek č. 6: Marketingový mix
- Obrázek č. 7: Oko kompetencí projektového manažera se 46 elementy
- Obrázek č. 8: Základny projektového managementu
- Obrázek č. 9: SWOT analýza zobrazení
- Obrázek č. 10: Základny projektového managementu
- Obrázek č. 11: Příklad Ganttova diagramu
- Obrázek č. 12: Administrativní rozdělení okresu Jeseník
- Obrázek č. 13: Statistika respondentů občanů
- Obrázek č. 14: Statistika respondentů poskytovatelů sociálních služeb
- Obrázek č. 15: Tabulka a graf o oboru a předmětu hiporehabilitace – veřejnost
- Obrázek č. 16: Tabulka a graf o oboru a předmětu hiporehabilitace – organizace
- Obrázek č. 17: Tabulka a graf o zkušenosti s hiporehabilitačními službami – veřejnost
- Obrázek č. 18: Tabulka a graf o zkušenosti s hiporehabilitačními službami – organizace
- Obrázek č. 19: Tabulka a graf o zájmu hiporehabilitace – veřejnost
- Obrázek č. 20: Tabulka a graf o zájmu hiporehabilitace – organizace
- Obrázek č. 21: Tabulka a graf o zájmu o službu hiporehabilitace – veřejnost
- Obrázek č. 22: Tabulka a graf o zájmu o službu hiporehabilitace – organizace
- Obrázek č. 23: Tabulka a graf o hiporehabilitačních centrech – veřejnost
- Obrázek č. 24: Tabulka a graf o hiporehabilitačních centrech – organizace
- Obrázek č. 25: Tabulka a graf o vyjádření k hiporehabilitačnímu centru – veřejnost
- Obrázek č. 26: Tabulka a graf o vyjádření k hiporehabilitačnímu centru – organizace
- Obrázek č. 27: Vizitka Hiporehabilitačního centra Napoli
- Obrázek č. 28: Informační leták Hiporehabilitačního centra Napoli

## **Seznam tabulek**

Tabulka č. 1: SWOT analýza

Tabulka č. 2: Logický rámeček

Tabulka č. 3: Ganttův diagram 2024/2025

Tabulka č. 4: Rozpočet

Tabulka č. 5: Financování Ryzáčka státem

Tabulka č. 6: Financování Ryzáčka nadace

Tabulka č. 7: Počet dárců Ryzáčka

## **Seznam grafů**

Graf č. 1: Přehled příjmů Ryzáčka

Graf č. 2: Přehled vlastních tržeb Ryzáčka

## **Seznam příloh**

Příloha č. 1 – dotazník pro občany Hiporehabilitační centrum v Jeseníku

Příloha č. 2 – dotazník pro organizace Hiporehabilitační centrum Napoli

## Hiporehabilitační centrum v Jeseníku

Dobrý den, ráda bych Vás požádala o vyplnění krátkého anonymního dotazníku, který je vytvořen pro účely diplomové práce.

Vaše odpovědi jsou velmi cenné při plánování budoucí služby v našem okrese.

Děkuji za Váš čas, Maňurová Jaroslava.

### 1 Jaké je Vaše pohlaví?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- Žena    Muž

### 2 Jaký je Váš věk?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- 18 - 26    27 - 35    36 - 45    46 - 60    61 a více

### 3 Máte děti?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- Ano    Ne

### 4 Víte co je hiporehabilitace/hipoterapie?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- Ano, vím    Ne, nevím    Nevím přesně

### 5 Co je dle Vás hiporehabilitace/hipoterapie?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu nebo více odpovědí*

- Pomoc lidem prostřednictvím koní    Obor ucelené rehabilitace prostřednictvím koní    Aktivity a terapie v interakci člověka a koně    Nevím
- Vlastní popis

## 6 Pro koho je dle Vás hiporehabilitace/hipoterapie určena?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu nebo více odpovědí*

- |   |   |   |  |
|---|---|---|--|
| <input type="checkbox"/> Pro osoby se zdravotním postižením | <input type="checkbox"/> Pro osoby s mentálním postižením | <input type="checkbox"/> Pro osoby s duševním onemocněním | <input type="checkbox"/> Pro osoby s výchovnými problémy |
| <input type="checkbox"/> Pro všechny věkové skupiny         | <input type="checkbox"/> Pro osoby zdravé i nemocné       | <input type="checkbox"/> Pro osoby po nehodě              |  |
| <input type="checkbox"/> Vlastní popis                      | <input type="text"/>                                      |   |  |

## 7 Co dle Vás ovlivňuje hiporehabilitace/hipoterapie?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu nebo více odpovědí*

- |  |   |   |   |
|--|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> Zdravotní stránku | <input type="checkbox"/> Psychickou a duševní stránku | <input type="checkbox"/> Fyzickou stránku | <input type="checkbox"/> Sociální stránku |
| <input type="checkbox"/> Vlastní popis     | <input type="text"/>                                  |   |   |

## 8 Máte osobní zkušenost s hiporehabilitací/hipoterapií nebo znáte někoho, kdo ji využívá?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu nebo více odpovědí*

- |  |   |   |  |   |
|--|---|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Ano, mám osobní zkušenost | <input type="checkbox"/> Ne, nemám osobní zkušenost | <input type="checkbox"/> Ano, znám někoho | <input type="checkbox"/> Ne, nikoho neznám | <input type="checkbox"/> Chci vyzkoušet |
|--|---|---|--|---|

## 9 O jaké konkrétní služby byste měli zájem?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- Nedokážu uvést
- Vlastní popis

## 10 Byli byste ochotni financovat poskytované služby?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- Ano    Ne    Nevím

### 11 Byli byste ochotni podporovat a financovat hiporehabilitační centrum? A jakou formou?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu nebo více odpovědí*

Ano     Ne     Nevím

- Formou...

### 12 Měli byste zájem v daném centru pracovat?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

Ano     Ne     Nevím

### 13 Využili byste pro sebe nebo své blízké a doporučili byste širšímu okolí služby hiporehabilitačního centra v okrese Jeseník?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu nebo více odpovědí*

Ano     Ne     Nevím

- Důvod

### 14 Znáte hiporehabilitační středisko/a v Olomouckém kraji?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

Neznám žádné

Jaké? - vlastní popis

### 15 Vnímáte z Vašeho pohledu vytvoření hiporehabilitačního centra v okrese Jeseník jako přínosné a účelné?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

Ano     Ne     Nevím

## Příloha č. 2 – dotazník pro organizace Hiporehabilitační centrum Napolí

### Hiporehabilitační centrum Napolí

Dobrý den, ráda bych Vás požádala o vyplnění krátkého anonymního dotazníku, který je vytvořen pro účely diplomové práce.

Vaše odpovědi jsou velmi cenné při plánování budoucí služby v našem okrese.

Děkuji za Váš čas, Maňurová Jaroslava.

#### 1 Jaká je cílová skupina, které poskytujete Vaše služby?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu nebo více odpovědí*

- |  |  |                                   |  |
|--|--|-----------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Dětem a dospívajícím (ústavní výchova, středisko výchovné péče,...) | <input type="checkbox"/> Dětem a dospívajícím s postižením | <input type="checkbox"/> Dospělým | <input type="checkbox"/> Dospělým s postižením |
| <input type="checkbox"/> Dospělým (dobrovolná léčba)   | <input type="checkbox"/> Dospělým (nařízená léčba)         | <input type="checkbox"/> Seniorům |  |
| <input type="checkbox"/> Vlastní popis   | <input type="text"/>                                       |                                   |  |

#### 2 Je Vám znám termín hiporehabilitace/hipoterapie?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- Ano    Ne    Nevím

#### 3 Co je dle Vás hiporehabilitace/hipoterapie?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu nebo více odpovědí*

- |   |   |  |                                |
|---|---|--|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Pomoc lidem prostřednictvím koní | <input type="checkbox"/> Obor ucelené rehabilitace prostřednictvím koní | <input type="checkbox"/> Aktivity a terapie v interakci člověka a koně | <input type="checkbox"/> Nevím |
| <input type="checkbox"/> Vlastní popis                    | <input type="text"/>  |  |                                |

#### 4 Slyšeli jste o hiporehabilitaci/hipoterapii jako formě léčby nebo terapie?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- Ano    Ne    Nevím



## 5 Jak dle Vás probíhá hiporehabilitace/hipoterapie?

## 6 Má Vaše zařízení zkušenost s hiporehabilitací/hipoterapií pro své klienty?

Ano  Ne

## 7 Nabídl Vám někdo využít hiporehabilitační služby pro Vaše klienty?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu nebo více odpovědí*

Nikdo  Vlastní vyhledání  Odborní lékaři  Širší okolí  
 Vlastní popis

## 8 Znáte hiporehabilitační středisko/a v Olomouckém kraji?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

Neznám žádné  
 Vlastní popis

## 9 Využilo by Vaše zařízení pro své klienty hiporehabilitační služby v okrese Jeseník?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

Ano  Ne  Nevím

## 10 Jak často byste hiporehabilitační služby využili pro své klienty?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu nebo více odpovědí*

1x týdně  2x týdně  1x za 14 dní  1x za 3 týdny  1x za měsíc  
 Vlastní popis

11 Domníváte se, že by Vaši klienti měli zájem a využívali by služby hiporehabilitačního centra v okrese Jeseník?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

Ano  Ne  Nevím

12 Chtěli byste se stát partnery hiporehabilitačního centra?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

Ano  Ne  Nevím

13 V případě, že jste u otázky č. 12 odpověděli ANO, prosím uveďte konkrétně způsob Vaší spolupráce\*

14 Doporučili byste hiporehabilitační služby dalším organizacím?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu nebo více odpovědí*

Ano  Ne

- Důvod

15 Vnímáte z Vašeho pohledu vytvoření hiporehabilitačního centra v okrese Jeseník jako přínosné a účelné?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

Ano  Ne  Nevím