

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

PEDAGOGICKÁ FAKULTA

Ústav pedagogiky a sociálních studií

Bakalářská práce

Adéla Reková

Fundraising a jeho využití v neziskové organizaci Iskérka o.p.s.

Olomouc 2020

vedoucí práce: Ing. Alena Opletalová, Ph.D.

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma „Fundraising a jeho využití v neziskové organizaci Iskérka o.p.s.“ vypracovala samostatně a použila jsem jen uvedenou literaturu a internetové zdroje.

V Olomouci dne 28. dubna 2020

.....

podpis

Poděkování

Děkuji Ing. Aleně Opletalové, Ph.D. za odborné vedení, cenné připomínky a obrovskou vstřícnost při zpracování mé bakalářské práce. Dále děkuji paní ředitelce Iskérky o.p.s. Aleně Jbaili za velkou ochotu a své rodině a přátelům, kteří mě podporovali.

Obsah

Úvod.....	7
1 Členění národního hospodářství, neziskový sektor	9
1.1 Základní sektorové členění ekonomiky	9
1.1.1 Základní sektorové členění ekonomiky podle principu financování dle Rektořika a kol. (2007, s. 13–14)	9
1.2 Neziskový soukromý sektor (třetí sektor), nestátní neziskové organizace	11
1.2.1 Hlavní znaky NNO	11
1.2.2 Formy nestátních neziskových organizací	12
1.2.3 Obecně prospěšná společnost	12
2 Fundraising v neziskovém sektoru.....	14
2.1 Definice fundraisingu.....	14
2.2 Fundraiser	15
2.3 Získávání zdrojů.....	16
2.3.1 Nefinanční získávání zdrojů	16
2.3.2 Finanční získávání zdrojů	17
2.4 Fundraisingové strategie	21
2.4.1 Sestavování fundraisingové strategie.....	22
2.5 Fundraisingové zásady.....	23
2.6 Fundraisingové metody.....	25
3 Public relations a lobbying v neziskovém sektoru.....	28
3.1 Public relations, definice a charakteristika	28
3.2 Lobbying, definice a charakteristika.....	28
3.3 Fundraiser v souvislosti s pojmy public relations a lobbying.....	29
4 Iskérka o.p.s.	30
4.1 Charakteristika	30
4.2 Cílová skupina	30

4.3	Cíle Iskérky o.p.s.	32
4.3.1	Hodnoty	33
4.4	Historie vzniku	34
4.5	Sociální služby poskytované Iskérkou o.p.s.	35
4.5.1	Sociální rehabilitace.....	35
4.6	Vzdělávání pracovníků, supervize	37
5	Analýza fundraisingu neziskové organizace Iskérka o.p.s.	39
5.1	Souhrnná analýza nákladů a výnosů v letech 2012–2018	39
5.1.1	Hospodaření a inovace v letech 2012–2018	41
5.2	Podrobná analýza celkových nákladů v letech 2012–2018	43
5.3	Podrobná analýza celkových výnosů v letech 2012–2018	45
5.4	Analýza hlavní činnosti v rozmezí let 2012–2018.....	48
5.5	Analýza hospodářské činnosti v rozmezí let 2012–2018.....	50
5.6	Fundraisingové metody, strategie	51
5.6.1	Propagace prostřednictvím internetových stránek	51
5.6.2	Mediální partnerství.....	51
5.6.3	Partnerské organizace	52
5.6.4	Vlastní výrobky.....	52
5.6.5	Dokumentární film.....	52
5.7	Zhodnocení hospodaření organizace Iskérka o.p.s.	52
6	Návrhy na zefektivnění fundraisingu Iskérky o.p.s.	54
6.1	Podrobný program Dne otevřených dveří Iskérka o.p.s.	54
6.1.1	Příprava.....	54
6.1.2	Úvodní slovo ředitelky.....	55
6.1.3	Psychobudka	55
6.1.4	Workshop: Tvorba linorytů	56
6.1.5	Možnost diskuze s klienty a pracovníky Iskérky o.p.s.	56

6.1.6 Prodej vlastních výrobků	57
6.1.7 Předpokládané náklady a výnosy.....	57
Závěr.....	59
Seznam použité literatury.....	61
Seznam použitých internetových zdrojů.....	62
Seznam zkratk	64
Seznam tabulek, grafů a obrázků	65

Úvod

V dnešní době ustavičně roste význam neziskových organizací, jejich počet se dle Českého statistického úřadu neustále navyšuje, z čehož vyplývá, že společnost má touhu pomáhat a podporovat lidi, kteří neziskové organizace využívají. I řada veřejně známých osobností nějakým způsobem podporuje neziskové organizace, propaguje jejich práci a poslání, aby obeznámili širokou veřejnost s tímto fenoménem. Neziskové organizace hrají celkově ve společnosti významnou roli, jedná se o filantropickou činnost, která v hojné míře využívá dobrovolnické pomoci, kdy se spoléhá především na dobročinnost, humánnost, laskavost a ochotu lidí. Mám takový pocit, že všechny v souvislosti s neziskovými organizacemi napadá jedna poměrně záludná otázka. Jak jsou vlastně organizace tohoto typu financovány, když už je jen z jejich názvu patrné, že zisk jako takový nevytvářejí? Odkud tedy získávají peníze a prostředky na to, aby mohly fungovat, pokrývat náklady na provozování činnosti, a navíc se rozvíjet a prosperovat? Tato práce bude zaměřena tím směrem, aby na tyto otázky dokázala poskytnout smysluplnou odpověď.

Téma bakalářské práce „*Fundraising a jeho využití v neziskové organizaci Iskérka o.p.s.*“ jsem si nevybrala náhodou. Iskérka o.p.s., která sídlí v nedalekém městě od mého rodiště, tedy v Rožnově pod Radhoštěm, mi přirostla k srdci hned při prvním kontaktu. Iskérka o.p.s. se zaměřuje na lidi s duševním onemocněním z oblasti psychóz, neuróz a poruch osobnosti. Mám pocit, že právě takoví lidé potřebují pomoc především s resocializací a s tím, aby je společnost neodsuzovala, popř. aby se takových lidí dokonce nebála, nýbrž byla natolik obeznámena s touto problematikou, že by takové lidi přijímala bez rozdílů. Nebylo by pak nahlíženo na jakkoli nemocné lidi skrze prsty. A o to Iskérka o.p.s. horlivě usiluje. Snaží se o prevenci společnosti, snaží se o to, aby byla veřejnost informována o duševních nemocech, jak probíhají, jak se projevují, s cílem, že nebude v budoucnu tak patrný rozdíl mezi „zdravou“ a „nemocnou“ částí společnosti. Je velmi povznášející vidět, jak se začalo dařit klientům Iskérky o.p.s., našli si práci, svoje vlastní bydlení, právě díky tomu, že začali tuto organizaci navštěvovat. Poznali a spřátelili se s lidmi, kteří jsou na tom velmi podobně (ne-li stejně) a nabyli nových sil a sebevědomí k tomu, aby se mohli odrazit ode dna a začít znova soběstačně žít. Obdivuhodný je i fakt, že Iskérka o.p.s. sama pomáhá dětem ze zahraničí, které neměly to štěstí, aby si jejich rodiče mohli dovolit financovat jejich vzdělávání. Z toho důvodu jsem se s radostí stala dobrovolníkem této organizace, jelikož vidím obrovský smysl v tom, co dělají a komu pomáhají.

Cílem bakalářské práce je vymežit problematiku fundraisingu se zaměřením na jeho uplatnění v neziskové organizaci Iskérka o.p.s., dále analyzovat, popsat a navrhnout možné využití fundraisingu k zefektivnění financování této organizace.

Teoretická část bakalářské práce je segmentována do tří poměrně obsáhlých kapitol. Kapitola první se zaměřuje na členění národního hospodářství v České republice. Tuto kapitolu považuji za výchozí, neboť se v ní dozvídáme, že je česká společnost rozčleněna do několika sektorů, kdy jedním z nich je právě sektor neziskový, na který bude tato práce zaměřena. Kapitola druhá se zabývá fundraisingem v neziskovém sektoru, jeho vznikem, definicí (s tím souvisí rovněž původ slova), jeho formami, metodami, strategiemi, aktivitami, zásadami a v neposlední řadě bude pozornost zaměřena na otázku, kdo je to fundraiser. Tato problematika je relativně obsírná, a proto jí bude v této práci vymezen poměrně velký prostor. Další kapitola teoretické části se bude zabývat problematikou Public Relations a Lobbying. Tato dvě odvětví jsou nedílnou součástí dobře fungujícího fundraisingu, z toho důvodu jsem je do své práce zařadila. Poslední kapitola se bude zabývat charakteristikou nestátní neziskové organizace Iskérka o.p.s., pozornost se zaměří především na konkrétní činnosti organizace, na její cílovou skupinu, vize, cíle a hodnoty, za kterými směřuje a její organizační strukturu.

Úvodní kapitola praktické části této práce bude zaměřena na celkovou analýzu a deskripci fundraisingu Iskérky o.p.s., konkrétně tedy analýzu nákladů, výdajů, rezerv, jednak s rozlišováním činnosti hlavní a hospodářské a jednak bez tohoto rozlišení. Dále bude pozornost zaměřena na fundraisingové metody a strategie, které Iskérka o.p.s. využívá. Nakonec bude navrženo možné využití fundraisingu k zefektivnění financování této organizace.

1 Členění národního hospodářství, neziskový sektor

Členěním národního hospodářství se rozumí celková ekonomika státu. Dalo by se říci, že se jedná o to, jak je organizován stát a jeho hospodářství. Nejpodstatnějším cílem národního hospodářství je vysoký a rovnoměrný hospodářský růst, co nejnižší nezaměstnanost, ekonomická rovnováha a stabilita cen.

1.1 Základní sektorové členění ekonomiky

Existuje mnoho způsobů, jak lze členit národní hospodářství. Vzhledem k tomu, že je tato práce zaměřena na téma fundraising (ve zkratce získávání finančních a nefinančních prostředků a zdrojů) neziskové organizace, v následujícím textu bude přiblíženo členění podle principu financování a bude znázorněno pět sektorové členění národního hospodářství dle Rektořika a kol. Další možností, je např. členění dle švédského ekonoma Victora A. Pestoffa. V jeho pojetí sektorového členění ekonomiky se jedná o tzv. trojúhelníkový model národního hospodářství, kterým se ale tato práce blíže zabývat nebude.

1.1.1 Základní sektorové členění ekonomiky podle principu financování dle Rektořika a kol. (2007, s. 13–14)

České národní hospodářství se dělí dle principu financování na dva hlavní sektory – ziskový (neboli tržní) a neziskový (netržní). Neziskový netržní sektor se dále člení na sektor veřejný, soukromý a sektor domácností. Níže v textu budou jednotlivé sektory blíže specifikovány. Pro lepší představu toho, jak je národní hospodářství dle principu financování členěno, je znázorněno na obrázku 1 a následně jsou jednotlivá odvětví blíže specifikována.



Obrázek 1: Členění národního hospodářství podle principu financování

Zdroj: Tetřevová, Veřejná ekonomie, 2008, s. 26

Ziskový (tržní) sektor.

Podstatou ziskového sektoru je na principech nabídky a poptávky v krátkém časovém úseku vytvořit zisk. Tento zisk vzniká z prodeje statků. „*Chování subjektů ziskového sektoru je předmětem zkoumání mikroekonomie a makroekonomie*“ (Tetřevová, 2008, s. 26). Tržními subjekty v ziskovém sektoru jsou domácnosti (jednotlivci), firmy (podniky) a stát (Blažek, 2002, s. 42).

Neziskový (netržní) sektor.

Cílem tohoto sektoru není zisk jako takový, nýbrž produkce užítku. Subjekty spadající do tohoto sektoru, získávají zdroje na to, aby byly schopné fungovat z veřejných rozpočtů, popř. prostřednictvím přerozdělovacích procesů (Tetřevová, 2008, s. 26). Jak již bylo zmíněno výše, neziskový sektor se dále člení na následující tři sektory.

Neziskový veřejný sektor.

Tento sektor je financován z „(...) *veřejných financí (veřejných rozpočtů), jejichž příjmy jsou tvořeny především z daní na principu nenávratnosti, neekvivalence a nedobrovolnosti*“ (Tetřevová, 2008, s. 27). Neziskový veřejný sektor tvoří veřejná správa, která je tvořena státem a samosprávou, která se obecně dělí na územní (např. obec, kraj, oblast) a zájmovou (souvisí s lidskou činností, která bývá zpravidla výdělečná) (Koudelka, 2007, s. 20-21). V tomto sektoru se rozhoduje veřejnou volbou a podléhá veřejné kontrole (Strecková, Malý, 1998, s. 7).

Neziskový soukromý sektor (třetí sektor).

Cílem neziskového soukromého sektoru není zisk, ale přímý užitek. Zisk jako takový vzniká, avšak není přerozdělován mezi vlastníky institucí spadající do neziskového sektoru. Tento sektor je financován ze soukromých zdrojů, avšak může být financován i z veřejných zdrojů v tom případě, když se právnická osoba rozhodne darovat své finance, popř. statky, služby. Neziskovým soukromým sektorem se bude tato práce nadále zabývat.

Sektor domácností.

Do tohoto sektoru jsou řazeni spotřebitelé, buď jako jednotlivci či jako skupiny jednotlivců, dále pak podnikatelé, kteří produkují tržní výrobky (Český statistický úřad [online], 2020). Konkrétně zde tedy spadají jednotlivci, rodiny, domácnosti, sousedské a jiné neformální komunity (Skovajsa, 2010, s. 32).

1.2 Neziskový soukromý sektor (třetí sektor), nestátní neziskové organizace

Vzhledem k názvu bakalářské práce, bude pozornost zaměřena především na neziskový soukromý sektor neboli třetí sektor. Jedná se tedy o oblast nacházející se mimo stát a mimo trh, tento sektor se obecně nazývá nestátním neziskovým sektorem, který je tvořen nestátními neziskovými organizacemi (dále jen NNO). Jak již bylo uvedeno výše, nestátní neziskový sektor je zaměřen na odlišné cíle, než je dosažení zisku. Zisku může být dosaženo, avšak není následně přerozdělen mezi členy, tento zisk se investuje zpět do organizace, aby byla schopná provozu, a aby docházelo k jejímu růstu a rozvoji (Skovajsa, 2010, s. 33). V České republice se NNO vyskytují již od 19. století a dodnes u nás existuje nepřehledné množství NNO.

1.2.1 Hlavní znaky NNO

Všechny NNO spojují společné znaky, které budou blíže specifikovány v nadcházejícím textu. Podle amerického sociologa L. M. Salamona a německého sociologa H. K. Anheiera mezi tyto společné znaky patří následující výčet (Skovajsa, 2010, s. 38-39).

- Organizovanost. NNO je do jisté míry institucionalizovaná (vytváří instituce, organizace). Má jasně stanovenou organizační strukturu (hierarchické rozdělení pozic v organizaci). NNO je organizovaná, nevytváří jednorázové shromáždění.
- Soukromý charakter a nezávislost státu. NNO není závislá na státu, není jím řízena a není jeho součástí. Může získávat prostředky a zdroje od veřejné správy, ale není její součástí.
- Zásada nerozdělování zisku. Zisk vytváří, avšak ne proto, aby si jej vlastníci (zaměstnanci apod.) organizace rozdělili, nýbrž proto, aby tento zisk byl využit pro pokrytí provozních nákladů a pro rozvoj organizace.
- Samosprávnost. NNO se spravuje samostatně. Je schopna získávat prostředky a zdroje k vlastnímu fungování a růstu.
- Dobrovolnost. NNO pracuje s dobrovolníky, kteří neočekávají zisk z poskytnutí své pomoci, NNO tedy využívá jejich dobrovolné pomoci. Rovněž využívá podpory ze strany dobrovolných podporovatelů, dárců.

1.2.2 Formy nestátních neziskových organizací

Od 1. ledna 2014 došlo k jistým právním úpravám a změnám a součástí těchto změn je i nový Občanský zákoník. Tyto nastalé změny se dotýkají mimo jiné i NNO (Nadace Neziskovky.cz [online], 2020). Aby bylo zřejmé, kterých konkrétních forem NNO se tyto změny dotýkají, je potřeba si přiblížit jaké formy NNO se v české společnosti vůbec vyskytují. Aktuálně v České republice působí:

- spolky (dříve občanské sdružení),
- obecně prospěšné společnosti (vzniklé do konce roku 2013),
- ústavy,
- nadace,
- nadační fondy,
- evidované právnické osoby (církevní neziskové organizace).

1.2.3 Obecně prospěšná společnost

Vzhledem k tomu, že je tato práce zaměřena na neziskovou organizaci Iskérka o.p.s. (obecně prospěšná společnost), se následující text bude zabývat právě charakteristikou obecně prospěšných společností.

Obecně prospěšná společnost je právnickou osobou, která je založena s tím účelem, aby poskytovala obecně prospěšné služby. Předem si stanoví podmínky, které mají všichni uživatelé naprosto stejné. Pokud obecně prospěšná společnost prosperuje a následně vznikne zisk, tento zisk si nesmí přerozdělit ani zaměstnanci, ani zakladatelé, zkrátka nikdo. Případný zisk je použit pouze na to, aby mohla organizace dále působit a poskytovat služby, pro které byla vytvořena (Merlíčková Růžičková, 2013, s. 10).

Dle zákona č. 248/1995 Sb. o obecně prospěšných společnostech je uvedena následující charakteristika.

„Obecně prospěšná společnost je právnická osoba, která:

- a) je založena podle tohoto zákona,*
- b) poskytuje veřejnosti obecně prospěšné služby za předem stanovených a pro všechny uživatele stejných podmínek,*

- c) *její hospodářský výsledek (zisk) nesmí být použit ve prospěch zakladatelů, členů jejich orgánů nebo zaměstnanců a musí být použit na poskytování obecně prospěšných služeb, pro které byla obecně prospěšná společnost založena.*“

Od 1. ledna 2014 byl tento zákon č. 248/1995 Sb. o obecně prospěšných společnostech zrušen, a je v současné době nahrazen úpravou ústavů v novém občanském zákoníku (Nadace Neziskovky.cz [online], 2020). V občanském zákoníku v § 3050 je uvedeno, že již vzniklé obecně prospěšné společnosti (tedy ty, které vznikly před 1. lednem 2014) mohou fungovat i nadále a řídí se stále zákonem č. 248/1995 Sb. o obecně prospěšných společnostech. Tyto společnosti mají také právo svou právní formu transformovat buď na ústav, nadaci, popř. nadační fond. Nové obecně prospěšné společnosti již tedy vznikat nemohou a namísto nich vznikají ústavy.

Vzhledem k tomu, že obecně prospěšné společnosti vytvářejí zisk jen pod podmínkou, že tento zisk bude následně investován zpět do organizace, je potřeba uvést, odkud tyto organizace získávají prostředky. Obecně prospěšné společnosti jsou tedy financovány:

- z dotací ze státního rozpočtu,
- z rozpočtu územních samosprávných celků,
- ze státního fondu,
- z příspěvků a darů od jiných fyzických a právnických osob,
- z vlastní činnosti,
- z hospodářské činnosti (Merlíčková Růžičková, 2013, s. 10).

Obecně prospěšné společnosti se zpravidla pohybují ve sféře sociální (všechny organizace, které jsou zaměřeny na pomoc společnosti, může se jednat např. o domovy seniorů, popř. sociálně terapeutické dílny apod.), zdravotní, kulturní, zdravotnické, ale i školské (Merlíčková Růžičková, 2013, s. 10).

2 Fundraising v neziskovém sektoru

Následující text bude zaměřen na souhrnné vysvětlení pojmu fundraising, jak je definován, proč je tak důležitý v souvislosti s neziskovým sektorem, jaké jsou jeho strategie, metody a zásady. Kapitole *Fundraising v neziskovém sektoru* bude v této práci vyhrazen poměrně velký prostor, neboť se toto téma bude týkat i praktické části.

V první řadě je potřeba se blíže podívat na okolnosti vzniku tohoto anglicky znějícího slova fundraising. Ve 40. letech 20. století bylo v USA prvně použito slovo fundraising s významem, jaký mu zůstal dodnes. Do té doby NNO nebyly nijak kontrolovány a organizovány ve shromažďování prostředků, které jsou pro NNO nezbytné, aby mohly i nadále působit a rozvíjet svou činnost, aby byly prosperující. Vně USA je označení fundraising používáno velmi krátkou dobu (Boukal a kol., 2013, s. 32). Z toho důvodu se tento pojem mnoho nevyskytuje v povědomí české společnosti a řada lidí leckdy netuší, jak si slovo fundraising přeložit do jazyka rodného.

Důvodem vzniku fundraisingu je tedy fakt, že zejména NNO (popř. příspěvkové organizace apod.), nemají dostatek sil na to, aby pokryly náklady, které jsou nutné pro chod organizace. Z toho důvodu potřebují shromažďovat prostředky z jiných, vnějších zdrojů.

2.1 Definice fundraisingu

V České republice se nevyskytuje vhodný ekvivalent, který by vyjadřoval skutečnou podstatu anglického slova fundraising. Existuje řada českých překladů, které jsou velmi blízké významu tohoto anglického slova, ale žádný z nich není jednoslovný, a tak výstižný. Když se slovo zadá do překladače, obratem vyskočí překlady jako „*získávání financí*“ (Seznam.cz slovník [online], 2020), nebo „*získávání financí pro fondy, nadace, projekty od firem, donátorů a sponzorů*“ (SCS.ABZ.CZ Slovník cizích slov [online], 2020), či „*shromažďování veřejných prostředků*“ (Slovník online [online], 2020). U všech zmíněných překladů je nedostatek v tom, že u fundraisingu nejde pouze o získávání prostředků finančních, ale stejně tak důležitým faktorem je i získávání prostředků nefinančních. Z tohoto důvodu se tedy v České republice přednostně používá slovo fundraising, ač ještě není tolik veřejností zažitý.

Slovo fundraising pochází tedy z anglického *fund*, což je překládáno jako zdroje, peníze, prostředky, rezervy a *to raise*, čímž se rozumí pozvednutí, zvýšení, kultivace, budování, tedy způsob získávání těchto zdrojů, prostředků, financí a následné vytváření rezerv.

Fundraising je tedy definován jako „(...) *systematické získávání finančních i nefinančních zdrojů, které nezisková organizace potřebuje k realizaci svého poslání prostřednictvím jednotlivých projektů*“ (Boukal a kol., 2013, s. 34).

Rektořík (2007, s. 93) definuje fundraising jako „(...) *získávání prostředků, respektive hledání zdrojů, které má pomoci především neziskovým organizacím zbavit se nedostatku prostředků, fundraising tedy zahrnuje různé metody a postupy, jak získat finanční a jiné prostředky na činnost neziskových organizací*“.

Dále může být fundraising definován jako „(...) *systematické získávání finančních i nefinančních zdrojů pro konkrétní neziskovou organizaci*“ (Novotný, 2004, s. 101).

Z výše uvedených definic vyplývá, že fundraising obecně znamená získání zdrojů a prostředků, ať už finančních či jiných. Je nezbytné podotknout, že se nejedná výhradně o jednorázový zisk těchto financí a prostředků k dosažení stanoveného cíle, nýbrž se jedná spíše o „(...) *dlouhodobou práci s rozmanitými zdroji a jejich kultivaci či rozšiřování pro zajištění konkrétní činnosti a naplnění poslání organizace*“ (Hruška, 2014, s. 4). Ze zmíněných definic je tedy patrné, že zajišťování zdrojů musí probíhat jak po stránce finanční, tak i po stránce nefinanční, kdy obě zmíněné strany jsou stejně důležité pro efektivní fundraising dané neziskové organizace a toto zajišťování zdrojů probíhá na dlouhodobé úrovni.

2.2 Fundraiser

Každá NNO by měla mít zaměstnance, který by se zabýval právě fundraisingem. Takový zaměstnanec je označován za „fundraiser“. Může být buď interní (tzn., že se jedná o přímého zaměstnance dané NNO, jeho činnost spočívá především ve shánění prostředků a zdrojů), anebo externí (externí fundraiser je smluvně zavázán k zabezpečování zdrojů pro svého klienta a řídí se jeho pokyny, není přímým zaměstnancem). Je potřeba, aby byl fundraiser společensky velmi aktivní, aby získával řadu kontaktů, které by bylo možné v budoucnu využít pro případnou spolupráci. Musí mít odbornou znalost o tom, jak finanční zdroje získávat (Boukal a kol., 2013, s. 37).

Je potřeba si uvědomit, že fundraiser rozhodně není člověk, který by žadonil o peníze u potencionálních dárců. Jeho práce probíhá na vysoké profesionální úrovni. Jeho úkolem je dostat prostředky tam, kde je jich v současnou dobu potřeba, a to takovým způsobem, aby byly spokojeny obě dvě strany, tedy jak NNO, tak i dárců/podporovatel. Mnoho autorů, zabývajících se tématem fundraisingu, by se shodli na tom, že fundraiser nezískává peníze, nýbrž člověka.

Podrobný a poměrně důkladný popis, jakými vlastnostmi a dovednostmi by měl fundraiser oplývat, jaké jsou nejvhodnější povahové rysy pro vykonávání této profese, jakým by fundraiser měl být člověkem jako takovým, se bude zabývat podkapitola 2.5.

2.3 Získávání zdrojů

Jak již bylo uvedeno výše, správně fungující a prosperující NNO by se neměla zaměřovat pouze na zisk finančních prostředků, neboť stejně tak důležitý je i zisk zdrojů nefinančních. Může se sice zdát, že zisk finančních prostředků je pro NNO nejvhodnější variantou, neboť si za získané finance může pořídit to, co skutečně aktuálně potřebuje a má tak volnou ruku nad tím, do čeho konkrétně bude investovat. Zisk nefinančních prostředků se může zdát naopak více komplikovanější, co se týče domluvy mezi oběma stranami (tedy mezi NNO a potencionálním podporovatelem). V takovém případě si NNO musí jasně stanovit a určit, co je pro ni v danou dobu aktuálně nutné a potřebné a následně tuto jasně stanovenou potřebu (ať už formou hmotného daru nebo naopak služby) zkonzultovat a prodiskutovat se svým potencionálním podporovatelem, který se následně rozhodne organizaci buď podpořit či nikoliv.

V následujícím textu bude pozornost věnována jednak konkrétním variantám nefinančních zdrojů (tedy tomu, jaké existují formy podpory NNO, které se netýkají financí jako takových) a jednak možnostem, odkud NNO mohou čerpat finanční prostředky, a na koho se mohou případně konkrétně obrátit.

2.3.1 Nefinanční získávání zdrojů

Boukal a kol. (2013, s. 34–37) uvádí následující možnosti nefinančních zdrojů, které může NNO využívat.

- **Hmotné zdroje.** Hmotné zdroje získává NNO tehdy, když jí její potenciální podporovatel (dárce/sponzor) nabídne prostředky na materiální úrovni. Například NNO, která je zaměřena na sociální rehabilitační služby má v úmyslu zřídit keramickou dílnu, a tak začne shánět prostředky k tomu, aby tato dílna mohla být zrealizována. NNO tedy osloví danou firmu, která je zaměřená na prodej keramických potřeb. Následně tato oslovená firma neposkytne NNO finance jako takové, nýbrž poskytne konkrétní materiály nutné pro realizaci jejího vytyčeného cíle (založení keramické dílny) jako jsou např. keramická hlína, hrnčičrský kruh, keramická pec apod. Rovněž je možné mezi NNO a podporovatelem provést Barterův směnný

obchod, pokud tedy NNO získává prostředky i formou zisku z vlastní činnosti. Například pokud NNO provozuje chráněné dílny a výrobky z nich poskytuje veřejnosti za finanční odměnu, může tyto výrobky poskytnout na principu směnného obchodu svému podporovateli, který na oplátku poskytne zdroj rovněž na materiální úrovni.

- **Práva.** V určitých případech získává NNO oprávnění k tomu, aby mohla v předem dohodnutém prostoru propagovat svou činnost. Příkladem předem dohodnutého prostoru může být „(...) *webová stránka, noviny, časopis, reklamní plocha*“ (Boukal a kol., 2013, s. 35). NNO může tímto způsobem propagovat jakékoli informace o své organizaci, které uzná za vhodné, avšak s cílem obeznámit širokou veřejnost o poslání organizace.
- **Informace.** Je nutné, aby NNO měla aktuální informace, které „*šetří čas a energii*“ (Boukal a kol., 2013, s. 35). Aktuálními informacemi rozumíme i metodické příručky, které by zefektivňovaly činnost organizací a zvyšovaly tak její výkonnost.
- **Práce.** Jedná se o podporu NNO formou dobrovolnictví ze strany zaměstnanců daného podporovatele (firmy, ...). Tento dobrovolník poskytuje pomoc NNO podle jejích aktuálních požadavků a je finančně ohodnocen svým zaměstnavatelem. Dobrovolník svou pomoc poskytuje opravdu dobrovolně, z vlastní vůle, pokud by angažovanost v roli dobrovolníka byla z jiných důvodů a úmyslů, pomoc by nebyla efektivní.
- **Služby.** NNO může být nabídnut ze strany podporovatele i určitý druh služby. Jedná se primárně o poskytnutí služeb ze strany dané firmy, která tyto služby poskytuje. Tato varianta získávání zdrojů je využívána v případech, kdy je pro NNO vhodná a především přínosná.

Variant nefinančních zdrojů, jak bylo popsáno a přiblíženo výše, existuje celá řada. Pro efektivní práci fundraisera je velmi podstatné, aby se zaměřoval jak na zisk financí jako takových, tak i na zisk zdrojů nefinančních (konkrétně se tedy jedná např. o pomůcky, vybavení, dobrovolnictví, popř. poskytnutí služeb apod.). Je potřeba, aby mezi těmito dvěma druhy zdrojů byla vzájemná harmonie a vyváženost.

2.3.2 Finanční získávání zdrojů

Získáváním finančních zdrojů se rozumí přímo zisk financí, které jsou NNO poskytovány, darovány. Existuje poměrně široké spektrum, odkud může NNO finanční prostředky získávat. Finanční podpory se jí může dostat od obyčejného člověka na ulici, až

po velké a úspěšné korporátní firmy. U získávání finančních zdrojů je velmi důležité to, jak se NNO dokázala propagovat, zda je známá širokou veřejností (potencionálními dárci), která ji vnímá pozitivně, a jaká je celková prestiž organizace. Je evidentní, že podporovatel bude podporovat takovou organizaci, která má dobré jméno, její práce je profesionální, vykonává smysluplnou činnost a je aktivní a propaguje se. Dle Šedivého, Medlíkové (2012, s. 47–55) existují následující možnosti, odkud může NNO získávat finanční prostředky.

- **Veřejná správa.**

„Sestává ze státní správy (ministerstev a jimi zřízených příspěvkových organizací) a samosprávy (do které patří kraje, města a obce a jimi zřízené příspěvkové organizace)“ (Šedivý, Medlíková, 2012, s. 47).

NNO má možnost finanční zdroje získat formou dotace či grantu. Výchozím zákonem, který upravuje financování NNO je zákon č. 218/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech, ve znění pozdějších předpisů. Z tohoto zákona vyplývá, že finanční podpora může být poskytnuta organizacím, jako jsou občanská sdružení, obecně prospěšné společnosti, účelová zařízení církví a náboženské společnosti, nadace, nadační fondy apod. Pro NNO znamenají dotace obrovskou část z výnosů, které během jednotlivých let svého působení získává. Dále ze zákona č. 586/1992 Sb., o dani z příjmů, ve znění pozdějších předpisů, vychází, že NNO je vnímána jako veřejně prospěšný poplatník, z toho důvodu má právo na řadu osvobození a daňových výhod (Ministerstvo financí České republiky [online], 2020).

Formou grantu se zamýšlí především finanční podpora institucí, které mají účel veřejně prospěšný. Aby NNO tento grant mohla získat, musí nejprve sestavit projekt, který bude obsahovat plán do budoucnosti (tedy plán, jak bude s případnou finanční podporou naloženo) a sepsat žádost (grantovou přihlášku). Výběrové řízení probíhá formou soutěže. Ta je iniciována grantovou agenturou a je posuzována odbornou komisí, která musí být zpravidla nezávislá, aby se předcházelo protěžování jedné instituce před druhou, což by bylo velmi neetické. Pokud je daná NNO vybrána jako *nositel* grantu, musí být projekt realizován a daná NNO musí podávat průběžné zprávy, u nichž se hodnotí, zda je projekt zdařile naplňován, zda je s finančními prostředky vskutku nakládáno tak, jak podle plánu má být. Tímto způsobem kontroly, se zabráňuje možnému zneužívání poskytnutých grantů, což je považováno za trestný čin a pachatel by musel být řádně potrestán. Získat grant či dotaci není jednoduchý počin, neboť by mohlo docházet k již zmíněnému zneužívání poskytnutých financí, proto se k tomu váže tolik nezbytností, které je potřeba udělat.

- **Individuální dárci – jednotlivci.**

Individuálními dárci se rozumí každý člověk, který chce NNO z jakéhokoliv důvodu přispět a podpořit ji v činnosti, kterou vykonává, aby ji mohla vykonávat i nadále. Tato forma podpory je závislá na dobré informovanosti veřejnosti a na zdravé a nápadité propagaci organizace. Individuální dárcovství může mít 5 forem (Šedivý, Medlíková, 2012, s. 49–51).



Obrázek 2: Dárcovská pyramida

Zdroj: Šedivý, Medlíková, 2012, s. 49

Obrázek 1 se týká jednotlivců, kteří se rozhodli stát se dárci dané NNO. „Šipky vně obrázku zobrazují směry, kterými dárci do pyramidy vstupují“ (Šedivý, Medlíková, 2012, s. 49). Uvnitř obrázku se také nacházejí šipky, které ukazují jakýsi růst podporovatele v rámci jeho dárcovství.

1. Jedinec se rozhodne darovat určitý finanční obnos dané organizaci, která mu je sympatická a vidí smysl v její existenci.
2. Dar může párkrát zopakovat, pokud má pozitivní zkušenost s organizací.
3. Pokud má s organizací i nadále kladnou zkušenost a má pro něj dárcovství význam, stává se opakovaným dárcem. Daruje tedy organizaci jistý finanční obnos pravidelně.
4. Pravidelné dárcovství v souvislosti s dobrou zkušeností s organizací vede k věnování významnějšího daru. Organizace je pro dárce velmi blízká, významná a hraje v jeho životě zásadní roli.
5. Pokud dárci organizace přirostla natolik k srdci a vidí v její činnosti opravdu velký smysl, rozhodne se pro zmínění organizace ve své závěti. Tímto způsobem může organizaci odkázat část svých financí, popř. majetek. Pokud dárce dojde až do tohoto bodu, je to důkaz opravdu odevzdaného podporovatele, který s posláním organizace naplno souzní.

- **Firmy.**

Pro velké i menší firmy je velmi výhodné, když podporují určitou neziskovou organizaci. Firma může NNO podpořit jednak poskytnutím nefinančních prostředků (práce, služby, viz nefinanční získávání zdrojů), jednak poskytnutím finančních prostředků, kdy platí velmi podobné podmínky jako u individuálního dárcovství. Je velmi důležité, aby NNO měla dobře sestavený strategický plán, reklamu, propagaci, potom je pro veřejnost atraktivní a zajímavou.

- **Nadace a nadační fondy.**

Nadaci a nadační fond definuje Zákon č. 227/1997 Sb., o nadacích a nadačních fondech a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů v § 1 „*nadace a nadační fond jsou účelová sdružení majetku zřízená a vzniklá podle tohoto zákona pro dosahování obecně prospěšných cílů, obecně prospěšným cílem je zejména rozvoj duchovních hodnot, ochrana lidských práv nebo jiných humanitárních hodnot, ochrana přírodního prostředí, kulturních památek a tradic a rozvoj vědy, vzdělání, tělovýchovy a sportu*“ (Ley.cz zákony online [online], 2020). Nadace a nadační fondy jsou samy vedeny jako neziskové organizace, avšak i přesto finančně pomáhají jiným neziskovým organizacím. NNO, která se rozhodne o zažádání poskytnutí finančních prostředků, nejprve musí sepsat projekt, propracovaný plán, podobně jako u postupu získávání grantu. Oslovené nadace a nadační fondy pak uskuteční setkání, kde rozhodují, zda dané NNO poskytnou finanční prostředky či nikoliv. Za rozhodováním stojí správní rada – mohou rozhodovat i odborníci, kteří ale své závěry znova předávají správní radě, která má nejvyšší a konečné slovo.

Mezi jedny z nejvýznamnějších nadací v České republice patří např. Dobrý anděl. Jedná se o „*system, pomocí kterého mohou až desetitisíce dárců, Dobrých andělů, výrazně pomoci tisícům nemocných i relativně malými pravidelnými měsíčními příspěvky*“ (Dobrý anděl [online], 2020). Tento systém funguje na principu dárcovství, kdy dárci pošle do systému finanční příspěvky, které jsou následně přerozděleny první pracovní den v měsíci a posílají se tam, kde mohou pomoci. Dárci se později na svém účtu na webových stránkách dozvídá, komu jeho finanční příspěvek konkrétně pomohl.

- **Ostatní instituce.**

Mezi ostatní instituce se řadí zejména „*zahraniční ambasády v ČR, Rotary kluby, (...)*“ (Šedivý, Medlíková, 2012, s. 55). Rotary kluby poskytují dobročinné služby, podporují světový mír a kladou obrovský důraz na morální chování a jednání, vytváří různé projekty orientované

na, jak už bylo zmíněno, humanitární, ale i vzdělávací či kulturní témata, poskytují i mezinárodní vzdělávací stipendia.

- **Příjmy z vlastní činnosti.**

Jak je již z názvu patrné, jedná se o finanční výdělek z vlastní činnosti. Vlastní činnost se může týkat např. vlastních výrobků, které klienti v organizaci vyrábějí a následně je prodávají. Příjmy z vlastní činnosti spadají pod fundraising, ale prolínají se také s marketingem, který se zabývá především tím, jak dané zboží prodat co nejvýhodněji.

Rektořík (2007, s. 95) uvádí, že mezi finanční získávání zdrojů patří navíc *členské příspěvky*, které využívají především občanská sdružení, politické strany, některé církve, jsou hrazeny pravidelně a tvoří předem naplánovaný finanční přínos. Dále pak to jsou *daňové úlevy* pro NNO.

Z těchto výše uvedených druhů podpory NNO vyplývá, že pro efektivní fundraising je nezbytné využívat co možná nejvíce variant této podpory, které se budou vzájemně prolínat a doplňovat, aby získávání zdrojů a prostředků bylo komplexní. Je zapotřebí si uvědomit, že každý má možnost pomoci, ale každý jiným způsobem, pro jednoho může být nejvhodnější variantou darovat konkrétní finanční obnos a pro jiného by se tento proces mohl zdát být dost komplikovaným. Z toho důvodu se NNO zaměřují na co možná největší a nejrůznorodější škálu těchto zdrojů a snaží se vytvořit takové podmínky, aby mohl pomoci téměř každý.

2.4 Fundraisingové strategie

Pro fundraising na vysoké úrovni je nutné, aby byla jasně stanovena strategie. NNO by měla mít svůj plán a za ním neustále směřovat svou cestu. Jedině tehdy, když má organizace jasnou vizi, kam chce směřovat, koho chce oslovit, jakými způsoby chce získávat prostředky, popř. jakými způsoby chce vytyčených cílů dosahovat, je nezbytností si tento proces a strategii řádně promyslet a naplánovat.

V prvé řadě je potřeba uvést pár důvodů, proč je vlastně fundraising NNO tak důležitý. Jednak je získávání prostředků důležité vůbec pro celkové fungování a případný rozvoj dané NNO, pro chod organizace je finanční i nefinanční podpora ze strany veřejnosti nutnou a nedílnou součástí. Dalším faktorem je omezení závislosti. Ideální stav každé NNO je takový, kdy „nepotřebují“ všechny své dárcce a v případě, kdy by se jeden z nich rozhodl ukončit

spolupráci, pro organizaci by to neznamenal ukončení činnosti. Proto by NNO měla tvořit „zásoby“ a mít neustálou finanční rezervu (Burda, 2007, s. 3). Dále je potřeba mít na paměti, že o každého dárce usilují i jiné organizace a musí se počítat s jakousi konkurencí (Ledvinová, 2013, s. 11).

2.4.1 Sestavování fundraisingové strategie

Při plánování fundraisingové strategie by se mělo dle Rektořika (2007, s. 96) především:

- *„definovat poslání organizace – stručně, jasně, výstižně, aby s ním byl srozuměn každý člen organizace a uměl ho reprodukovat,*
- *určit konkrétní a měřitelné cíle – dárci bude jasné, že jsou dosažitelné,*
- *vypracovat realizační a časový plán aktivit, na základě čehož se zpracuje roční rozpočet,*
- *ověřit, zda organizace skutečně reaguje na potřeby ve společnosti,*
- *uvažovat o zapojení dobrovolníků do fundraisingových akcí,*
- *vybrat pro danou situaci nejvhodnější fundraisingové metody,*
- *sestavit seznam možných zdrojů,*
- *specifikovat okruh dárců,*
- *požádat o dar,*
- *informovat dárce o použití jeho daru,*
- *snažit se o obnovení nebo zvýšení daru“.*

Z výše uvedeného výčtu, jak postupovat při sestavování fundraisingové strategie, je zřejmé, že se jedná o velmi složitý a komplikovaný proces, který je k tomu všemu velmi časově náročný na zpracování. Z toho vyplývá, že profese fundraisera je opravdu náročnou a v neziskovém sektoru velmi důležitou pozicí. Smyslem plánování fundraisingu a jeho strategie je rovněž zajištění pravidelného podporovatele, který bude s vizí a posláním organizace vnitřně ztotožněn a bude organizaci podporovat dlouhodobě. Optimálně se podporovatel dostane podle dárcovské pyramidy, o které byla řeč výše v textu, až na poslední pozici dárcovství, což znamená, že bude ochoten organizaci zmínit i ve své závěti.

Co autor, to poměrně jiný postup fundraisingové strategie, dle Burdy (2007, s. 6) je při sestavování fundraisingové strategie např. nutné:

- **Stanovit si potřeby.** Je potřeba mít na vědomí, v jaké finanční situaci se současně NNO nachází. Tzn., jaké prostředky potřebuje k tomu, aby byla schopna kvalitně fungovat, jaká je aktuální situace týkající se získaných prostředků a zdrojů a v neposlední řadě, kolik financí potřebuje v budoucnu získat pro to, aby byla schopna bez problémů fungovat.
- **Identifikovat zdroje.** Je důležité, aby si fundraiser nejprve rozmyslel, jakými metodami bude prostředky získávat, co je přínosné a co nikoliv. Tzn. promyslet si, jestli bude finanční příjem i ze strany vlastního prodeje apod.
- **Vyhodnocovat příležitosti.** Když si fundraiser uvědomí a promyslí, z jakých zdrojů je ochoten čerpat, je potřeba jakési sebereflexe, kdy by se měl zamyslet nad tím, co je vskutku reálné a co méně. Svou práci by měl směřovat k co největšímu zisku za co nejkratší dobu, avšak samozřejmě etickou cestou s ohledem na všechny fundraisingové zásady.
- **Vyjasnit si limity.** Z názvu je patrné, že se jedná o to, aby si byl fundraiser vědom limitů, jak svých, tak i limitů NNO, v které působí. Tyto limity a hranice je potřeba respektovat a zohledňovat při tvorbě strategického plánu.

2.5 Fundraisingové zásady

Aby byl fundraising neziskových organizací opravdu úspěšný a prováděl se na vysoké úrovni, je potřeba dodržovat určité zásady a pravidla. Jedná se o zásady, kterých by se měl každý dobrý fundraiser držet, respektovat je a přijmout je za své. Dodržování zásad ušetří mnoho času a práce, pro fundraisera jsou tyto zásady jako takový návod k tomu, jak vykonávat svou práci kvalitně a na odborné a profesionální úrovni. Může tak předejít mnoha zbytečným problémům, které by mohly nastat v případě, kdy by k těmto zásadám přistupoval poněkud laxně a nekladl by důraz na jejich užitečnost a prospěšnost. Všechny uvedené zásady se vzájemně prolínají, měly by existovat pohromadě, kdy jedna ovlivňuje tu druhou. Samozřejmě jsou všechny uvedené zásady ještě zastřešené etickým kodexem, kdy celá NNO funguje na principech nejvyššího morálního chování a jednání.

V následujícím textu bude uvedeno osm nejpodstatnějších zásad dle Boukala a kol. (2013, s. 47–65), kterými se správný fundraiser musí řídit. Tento text navazuje na podkapitolu, která byla zaměřena na pozici fundraisera.

- **Zásada komplexnosti.**

U zásady komplexnosti jde především o to, aby vykonávaná práce fundraisera byla komplexní, úplná. Fundraising se netýká pouze získávání prostředků, nýbrž jde i o navazování nových mezilidských vztahů, získávání nových kontaktů, rozvoj sounáležitosti, solidarity apod. Je nezbytné, aby NNO zaměstnávala lidi, kteří jsou absolutně zapálení pro vykonávání dané profese, jsou ztotožnění s posláním organizace, jsou přesvědčeni o správnosti a potřebnosti NNO ve společnosti, jsou korektní, poctiví, spravedliví, zkrátka s danou organizací naprosto souzní. To znamená, že nejde pouze o zisk prostředků jako takových, nýbrž jde o mnoho více.

- **Zásada začlenění.**

Je potřeba, aby měl fundraiser neustále na paměti souvislosti, „(...) *proč fundraising probíhá, do jakého kontextu je začleněn*“ (Boukal a kol., 2013, s. 47). Fundraising je dlouhodobá záležitost, musí myslet hodně do budoucnosti. Snaží se o to, aby byly zajištěny zdroje proto, aby mohla NNO vůbec přežít, aby se NNO mohla rozvíjet a růst, a v neposlední řadě usiluje o to, aby se organizace stala nezávislou.

- **Zásada aktivity.**

Fundraiser by měl být, co se týče jeho profese, aktivní, iniciativní, čilý, podnikavý. Stejně tak podstatné je i to, aby byl značně asertivní. V tom smyslu, že by měl mít zdravé sebevědomí, měl by být sebejistý, aby dokázal sebe a své názory, postoje a především organizaci, kterou je součástí, efektivně a nenuceně prosazovat. Měl by umět přijímat konstruktivní kritiku a zároveň by měl umět kritiku vznést tam, kde cítí, že je jí třeba.

- **Zásada strategičnosti.**

Musí se dodržovat jasně stanovený strategický plán, který se týká zisku finančních i nefinančních prostředků. Fundraiser se snaží o nezávislost NNO, kdy je vytvořena taková finanční rezerva, kdy ztráta nějakého z dárců neznamená rozklad organizace.

- **Zásada vzdělávání okolí.**

Je potřeba neustále uvědomovat a informovat širokou veřejnost o tom, co je podstatou NNO, jaké jsou její cíle, na koho je zaměřena, komu může pomoci, jakými způsoby může být podpořena. Jde o laskavou nenucenou propagaci a reprezentaci dané organizace. Jelikož jen v případě, že veřejnost má pozitivní povědomí o nejrůznějších NNO v okolí (ať už v místě bydliště, či po celé ČR, popř. po celém světě), je teprve tehdy schopna pomoci, stát se dárce, dobrovolníkem a aktivně podporovat. Vzdělávat okolí lze např. formou nejrůznějších akcí,

festivalů, projektů, které NNO pořádá. „*Dobrá informovanost je základem pro správnou pomoc*“ (Iskérka obecně prospěšná společnost [online], 2020).

- **Zásada poděkování.**

Je nezbytně nutné, aby fundraiser, a nejen on, celkově všichni zaměstnanci NNO, dávali svým dárcům najevo vděk. Děkování je poměrně jednoduchý počín, avšak nesmírně důležitý. Poděkování by mělo být včasné a mělo by být podáno adekvátním způsobem. Poděkovat je potřeba každému dárci, podporovateli, ať už je jejich pomoc „finančně zanedbatelná“ či nikoliv. Je důležité mít na paměti, že každá forma pomoci, posouvá organizaci dál. Poděkování by se mělo rovněž nacházet v každé výroční zprávě, kde dochází k shrnutí každého uplynulého roku.

- **Zásada optimismu.**

Fundraiser by měl být optimisticky založený. Měl by se umět dívat na věci z pozitivní strany a věřit na lepší zítřky. Boukal a kol. (2013, s. 63) uvádí, že nejvhodnějším typem člověka dle temperamentu (Hippokratovo rozdělení) pro vykonávání této profese, je sangvinik. Sangvinik je totiž velmi živý, avšak stabilní, je vyrovnaný se svým životem, se svou osobností, tudíž působí na lidi velmi klidným, smířeným a harmonickým dojmem. Je veselý, pozitivní, optimistický, akční extrovert, který vyhledává a velmi přitahuje lidi. Umí s nimi s obrovskou lehkostí a grácií hovořit téměř o čemkoliv. Tyto osobnostní rysy jsou pro dobrého fundraisera nesmírnou výhodou.

- **Zásada výsledku.**

Tato zásada souvisí se zásadou strategičnosti, kdy fundraiser následuje strategický plán a jsou za jeho práci jasně viditelné výsledky a jeho práce je efektivní.

2.6 Fundraisingové metody

Celou kapitolu *Fundraising v neziskovém sektoru* provází zisk zdrojů, zisk prostředků, jakým způsobem se tento zisk uskutečňuje, z jakých stran může být využíván, jaké jsou možnosti strategického plánu, avšak stejně tak podstatným úsekem je uvědomění, že NNO by se měla sama propagovat, sama oslovovat potencionální podporovatele, sama být neskonale aktivní v získávání prostředků, neboť bez vlastní iniciativy, by nebyla schopna jakéhokoliv zisku. Z tohoto důvodu bude v následujícím textu uvedeno několik možností, konkrétních metod, jakými se může NNO sama propagovat, jakými způsoby tyto prostředky může získávat. Mnoho autorů uvádí v podstatě stejné metody fundraisingu, neboť se nepochybně jedná

o metody, které zná každý z nás, a které každá NNO aktivně využívá. Dle Rektořika (2007, s. 96) existují následující fundraisingové metody.

- **Veřejná sbírka.**

U realizace veřejné sbírky je velice důležitá předešlá propagace. Je potřeba, aby lidé měli včasné informace o tom, že se sbírka bude konat. Propagace může být realizována formou vylepování plakátů na veřejností viditelná místa, popř. roznášení letáčků s podstatnými informacemi apod. Veřejná sbírka je organizačně poměrně náročná. Dle zákona č. 117/2001 Sb., o veřejných sbírkách a změně některých zákonů, je oprávněna konat sbírku pouze právnická osoba. Jedná se o zisk peněžitých příspěvků, které jsou darovány zcela dobrovolně.

- **Benefiční akce.**

Podpořit samu sebe může NNO takovým způsobem, že uspořádá benefiční akci, kde se sejdou potencionální dárci. Mohou to být akce jako „*prodejní výstavy, festivaly, hudební, výtvarné nebo divadelní programy, obědy a večeře, aukce, tomboly, sportovní akce, výlety vlakem nebo lodí apod.*“ (Ledvinová, 2013, s. 13). Výhodou benefiční akce je velká skupina lidí, které NNO může oslovit. Tato akce je ale velice časově náročná na přípravu. I vzhledem k tomu, že by se jí měla účastnit veřejně známá osobnost, např. známý zpěvák, hudební skupina, známý moderátor atd. (Rektořík, 2007, s. 96-99).

- **Osobní dopis, telefonický rozhovor.**

Fundraiser již získal svého podporovatele a snaží se o to, aby se stal pravidelným dárcem. Komunikace mezi fundraiserem a podporovatelem probíhá formou osobního dopisu nebo telefonického rozhovoru, kdy fundraiser zná kontakt na podporovatele a touto cestou se jej snaží oslovit, aby svůj dar obnovil, opakoval. Nevýhodou je, že aktivita fundraisera může být druhou stranou vnímána, jako nežádaná, popř. dotěrná, vlezlá.

- **Žádost o grant, o dotaci**

O grantech a dotacích byla již zmínka v předešlém textu, viz podkapitola 2.3.2.

- **Osobní návštěva.**

Fundraiser navštíví potencionálního podporovatele na základě předem stanovených tipů a sympatií. Jedná se o velice efektivní způsob. Osobní návštěva probíhá formou rozhovoru, kdy musí být fundraiser řádně připraven, musí mít jasno v tom, co je pro organizaci nutné, a jakých

prostředků má konkrétně v plánu využít. Fundraiser ctí všechny výše zmíněné zásady. Jedná v souladu s etickým kodexem, má schopnost sebe prosazování, je optimisticky naladěn atd.

- **Direct mail, přímý poštovní styk.**

Jedná se o dopis, popř. mail, kterého může být součástí obálka pro odpověď, popř. poštovní poukázka. Výhodou je, že tento způsob osloví velký počet lidí, avšak neosobně, což může být pro řadu lidí problém.

Jako u všech zmíněných oblastí fundraisingu, je potřeba, aby NNO využívala co možná nejvíce různorodých fundraisingových metod.

3 Public relations a lobbying v neziskovém sektoru

Pojmy public relations (dále jen PR) a lobbying jsou s fundraisingem velmi úzce spjaty. Tato triáda musí fungovat na principech vzájemné spolupráce a podpory, jelikož se navzájem poměrně výrazně ovlivňují, jedna úzce souvisí s tou druhou. Nelze pouze získávat prostředky a zdroje bez toho, aniž by fundraiser nemusel myslet i na další velmi podstatné nezbytnosti. V následující kapitole bude přiblíženo, co si pod těmito dvěma pojmy představit.

3.1 Public relations, definice a charakteristika

PR se z anglického jazyka obecně překládá do češtiny jako vztahy s veřejností. Jedná se tedy o to, jaké vztahy má daná organizace se společnostmi, s veřejností. Budování těchto vztahů je záměrné, promyšlené. Dalo by se říci, že jde o jakési vědomé působení na veřejnost takovým způsobem, aby z něj organizace měla prospěch a přízeň okolí.

Šedivý a Medlíková (2012, s. 30) definují PR následovně: „*cokoliv uděláte pro to, aby o vás (o vaší organizaci) mluvili dobře jiní, patří do public relations*“. Z této definice vyplývá, že PR je soubor veškeré snahy o to, aby si organizace tvořila dobré jméno, dobrou pověst, aby veřejnost organizaci vnímala pozitivně s ochotou ji jakýmkoliv způsobem podpořit. Dobré jméno a dobrá pověst pak ladně navazuje na fundraising, neboť veřejnost poskytne finanční či nefinanční prostředky zpravidla organizaci, o které má dobré mínění.

Mezi PR se řadí také např. prostředí, ve kterém organizace působí, jak dbá o své zázemí, ale i to, jak na veřejnost působí prezentace a propagace organizace, design, aktuálnost a obsáhlost webových stránek apod. Dále pak je to způsob komunikace týmu organizace s veřejností, jaká je atmosféra uvnitř organizace mezi zaměstnanci, jak spolu umějí komunikovat a spolupracovat, to vše na lidi dokáže působit. Komunikace by měla probíhat na trpělivé, pokorné a nenucené úrovni (Šedivý, Medlíková, 2012, s. 30-44).

3.2 Lobbying, definice a charakteristika

Lobbying je také relativně důležitým faktorem při praktikování fundraisingu. Existuje mnoho definic, které přibližují tento pojem, který je veřejně znám spíše v souvislosti s politikou, nikoliv s neziskovým sektorem.

Šedivý a Medlíková (2012, s. 62) definují lobbying jako „*proces ovlivňování konkrétních osob působících v legislativních procesech (např. poslanců, senátorů, regionálních politiků)*“;

cílem je prosazení nebo změna legislativních norem, ať už na celostátní, regionální, nebo místní úrovni“. V souvislosti s neziskovým sektorem se jedná o cílevědomé ovlivňování osob mající takové pravomoci, které by nezisková organizace mohla využít ve vzájemný prospěch. Osoba zabývající se lobbingem se nazývá lobbista. Samozřejmě toto ovlivňování kompetentních osob a působení na ně a na veřejnost musí být co nejvíce dlouhodobě promyšlené, bezelstné, upřímné a v souladu s etickým kodexem.

Lobbing může být v dnešní době, z politického hlediska, vnímám poměrně negativně, neboť bývá spojován s manipulací, se záměrným a podlým přesvědčováním veřejnosti k tomu, aby reagovala určitým způsobem a následně byla podvedena, přelstěna a může být spojován s korupcí (tedy využíváním a zneužíváním pravomoci k vlastnímu prospěchu).

Dle Šedivého a Medlíkové (2012, s. 63) se lobbing člení na strategický (je dlouhodobý, podrobně promyšlený) a ad hoc (je nahodilý). Dále pak se může dělit na přímý (lobbista komunikuje s kompetentní osobou prostřednictvím dialogu, ať už osobním či zprostředkovaným – telefonicky, dopisem) a nepřímý (ovlivňování a působení probíhá skrze prostředníka, příkladem mohou být např. masmédiá).

3.3 Fundraiser v souvislosti s pojmy public relations a lobbing

Je nutné si uvědomit, že proto, aby byla NNO i nadále podporována, musí udržovat se svým podporovatelem kladný vztah, být s ním zadobře, komunikovat s ním na profesionální úrovni, což souvisí s pojmem public relations, který tvoří pro fundraising dobrý základ (Rektořík, 2007, s. 94). Fundraising, public relations a lobbing tvoří tedy jakousi triádu, u níž je nutný soulad a harmonie pro správné fungování neziskové organizace. Pro prosperující NNO je tedy potřeba zajistit navazování kladných vztahů s veřejností, profesionální komunikaci (za čímž stojí public relations), dlouhodobé získávání zdrojů a prostředků (za čímž stojí fundraising) a v neposlední řadě ovlivňování, přesvědčování, reprezentace zájmů, propagace (za čímž stojí lobbing). Dobrý fundraiser, by se měl tedy zaměřovat na všechny tři zmíněné odvětví, aby stál za prosperující organizací, která má dobré jméno.

4 Iskérka o.p.s.

4.1 Charakteristika

Jak je již z názvu patrné, jedná se o obecně prospěšnou společnost, která „byla založena Blankou Ammann (Mikolajkovou) notářským zápisem 4. listopadu 2010 a následně byla společností dne 27. ledna 2011 zapsána do rejstříku obecně prospěšných společností“ (Iskérka obecně prospěšná společnost [online], 2020). Iskérka o.p.s. je zaměřena na lidi s duševním onemocněním, které se snaží znovu začlenit do společnosti (resocializovat), vést tím směrem, aby byli spokojeni se svým životem, aby načerpali své ztracené síly, našli pomoc, porozumění a sounáležitost. Sídlí ve městě Rožnov pod Radhoštěm, které oplývá bohatou historií a spadá pod Zlínský kraj. Název společnosti Iskérka symbolizuje odolnost, nezlomitelnost: „*Iskérka je sedmikráska, je to rostlinka, která roste na Valašsku, roste celý rok a je taková odolná, nic ji nezlomí, my jsme si vybrali tento název, protože jsme chtěli ukázat, že i člověk, který je nějak zlomený, že nemusí být úplně na dně, a že může někde najít nějakou podporu*“ (Alena Jbaili, 2015).

Účelem založení organizace je:

- „podpora občanů v zájmu naplnění jejich lidských práv,
- podpora občanů zdravotně postižených,
- podpora zlepšení kvality jejich života a rozvoj zdravotně sociální péče,
- sociální služby,
- sociální podnikání,
- „doplňková činnost“ (Iskérka obecně prospěšná společnost [online], 2020).

4.2 Cílová skupina

Cílovou skupinu tvoří lidé trpící duševním onemocněním z oblasti neuróz, psychóz a poruch osobnosti.

Neurózou se rozumí „(...) duševní porucha bez organického nálezu na mozku, která spočívá v narušené schopnosti přizpůsobení, v poruchách myšlení, jednání, vnímání, citění, přičemž na rozdíl od psychóz si pacient svůj stav uvědomuje, má náhled a jeho osobnost není

rozložena“ (Velký lékařský slovník [online], 2020). Sigmund Freud definoval neurózu jako souboj mezi superegem a id (Sigmund Freud rozdělil lidskou psychiku do tří vrstev: **id** (pudy, slasti, vášně, probíhá v podvědomí), **ego** (vnímání reality, uvědomování si sebe sama, zkušenosti) a **superego** (morálka, hodnoty, svědomí). Jedná se tedy o konflikt mezi pudy, slastmi a vášněmi, které v sobě každý člověk má, a svědomím, hodnotovým žebříčkem, respektive morálkou. Tento konflikt si klient uvědomuje a snaží se s ním pracovat, určitým způsobem jej vyřešit. Do této kategorie se řadí úzkostné poruchy, deprese apod.

Psychózou se rozumí *„těžké duševní onemocnění, při němž nemocný ztrácí kontakt se skutečností, kterou jinak vnímá, jinak ji hodnotí, a jinak se proto chová. Tato ztráta kontaktu souvisí s halucinacemi a bludy, pod jejichž vlivem se nemocný může dopouštět pro okolí zcela nepochopitelných činů“* (Velký lékařský slovník [online], 2020). Mezi nejčastěji se vyskytující psychózy se v naší společnosti řadí např. schizofrenie, bipolární porucha (maniodepresivní psychóza).

Poruchou osobnosti se rozumí takový stav člověka, kdy je jeho osobnost nevyrovnaná, nevyvážená, rozpolcená. Určité složky osobnosti jsou více zdůrazněny oproti jiným. Člověk trpící poruchou osobnosti nepřijímá fakt, že je chyba na jeho straně, věří tomu, že je zcela zdravý a problém hledá v ostatních. Pro takového jedince je obtížné socializovat se, navazovat a udržovat mezilidské vztahy. Příčinami vzniku poruchy osobnosti jsou jednak vrozené predispozice, tedy biologické faktory, jednak vlivy prostředí, ve kterém jedinec vyrůstá. Mezi poruchy osobnosti se řadí např. paranoidní porucha osobnosti, narcistická porucha osobnosti a mnoho dalších.

Služba je tedy určena pro jedince trpící poruchou z jedné z oblastí, které byly právě vysvětleny a upřesněny. Klient se musí vyskytovat ve věkové kategorii od 18 do 80 let a bydlet ve Zlínském či Moravskoslezském kraji. Je nutné, aby se budoucí klient dokázal zapojit do sociální rehabilitace, dokázal se resocializovat, komunikovat a do jisté míry navazovat mezilidské vztahy. Dalším kritériem pro přijetí do Iskéřky o.p.s. je doporučení od odborníka, zejména tedy od psychologa, psychiatra či psychoterapeuta. Tito lidé mají problémy v oblastech týkající se *„zdraví (s pochopením nemoci, předcházení relapsům), sociálních vztahů (ztráta přátel, partnera, nepochopení příbuzných a okolí – jsou ohrožení sociální izolací), práce (ztráta zaměstnání a k tomu potřebných dovedností), učení (nedokončení studia, bydlení (obtíže s vykonáváním běžných úkonů v domácnosti, ztráta bydlení apod.), péče o sebe (obtíže s osobní hygienou, neupravený zevnějšek a oděv), ztráta pocitu vlastní hodnoty (ztráta*

sebevědomí), volný čas (neví, jak plánovat a naplnit volný čas)“ (Iskérka obecně prospěšná společnost [online], 2020).

Službu není možné poskytnout lidem, kteří trpí určitým druhem závislosti, s kterou se léčí (alkoholismus apod.). Rovněž není možné, aby službu využívali lidé se střední, těžkou a hlubokou mentální retardací a organickou duševní poruchou (např. demence). Lidé se sklony k agresi a násilí, kteří nezvládají řešit běžné situace a problémy, rovněž nejsou vhodní pro využívání těchto služeb.

4.3 Cíle Iskérky o.p.s.

Cílem obecně prospěšné společnosti je především samostatnost, soběstačnost, nezávislost klienta, který bude spokojený, a především vyrovnaný se svým životem, bude umět pracovat se svým duševním stavem, naučí se lépe porozumět nejen sobě, ale i ostatním. Mezi další dílčí cíle patří i pomoc při hledání zaměstnání, alespoň na zkrácený úvazek. Zaměstnanci rovněž kladou důraz na rozvoj ztraceného sebevědomí, sebedůvěry, znovunalezení ztracených sil (kvůli nemoci jsou klienti odkázáni např. na pomoc blízkých a při zotavování si mnohdy nebývají sami sebou jistí, nevěří si, že dokážou opět fungovat nezávisle a samostatně, bez pomoci druhých). S tím také souvisí znovunalezení smyslu života a rozvoj potenciálu každého jedince. Smysl života lidé s duševní poruchou pomalými kroky zpravidla ztrácejí, a to především z důvodu jakési paralyzace touto nemocí. Velkou roli v procesu zlepšování psychické pohody hraje rodina. Klade se důraz na spolupráci nejen s rodinou ale i s blízkými.

Aby se směřovalo k vytyčenému cíli, je nutná intenzivní práce s těmito klienty, spolupráce s klinickým psychologem, vzájemná pomoc a podpora klientů mezi sebou včetně společných terapií. Také jsou klientům poskytovány pracovní terapie, při kterých se učí mnoha zajímavým a důležitým činnostem. V neposlední řadě je vizí Iskérky o.p.s. resocializace. Tím je myšleno, aby se duševně nemocní lidé znovu začlenili do společnosti, a především, aby je společnost přijímala nezaujatě, bez předsudků, snažila se porozumět jejich zdravotnímu stavu. Proto se zaměstnanci pokouší nejrůznějšími způsoby obeznámit veřejnost s problematikou duševních onemocnění. Konkrétně se jedná o vzdělávací aktivity, besedy a celkově kulturní akce, které se týkají duševního zdraví, snaží se o primární prevenci. Touto cestou osvěty snižují ve společnosti strach a mýty předsudky mezi „nemocnou“ a „zdravou“ částí populace. Jak se můžeme dočíst na oficiálních stránkách Iskérky o.p.s.: „*Dobrá informovanost je základem pro správnou pomoc*“ (Iskérka obecně prospěšná společnost, 2020).

4.3.1 Hodnoty

Pro každou filantropickou činnost je velmi důležitý správně a jasně nastavený hodnotový žebříček, který bude striktně a nekompromisně dodržován. Zaměstnanci si jsou vědomi nejvyšších hodnot, jak svých, tak celkové společnosti, díky kterým směřují k předem vytyčeným cílům. Hodnoty rovněž napomáhají ke zkvalitňování práce. Zaměstnanci mají tyto hodnoty zvnitřněny, jinak by nebyli kompetentní danou profesi vykonávat, jejich práce by nebyla upřímná, a tudíž ani efektivní.

Na oficiálních webových stránkách Iskérka o.p.s. jsou uvedeny následující hodnoty (Iskérka obecně prospěšná společnost, 2020).

- **Respekt a partnerství.** Respektování odlišností, individuality, jinakosti každého člověka, vzájemná komunikace na partnerské úrovni s úctou, lehkostí, ctěním lidské důstojnosti a respektováním vzájemně nastavených hranic. Ke klientům zaměstnanci přistupují vnímavě a citlivě. Etické chování se vyskytuje na prvním místě.
- **Profesionalita.** Kladen obrovský důraz na profesionalitu zaměstnanců, jejich zodpovědnost za vykonávanou práci, která je kvalitní, efektivní, odborná. Jedná se o práci na vysoké úrovni. Zaměstnanci se průběžně dovzdělávají (např. formou kurzů, workshopů, celoživotního vzdělávání), posouvají se neustále dál, mají kladný přístup k novým technikám a způsobům práce, jsou otevřeni pokrokovým a efektivním inovacím.
- **Důvěra = víra.** Důvěra ve své zaměstnance, že se jedná o lidi na správném místě. Důvěra ve své klienty, že dokážou v sobě nalézt ztracenou sílu, víra v dovednosti, schopnosti, které jsou nutné pro růst Iskérky o.p.s.
- **Ekonomická stabilita.** Správné a svědomité hospodaření s financemi, kvalitní a efektivní fundraising a marketing společnosti, díky kterému je organizace prosperující a neustále se rozrůstající.
- **Lojalita.** Lojalita souvisí s etickým chováním a jednáním, zaměstnanci jsou čestní, vykonávají svou práci poctivě a oddaně, jsou ochotni vyměnit své nepohodlí ve prospěch obecně prospěšné společnosti. Zaměstnanci plně souzní s posláním organizace, jsou odhodlaní ji svědomitě propagovat a reprezentovat. S veřejností komunikují s úctou, upřímností a pokorou.

4.4 Historie vzniku

Roku 2003 seskupení aktivistů působících v občanském sdružení Zdravý Rožnov¹ podnítili vznik centra, které by se zaměřovalo na dlouhodobě duševně nemocné lidi ve věku od osmnácti let. Členové občanského sdružení Zdravý Rožnov sepsali první projektovou žádost na Zlínský kraj. V tomto období vznikl název centrum Iskérka. Projekt podepřel Zlínský kraj i město Rožnov pod Radhoštěm.

Oficiální otevření Sociálního centra denních aktivit Iskérka proběhlo 11. února 2004. Toto sociální centrum vzniklo jako projekt pod záštitou občanského sdružení Zdravý Rožnov, nejednalo se o samostatné sdružení. Náplní činností byly terapeutické dílny, zaměřené především na starodávné textilní techniky. Klientům byly poskytovány skupinové psychoterapie, při kterých se snažili především o resocializaci jedinců, aby byli samostatní a zodpovědní ve svém životě. Rovněž byla zahájena kooperace s klinickým psychologem, došlo k rozšíření nabídky služeb – výuka anglického jazyka, cvičení paměti, vaření.

Nizozemský odborník v oblasti metodického a systémového poradenství navázal týdenní spolupráci s centrem Iskérka. Službu využívalo 18 klientů. Roku 2006 se Iskérka začala pomalu rozrůstat, pronajaly se další prostory, jako např. kabinet psychologa. Započala dlouhodobá spolupráce s proslulou holandskou organizací Stichting de Boei (z nizozemštiny překládáme jako „založení bóje“, tedy založení jakéhosi záchytného bodu), která sídlí v Eindhovenu. Tato služba poskytuje sociální a pracovní rehabilitace na velmi vysoké úrovni, snaží se aktivně pracovat s každým jedincem s cílem využít potenciál každého z jedinců na maximum. Stichting de Boei je v Nizozemí velmi uznávanou nadací právě z důvodů využívání výše zmíněných metod práce se svými klienty. Touto mezinárodní spoluprací se centrum Iskérka začalo stále více rozšiřovat.

V roce 2007 se z centra Iskérky stalo občanské sdružení Iskérka (Iskérka o. s.). Došlo k rozšíření sdružení především o ambulantní a telefonickou službu pro klienty, kteří se ocitli v nouzové krizové situaci. V tomto roce dochází k realizaci několika akcí pro veřejnost, jako např. Týden pro duševní zdraví, Kroky ke zdraví po lázeňských stezkách a rovněž k realizaci

¹ *Zapsaný spolek Zdravý Rožnov* vznikl jako otevřené sdružení lidí, kteří se nadchli myšlenkami obsaženými v mezinárodním projektu Zdravá města Světové zdravotnické organizace (WHO), a vzali si za cíl prosazovat tyto myšlenky v městě Rožnov pod Radhoštěm, s cílem oficiálního přistoupení města R. p. R. k tomuto projektu (Zdravý Rožnov [online], 2020).

projektu Kolo-lék na duši i tělo, který byl podepřen Nadací SYNOT (Nadace ze Zlínského kraje, zaměřená na děti, sport a kulturu). Počet klientů se stále rozrůstá.

Píše se rok 2008 a Iskérka o. s. se rozrůstá o řadu dalších nabízených služeb, jako jsou např. taneční lekce, jóga a muzikoterapie. Sdružení opouští prostory mateřské školy a pronajímají si prostory nové, které budou lépe vyhovovat jejím požadavkům. Finanční pomoci se Iskérce o. s. dostává od Nadace Divoké husy². Dále je kladen důraz na seznamování široké společnosti s tématem duševních nemocí, pořádá se 2. ročník projektu Týden pro duševní zdraví. Také se organizace zapojila do projektu: Filmem k duševnímu zdraví.

Postupně docházelo k rapidnímu růstu sdružení, zaměstnanci se dovzdělávají pod záštitou klinického psychologa. I nadále jsou pořádány projekty jako v předešlých letech. 27. 1. 2011 vzniká Iskérka o.p.s. tak, jak je známá dnes. „*Dle usnesení Krajského soudu v Ostravě se vymazává: Iskérka – občanské sdružení, zapisuje se: Iskérka – občanské sdružení v likvidaci*“ (Iskérka obecně prospěšná společnost [online], 2020). Iskérka o. s. zaniká k 30. 1. 2016.

4.5 Sociální služby poskytované Iskérkou o.p.s.

4.5.1 Sociální rehabilitace

Sociální rehabilitace vychází z § 70 zákona č. 108/2006 Sb. o sociálních službách. „*Sociální rehabilitace je soubor specifických činností směřujících k dosažení samostatnosti, nezávislosti a soběstačnosti osob, a to rozvojem jejich specifických schopností a dovedností, posilováním návyků a nácvikem výkonu běžných, pro samostatný život nezbytných činností alternativním způsobem využívajícím zachovaných schopností, potenciálů a kompetencí. Sociální rehabilitace se poskytuje formou terénních a ambulantních služeb, (...).*“ (Ministerstvo práce a sociálních věcí [online], 2020). Konkrétně se jedná o pomoc prostřednictvím doprovázení klientů do nemocnice, k lékaři, na poštu, úřad, pomoc při udržování kontaktů s blízkými, pomoc při hledání brigády, popř. práce a následné předání informací, jak a kde práci hledat., pomoc při hledání bydlení.

² Nadace Divoké husy je neziskovou organizací, která „*unikátním způsobem pomáhá těm, kteří chtějí sami aktivně pomáhat*“ (Nadace Divoké husy [online], 2020).

Sociální rehabilitaci se směřuje k dosažení vytyčených cílů (samostatnost klienta, jeho sebedůvěra, sebevědomí, spokojenost s vlastním životem, viz 4.3 Cíle Iskérky o.p.s.). Pracovníci se snaží u klientů „*obnovit, rozvinout, posílit sociální a pracovní dovednosti a návyky, usnadnit adaptaci klientů služby na nároky spojené se zaměstnáním, umožnit klientům strukturovat a naplnit den smysluplnou činností, umožnit klientům navazování mezilidských kontaktů*“ (Iskérka obecně prospěšná společnost [online], 2020).

Součástí sociální rehabilitace jsou rehabilitační činnosti, které klienti mohou využívat. Konkrétně se jedná o rukodílny a tiskařské dílny. Cílem těchto činností je relaxace, resocializace, manuální dovednosti apod.

Rukodílna se zaměřuje především na ruční práce s textiliemi, dřevem, papírem, modelínou a podobnými materiály. Cílem je rozvoj manuálních schopností a dovedností, rozvoj jemné motoriky, estetiky, tvořivosti, kreativity, originality. Klienti se rovněž učí malým opravám, jako např. zašití si roztrženého oděvu, popř. opravy/nový způsob využití rozbitých předmětů. To, že klienti vytvoří výrobek, který se líbí ostatním, v něm posiluje sebedůvěru, sebevědomí. Formou rehabilitační činnosti u klientů dochází postupnými kroky k resocializaci, tvorba probíhá povětšinou skupinově, navazují nové vztahy, nenásilnou formou dochází při práci ke komunikaci. Konkrétní výrobky, které klienti tvoří, jsou např. košíky vyráběné ze starých novin, záložky do knížek, barvení velikonočních vajíček a pečení vánočního cukroví.

Tiskařská dílna vychází především z ergoterapie (terapie formou pracovních činností) a arteterapie (kreativní terapie formou výtvarných činností). V tiskařských dílnách se vyrábějí různá přání (zejména PF přání), takže je tvorba zaměřena převážně na „*(...) řezání, rýsování, rozměřování, obsluha big shotu³, řezačky, (...) tvorba vlastních dekoračních návrhů, kombinace razítek s výřezy a výlisky z big shotu, tupování, využití přírodních materiálů k dekorování papírového přání (listí, bavlněné stuhy, dýha, dřevěné knoflíky apod.)*“ (Iskérka obecně prospěšná společnost [online], 2020).

Budova Iskérky o.p.s, je obehnaná poměrně velkou zahradou, proto mohou klienti navštěvovat **zahradní dílnu**, kde se pěstují různé druhy bylinek, ovoce a zeleniny, o které je třeba s láskou pečovat. Zahradní dílny probíhají formou ergoterapie, klienti při poměrně náročné práci relaxují, myšlenky odchází a dělají něco užitečného. Z výplodů zahrádky se pak vyrábí marmelády, zavařeniny, pokrmy a při hojně úrodě se pak tyto produkty i prodávají.

³ Big shot je přístroj sloužící jako lis při tvorbě s papírem, textilem a jinými materiály.

Rehabilitační činnosti klienti mohou vykonávat z různých důvodů. Jednak dochází u klientů ke kreativnímu a tvořivému sebevyjádření, relaxaci formou již zmíněné ergoterapie a arteterapie, posilování manuálních dovedností. A jednak k dodržování pravidel, sociální interakci, navazování kontaktů, komunikaci.

4.6 Vzdělávání pracovníků, supervize

Vzhledem k tomu, že se okolní svět neustále mění a vyvíjí, jsou i pracovníci Iskérky o.p.s. nuceni klást důraz na celoživotní vzdělávání. Pracovníci tímto způsobem získávají nové informace, týkající se sociální práce, nalézají nové metody, jak s klienty pracovat, aby výsledek práce byl co nejefektivnější. Z tohoto důvodu se zaměstnanci Iskérky o.p.s. účastní na různých akreditovaných kurzech, workshopech, stáží apod.

Dalším důležitým faktorem ovlivňujícím efektivitu práce jsou supervize. Nestranný kvalifikovaný odborník pozoruje při práci zaměstnance Iskérky o.p.s. a následně mu dává zpětnou vazbu. Supervize napomáhá k rozvoji pracovníků a jejich profesionalitě, k nalézání řešení problémů a těžce zvládnutelných situací. Pracovník tak získává cennou zpětnou vazbu ohledně své práce, uvědomuje si své zaběhnuté vzorce vykonávání práce, získává nadhled, a to mu napomáhá k lepším výkonům v budoucnosti, k celkovému zkvalitnění a zdokonalení práce.

Praktická část

5 Analýza fundraisingu neziskové organizace Iskérka o.p.s.

Praktická část práce se zaměřuje na analýzu fundraisingu, analýzu nákladů a výnosů, popis a navrhnutí možného využití fundraisingu k zefektivnění financování nestátní neziskové organizace Iskérka o.p.s. Vzhledem k tomu, že se k naplnění cíle bakalářské práce budou využívat dokumenty (výroční zprávy), které byly vytvořeny jinou osobou a původně nebyly zhotoveny pro tento účel, bude pro naplnění cíle využita **metoda analýzy sekundárních dat**. Data, která budou použita v této práci, pocházejí z výročních zpráv nestátní neziskové organizace Iskérka o.p.s. z let 2012–2018. Jak již bylo zmíněno výše v textu, Iskérka o.p.s. byla založena notářským zápisem Blankou Mikolajkovou dne 4. 11. 2010. Následně byla zapsána do rejstříku obecně prospěšných organizací 27. 1. 2011. V roce 2011 Iskérka o.p.s. nevykonávala činnost, nebyla aktivně v provozu. V tomto roce pouze zažádala o Integrovaný operační program (IOP) Strukturálních fondů EU se záměrem získat finanční podporu, která by byla následně využita pro zisk bezbariérových prostor a vytvoření tak sociální firmy. Tato žádost bohužel nebyla schválena. Z tohoto důvodu bude následující text zaměřen na analýzu hospodaření a fundraisingových aktivit v rozmezí let 2012–2018.

5.1 Souhrnná analýza nákladů a výnosů v letech 2012–2018

Každá nezisková organizace vytváří při své činnosti náklady, ale stejně tak získává výnosy. Prosperující organizace s efektivním fundraisingem se pozná právě podle toho, jak dokáže hospodařit s financemi, zda výnosy za daný rok pokrývají náklady, zda je organizace schopna si vytvořit rezervní fond, který by bylo možné využít pro mimořádné situace (zvýšení zaručených minimálních mezd), dále pak pro financování rozšiřujících služeb pro klienty, které není možné financovat z dotací (rozvoj schopností v oblasti chování, tzv. soft skills).

Iskérka o.p.s. získává finanční zdroje ze strany:

- ministerstva práce a sociálních věcí (MPSV) prostřednictvím Zlínského kraje,
- města, obcí,
- firemních a individuálních dárců,
- benefičních akcí,
- vlastní hospodářské činnosti,

- Evropské unie, Evropského sociálního fondu, operačního programu Zaměstnanost (Iskérka o.p.s. [online], 2020).

V následující tabulce 1 je uvedeno, s jakými finančními situacemi se Iskérka o.p.s. potýkala v letech 2012–2018. Jedná se o celkový součet činnosti hlavní i hospodářské. Do nákladů spadají - spotřebované nákupy (spotřeba materiálu, spotřeba energie), služby (opravy a udržování, náklady na cestovné, náklady na reprezentaci, ostatní služby), osobní náklady (mzdové náklady, zákonné sociální pojištění, ostatní sociální pojištění, zákonné sociální náklady, ostatní sociální náklady), daně a poplatky (daň silniční), ostatní náklady (smluvní pokuty, úroky z prodlení, ostatní pokuty a penále, odpis nedobytné pohledávky – taková pohledávka, kdy podnikatel ztratil naději na její zaplacení), nákladové úroky, kursové ztráty, dary, manka a škody, jiné ostatní náklady), odpisy, prodaný majetek, tvorba a použití rezerv a opravných položek (odpisy dlouhodobého majetku, prodaný dlouhodobý majetek, prodané cenné papíry a podíly, prodaný materiál).

Do výnosů pak spadají - provozní dotace, přijaté příspěvky (přijaté příspěvky zúčtované mezi organizačními složkami, dary, přijaté členské příspěvky), tržby za vlastní výkony a za zboží, ostatní výnosy (smluvní pokuty, úroky z prodlení, ostatní pokuty a penále, platby za odepsané pohledávky, výnosové úroky, kursové zisky, zúčtování fondů, jiné ostatní výnosy), tržby z prodeje majetku (tržby z prodeje dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku, tržby z prodeje cenných papírů a podílů, tržby z prodeje materiálu, výnosy z krátkodobého finančního majetku, výnosy z dlouhodobého finančního majetku).

Iskérka o.p.s. se nesetkává se všemi zmíněnými podoblastmi týkající se nákladů a výnosů, to bude patrné z grafů a tabulek, které jsou umístěny dále v textu. Srovnání nákladů, výnosů a vytvořených rezerv v analyzovaných letech ukazuje následující tabulka 1 a graf 1.

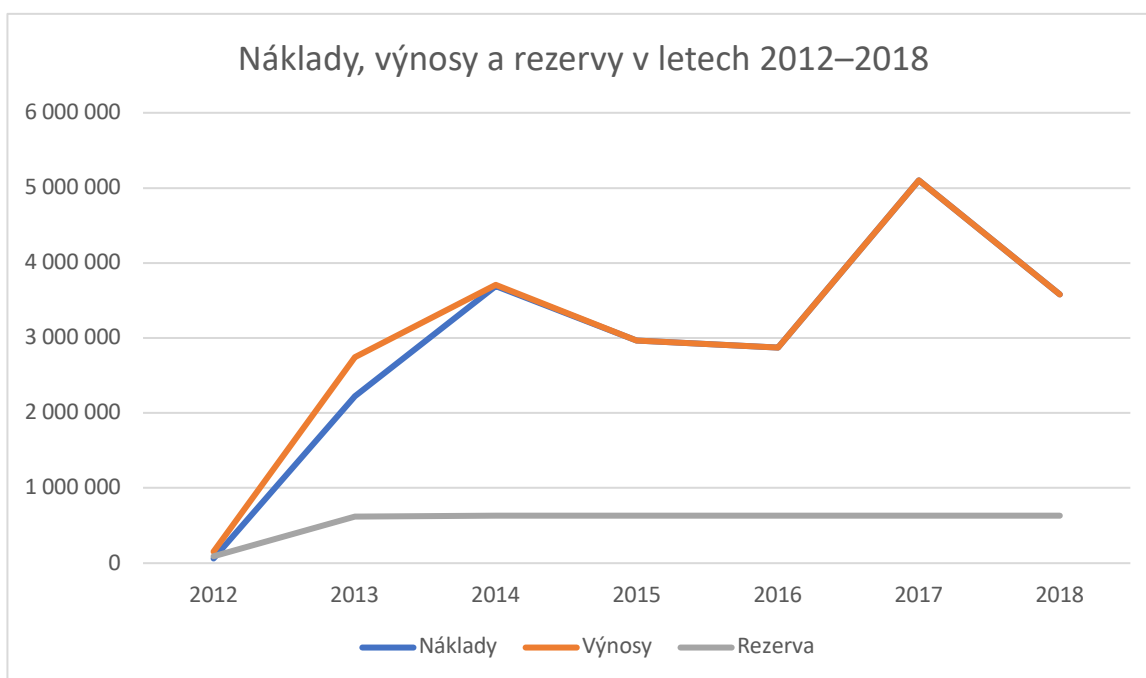
Tabulka 1: Náklady a výnosy v letech 2012–2018 (v Kč)

Rok	Náklady	Výnosy	Rezerva
2012	61 995	153 798	91 803
2013	2 220 000	2 746 000	526 000
2014	3 695 000	3 710 000	15 000
2015	2 967 000	2 967 000	0
2016	2 869 000	2 869 000	0
2017	5 100 000	5 100 000	0
2018	3 583 000	3 583 000	0

Zdroj: Vlastní zpracování dle výročních zpráv z let 2012–2018

Ve všech letech výnosy bezproblému pokryly náklady. V letech 2012–2014 si organizace vytvořila poměrně velké rezervy. Za rok 2012 to dělá 91 803 Kč, za rok 2013 je to 526 000 Kč a za rok 2014 rezervy tvoří 15 000 Kč. V přepočtu si za tyto tři roky organizace dokázala vytvořit rezervy ve výši 632 803 Kč. V letech 2015-2018 organizace nevytvořila žádné nové rezervy, náklady a výnosy byly v naprosto stejných hodnotách. V rezervním fondu organizace se tedy vyskytuje 632 803 Kč za roky 2012–2018. V žádném roce se nestalo, že by náklady celkem z hlavní a hospodářské činnosti byly vyšší než výnosy celkem z hlavní a hospodářské činnosti. Z tabulky 1 a grafu 1 je tedy patrné, že Iskérka o.p.s. má poměrně dobře zvládnutý fundraising. Jedná se o prosperující organizaci, jejíž fundraising je efektivní a rozpočtování provádí osoba kompetentní a kvalifikovaná.

Graf 1: Náklady, výnosy a rezervy v letech 2012–2018 (v Kč)



Zdroj: Vlastní zpracování dle výročních zpráv z let 2012–2018

5.1.1 Hospodaření a inovace v letech 2012–2018

Jak již bylo uvedeno výše, celkové výnosy s přehledem pokrývají náklady, které se během roku průběžně vytvářejí. Jak je možné, že se Iskérka o.p.s. neustále rozvíjí a její hospodaření je efektivní? Iskérka o.p.s. v průběhu analyzovaných let měla snahu inovovat fundraisingové metody, jednoduše řečeno, šla s dobou a využívá moderní techniky, které lze zužitkovat právě při řízení financí.

V roce 2012 Iskérka o.p.s. podala žádost na Integrovaný operační program (IOP) Strukturálních fondů Evropské unie. Cílem bylo, aby organizace získala finanční prostředky k tomu, aby mohla zakoupit nemovitost, kterou by následně mohla zrekonstruovat, aby tak vzniklo pro organizaci vhodné zázemí. Vidinou byla bezbariérová ubytovací služba. Žádost byla schválena, ale vzhledem k tomu, že by vzniklá smlouva nebyla z důvodu nevýhodnosti pro Iskérku o.p.s. příznivá, podepsána nebyla a od smlouvy se odstoupilo. Během roku 2012 se Iskérka o.p.s. rozhodla poskytovat doplňkové služby, které by sice vytvořily zisk, ale ten by byl následně investován na podporu činnosti hlavní. Hospodářskou činnost tvoří šití na zakázku, opravy oděvů, osobní doprava (Iskérka o.p.s. prostřednictvím daru zakoupila devítimístný osobní automobil, který se rozhodla za cenovou úplatu pronajímat) a pronájem prostorů. Započala rekonstrukce domu, která pokračovala i v roce 2013 a dodnes je tato budova zázemím Iskérky o.p.s.

V roce 2014 se hospodářská situace stabilizovala, a tak se zaměstnanci zaměřili na neustálé zkvalitňování poskytované služby. V tomto roce vznikly nové pracovní pozice. Vytvořil se prostor pro pozici, která by se zabývala řízením a získáváním finančních i nefinančních prostředků–fundraiser. Dále se pak vytvořila pozice ekonoma a manažera a vedoucího sociální služby. Práce s rozpočtem tak nabyla nových rozměrů. Pravidelně se sledoval průběh a stav hospodaření, což napomáhalo k zefektivnění fundraisingu. Na rok 2015 se naplánoval systém controllingu, prostřednictvím kterého by se průběžně kontroloval chod organizace a naplňování jejího plánu. Organizace se zapojila do projektu Prevencí proti sociálnímu vyloučení ve Zlínském kraji. Tato veřejná zakázka měla za cíl pomoci při začlenění lidí s duševním onemocněním do ekonomického, sociálního a kulturního života a pomoci úspěšně navrátit tyto lidi na trh práce. Zajistila finanční prostředky, které se využívaly během celého roku a napomohly k zlepšování organizace. Dále se organizace stala součástí projektu Zapojení peer konzultantů do péče o duševně nemocné, které je financováno z Evropského sociálního fondu prostřednictvím Operačního programu Lidské zdroje a zaměstnanost a státního rozpočtu ČR. Peer konzultanti jsou pracovníci, kteří mají nebo v minulosti měli osobní zkušenost s duševní nemocí. Tito lidé dokáží duševně nemocným lépe porozumět

Hospodářská situace byla v roce 2015 stabilizována. Systém controllingu se ukázal jako velmi zdárný, díky tomu fundraiser může bez problému sledovat plnění rozpočtu a hospodářský vývoj organizace. Díky systému controlling je možné sledovat vývoj a růst nákladů, např. když organizace získá finance prostřednictvím daru, obratem se může tato změna zavést do systému controllingu a lépe se pak dá orientovat v tom, jestli organizace plní předem stanovený

rozpočet, či vybočuje. Pokud vybočuje, ihned může reagovat patričným opatřením. V tomto roce se založil rezervní fond a finance v něm uložené se využívají při mimořádných situacích. Organizace klade obrovský důraz na neustálé vzdělávání pracovníků, a to z toho důvodu, aby byla poskytována služba co nejvíce odborná a kvalitní.

V roce 2016 si Iskérka o.p.s. zakoupila licenci účetnictví pro neziskové organizace. Díky tomu mají kompetentní osoby jasnou představu a přehled o tom, jakým směrem se organizace ubírá. Zda dochází k plnění rozpočtu, do čeho si může dovolit investovat či nikoliv.

Roku 2017 a 2018 nedošlo ke zvláštním inovacím, co se týče hospodaření organizace. Systém controllingu se osvědčil natolik, že nebyla potřeba nových inovací.

5.2 Podrobná analýza celkových nákladů v letech 2012–2018

Aby byla analýza co možná nejkonkrétnější, je potřeba jednotlivé roky více přiblížit. K tomu dopomůže tabulka 2, ve které se vyskytují konkrétní částky a způsoby, do čeho přesně Iskérka o.p.s. v jednotlivých letech investovala. Tyto částky jsou pro lepší představu také převedeny na procenta. V každém analyzovaném roce je nejvyšší procento uvedeno u osobních nákladů. Tzn., že Iskérka o.p.s. utratí největší sumu za mzdové náklady (ty mohou souviset s růstem zaručených minimálních mezd), zákonné sociální pojištění, ostatní sociální pojištění, zákonné sociální náklady a ostatní sociální náklady. V oblasti daně a poplatky lze vidět průběžný pokles částky, což souvisí s daňovými úlevami pro neziskové organizace.

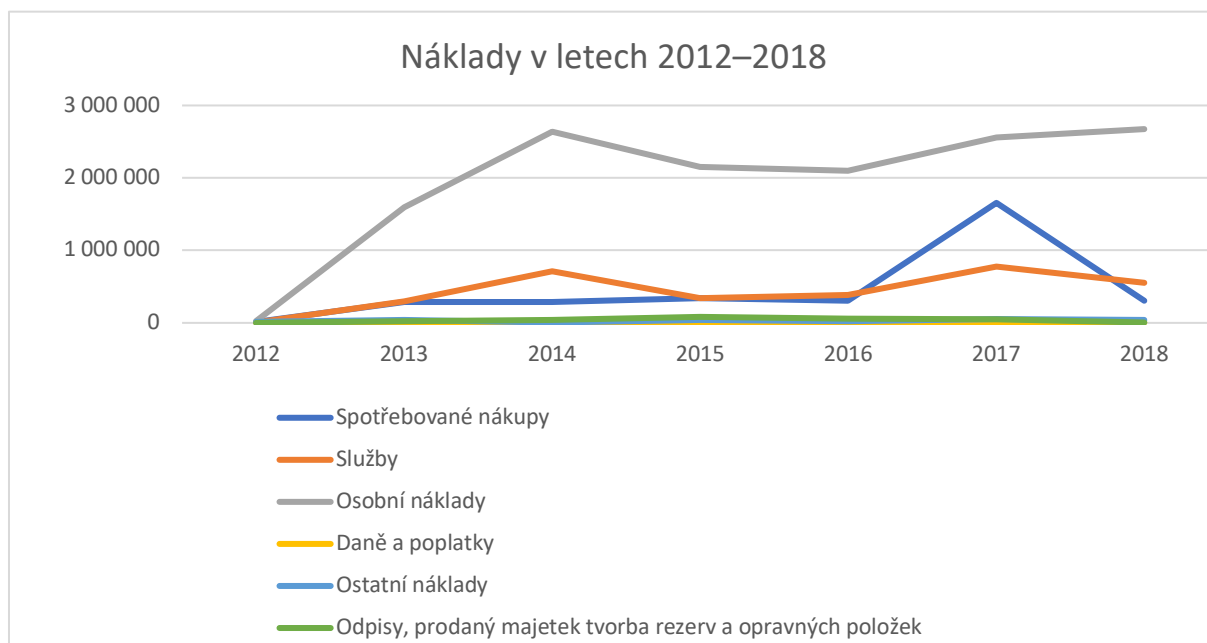
Tabulka 2: Celkové náklady v letech 2012–2018 (v Kč)

Rok	Spotřebované nákupy	Služby	Osobní náklady	Daně a poplatky	Ostatní náklady	Odpisy, prodaný majetek, tvorba rezerv a opravných položek
2012	13 541 22 %	5 490 9 %	25 444 41 %	6 740 11 %	10 780 17 %	0 0 %
2013	284 000 13 %	295 000 13 %	1 594 000 71 %	7 000 0 %	39 000 2 %	22 000 1 %
2014	291 000 8 %	716 000 19 %	2 639 000 72 %	4 000 0 %	5 000 0 %	40 000 1 %
2015	345 000 12 %	345 000 12 %	2 149 000 72 %	6 000 0 %	39 000 1 %	83 000 3 %
2016	303 000 11 %	385 000 13 %	2 095 000 73 %	4 000 0 %	27 000 1 %	55 000 2 %
2017	1 656 000 33 %	777 000 15 %	2 561 000 50 %	0 0 %	53 000 1 %	53 000 1 %
2018	309 000 9 %	552 000 15 %	2 674 000 75 %	2 000 0 %	40 000 1 %	6 000 0 %

Zdroj: Vlastní zpracování dle výročních zpráv z let 2012–2018

Vývoj jednotlivých oblastí společných nákladů jak z hlavní činnosti, tak z hospodářské činnosti je znázorněn na grafu 2. Osobní náklady jsou v analyzovaných letech kontinuálně v nejvyšších rovinách.

Graf 2: Vývoj celkových nákladů v letech 2012–2018 (v Kč)



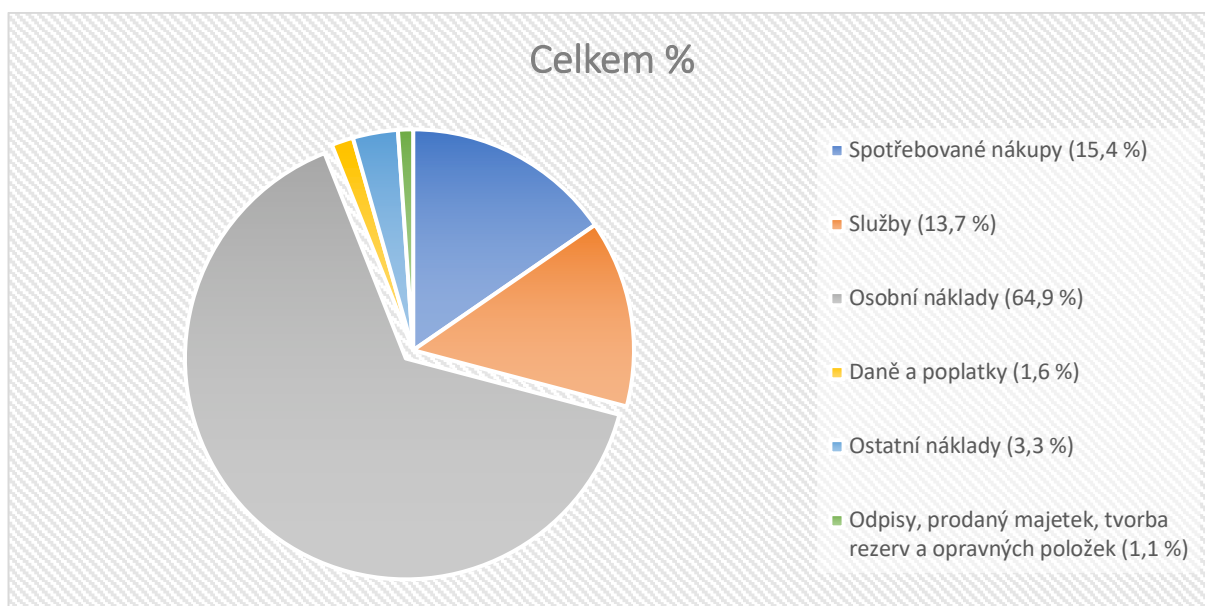
Zdroj: Vlastní zpracování dle výročních zpráv z let 2012–2018

Na grafu 3 jsou znázorněny celkové náklady v procentuálním zastoupení. Za roky 2012–2018 největší část celkových nákladů z činnosti hlavní i hospodářské tvořily osobní náklady v zastoupení 64,9 %. Jak již bylo uvedeno výše, u neziskových organizací osobní náklady tvoří především náklady spojené se mzdami. Minimální mzda se od roku 1991, kdy byla zavedena, neustále vyvíjí a roste. V průběhu analyzovaných let minimální mzda v roce 2013 tvořila 8 500 Kč. Od roku 2015 až dodnes se minimální mzda neustále zvyšuje. V roce 2016 tvořila 9 900 Kč, v roce 2017 to pak bylo 11 000 Kč a v roce 2018 se částka zvedla na 12 200 Kč. Dnes minimální mzda tvoří 14 600 Kč (Ministerstvo práce a sociálních věcí [online], 2020). Vzhledem k růstu a vývoji minimálních mezd se zvyšují i osobní náklady neziskové organizace související se mzdami.

Na druhém místě tvořící náklady v letech 2012–2018 stojí spotřebované nákupy, v procentuálním zastoupení 15,4 %. Do kategorie spotřebovaných nákupů spadá spotřeba energie a spotřeba materiálu. Jedná se tedy o materiální investice, které jsou nutné pro plynulý chod organizace. Třetím zástupcem tvořící celkové náklady jsou služby, mezi které se řadí zejména opravy a udržování, náklady na cestovné, náklady na reprezentaci a ostatní služby. Další v pořadí jsou náklady ostatní, které tvoří v rozmezí analyzovaných let 3,3 %. Konkrétně

to jsou smluvní pokuty, úroky z prodlení, ostatní pokuty a penále, odpis nedobytné pohledávky. 1,6 % tvoří daně a poplatky, kam spadá především daň silniční, která souvisí se zakoupením devítimístné dodávky, kterou pak organizace dále pronajímá veřejnosti. Pokud je automobil využíván se záměrem podnikání, je potřeba se k dani silniční registrovat a platit ji. Nejmenším procentem celkových nákladů tvoří odpisy, prodaný majetek, tvorba rezerv a opravných položek, které tvoří 1,1 % za léta 2012–2018.

Graf 3: Celkové náklady v letech 2012–2018 (v %)



Zdroj: Vlastní zpracování dle výročních zpráv z let 2012–2018

5.3 Podrobná analýza celkových výnosů v letech 2012–2018

Stejným způsobem, jako byly výše analyzovány celkové náklady, je potřeba analyzovat i celkové výnosy v rozmezí let 2012–2018. Každá nezisková organizace potřebuje tvořit výnosy v takovém měřítku, aby bez problému pokryly náklady související s celkovým chodem organizace, a aby si organizace v tom nejlepším případě dokázala vytvořit rezervy, které by v budoucnu mohla využívat. Nyní bude analýza zaměřena na celkové výnosy bez rozlišování jednotlivých činností hlavní a hospodářské. Analýzou činnosti hlavní a činnosti hospodářské se bude tato práce zabývat v nadcházejících podkapitolách dále v textu.

Na následující tabulce 3 jsou znázorněny jednotlivé částky výnosů z jednotlivých analyzovaných let. U každé částky je rovněž uvedeno procentuální zastoupení této částky v rámci jednoho roku.

Tabulka 3: Výnosy v letech 2012–2018 (v Kč)

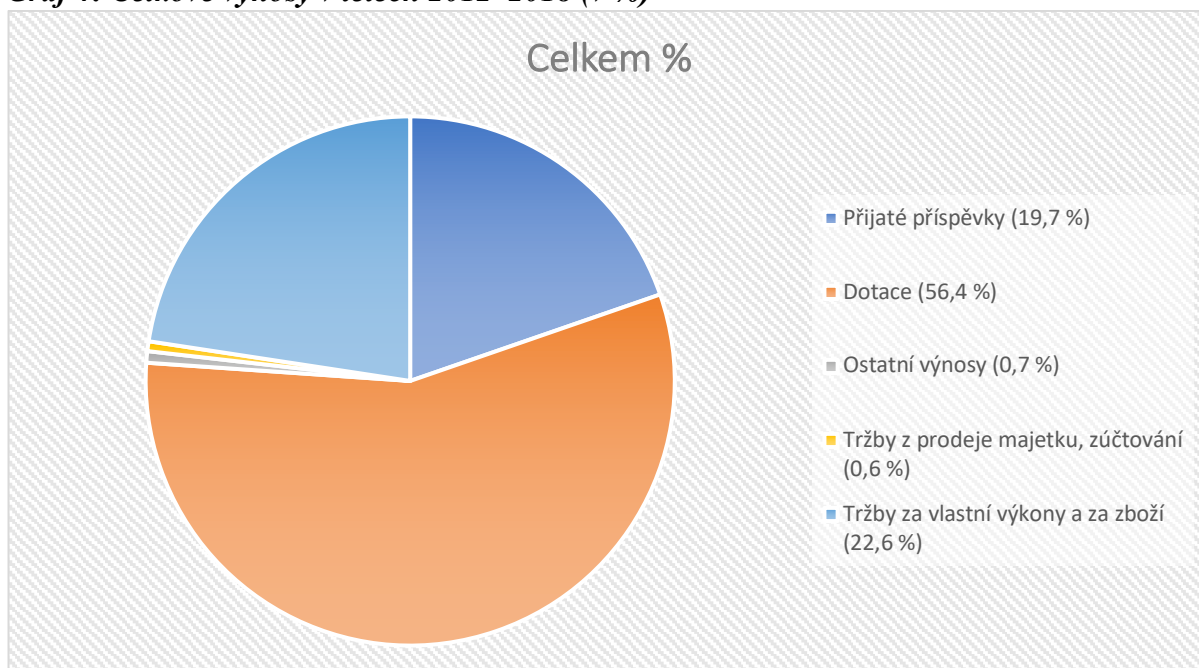
Rok	Přijaté příspěvky	Dotace	Ostatní výnosy	Tržby z prodeje majetku, zúčtování	Tržby za vlastní výkony a za zboží
2012	100 000 65 %	0 0 %	0 0 %	0 0 %	53 798 35 %
2013	662 000 24 %	720 000 26 %	79 000 3 %	0 0 %	1 285 000 47 %
2014	422 000 11 %	736 000 20 %	9 000 0 %	0 0 %	2 543 000 69 %
2015	482 000 16 %	2 346 000 79 %	1 000 0 %	70 000 3 %	68 000 2 %
2016	103 000 4 %	2 681 000 93 %	2 000 0 %	0 0 %	83 000 3 %
2017	386 000 8 %	4 578 000 90 %	27 000 0 %	60 000 1 %	49 000 1 %
2018	354 000 10 %	3 131 000 87 %	56 000 2 %	0 0 %	42 000 1 %

Zdroj: Vlastní zpracování dle výročních zpráv z let 2012–2018

Je patrné, že za rok 2012 většinu výnosů tvořily přijaté příspěvky (dary), díky kterým měla organizace možnost se odrazit ode dna a začít organizaci rozvíjet a zdokonalovat, konkrétně se jednalo o 65 % z celkových výnosů za tento rok. Zbylých 35 % tvořily tržby za vlastní výkony a za zboží celkem. V roce 2013 rapidně vzrostly tržby za vlastní výkony, oproti předešlému roku, tvořily 47 % z celkových výnosů za tento rok. Dotace tvořily 26 %, přijaté příspěvky oproti minulému roku vzrostly, ostatní výnosy tvořily 3 %. V roce 2014 tržby za vlastní výkony a za zboží tvořily nadpoloviční částku výnosů, a tedy 69 %. Dotace tvořily 20 %, tedy byly o něco málo nižší, než v předešlém roce a přijaté příspěvky tvořily 11 %, rovněž nižší než v roce předešlém.

Od roku 2015 již dotace tvořily nejvyšší částku z celkových výnosů, a to z toho důvodu, že organizaci začala podporovat Evropská unie a MPSV prostřednictvím Zlínského kraje. Od roku 2016 byly dotace ze strany Evropské unie především prostřednictvím projektu Podpora a rozvoj vybraných sociálních služeb ve Zlínském kraji. Projekt se zaměřuje na rozšíření a zvýšení kapacity ambulantních i terénních služeb. Za dotacemi, které tedy od roku 2015 tvořily drtivou většinu celkových výnosů, se na druhém místě vyskytly přijaté příspěvky, které jsou pro organizaci důležitým zdrojem výnosů.

Graf 4: Celkové výnosy v letech 2012–2018 (v %)



Zdroj: Vlastní zpracování dle výročních zpráv z let 2012–2018

V grafickém znázornění (graf 4) jsou vyobrazeny průměrné hodnoty jednotlivých kategorií, uvedeny v procentech během analyzovaných let. Za roky 2012–2018 tvoří přijaté příspěvky průměrně 19,7 % z celkových výnosů během těchto analyzovaných let. Dotace tvoří průměrně 56,4 %, tržby za vlastní výkony a za zboží tvoří průměrně 22,6 %, ostatní výnosy 0,7 %, tržby z prodeje majetku, zúčtování tvoří průměrně za tyto léta 0,6 %.

Z těchto průměrných hodnot vyplývá, že organizace získává výnosy v nejvyšších hodnotách z dotací. Dotace organizace získává ze strany Evropské unie, MPSV prostřednictvím Zlínského kraje, Sdružení Mikroregion Rožnovsko, města Valašské Meziříčí, města Zubří, města Frenštát pod Radhoštěm, obce Poličná, obce Zašová, obec Mořkov, obec Vidče atd. Dotace dosáhly nejvyššího vrcholu v roce 2017, kdy tvořily částku 4 578 000 Kč, tedy 90 % z celkových výnosů za tento rok.

Tržby za vlastní výkony a za zboží, kam spadá např. prodej vlastních výrobků, jsou průměrně v analyzovaných letech výnosů na druhém místě. Vlastní tvorbou se klienti sami podílejí na chodu organizace, zároveň se zdokonalují v různých technikách, které během tvorby aktivně využívají. Tyto výrobky, zboží jsou pak nabídnuty potencionálním podporovatelům prostřednictvím webových stránek, na nejrůznějších akcích, které buď pořádá sama Iskérka o.p.s., nebo kterých se účastní, např. Dny sociálních služeb, které organizovalo město Rožnov pod Radhoštěm a jednalo se o jarmark neziskových organizací v oblasti sociální, shromáždilo se tak na jednom místě poměrně dost neziskových organizací zaměřených na

sociální služby a veřejnost se tak měla možnost informovat o jednotlivých zařízeních. Nejvyšší částky z kategorie tržby za vlastní výkony a za zboží během analyzovaných let dosáhly v roce 2014 do výše 2 543 000 Kč, tedy 69 % z celkových výnosů za tento rok.

Na třetím místě pak stojí přijaté příspěvky, v kterých hrají významnou roli individuální či firemní dárci. V roce 2013 získala Iskérka o.p.s. prostřednictvím přijatých příspěvků 662 000 Kč, tedy 24 % z celkových výnosů v tomto roce. Na místě čtvrtém stojí ostatní výnosy, které tvoří v průměru 0,7 % z celkových výnosů během let 2012–2018. Ostatní výnosy dosáhly vrcholu v roce 2013 s částkou 79 000 Kč (3 % z celkových výnosů v tomto roce). Tržby z prodeje majetku a zúčtování se vyskytuje na posledním místě, průměrně tvoří za tyto léta 0,6 %. Nejvyšší částky dosáhly tržby z prodeje majetku a zúčtování v roce 2015 s částkou 70 000 Kč, které tvoří 3 % z celkových výnosů v tomto roce.

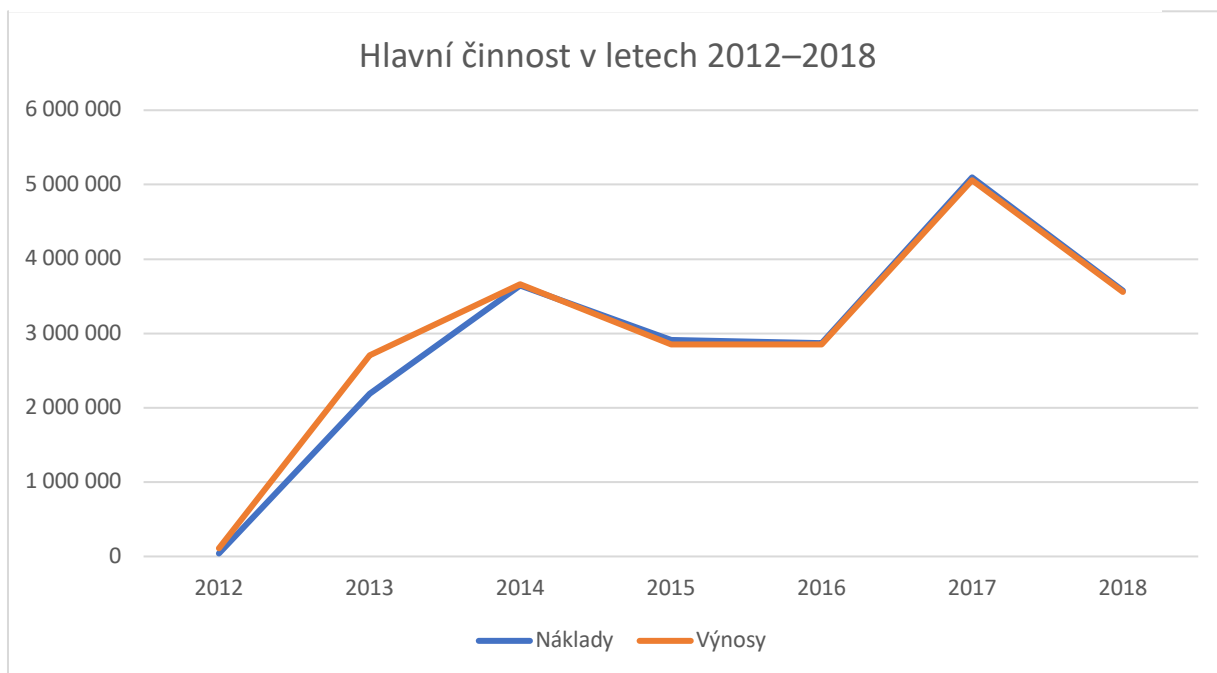
5.4 Analýza hlavní činnosti v rozmezí let 2012–2018

Hlavní činnosti Iskérky o.p.s. vycházejí z jejich předem stanovených cílů, z důvodů, z jakého byla tato organizace vytvořena. Hlavní činnost se tedy skládá z podpory občanů v zájmu naplnění jejich lidských práv, podpora občanů zdravotně postižených, podpora zlepšení kvality jejich života a rozvoj zdravotně sociální péče, sociální služby a sociální podnikání, které má však za cíl vytvořený zisk investovat zpět na podporu a rozvoj organizace.

Na následujícím grafu 5 a tabulce 4 je znázorněn vývoj hlavní činnosti během analyzovaných let. Z grafu a tabulky je patrné, že náklady z hlavní činnosti jsou nižší než výnosy v letech 2012 o 72 804 Kč, 2013 o 509 000 Kč, 2014 o 15 000 Kč. Situace, kdy náklady z hlavní činnosti byly vyšší, než výnosy z hlavní činnosti jsou léta 2015 o 132 946 Kč, 2016 o 18 000 Kč, 2017 o 38 000 Kč a v roce 2018 o 24 000 Kč. Z těchto údajů je zjevné, že v případě, kdy by se organizace spoléhala pouze na situaci, že by výnosy z hlavní činnosti pokryly náklady z hlavní činnosti, neprosperovala by, nýbrž by byla mnohdy v mínusu. V takové situaci by mohla vznikajícím růstem nákladů zabránit použitím rezervy, která se vytvořila v letech 2012–2014, kdy z rozdílu náklady versus výnosy z hlavní činnosti je v plusu 596 804 Kč. Za léta 2015–2018 nasbírala dluh 212 946 Kč, z čehož vyplývá, že by mohla tento rozdíl pokrýt rezervami z předešlých let a ještě by organizaci zbyly rezervy v hodnotě 383 856 Kč. Fundraising by ale byl poměrně neefektivní, jelikož v posledních čtyřech letech výnosy nepokryly náklady. Z toho důvodu neziskové organizace vedle činnosti hlavní, vykonávají i činnost hospodářskou (vedlejší), která jim vytváří zisk a ten je následně použit pro

podporu činnosti hlavní. Stabilizuje se tak hospodářská situace a organizace má větší možnost prosperovat a vytvářet rezervy.

Graf 5: Hlavní činnost v letech 2012–2018 (v Kč)



Zdroj: Vlastní zpracování dle výročních zpráv z let 2012–2018)

V tabulce 5 jsou uvedeny konkrétní částky týkající se nákladů a výnosů z hlavní činnosti. V tabulce je uveden také rozdíl mezi těmito hodnotami, a to z toho důvodu, aby bylo patrné, v kterých letech byly náklady nižší než výnosy, a v kterých letech byly náklady vyšší než výnosy a o kolik.

Tabulka 4: Náklady a výnosy z hlavní činnosti v letech 2012–2018 (v Kč)

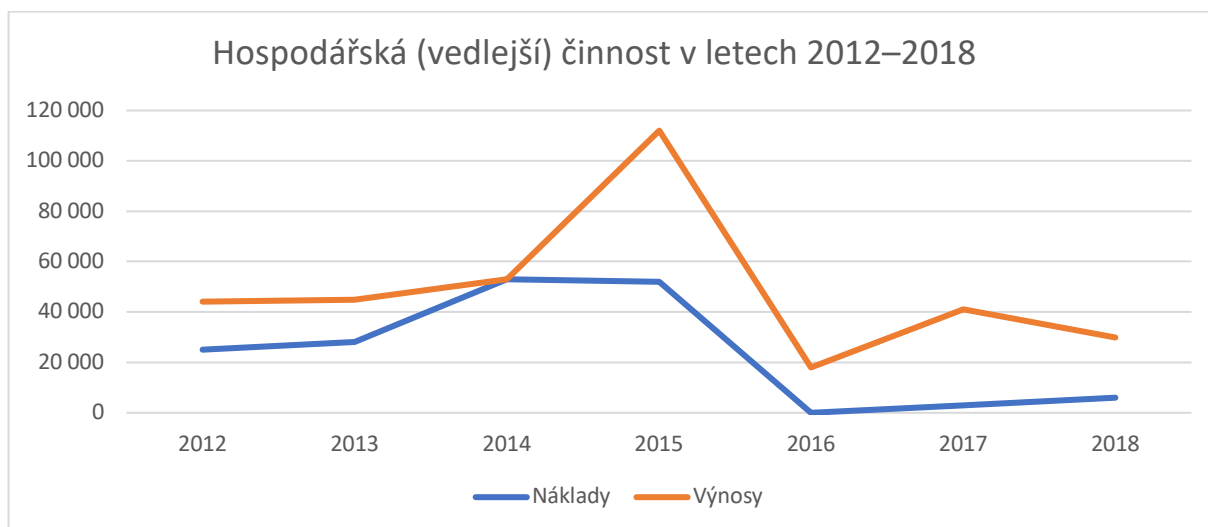
Rok	Náklady	Výnosy	Rozdíl
2012	36 946	109 750	+72 804
2013	2 192 000	2 701 000	+509 000
2014	3 642 000	3 657 000	+15 000
2015	2 915 000	2 855 000	-60 000
2016	2 869 000	2 851 000	-18 000
2017	5 097 000	5 059 000	-38 000
2018	3 577 000	3 553 000	-24 000

Zdroj: Vlastní zpracování dle výročních zpráv z let 2012–2018

5.5 Analýza hospodářské činnosti v rozmezí let 2012–2018

Pod hospodářskou činností spadá šití na zakázku, oprava oděvů, pronajímání osobního devítimístného auta včetně plošiny pro osoby s fyzickým handicapem a pronájem místností v sídle Iskerky o.p.s. Automobil byl zakoupen od organizace Kamarád o.p.s., která působí ve městě Rožnov pod Radhoštěm a poskytuje sociálně terapeutické dílny.

Graf 6: Hospodářská činnost v letech 2012–2018 (v Kč)



Zdroj: Vlastní zpracování dle výročních zpráv z let 2012–2018

Z grafu 6 je patrné, že výnosy z hospodářské činnosti jsou permanentně vyšší než náklady z hospodářské činnosti, což znamená, že pro organizaci je velmi výhodné vedle činnosti hlavní poskytovat i činnost hospodářskou. Je tedy zřejmé, že hospodářská činnost je pro organizaci důležitým a nezanedbatelným příjmem, díky kterému se podporuje činnost hlavní. Konkrétní částky nákladů a výnosů z hospodářské činnosti lze vidět v tabulce 5.

Tabulka 5: Náklady a výnosy z hospodářské činnosti v letech 2012–2018 (v Kč)

Rok	Náklady	Výnosy
2012	25 049	44 048
2013	28 000	45 000
2014	53 000	53 000
2015	52 000	112 000
2016	0	18 000
2017	3 000	41 000
2018	6 000	30 000

Zdroj: Vlastní zpracování dle výročních zpráv z let 2012–2018

5.6 Fundraisingové metody, strategie

5.6.1 Propagace prostřednictvím internetových stránek

Organizace má velmi propracované webové stránky, kde hned při vstupu na hlavní stránku je možnost darovat libovolný finanční obnos, který lze zaslat prostřednictvím stránky darujme.cz, která nabízí potencionálnímu podporovateli bezpečnou cestu při zasílání daru. Lze zvolit dar jednorázový, měsíční, popř. roční. Na webových stránkách lze dohledat všechny potřebné aktuální informace, které poskytnou celistvé obrázek o organizaci. Potencionální podporovatel se tímto způsobem může dozvědět o poslání organizace, aniž by s ní někdy přišel do kontaktu tváří v tvář, a tak se může rozhodnout, zda organizaci podpoří či nikoliv. Organizace spravuje také stránku na facebooku, kde pravidelně přidává nové informace, nadcházející události, různé odkazy na zajímavé články či videa týkající se především otázek duševního zdraví apod.

5.6.2 Mediální partnerství

Iskérka o.p.s. navázala spolupráci s několika partnery, s kterými se po vzájemné dohodě oboustranně propagují a prezentují. Konkrétně se jedná o TV Beskyd, což je regionální televize, která poskytuje informace obyvatelům z oblasti Beskyd. Dalším mediálním partnerem je Spektrum Rožnovska, což jsou městské noviny města Rožnov pod Radhoštěm, které vycházejí jednou za měsíc a pravidelně vydává na svých webových stránkách o organizaci Iskérka o.p.s. články, popř. poskytuje i prostor pro psaní blogu s názvem Zalepit duši. Dále pak Iskérka o.p.s. spolupracuje s novinami z oblasti Valašska, které nesou název Valašské internetové noviny. A v neposlední řadě je jejím mediálním partnerem Informační centrum Rožnov pod Radhoštěm. Mediální partnerství je pro neziskové organizace velmi přínosným způsobem vzájemné propagace, především z toho důvodu, že se veřejnosti prostřednictvím televize, popř. novin, dostane povědomí o dané organizaci a ta pak nemusí mít tolik práce se sebepropagací. TV Beskyd při významných událostech Iskérky o.p.s. natáčí reportáže z těchto akcí a veřejnost tak získává přehled a nové informace o organizaci. Dokonce se píše o Iskérce o.p.s. i v měsíčních novinách přilehlých obcí, jako např. v novinách obce Zašová, kde o této organizaci bývá tu a tam zmínka, aby měli přehled i občané staršího věku, kteří např. nemají možnost získat tyto informace na internetu.

5.6.3 Partnerské organizace

Další důležitou částí jsou partnerské organizace. Jedná se o Městskou knihovnu města Rožnov pod Radhoštěm, s kterou organizace mnoho let spolupracuje. V podkroví knihovny, která je určena pro konání nejrůznějších přednášek apod., probíhají např. akce jako Týdny pro duševní zdraví. Týdny pro duševní zdraví byly zrealizovány proto, aby mohla být veřejnost informována o problematice duševního zdraví a seznámena s duševními nemocemi, průběhem, léčbou a možnou pomocí. Cílem těchto pravidelných akcí je, aby společnost byla řádně informována, seznámena s touto problematikou, aby duševně nemocní lidé byli veřejností lépe chápáni. Iskérka o.p.s. má rovněž partnera mezinárodního, a tím je holandská organizace De Boei, o které již v této práci zmínka byla.

5.6.4 Vlastní výrobky

Jak již bylo v tomto textu několikrát zmíněno, klienti za pomoci pracovníků vytvářejí nejrůznější vlastní výrobky, mezi které patří např. přání k nejrůznějším příležitostem, šité výrobky apod., které se následně prodávají široké veřejnosti. Iskérka o.p.s. navázala spolupráci s několika místními obchůdky, ve kterých se pak tyto výrobky prodávají. Mezi prodejní místa ve městě Rožnov pod Radhoštěm patří např. Krámk s keramikou, Bio prodejna Zrnko, Farní knihkupectví, v ateliéru sebevzdělávání Slunečnice. Prodejní místa se nevyskytují pouze ve městě, kde Iskérka o.p.s. sídlí, ale také např. v Praze v neziskové organizaci Via Rozeta pracující s mentálně postiženými lidmi a v Galerii Vážka. Dalším městem je Brno, konkrétně v katolickém knihkupectví Donum. Dalším městem jsou Valašské Klobouky, v rodinném centru Kaštánek a v Informačním centru Zvonice Soláň.

5.6.5 Dokumentární film

Režisér, scénárista a producent Jan Hubáček režíroval dokumentární film o neziskové organizaci Iskérka o.p.s. s názvem Zalepit duši. Premiéra filmu proběhla v kině Panorama ve městě Rožnov pod Radhoštěm v roce 2012.

5.7 Zhodnocení hospodaření organizace Iskérka o.p.s.

Důkazem toho, že má Iskérka o.p.s. dobře zorganizovaný a efektivní fundraising, je fakt, že se organizace ani v jednom z analyzovaných let nevyskytla v situaci, kdy by se potýkala s nedostatkem financí, kdy by náklady nutné na chod organizace byly vyšší než výnosy.

V letech 2012–2014 byly výnosy vyšší o tolik, že organizace měla možnost si vytvořit rezervy ve výši 632 803 Kč a za roky 2015–2018 náklady byly ve stejných hodnotách jako výnosy, tudíž organizaci zůstaly v rezervním fondu finance za roky 2012, 2013 a 2014. Organizace nemusí pořád benefiční akce apod., jelikož si vystačí s financemi, které získává z dotací, přijatých příspěvků, resp. darů, ostatních výnosů, tržby z prodeje majetku a tržby za vlastní výkony a za zboží. Iskérka o.p.s. je tedy prosperující organizací

Důležitým zjištěním je i fakt, že organizace má poměrně velký příjem z činnosti hospodářské, tedy vedlejší a výnos z této činnosti putuje na podporu činnosti hlavní. Hospodářskou činnost tvoří z velké části opravy oděvů a šití na zakázku, švadlena se snaží šít moderní a líbivé věci, které mohou oslovit mnoho lidí.

6 Návrhy na zefektivnění fundraisingu Iskérky o.p.s.

Z výše uvedené analýzy fundraisingu Iskérky o.p.s. je patrné, že fundraising je efektivní, organizaci se daří velmi dobře, prosperuje. Z toho důvodu bude v následujícím textu uvedena podrobná deskripce akce Den otevřených dveří Iskérka o.p.s., kterou by organizace mohla využít pro upevnění vztahů se stálými podporovateli a zároveň tak může získat podporovatele nové. Nejedná se tedy o akci, při které by organizace získala konkrétní vysoké částky finančních zdrojů, avšak jde spíše o tvorbu přízně, dobrého jména, dobré pověsti, reprezentaci a osvětu.

6.1 Podrobný program Dne otevřených dveří Iskérka o.p.s.

Akce se bude konat o víkendu v sobotu. Je to ideální den, kdy mohou organizátoři akce předpokládat, že většina lidí cílové skupiny nebudou v práci a budou mít tak čas se akce zúčastnit. Akce začne v 13:00 hod. a předpokládaný konec v 17:00 hod. a bude se odehrávat ve vnitřních i venkovních (podle počasí) prostorech Iskérky o.p.s. Předpokládaný počet účastníků bude okolo 30-40 lidí. Program bude zaměřen na aktivity, kterými se organizace skutečně zabývá, účastníci si tak budou moci lépe představit, jak to v ní funguje.

Cílem akce bude především osvěta. Organizace se pokusí obeznámit veřejnost s problematikou duševních nemocí, aby měla pro duševně nemocné lidi větší pochopení. Dalším dílčím cílem je reprezentace organizace. Organizátoři poskytnou podrobné informace veřejnosti o své činnosti, tímto způsobem přirozeně utvrdí stálé podporovatele v tom, že má obrovský smysl tuto organizaci podporovat a zároveň může oslovit řadu nových potencionálních podporovatelů.

Program akce nebude mít poměrně volný nenucený průběh, bude se pracovat s aktuální atmosférou a náladou účastníků. Půjde především o to, aby si akci všichni užili a měli pocit příjemně prožitého dne.

6.1.1 Příprava

Je nezbytností, aby veřejnost věděla o události dostatečně předem. Proto dobrovolník, který se zabývá tvorbou plakátů a letáků jeden takový vytvoří. Bude obsahovat nejnnutnější informace o události – tedy datum, čas, místo konání a ve zkratce program, co se bude dít. Plakát bude poutavý. Ředitelka organizace Alena Jbaili plakát elektronicky rozešle lidem, co by se akce mohli účastnit (tedy stávajícím podporovatelům, externím pracovníkům apod.). Plakáty následně dobrovolník rozvěsí na předem domluvené a schválené místo, např. na

výlepovou tabuli na náměstí a vlakovém a autobusovém nádraží. Plakát se umístí i na oficiální webové stránky a facebookovou stránku organizace, které veřejnost navštěvuje. Vytvoří se událost na facebooku a rozešlou se pozvánky všem, kdo tyto stránky sleduje. Výhodou je, že lze sledovat, kolik lidí se zúčastní, popř. má o událost zájem. Avšak tyto informace nejsou stoprocentně směrodatné. Klienti a pracovníci pozvou své rodinné příslušníky, partnery a přátelé. Jakmile je zvládnutá příprava, která zajistí, že veřejnost bude mít povědomí o akci, může se pozornost zaměřit na předem připravený a promyšlený program.

6.1.2 Úvodní slovo ředitelky

Na úvod ředitelka Alena Jbaili srdečně přivítá příchozí účastníky. Seznámí je s problematikou duševních onemocnění, posláním organizace, cílovou skupinu, úspěchy a zmíní všechny podstatné informace, jaké by měly být veřejnosti známy. Úvodní slovo bude trvat maximálně 25 minut. Během proslovu se účastníci budou moci občerstvovat nachystaným malým pohoštěním. Slovo si přebere pan farář Kamil Obr, který s Iskérkou o.p.s. spolupracuje a pronese pár vět. Na závěr budou účastníci vybidnuti, aby si prošli jednotlivá stanoviště.

6.1.3 Psychobudka

Součástí dnu otevřených dveří bude tzv. psychobudka. Jedná se o speciální temný box, který ale není prostorově náročný, nezabere mnoho místa, se kterým přišlo Centrum Amika, které pracuje s osobami s chronickým duševním onemocněním. Účelem psychobudky je seznámení veřejnost s duševní poruchou schizofrenií. Schizofrenie je závažná psychotická porucha, která je spojována se selháváním myšlenkových procesů, provázenými halucinacemi a bludy, jak sluchovými, tak i zrakovými, slyší hlasy a z toho důvodu mnohdy schizofrenní osoby jednají a chovají se nepochopitelně. Schizofrenici také povětšinou trpí paranoiou. Z těchto důvodů mnohdy nebývají schopni vést život jako před nemocí, stávají se neschopnými pracovat a často i udržovat mezilidské vztahy. Samozřejmě záleží na tom, v jakém stádiu se schizofrenie nachází a zda je nějakým způsobem léčena.

Psychobudka má za cíl obeznámit veřejnost s touto zákeřnou nemocí a nabízí možnost vyzkoušet si, jaké to zhruba je, když jedinec trpí schizofrenií. Psychobudka pracuje s interaktivním filmem s názvem „Do vlastních rukou“, který je dlouhý cca 7 až 9 minut, to závisí na tom, jak je účastník schopen vhodně reagovat. „*Jedná se o malý tmavý box s dotykovou obrazovkou. Sednete si a nasadíte sluchátka. Z nich pak budou plynout různé hlasy,*

které vychází z reálných zkušeností nemocných“ (Došková, 2017). Účastníci si pak zapíší své pocity do poskytnutého sešitu a prodiskutují je s pověřenými osobami (nejlépe pracovníky Iskérky o.p.s.). Vznikla by tak otevřená diskuze, s možností probrat své emoce a pocity s kvalifikovanými lidmi, kteří se v této sféře pohybují dennodenně.

Vzhledem k tomu, že je Iskérka o.p.s. zaměřena na dospělé jedince trpící duševním onemocněním a případů schizofrenie je v ní nemálo, je psychobudka pro tuto organizaci jako šitá na míru. Účastníci dnu otevřených dveří by si tímto způsobem vyzkoušeli na vlastní kůži, jak se cítí lidé trpící schizofrenií. Došly by tak k osvětě, nejen formou mnohdy nezáživného povídání si o tomto problému, ale účastníci by si tak odnesli cennou zkušenost a více by tak těmito lidem porozuměli. Psychobudku by si Iskérka o.p.s. zapůjčila od Charity Valašské Meziříčí, popř. by kontaktovala přímo Centrum Amika. Mohla by tak i vzniknout zajímavá spolupráce mezi těmito organizacemi zaměřující se na podobnou problematiku.

6.1.4 Workshop: Tvorba linorytů

Další aktivitou, kterou by si mohli návštěvníci vyzkoušet, je tvorba linorytů. Iskérka o.p.s. se tvorbou linorytů zabývá, tvoří si vlastní razítka, která se pak využívají na tisk přáníček k různým příležitostem. Jednalo by se o takový malý workshop. Tvořilo by se v dílně, v které se nachází lis na linoryt. Byla by potřeba obstarat pouze lino, rydla, váleček, barvy a lis, což organizace má v zásobě. Návštěvníci by tak vytvořili zajímavé motivy, zkusili by si sami obtisknout své vytvořené razítko. Měli by možnost si svůj linoryt odnést domů, popř. jej ponechat organizaci, a tímto způsobem jí podpořit (neboť by jí poskytli nový motiv na přání).

6.1.5 Možnost diskuze s klienty a pracovníky Iskérky o.p.s.

Cílem akce je, aby veřejnost co možná nejvíce poznala organizaci, souzněla s jejím posláním, blíže jí porozuměla. Tomu mnoho napomůže i možnost diskuze se samotnými klienty organizace, kteří se diskuze budou účastnit zcela dobrovolně, a jen tehdy, pokud se na to budou opravdu cítit. Účastníci se tak mohou formou dialogu zeptat na otázky, které je zajímají. Nejčastěji tedy, jak klientům Iskérka o.p.s. konkrétně pomohla, v čem se díky ní zlepšili, co jim přinesla nového do života apod. Diskuze musí probíhat za účasti pracovníků, kteří budou moci případně zasáhnout. Účastníci tak budou vědět, koho konkrétně mohou podporovat, a raději podpoří cílovou skupinu, kterou měl možnost nějakým způsobem poznat než lidi v anonymitě. To vede k zefektivnění fundraisingu a zvýšení povědomí o této organizaci.

6.1.6 Prodej vlastních výrobků

Jak už bylo několikrát zmíněno, Iskérka o.p.s. vytváří ve svých specializovaných dílnách různé výrobky, které vytvářejí klienti spolu s pracovníky. Jedná se o různá šitá díla, tzn. tašky, kuchyňské chňapky, bylinkové pytlíky, obaly na telefon, dále pak ručně malované magnetky a záložky do knih. Vzhledem k tomu, že budova Iskérky o.p.s. je obehnaná velkou zahradou s bohatou úrodou, klienti vypěstovanou úrodu zavařují, popř. prodávají čerstvou (dýně apod.). Při dnu otevřených dveří by bylo možné si tyto výrobky zakoupit a organizaci tím podpořit. Nachystal by se stůl s prodejcem, kterým by byl buď dobrovolník, nebo klient, který by se na to cítil a výrobky by prodával. Účastníci by si mohli po celou dobu akce zakoupit produkty podle svých aktuálních preferencí.

6.1.7 Předpokládané náklady a výnosy

Na následující tabulce 3 jsou vypsány náklady spojené s organizací Iskérka o.p.s. Největší investicí do akce by bylo občerstvení, které budou připravovat sami klienti za pomoci a dozoru zaměstnance. Budou se dělat variace pomazánek, slané a sladké pečivo, připravovat zeleninové a ovocné mísy. Dále pak budou náklady spojené s transportem psychobudky, pro kterou je potřeba dojet do Valašského Meziříčí, které je od Rožnova pod Radhoštěm vzdáleno cca 25 km. Celkové náklady tedy tvoří 1 300 Kč.

Tabulka 6: Den otevřených dveří Iskérka o.p.s. - předpokládané náklady

Náklady spojené s tvorbou a výlepem plakátů	0 Kč	25 ks, plakáty si organizace vytiskne sama, výlepní plochu poskytne zdarma Miger advertising v Rožnově pod Radhoštěm
Občerstvení	1 200 Kč	Variace jednohubek, variace chlebičků, slané a sladké pečivo, mini zákusky, káva, čaj, minerálky, ...
Vypůjčení psychobudky (náklady na převoz)	100 Kč	Psychobudku zdarma poskytne Charita Valašské Meziříčí (Centrum Amika)
Náklady spojené s tvorbou linorytů	0 Kč	Materiál půjde ze zásob organizace

Zdroj: Vlastní zpracování

Do předpokládaných výnosů jsou zařazeny dobrovolné příspěvky, které budou moci návštěvníci darovat při vstupu na akci a výnosy spojené s prodejem vlastních výrobků. Celková předpokládaná částka výnosů je 4 550 Kč. Z toho vyplývá, že výnosy pokryjí náklady a organizace na akci vydělá 3 250 Kč.

Tabulka 7: Den otevřených dveří Iskérka o.p.s. - předpokládané výnosy

Dobrovolný příspěvek u vstupu	1 750 Kč	Při předpokladu, že by každý návštěvník přispěl 50 Kč (35 návštěvníků).
Výnosy z prodeje výrobků	2 800 Kč	Při předpokladu, že by si každý návštěvník koupil výrobek v průměru za 80 Kč (35 návštěvníků).

Zdroj: Vlastní zpracování

Samotnou akcí Den otevřených dveří Iskérka o.p.s. by se zisk prostředků projevil až v následujících dnech. Organizace by veřejnost utvrdila o svém dobrém jméně a o své dobré pověsti. Zážitkovými aktivitami by účastníky oslovila a zaujala zároveň, dozvěděli by se bližší informace o organizaci, lépe by ji poznali a lépe by porozuměli jejímu poslání. Díky psychobudce by si účastníci zažili na vlastní kůži, jak se cítí lidé s duševním onemocněním, a to by je vedlo k tomu organizaci podpořit, ať už finančně či jinak. Tím, že si účastníci mohou popovídat nejen se zaměstnanci organizace, ale také s jejími klienty, se jim naskytuje výjimečná situace, díky které blíže poznají lidi, které by mohli v budoucnu podpořit. Tato akce souvisí s public relations, kdy se snaží o zaslouženou přízeň veřejnosti, která je trvalá, pokud o ni organizace dobře pečuje.

Závěr

Tato bakalářská práce se zabývala tématem fundraising a jeho využití v neziskové organizaci Iskérka o.p.s. Cílem bylo vymezit problematiku fundraisingu se zaměřením na jeho uplatnění v neziskové organizaci Iskérka o.p.s., dále pak analyzovat, popsat a navrhnout možné využití fundraisingu k zefektivnění financování této organizace. Tato práce se zabývala fundraisingovými strategiemi, metodami, které organizace využívá pro svůj růst a rozvoj. Pozornost byla zaměřena na celkové náklady a výnosy organizace a byla rovněž analyzována hlavní činnost a činnost hospodářská během let 2012–2018. Vyhodnocování těchto parametrů je důležité zejména pro správný chod neziskových organizací, aby se předešlo situaci, kdy jsou náklady organizace opakovaně o mnoho vyšší než výnosy.

Data, která byla použita v této bakalářské práci, pocházela z výročních zpráv z let 2012–2018. Po zanalyzování a zhodnocení jednotlivých let bylo vyvozeno, že organizace má vhodně zvládnutý fundraising. Důkazem toho je zjištění, že ani v jednom roce se Iskérka o.p.s. nevyskytla v situaci, kdy by její náklady spojené s chodem organizace byly vyšší než získané výnosy. Analýza ukázala, že od roku 2012–2014 byly výnosy vyšší než náklady a organizace si tak za tyto roky vytvořila poměrně velké rezervy, které pak může v případě nouze využít pro podporu organizace. Za roky 2015–2018 byly náklady a výnosy stejné, a tudíž rezervy přetrvaly z předešlých let. Dalším podstatným zjištěním bylo, že je pro Iskérku o.p.s. velmi důležitým zdrojem financí činnost hospodářská. Jedná se o zisk financí z opravy oděvů, šití na zakázku a pronájmu devítimístního automobilu včetně plošiny pro osoby se zdravotním znevýhodněním. Zisk z této činnosti je zpět investován na podporu a rozvoj organizace.

Nakonec byl navrhnout plán, jakým způsobem by se Iskérka o.p.s. mohla v budoucnu dostat do povědomí širší veřejnosti, i vzhledem k tomu, že má tato organizace opravdu široké pole působení a poměrně velké množství kontaktů. Důkazem toho je fakt, že výrobky, které vyrábějí klienti za pomoci pracovníků, se prodávají nejen v Rožnově pod Radhoštěm, tedy v místě působení Iskérky o.p.s., ale i např. ve Valašských Kloboukách, Brně, a dokonce i v hlavním městě Praha. Provedením analýzy se došlo ke zjištění, že organizace nemá problém s nedostatkem financí, právě díky systému controllingu, který využívá pro větší přehlednost investovaných a přijatých financí. I přesto byl navrhnout plán formou dne otevřených dveří, jehož cílem by nebyl zisk jako takový, nýbrž spíše reprezentace a seznámení organizace s veřejností a osvěta o duševním zdraví. Tato akce by dle návrhu probíhala přímo v sídle Iskérky o.p.s. Široká veřejnost by tak měla možnost nahlédnout do prostorů organizace, dozvědět se více informací o jejím působení a vyzkoušet si tzv. psychobudku. Touto cestou,

kdy by se veřejnost setkala se zaměstnanci, ale rovněž i s klienty tváří v tvář, a mohla by vzniknout řada potencionálních podporovatelů.

Výsledky této bakalářské jsou přínosné především z toho důvodu, že je potřeba, aby si každá nezisková organizace analyzovala svůj fundraising, svoji fundraisingovou strategii i metody. A to především proto, aby byla schopna sledovat nejen svůj aktuální stav, ale i to, jak se ji dařilo v minulých letech, a jaké jsou její výhledy do budoucnosti.

Seznam použité literatury

- BAČUVČÍK, Radim. *Marketing neziskových organizací*. Zlín: VeRBuM, 2011. ISBN 978-80-87500-01-9.
- BOUKAL, Petr. *Fundraising pro neziskové organizace*. Praha: Grada, 2013. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4487-2.
- BOUKAL, Petr. *Nestátní neziskové organizace: (teorie a praxe)*. V Praze: Oeconomica, 2009. ISBN 978-80-245-1650-90.
- BLAŽEK, Jiří. *Základy ekonomie*. V nakl. Doplněk vyd. 2., opr. a dopl. Brno: Doplněk, 2002. Edice učebnic Právnické fakulty Masarykovy univerzity v Brně. ISBN 80-210-2801-7.
- KOUDELKA, Zdeněk. *Samospráva*. Praha: Linde, 2007. ISBN 978-80-7201-665-5.
- MERLÍČKOVÁ RŮŽIČKOVÁ, Růžena. *Neziskové organizace: vznik, účetnictví, daně*. Olomouc: ANAG, 2013. Účetnictví, daně. ISBN 80-7263-343-0.
- NOVOTNÝ, Jiří a Martin LUKEŠ. *Faktory úspěchu nestátních neziskových organizací*. Praha: Oeconomica, 2008. ISBN 978-80-245-1473-4.
- POLAČKOVÁ, Zuzana. *Fundraisingové aktivity: jak získat finanční prostředky od místní komunity*. Praha: Portál, 2005. ISBN 80-7178-694-2.
- REKTORŮK, Jaroslav. *Organizace neziskového sektoru: základy ekonomiky, teorie a řízení*. 2., aktualiz. vyd. Praha: Ekopress, 2007. ISBN 978-80-86929-25-5.
- SKOVAJSA, Marek. *Občanský sektor: organizovaná občanská společnost v České republice*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-681-0.
- STRECKOVÁ, Yvonne a Ivan MALÝ. *Veřejná ekonomie: pro školu i praxi*. Praha: Computer Press, 1998. Business books (Computer Press). ISBN 80-7226-112-6.
- ŠEDIVÝ, Marek a Olga MEDLÍKOVÁ. *Public relations, fundraising a lobbying: pro neziskové organizace*. Praha: Grada, 2012. Management (Grada). ISBN 978-80-247-4040-9.
- TETŘEVOVÁ, Liběna. *Veřejná ekonomie*. Praha: Professional Publishing, 2008. ISBN 978-80-86946-79-5.

Seznam použitých internetových zdrojů

Budu pomáhat. Iskérka. In: *Youtube* [online]. 27. 3. 2015 [vid. 2020-02-04]. Dostupné z:

<https://www.youtube.com/watch?v=3fOQhOk5NVg>

Co je a co není veřejná sbírka. For Jane [online]. [cit. 2020-01-26]. Dostupné z:

<http://www.forjane.cz/co-je-verejna-sbirka-/>

Co je systém dobrý anděl. Dobrý anděl, do posledního haléře [online]. [cit. 2020-02-07].

Dostupné z: <https://www.dobryandel.cz/system-dobry-andel/>

Fundraising. Slovník online [online]. [cit. 2020-01-25]. Dostupné z: <https://www.online-slovník.cz/?word=fundraising&x=0&y=0&translate-type=en-cz&match-type=start&ignore-diacritic=1>

Historická ročenka národních účtů – 1990 až 2010, 10 Sektor domácností. Český statistický úřad [online]. [cit. 2020-03-11]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/5013-12-n_2012-10

HRUŠKA, Petr. Úvod do fundraisingu aneb pár teorií a několik inspirací pro hospicové spolupracovníky [online]. Hospic Sv. Jiří o.p.s. Cheb, 2014. [cit. 2020-01-25]. Dostupné z:

http://www.hospiccheb.cz/soubory/uvod_do_fundraisingu_2014.pdf

Kdo jsme. Iskérka obecně prospěšná společnost [online]. [cit. 2020-02-09]. Dostupné z:

<http://www.iskerka.cz/kdojsme.htm>

LEDVINOVÁ, Jana. *Jak na fundraising: kuchařka pro začínající fundraisery* [online]. Praha: České centrum fundraisingu, 2013. [cit. 2020-03-04]. Dostupné z: https://m.veseli-nad-moravou.cz/assets/File.ashx?id_org=18072&id_dokumenty=592951

NEBUŽELSKÁ, Miroslava. Hlavní a vedlejší činnost a podnikání spolků [online]. [cit. 2020-04-01]. Dostupné z:

https://www.etrzby.cz/assets/cs/prilohy/Akce/Hlavni_a_vedlejsi_cinnost_spolku_Miroslava_Nebuzelska.pdf

Neuróza. Velký lékařský slovník [online]. [cit. 2020-02-09]. Dostupné z:

<http://lekarske.slovníky.cz/pojem/neuroza>

Neziskové organizace. Nadace neziskovky.cz [online]. [cit. 2020-03-11]. Dostupné z:

https://www.neziskovky.cz/clanky/511_691/fakta_co-je-neziskovy-sektor/

Neziskové organizace, financování neziskových organizací. Ministerstvo financí České republiky [online]. [cit. 2020-02-08]. Dostupné z: <https://www.mfcr.cz/cs/verejny-sektor/podpora-z-narodnich-zdroju/neziskove-organizace>

Nový občanský zákoník č. 89/2012 Sb. Kurzy.cz [online]. [cit. 2020-03-11]. Dostupné z: <https://www.kurzy.cz/zakony/89-2012-obcansky-zakonik/cast-5-hlava-2-dil-1-oddil-4/>

O spolku. Zdravý Rožnov [online]. [cit. 2020-02-10]. Dostupné z: <http://www.zdravyroznov.cz/os/o-nas/spolek>

Podporujeme ty, kteří pomáhají. Nadace Divoké husy [online]. [cit. 2020-02-10]. Dostupné z: <https://www.divokehusy.cz/>

Pojem fundraising. SCS.ABZ.CZ Slovník cizích slov [online]. [cit. 2020-02-08]. Dostupné z: <https://slovník-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/fundraising-fandrejzing>

Přehled o vývoji částek minimální mzdy. Ministerstvo práce a sociálních věcí [online]. [cit. 2020-03-15]. Dostupné z: <https://www.mpsv.cz/prehled-o-vyvoji-castek-minimalni-mzdy>

Psychóza. Velký lékařský slovník [online]. [cit. 2020-02-09]. Dostupné z: <http://lekarske.slovníky.cz/pojem/psychoza>

Sociální rehabilitace (§ 70) a sociálně terapeutické dílny (§ 67). Ministerstvo práce a sociálních věcí [online]. [cit. 2020-02-10]. Dostupné z: <https://www.mpsv.cz/socialni-rehabilitace-70-a-socialne-terapeuticke-dilny-67->

Typologie NNO v ČR podle Státní politiky vůči NNO v letech 2015-2020. Nadace neziskovky.cz [online]. [cit. 2020-03-04]. Dostupné z: https://www.neziskovky.cz/clanky/511_692/fakta_typy-neziskovych-organizaci/

Výroční zpráva 2018. Iskerka obecně prospěšná společnost [online]. [cit. 2020-02-10]. Dostupné z: <http://www.iskerka.cz/dokumenty/20190629-Vyrocnizprava-2018.pdf>

Zákon o nadacích a nadačních fondech (zákon č. 227/1997 Sb.). Ley.cz zákony online [online]. [cit. 2020-02-07]. Dostupné z: <http://zakony-online.cz/?s143&q143=all>

Seznam zkratk

- apod. – a podobně
- atd. – a tak dále
- č. – číslo
- MPSV – Ministerstvo práce a sociálních věcí
- např. – například
- NNO – Nestátní nezisková organizace
- o.p.s. – obecně prospěšná společnost
- resp. – respektive
- s. – strana
- tzn. – to znamená
- tzv. – tak zvaný

Seznam tabulek, grafů a obrázků

Seznam tabulek

Tabulka 1: Náklady a výnosy v letech 2012–2018 (v Kč)	40
Tabulka 2: Celkové náklady v letech 2012–2018 (v Kč)	43
Tabulka 3: Výnosy v letech 2012–2018 (v Kč)	46
Tabulka 5: Náklady a výnosy z hlavní činnosti v letech 2012–2018 (v Kč).....	49
Tabulka 6: Náklady a výnosy z hospodářské činnosti v letech 2012–2018 (v Kč).....	50
Tabulka 7: Den otevřených dveří Iskérka o.p.s. - předpokládané náklady	57
Tabulka 8: Den otevřených dveří Iskérka o.p.s. - předpokládané výnosy	58

Seznam grafů

Graf 1: Náklady, výnosy a rezervy v letech 2012–2018 (v Kč).....	41
Graf 2: Vývoj celkových nákladů v letech 2012–2018 (v Kč).....	44
Graf 3: Celkové náklady v letech 2012–2018 (v %)	45
Graf 4: Celkové výnosy v letech 2012–2018 (v %)	47
Graf 5: Hlavní činnost v letech 2012–2018 (v Kč)	49
Graf 6: Hospodářská činnost v letech 2012–2018 (v Kč)	50

Seznam obrázků

Obrázek 1: Členění národního hospodářství podle principu financování	9
Obrázek 2: Dárcovská pyramida	19

Anotace

Jméno a příjmení:	Adéla Reková
Katedra:	Ústav pedagogiky a sociálních studií
Vedoucí práce:	Mgr. Alena Opletalová Ph.D.
Rok obhajoby:	2020

Název práce:	Fundraising a jeho využití v neziskové organizaci Iskérka o.p.s.
Název v angličtině:	Fundraising and its use in the non-profit organization Iskérka o.p.s.
Anotace práce:	Bakalářská práce se zabývá fundraisingem neziskové organizace Iskérka o.p.s. V teoretické části jsou zahrnuty kapitoly o členění národního hospodářství, neziskovém sektoru, fundraisingu v neziskovém sektoru, public relations, lobbying a charakteristika organizace Iskérka o.p.s. Praktická část je zaměřena především na analýzu a deskripci fundraisingu neziskové organizace Iskérka o.p.s. a návrh, jak by mohla organizace fundraising zefektivnit.
Klíčová slova:	Národní hospodářství, neziskový sektor, obecně prospěšná společnost, fundraising, fundraisingové metody, fundraisingové zásady, fundraisingové strategie, public relations, lobbying, Iskérka o.p.s.
Anotace v angličtině:	This bachelor thesis deals with fundraising of non-profit organization Iskérka o.p.s. Theoretical part contains chapters about

	<p>division of National economy, non-profit sector, fundraising in non-profit sector, public relations, lobbying and the characteristic of the Iskérka o.p.s. organization.</p> <p>Practical part focuses mainly on analysis and description of fundraising of non-profit organization Iskérka o.p.s. and a proposal how could the organization make the fundraising more effective.</p>
Klíčová slova v angličtině:	National economy, non-profit sector, public benefit company, fundraising, fundraising methods, fundraising principles, fundraising strategies, public relations, lobbying, Iskérka o.p.s.
Přílohy vázané v práci:	0
Rozsah práce:	65 stran
Jazyk práce:	český jazyk