

Univerzita Palackého v Olomouci
Právnická fakulta

Marie Daříčková

**Získávání finančních a jiných prostředků se zaměřením na
Fundraising**

Bakalářská práce

Olomouc 2024

Prohlašuji, že jsem zadanou bakalářskou práci na téma Metody získávání finančních a jiných prostředků se zaměřením na Fundraising vypracovala samostatně a citovala jsem všechny použité zdroje. Dále prohlašuji, že vlastní text této práce včetně poznámek pod čarou má 86 104 znaků včetně mezer.

V Olomouci dne _____

Abstrakt

Tato bakalářská práce se zabývá problematikou získávání finančních, popřípadě i jiných, prostředků se zaměřením na fundraising. Zkoumá, jaká metoda fundraisingu přináší největší finanční prostředky neziskovým organizacím a zda lze určit, které jsou nejvíce využívány. Také se zabývá problematikou jednotlivých zdrojů a metod fundraisingu. V praktické části se zaměřuje na financování vybraných neziskových organizací, ve snaze zjistit, z jakých zdrojů a kterými metodami byly finanční prostředky získány a zda lze určit pouze jednu z nich jako nejefektivnější/nejziskovější.

Klíčová slova

Fundraising, neziskové organizace, financování, metody fundraisingu, dárcovství, individuální dárcovství, veřejné sbírky.

Abstract

This bachelor thesis deals with the issue of obtaining financial or other resources with a focus on fundraising. It examines what method of fundraising brings in the most funds for non-profit organizations and whether it can be determined which are the most utilized. It also looks at the issues surrounding different sources and methods of fundraising. The practical part focuses on the funding of selected nonprofit organizations, in an effort to determine what sources and methods have raised funds and whether only one can be identified as the most effective/profitable.

Key words

Fundraising, non-profit organizations, funding, fundraising methods, donating, individual donation, public collections.

Obsah

Použité zkratky	5
Úvod.....	6
1 Fundraising.....	8
1.1 Zásady fundraisingu.....	11
1.2 Neziskové organizace	11
1.3 Fundraiser	12
2 Zdroje fundraisingu a jejich právní zakotvení.....	14
2.1 Veřejná správa	14
2.2 Firmy a spolupráce s podniky	15
2.3 Individuální dárcovství	17
2.4 Nadace a nadační fondy	21
2.5 Ostatní instituce	23
2.6 Příjmy z vlastní činnosti organizace	24
3 Jednotlivé metody fundraisingu v individuálním dárcovství	26
4 Praktická část bakalářské práce – srovnání financování vybraných neziskových organizací v letech 2019 – 2022	31
4.1 Charita České republiky.....	31
4.2 Člověk v tísni	32
4.3 Diakonie ČCE.....	34
4.4 Centrum Bazalka.....	37
4.5 P-centrum.....	39
4.6 Shrnutí.....	40
Závěr	42
Zdroje.....	Chyba! Záložka není definována.

Použité zkratky

ČR	Česká republika
DMS	dárcovská SMS
DPH	daň z přidané hodnoty
EU	Evropská unie
FO	fyzická osoba
MPSV ČR	Ministerstvo práce a sociálních věcí České republiky
NNO	nestátní nezisková/é organizace
NO	nezisková/é organizace
PO	právnícká osoba
VS	veřejná správa

Úvod

Hlavním cílem této práce je rozlišení jednotlivých metod získávání finančních, popřípadě jiných prostředků v rámci fundraisingu. Zaměřit se na to, jaké metody je možné využívat a jaká je četnost jejich využívání. Dále také bližší seznámení se s jednotlivými metodami, seznámení se s možnostmi nadací a nadačních fondů a také bych se chtěla věnovat problematice metod individuálního dárcovství, zejména veřejných sbírek. Ráda bych zjistila, jaká metoda je v praxi nejvíce využívanou a zda je osoba fundraisera potřebná.

Práce je v rámci časového rámce zasazena do současnosti, při zpracovávání praktické části se zaměřením na roky 2019-2022. Geografické vymezení práce je Česká republika.

Myslím si, že v České republice neexistuje příliš mnoho odborné literatury na téma fundraisingu, popřípadě ne příliš aktuální nebo dlouze zpracované. Avšak bylo možné dohledat alespoň některé publikace, které se fundraisingu věnují, alespoň částečné zmínky prostřednictvím internetových zdrojů a webových stránek. Zdá se mi, že téma neziskových organizací je zpracováno širěji a je tedy možné i ze zdrojů o neziskových organizacích čerpat informace vztahující se na samotný fundraising. V práci mimo jiné využiji například publikaci Fundraising pro neziskové organizace od P. Boukala nebo Marketing neziskových organizací od R. Bačuvčíka, internetové stránky, odborné články a právní předpisy. Práci zpracuji empiricko-teoretickou metodologií. Práci doplním o jednotlivé definice. Ráda bych zjistila odpovědi na následující: jaké jsou nejčastěji používané fundraisingové metody v neziskovém sektoru a které přináší největší finanční výnosy?

Práci rozčlením na následující hlavní kapitoly a podkapitoly: 1. Fundraising – členěné na podkapitoly Zásady fundraisingu, Neziskové organizace a Fundraiser (obecné seznámení se s problematikou), 2. Zdroje fundraisingu a jejich právní zakotvení – v podkapitolách členěno na jednotlivé zdroje fundraisingu, 3. Jednotlivé metody individuálního dárcovství, 4. Praktická část bakalářské práce.

Financování je nedílnou součástí fungování všech organizací, s čímž souvisí také fundraising. Pro stanovené účely je nutné získávání a shromažďování finančních prostředků, které jsou prostřednictvím fundraisingu zajišťovány. Je využíván nejčastěji u neziskových organizací, pro které může být klíčovým prvkem pro jejich fungování. V práci se zaměřím především na organizace servisního typu, které přímo poskytují služby klientům nebo se zabývají veřejnými problémy. Nejčastěji je fundraising využíván pro účely charitativní. Mimo neziskové organizace jsou důležití také fundraiseri, kterými jsou nejčastěji specialisté v oblasti fundraisingu a zajišťují získávání prostředků. Formují jej také fundraisingové zásady.

Nedílnou součástí správného fundraisingu jsou zdroje, od nichž jsou finance, nebo také prostředky materiální povahy, získávány. V práci se zaměřím na veřejnou správu, finanční prostředky od firem, individuální dárcovství, nadace a nadační fondy, ostatní instituce a také příjmy ze samostatné činnosti organizace, současně také tam kde je to vhodné užít příkladů a důležité aspekty zpracovat v tabulkách.

Mimo zdrojů jsou potřebné metody, zaměřím se zejména na metody individuálního fundraisingu. Nejčastěji jde o veřejné sbírky, charitativní neboli benefiční akce, tomboly, dražby a speciální formy dárcovských kampaní. Veřejnými sbírkami jsou získávány dobrovolné finanční příspěvky. Charitativními akcemi jsou především výstavy nebo koncerty, a zajímavým zpestřením těchto akcí mohou být tomboly. Prostřednictvím dražby jsou prodávány předměty a následný výsledek je určen na stanovený účel nebo neziskovým organizacím. Pod speciální formy spadají především dárcovské SMS.

V praktické části představím vybrané neziskové organizace (Charita České republiky, Diakonie Českobratrské církve evangelické, Člověk v tísni, centrum Bazalka a olomoucká organizace P-centrum), přiblížím jejich financování v letech 2019-2022 a důležité aspekty financování zpracuji v tabulkách.

1 Fundraising

Můžeme jej definovat jako systematické získávání finančních a také nefinančních prostředků přičemž je toto rozčlenění velmi důležité. Lze jej označit také jako shromažďování veřejných prostředků, shromažďování financí nebo jako získávání financí pro fondy, nadace, projekty od firem, donátorů a sponzorů. Fundraising je v úzkém spojení s neziskovým sektorem, tedy s NO, které díky němu získávají prostředky pro své vlastní fungování a realizaci a jsou nositelem fundraisingových aktivit. Dle Dity Hommerové a Lucie Severové „*lze na fundraising nahlížet jako na vědu, která se zabývá motivací konat dobro a přesvědčením lidí, že peníze nejsou všechno.*“¹ Cílem fundraisingových aktivit je dosažení přímého užítku. Pro správný fundraising jsou velice důležité kontakty a na základě nich vybudované vztahy s lidmi, proto lze říci, že fundraising není o penězích, ale o lidech. Fundraising se nevyužívá v rámci ziskového, neboli tržního sektoru, protože organizace, které jej využívají mají vlastní výnosy.

Organizace je možné podporovat i jinak než pouze finančně, a to jak prostřednictvím hmotných prostředků, poskytnutím dobrovolníků nebo poskytnutím služby. Prostředky, které mohou organizace při své činnosti získat, jsou tedy velmi různorodé a mají množství podob. Lze říci, že fundraisingové aktivity jsou o neustálém žádání.

V případě hmotných zdrojů nedochází k poskytování peněžních prostředků, ale materiální hodnoty a může jít o vhodnější podporu. Jako příklad lze uvést vybavení počítačové učebny IT technologiemi. Do této skupiny patří také tzv. bartery. Pro bartery je typické, že při nich dochází ke směně zboží, popřípadě služby za jiné zboží nebo službu. Rovněž se může jednat o vztah mezi podnikem a NNO, při níž podnik poskytuje podporu organizaci a organizace naopak zašle svůj produkt. Barter je dobře využitelnou formou v oblasti kultury. Tato forma se rozvíjela a využívala především ve společnostech, kde nebyl rozvinutý peněžní systém. Další možností je poskytnutí firemních dobrovolníků. V tomto případě nejsou od společností poskytovány finance, ale jsou hrazeny náklady vynaložené na čas zaměstnanců poskytnutých pro dobrovolnickou činnost. Pro zaměstnance může být tato možnost přínosná pro budoucí kariérní růst. Otázku dobrovolnictví upravuje zákon č. 198/2002 Sb., o dobrovolnické službě. Zákon upravuje právní postavení dobrovolníka a právní vztahy při výkonu dobrovolnictví pro co nejširší okruh dobrovolnických činností. Poskytnutí služby je další možností, jak podpořit organizace. V tomto případě se může jednat o poskytnutí poradenství nebo vzdělávací programy, které se specializují na konkrétní profesní oblast.

¹ HOMMEROVÁ, Dita, SEVEROVÁ, Lucie. Fundraising of Nonprofit Organizations: Specifics and New Possibilities. *Journal of Social Service Research* [online], 2019, roč. 45, č. 2, s. 181

„Finanční zdroje lze rozdělit na externí (různé subjekty, mezi které patří zahraniční či domácí vlády, korporace nebo jiné nevládní organizace, které mohou mít různé zdroje financování) nebo interní, pocházející z činnosti samotné nevládní organizace (členské příspěvky nebo příjmy z poskytování služeb či prodeje).“² Dle fondu CEE Trust se nevládní organizace potýkají s problémem trvalého nedostatku zdrojů a jsou tedy vítány jakékoli zdroje, které jim pomohou plnit jejich poslání, a že rozložení zdrojů je pravděpodobně nejpoužívanější strategií pro snížení závislosti na dárcích. CEE Trust byl založen v roce 2006 šesti významnými americkými nadacemi a jeho cílem byla podpora dalších NNO nezávisle na jeho programu. Svoji činnost ukončil v roce 2012. Za dobu svého fungování podpořil 25 NNO a jednu univerzitu.

Ačkoliv počet NNO každoročně narůstá, počet dárců zůstává téměř neměnný a je tak obtížnější získat odpovídající množství finančních prostředků, které jsou nezbytné pro fungování NO a naplňování jejího poslání. Stejně tak jako NO vznikají, tak také zanikají. Trend vznikání a zanikání organizací od roku 2015 do roku 2019 zpracován v tabulce. Dle tabulky je zřejmé, že více organizací vzniká, než zaniká.

	Počet vzniklých NO	Počet zaniklých NO
2015	3 545	382
2016	4 605	1 057
2017	4 356	1 047
2018	3 501	1 941
2019	3 600	1 722

Tabulka č. 1 – počet vzniklých a zaniklých NO v letech 2015 - 2019

(data k 29. únoru, 2020)

Organizace mají několik možností, kde si mohou finanční zdroje zajistit. Spadají sem zdroje získané prostřednictvím veřejné správy, od firem a podniků, od nadací a nadačních fondů, od ostatních institucí, od individuálních dárců, tedy jednotlivců a v neposlední řadě také z vlastní činnosti. Přičemž si myslím, že poslední dvě zmíněné možnosti přináší největší finanční zisky. Spolu s tím, kde instituce finance získávají, souvisí také metody, neboli způsoby prostřednictvím kterých jsou zajišťovány. Metodami individuálního dárcovství jsou například aukce, oslovení dárců prostřednictvím telefonických hovorů, pomocí internetu nebo osobním oslovením a schůzkou. Mezi další způsoby, jak získat potencionálního darce, patří poštovní

² JURÁŠEK, Dalibor. Vibrant Civil Society in Slovakia? NGOs Supported by the CEE Trust Are Still Largely Dependent on External Financing After 20 Years. *Sociologický časopis/Czech Sociological Review*, [online], 2023, poř. 59, č. 6, s. 619

kampaně, zisky z prodeje vlastních produktů. U občanských sdružení a spolků jsou významné členské příspěvky. Pokud si organizace jednotlivce získala natolik, může vůči ní zanechat odkaz v závěti. Pro veřejnou správu je stěžejní vytvoření projektu a sepsání žádosti o dotaci nebo grant.

Pro efektivní fungování fundraisingu je nutné si stanovit cíle, které by měly být v určitém časovém horizontu splněny. K tomuto slouží stanovení fundraisingového plánu, který vychází z rozpočtu celé organizace. Podle toho jaké si organizace zvolí zdroje, nastaví si metody, které následně využije k oslovení svých zdrojů. „*V případě individuálního i firemního fundraisingu je nutné podrobně naplánovat jednotlivé metody a rozepsat je do jednotlivých aktivit.*“³

Na základě toho, jaké zdroje si společnosti zvolí, se odvíjí také metody, kterými svého cíle dosáhnou v maximální možné míře. Lze tedy říci, že k různým zdrojům je nutno přizpůsobit vybrané metody. Metodami jsou způsoby, které odpovídají na otázku „jak“ podporu z vybraných zdrojů získat.

Podle průzkumu z roku 2015 zpracovaným Ditou Hommerovou a Lucií Severovou se organizace, které se průzkumu účastnily (313) dělily na profesionální (159) a neprofesionální (154), přičemž ty profesionální uváděly, že aktivně pracovaly s PR managementem, fundraisingem a lidskými zdroji, kdežto neprofesionální nepoužívaly systémy řízení a jsou to malé nebo nově vznikající organizace. Z průzkumu vyplynulo, že u všech zúčastněných organizací pochází nejvíce finančních prostředků od veřejné správy. Profesionální organizace využívají více strukturálních fondů Evropské unie, na druhou stranu neprofesionální organizace získávají nejvíce prostředků od individuálních a korporálních dárců.

Spolu s fundraisingem zcela jistě souvisí také crowdfunding. Jde o způsob financování, kdy se větší skupina osob po malých částkách skládá na vybraný projekt. V ČR se také používají pojmy skupinové či davové financování. Dělí se na charitativní, odměnový, dluhový nebo podílový, pro zjednodušení je možné použít dělení pouze na odměnový a investiční.

V následujících podkapitolách bych se nejprve zaměřila na zásady spojené s fundraisingem, obecně na NO a osobu fundraisera, která je pro fundraising velmi důležitá.

³ ŠEDIVÝ, Marek, MEDLÍKOVÁ, Olga. *Úspěšná nezisková organizace (3. aktualizované vydání)*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2017, s. 81

1.1 Zásady fundraisingu

Je nutné respektovat a řídit se fundraisingovými zásadami, aby byl fundraising úspěšný. Jedná se o zásady komplexnosti, začlenění, aktivity, strategičnosti, vzdělávání okolí, pravdivost, optimismu, poděkování a výsledku.

U **zásady komplexnosti** jde o budování vztahu mezi dávajícím a obdarovaným, doporučuje se raději interní fundraising nad externím. Při **zásadě začlenění** je nutné vědět, proč fundraising probíhá a do jakých souvislostí je začleněn. Protože fundraising vyžaduje neustálou iniciativu, kdy jde o neustálé hledání a zkoušení nových metod a postupů, jak motivovat okolí k podpoře, je velmi důležitá **zásada aktivity**. Podstatné jsou fundraisingové strategie a strategické řízení NO, přičemž již při jejím zakládání by mělo být formulováno nejen její poslání, ale i zdrojové pokrytí, to vše zajišťuje **zásada strategičnosti**. **Zásada vzdělávání okolí** závisí na komunikaci s okolím organizace, průběžným vysvětlováním poslání, obsahu činností a motivace k jejich realizaci. **Zásada pravdivosti** je založena na pravdivých informacích. Pravdivostí je zajištěno transparentní fungování NO. Spolu se zásadou pravdivosti souvisí výroční zpráva, která zajišťuje otevřenost NNO, zprostředkovává informace ve snaze získat pro organizaci další finanční a lidské zdroje a zároveň je nástrojem veřejné kontroly. U **zásady optimismu** platí, že na fundraising je nutno pohlížet optimistickou myslí, z pozitivní stránky, protože pouze malé množství žádostí (5-10 ze 100) je obvykle úspěšných. Je také potřebné, vždy, včas a adekvátním způsobem poděkovat i za sebemenší dar – **zásada poděkování**. Při **zásadě výsledku** je stěžejní „*porovnání shromážděných prostředků prostřednictvím konkrétní fundraisingové metody s náklady na její použití.*“⁴

1.2 Neziskové organizace

Financování NO je upraveno zákonem č. 218/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech. Jde o organizace neziskové nebo zisk nerozdělující, nezávislé a samosprávné, přičemž její založení nebo členství v ní je nepovinné a dobrovolné. NO jsou takové občanské organizace, které se věnují všemu, co je pro společnost důležité. „*NO poskytují dostupné zdravotní a sociální služby, doplňují tradiční vzdělávací systém, starají se o kulturní, sportovní a rekreační vyžití, hájí práva znevýhodněných a řeší veřejné problémy.*“⁵ NO se dělí dle typu. Jsou jimi servisní, advokační, filantropické a zájmové. Servisní organizace přímo poskytují služby svým klientům (služby zdravotnické, charitativní nebo sociální). Advokační organizace chrání zájmy vybraných

⁴ BOUKAL, Petr. In: BOUKAL, Petr a kol. *Fundraising pro neziskové organizace*. Praha: Grada publishing, a.s., 2013, s. 65

⁵ *Co jsou neziskovky*. [online]. Takoví jsme. [cit. 15. dubna 2024]. Dostupné z: <https://takovijsme.cz/co-jsou-neziskovky/>.

skupin osob nebo veřejných zájmů (lidskoprávní organizace nebo ochrana práv spotřebitelů). Filantropické organizace zastřešují hmotně i finančně veřejně prospěšné aktivity (nadace a nadační fondy). Zájmové organizace se zaměřují na rozvoj zájmových činností (sportovní kluby, myslivost, volný čas nebo komunitní spolky). V ČR bylo k 29. únoru 2019 evidováno 138 516 NNO, z toho nejvíce (24 000) v hlavním městě Praze a nejméně ve Zlínském kraji (6 843).

Nejrozšířenější formou NO jsou spolky a organizační jednotky spolků, odborové organizace a církevní organizace. Nejčastějšími spolky jsou dobrovolní hasiči, fotbalisté, rybáři a sokolové. Nejstaršími fungujícími NNO jsou Sokol (od roku 1862), Dobrovolní hasiči (1864), fotbalové kluby (v Čechách a na Moravě se začal hrát po roce 1885), Klub českých turistů (od roku 1888), Junák – český skaut (od roku 1914), Červený kříž (od roku 1919) a Charita ČR (1922).

Dále se zaměřím na NO servisního typu. Jsou to převážně nečlenské organizace, přímo poskytující služby svým klientům a řešící veřejné problémy. Jde o sociální služby v odvětvích zdravotnictví, sociálního začleňování a v oblasti rozvojové spolupráce a humanitární pomoci. Také působí v oblasti vzdělávání a výzkumu, charity a kultury.

1.3 Fundraiser

Fundraiser je osoba personálně zabezpečující fundraisingové aktivity a profesionálně zabývající se fundraisingem. Fundraiseri jsou specialisté na projektový management a práci s dárci. Lze ho dělit do dvou typů – interního a externího fundraisera. **Interním fundraiserem** může být kmenový zaměstnanec, jehož činností je shánění zdrojů. V případě malé organizace se jím může stát ředitel nebo projektový manažer, popřípadě celé vedení organizace, včetně jeho příslušných orgánů. Je možné říci, že u malých NO, mohou být v určitém smyslu, fundraisery všichni zaměstnanci organizace. Tradiční model interního fundraisingu představuje organizaci zaměstnávající fundraisera, který vyhledává grantová schémata a současně pracuje s firemními sponzory a individuálními dárci. Pokud ale není fundraiser úspěšný, stává se pro organizaci nevýhodným, protože jeho zaměstnávání může organizaci stát více financí, než které sám dokáže zajistit. **Externí fundraiser**, kterým je specialita nebo laik (laikem je dobrovolník nebo brigádník), a stejně jako interní fundraiser zajišťuje NO mimo financí také hmotné a jiné zdroje. Kromě FO jím může být i PO, která je smluvně zavázána s NO k výkonu fundraisingu. Tato koncepce přináší do organizací přístup k dalším zdrojům. Externí fundraiser by však měl disponovat rozsáhlou praxí, již vytvořenými kontakty a především znalostmi finančních zdrojů. I když mají fundraiseri mnoho pravomocí, zůstává řízení a rozhodování v rukou organizací.

Nevýhodou externího fundraisingu je chybějící blízký vztah s danou organizací a s tím související vnitřní zápal pro její poslání.

V souvislosti s fundraisingem je důležité si uvědomit, že na osobních kontaktech i vztazích je založen individuální i firemní fundraising. Fundraiser se musí zaměřit na všechny skutečnosti související s dárci, tedy i na ty z osobního života. Čím lépe fundraiser dárce zná, tím lépe.

2 Zdroje fundraisingu a jejich právní zakotvení

V této kapitole bych se chtěla zaměřit na jednotlivé zdroje fundraisingu, které je možné pro získání podpory oslovit a na základě kterých může úspěšný fundraising fungovat. Zdroje označují subjekty, od kterých je možné žádat podporu. Odpovídá tedy na otázku „kde“ fundraiser obstarává finance, služby, dobrovolníky i příznivce. Jak jsem již zmínila v první kapitole, patří sem:

- veřejná správa,
- firmy a spolupráce s podniky,
- individuální dárcovství,
- nadace a nadační fondy,
- ostatní instituce a
- příjmy z vlastní činnosti organizace.

2.1 Veřejná správa

Nejdříve se zaměřím na **veřejnou správu**. Pro VS je typické, že se dělí na státní správu (zde patří ministerstva a jimi zřízené příspěvkové organizace) a samosprávu (ta se skládá z obcí, měst a krajů a jimi zřízenými příspěvkovými organizacemi). „*Finanční prostředky z veřejné správy lze získat pomocí dotací nebo grantu.*“⁶ V případě, že si NO zvolí tuto možnost, mají povinnost zpracovat projekt a pokud chtějí žádat o dotaci nebo grant, tak současně také vypracovat žádost. VS je zastoupena úředníky, kteří se musí řídit dle nařízení a vyhlášek. Dle některých názorů by měly být NO financovány z veřejných zdrojů, to se však týká těch organizací, které produkují veřejné statky. Pokud má NO povahu spíše soukromého statku, je z velké části financována z jiných zdrojů. Žádosti o dotace z veřejných rozpočtů lze tedy považovat za fundraisingovou aktivitu. Instituce VS mohou svoji podporu projevit formou finančních příspěvků, přičemž se jedná o největší část podpory.

Orgány VS mohou NO nabídnout bezplatný pronájem prostor, které jsou v majetku obce a mohou sloužit jako stálé zázemí nebo pro jednorázové akce, například benefiční koncerty. Ne příliš obvyklou formou hmotné podpory je poskytnutí materiálu v inventáři obce, které mohou NO využít. „*Významnou možností podpory od obcí může být garance obce při jednání s jinými subjekty, především ve standardních obchodních vztazích, při žádostech o dary z jiných zdrojů a zejména při realizaci společných projektů.*“⁷ NO a jejich asociace se mohou zapojovat do

⁶ ŠEDIVÝ, Marek, MEDLÍKOVÁ, Olga. *Public relations, fundraising a lobbying pro neziskové organizace*. Praha: Grada Publishing a.s., 2012, s. 47

⁷ BAČUVČÍK, Radim. *Marketing neziskových organizací*. Zlín: VeRBuM, 2010, s. 127

práce obecních orgánů prostřednictvím účasti v komisích a výborech. Jde o zajímavou možnost zapojení NO a zároveň mohou mít důležité slovo v rozhodování. Pro získání dotace od ministerstev, krajů nebo obcí jsou vypisována dotační řízení. Tato řízení jsou již z větší části formalizována a jsou vydávány obsáhlé formuláře. Nejdůležitější a nedílnou součástí těchto formulářů jsou finanční plány. „*Formuláře od ministerstev mnohem častěji přebírají formu a metodiku formulářů používaných evropskými institucemi.*“⁸ Větší dotační řízení bývají vypisována pouze jednou za rok a vždy v obdobném období.

2.2 Firmy a spolupráce s podniky

Dalším zdrojem jsou **firmy a spolupráce s podniky**. V ČR je zastoupení firemního dárcovství na vysoké úrovni, „*podnikatelské subjekty jsou totiž tradičním poskytovatelem zdrojů pro NNO.*“⁹ Spolupráce mezi podniky a organizacemi je pro realizaci jejich poslání velmi důležitá a v ČR je možná od roku 1990. Podpora neziskového sektoru je u významného počtu firem součástí jejich fungování a stala se tak součástí celkového chápání společenské odpovědnosti firem. Subvence nemusí být soustavná a promyšlená, ale jedná se alespoň o nějakou podporu. V oblasti firemního fundraisingu je důležité, aby se osoba fundraisera neustále zlepšovala a byla obdařena pořádnou dávkou trpělivosti. Záleží na tom, jaké podniky s žádostí o podporu budou osloveny, a dle toho se odlišuje, jak bude o žádosti rozhodováno. V případě schvalování u velkých společností a korporací budou kromě kvalitních osobních prezentací, jasných argumentů a přesvědčovacích schopností potřeba také kvalitně zpracované podklady, tedy dobře zpracovaný projekt a prezentační materiály. Žádosti u velkých společností posuzuje více osob a v některých korporacích podléhá schvalování přísným předpisům. U malých a středních podniků představuje proces schválení přesvědčování jedné osoby, většinou majitele, jednatele nebo ředitele, který následně rozhodne. Některé firmy si samy určují, které aktivity chtějí podporovat a které nikoliv, a současně si mohou k rozdělení části svého zisku zřídit vlastní nadace či fondy. Firemní dárcovství má formy hmotných darů, finančních prostředků, služby, garance projektu vlastním jménem a zprostředkování darů od ostatních podniků. Někdy mohou firmy na dobročinné účely rozdělit desetitisíce až statisíce korun. Avšak firmy raději preferují dary ve formě zboží nebo služeb, se kterými obchodují, vyrábí je, nebo nabízí své vybavení, které již ke své činnosti nepotřebují, popřípadě poskytují své prostory, vybavení a zařízení nebo poskytují své pracovníky, jako firemní dobrovolníky. Zaměstnance tak lze také motivovat k dobrovolné činnosti pro neziskový sektor. Další možnosti

⁸ BAČUVČÍK, Radim. *Marketing neziskových organizací*. Zlín: VeRBuM, 2010, s. 128

⁹ BOUKAL, Petr. In: BOUKAL, Petr a kol. *Fundraising pro neziskové organizace*. Praha: Grada publishing, a.s., 2013, s. 109

je nominování pracovníků do správních rad nebo poradních orgánů. Možné je i spojení se silným partnerem, které může být výhodné pro komunikaci s dalšími subjekty nebo přinést přístup do médií. Obchodní firmy mohou rovněž fungovat jako externí fundraiseři. Možnou formou dárcovství je i nabídka pro NO v podobě stáží a možnosti vzdělávání pro jejich zaměstnance, členy, popřípadě uživatele jejich služeb.

V rámci firemního fundraisingu je zároveň důležitá tzv. corporate social responsibility, tedy společenská odpovědnost firem. „*Jde o koncepci vedení podniku a celkového budování vztahů s partnery a přispívá ke zlepšení reputace a zvýšení důvěryhodnosti podniku*“¹⁰, a je dlouhodobého charakteru. Strategie společenské odpovědnosti firem je spíše otázkou velkých podniků a od 90. let 20. století se touto problematikou zabývá také Evropská komise. Charakteristickými rysy společenské odpovědnosti firem jsou tři základní roviny aktivit, mezi něž patří ekonomická rovina činnosti podniku, sociální rozvoj a ochrana životního prostředí. „*Spotřebitelé chtějí produkty, které nejen uspokojí jejich potřeby, ale zároveň nevznikají na úkor životního prostředí nebo důstojných pracovních podmínek.*“¹¹ Platforma „Byznys pro život“ sdružuje podniky, které spojuje společenská odpovědnost firem, firemního dárcovství a snaha o odpovědný přístup ke komunitě, stakeholderům a životního prostředí. Tyto snahy by však měly být součástí každé podnikové strategie.

Z fundraisingového hlediska jsou NNO zařazovány mezi tzv. sekundární stakeholdery. Stakeholder je osoba zapojená do určité činnosti organizace. Za sekundární stakeholdery jsou považovány vládní instituce, veřejnost, orgány samosprávy, různí lobbisté, nátlakové skupiny a zástupce médií. Primárními stakeholdery naopak jsou vlastníci, investoři a zákazníci. Podniky mohou mít formu dárců nebo sponzorů a ve většině se nejedná pouze o jednorázové dárce. Na základě strategického přístupu podniky vyčleňují například samostatné fondy v rámci marketingového oddělení. Pokud se podniky rozhodnou, že uplatní dary jako položku, která snižuje základ pro výpočet daně příjmu, mohou si tímto způsobem navýšit čistý zisk podniku, protože zaplatí nižší daň. Pro firemní fundraising je tedy důležitý zákon č. 586/1992 Sb., o dani z příjmu.

Podnikové dárce je možné rozčlenit do několika skupin. Jedná se o podniky nabízející:

- peněžní podporu,
- služby,
- věcnou podporu,

¹⁰ BOUKAL, Petr. In: BOUKAL, Petr a kol. *Fundraising pro neziskové organizace*. Praha: Grada publishing, a.s., 2013, s. 111

¹¹ Tamtéž, s. 112

- podporu při PR NNO.

Jako **peněžní podporu podniků** je možné označit jednorázové dary a sponzorské příspěvky, trvalou podporu prostřednictvím fondu pomoci (tento fond je většinou součástí rozpočtu marketingového oddělení), dále jsou zde zakotveny podniky zakládající podnikové nadace nebo nadační fondy, oceňující projekty a v této souvislosti nabízejí stipendia a mimo to také podniky kupující produkty NNO. Přičemž každý podnik si volí vlastní strategii peněžní podpory.

Podniky nabízející služby se dělí do následujících skupin: podniky poskytující prostory, nabízející dopravu, hostinské služby (včetně přenocování), zapůjčení zaměstnanců, v rámci dobrovolnické činnosti a podniky nabízející své produkty. Snaha podniků o shromažďování vlastních přínosů z veřejně prospěšných aktivit. Významnou spoluprací podniků a NO je firemní dobrovolnictví. Jako příklad dobrovolnictví bych chtěla uvést akci Uklidme Česko, které se v roce 2022 zúčastnil rekordní počet účastníků, zapojilo se téměř 200 000 dobrovolníků.

Věcnou podporou, kterou mohou podniky nabízet, jsou především technické přístroje, dopravní prostředky nebo vybavení kanceláří. Některé NO poskytují své produkty jako dary. Jak už možnosti věcné podpory napovídají, může se jednat o nábytek, počítače nebo jiné produkty, které organizace produkuje nebo je již nevyužije.

Podporou při PR NNO jsou myšleny podniky nabízející tisk a distribuci pozvánek nebo plakátů, reklamu v rádiu, televizi nebo novinách a podniky nabízející zorganizování recepcí.

Pro firemní fundraising je důležité pochopení podnikových cílů a na tomto základě rozvíjený osobní přístup vedení NO vůči podnikovým manažerům, tedy těm, od kterých se snaží fundraiseři získat podporu. Důležitou oblastí je také sponzoring, jde o možnosti získání finančních ale i nefinančních prostředků pro NO. Podpora přichází převážně od podnikatelských subjektů a podporovatel očekává určitou protihodnotu, především zviditelnění sponzora. „*Vztah sponzora a sponzorované NNO je právně vytvořen na základě sponzorské smlouvy.*”¹² Sponzoring je upřednostňován v oblasti sportu.

2.3 Individuální dárcovství

Individuální dárcovství je dalším nástrojem fundraisingu. Je pro něj typická vysoká míra emocionality a neustálého budování vztahu s jednotlivými podporovateli, současně s tím je

¹² BOUKAL, Petr. In: BOUKAL, Petr a kol. *Fundraising pro neziskové organizace*. Praha: Grada publishing, a.s., 2013, s. 121

důležitý osobní vztah mezi organizacemi a jejich dárci a zároveň by měl přinášet užitek oběma stranám. „*Individuální fundraising by měl umožnit dárcům významně se podílet na fungování jimi zvolené NO, s jejíž činností se budou schopni ztotožnit.*“¹³ V organizacích musí být individuální dárcovství začleněno ve fundraisingových strategiích a při plánování a tvorbě těchto jednotlivých individuálních dárcovských strategií by si měla NO být vědoma toho, že nikdo není povinen dary poskytovat. Při individuálním dárcovství jsou nejdůležitějšími dárci ti, kteří přispívají opakovaně i v případě, že se jedná o malé částky. Tyto dary jsou většinou významným a pravidelným příjmem organizací a jsou využívány zejména k úhradě provozních nákladů organizace. I ti nejmenší přispěvatelé mohou mít pro NO velký význam. Mimo finanční dary jsou schopni organizaci poskytnout svoji pomoc v podobě dobrovolné práce, neformální propagace, například na osobních sociálních sítích nebo tím, že se účastní veřejných aktivit organizace. Pokud organizace o dárci správně pečují, mohou být eventuálním zdrojem vysokých příjmů. Organizace si vedou databázi dárců, přičemž významným dárcům musí být věnována speciální pozornost, týkající se informací o nich.

Důležitými principy individuálního dárcovství jsou otevřenost, transparentnost a efektivita. Pro to, aby si organizace naklonily dárci na svoji stranu, musí si získat jejich důvěru a to nejlépe tím, že dodrží zmíněné principy. **Otevřenosti** lze dosáhnout tak, že organizace zveřejní informace o svém hospodaření nad rámec legislativních povinností. Je však stěžejní, aby organizace uváděla pravdivé informace. **Transparentnost** je zajišťována prostřednictvím zveřejňování informací, jakými způsoby jsou získané prostředky využívány. Dary musí být využívány vždy v souladu s přáními dárců a posláními organizací. Nástrojem pro zaručení transparentnosti je výroční zpráva, popřípadě jsou v dnešní době využívány transparentní účty. Transparentní účty jsou takové bankovní účty s veřejným on-line přístupem k výpisům vkladů a výběrů. „*Princip efektivity spočívá v efektivním využití získaných prostředků, tedy především v jistotě dárci, že jeho peníze organizace neplýtvá.*“¹⁴

V souvislosti s individuálním dárcovstvím považuji za důležité definovat pojem dar, který s ním je úzce spojen, protože individuální fundraising je na poskytnutí nebo převzetí daru postaven. Dar lze definovat „*jako něco cenného nebo žádoucího, co se prostřednictvím darování dobrovolně převádí z vlastnictví dárci do vlastnictví obdarovaného, a to vždy bez přímé protihodnoty.*“¹⁵ Je možné, aby si dárci sám určil k jakému účelu je dar poskytnut,

¹³ PEMOVÁ, Terezie. In: BOUKAL, Petr a kol. *Fundraising pro neziskové organizace*. Praha: Grada publishing, a.s., 2013, s. 77

¹⁴ Tamtéž, s. 79

¹⁵ Tamtéž, s. 80

a obdarovaný jej nesmí využít k jiným účelům. Dary mohou mít mnoho forem. Mohou to být finanční dary, movité a nemovité dary, dobrovolnictví, služby, předměty, čas nebo znalosti. Mezi finanční dary patří hotovostní vklady do pokladen NO, poštovní poukázky neboli složenky, jednorázové bankovní převody, trvalé bankovní příkazy k úhradě, DMS, v probíhajících sbírkách příspěvky do pokladniček, dražby, tomboly nebo také závěti. Dobrovolnictví je rozděleno na krátkodobé, dlouhodobé a firemní dobrovolnictví. Pokud má být darovaná věc, která je zapsána do veřejného seznamu, vyžaduje se, dle §2057 odst. 1 zákona č. 89/2012 Sb., občanského zákoníku, písemná smlouva. Nejčastěji se jedná o movitý majetek, například vozidla zapsaná v registru vozidel, i nemovitý majetek zapsaný do katastru nemovitostí. Mimo to, že je možné, aby dárci darovali všechnen svůj současný majetek, má možnost darovat i majetek budoucí, avšak maximálně do výše hodnoty jeho poloviny. Pokud se jedná o dar vyšší hodnoty, vždy se doporučuje sepsání darovací smlouvy a vystavení potvrzení o přijetí daru. *„Bez těchto dokladů nelze následně poskytnutí daru uplatňovat při snižování daňového základu.“*¹⁶ Dárcem může být FO, podnikající FO nebo statutární zástupce PO. V případě FO může být dárcem osoba mladší 18 let, záleží však na výši daru. Individuální dárcovství může mít různé podoby, měly by ale odpovídat poslání a potřebám NO. Pro NNO je žádoucí, aby svým potenciálním podporovatelům nabízela co nejširší portfolio možných způsobů a darování. Jsou tím myšleny nejen různé formy dárcovství, ale i praktického provedení. Různorodost způsobů je projevem vstřícnosti NO. *„Volba formy výběru individuálních darů by měla být maximálně efektivní, a to jak pro NO, tak pro dárci samotné.“*¹⁷

FO, osoby samostatně výdělečně činné nebo PO, které poskytují dary NO, jsou státem daňově zvýhodněné při úhradě daně z příjmu, mohou si totiž hodnotu daru odečíst ze svého základu pro výpočet daně.

Je důležité rozlišit dárcovství a sponzoring. Sponzorování je od dárcovství odlišné v tom, že je založeno na poskytnutí propagační a reklamní služby NO sponzorovi. Sponzorské příspěvky jsou chápány jako poplatky za poskytnutí určité služby. Nejedná se tedy o smlouvu darovací, ale o smlouvu o reklamě. Při dárcovství dárci podporuje celkovou činnost organizace bez toho, aby se zajímal o další výhody, které z ní mohou plynout.

Strategiemi individuálního dárcovství jsou zejména oslovování nových dárců a motivace a udržení dárců stávajících. Tyto strategie jsou součástí fundraisingových strategií

¹⁶ PEMOVÁ, Terezie. In: BOUKAL, Petr a kol. *Fundraising pro neziskové organizace*. Praha: Grada publishing, a.s., 2013, s. 81

¹⁷ Tamtéž, str. 82

organizací a plynou z analýzy možností a potřeb organizací. Strategie se odlišují v závislosti na velikosti NNO.

Pro oslovení nových dárců mají organizace několik možností jakými formami tak mohou učinit, především jde o formy komunikace - přímou a nepřímou. V přímé komunikaci se organizace obrací ke konkrétnímu adresátovi, kdežto u nepřímého oslovení jsou oslovovány anonymní skupiny adresátů. Jako příklad nepřímé komunikace bych chtěla uvést billboardové kampaně, a pro přímou komunikaci je typické rozesílání adresných poštovních zásilek. Dalším způsobem je oslovení nových dárců přímo na ulici nebo na benefičních akcích pořádaných organizacemi. Velmi účinným, avšak ošemetným, nástrojem je návštěva předem vytipovaných potenciálních dárců. Při tomto způsobu je nutné dbát na to, aby takovéto jednání nebylo bráno jako narušení soukromí, je tedy lepší si předem sjednat schůzku. Projevený vděk je motivací individuálních dárců. Kromě motivace je nutné udržet pravidelný kontakt a současně s tím informování o výsledcích organizace a jakým způsobem byl jejich dar využit. V rámci hospodárnosti se v dnešní době preferuje spíše elektronická komunikace.

Pro rozdělení individuálních dárců můžeme využít tzv. pyramidu dárců. V této pyramidě je na nejnižší pozici první dar (a žádost o něj), následují opakované dary (adresné žádosti o dar), poté pravidelné dary (trvalé příkazy a inkasa), dále významné dary vyžadující individuální péči a na vrcholu pyramidy je závěť, která ale zároveň vyžaduje zvláštní a velmi delikátní péči. Podle pozice na které se zrovna dárci nachází, se odvíjí velikost daru. S významnými dárci si může organizace vybudovat trvalé partnerství nebo se popřípadě mohou stát členy správní rady a tím mít vliv na činnost organizace. Jsou také schopni přinést velmi cenné kontakty na další potenciální významné dárci.

Pouze krátce bych se chtěla věnovat způsobům oslovování individuálních dárců. Těchto způsobů je mnoho a dárci tak mají z čeho vybírat, mohou však být omezeni dostupnými zdroji organizace. Základními způsoby jsou neosobní dopis, osobní dopis, telefonická kampaň, sbírka a osobní kontakt. Při **neosobním dopisu** je nejčastěji používána direct mailová kampaň, využívá se zejména k oslovení prvodárců, ale jde o finančně náročný způsob. U **osobního dopisu** je předpokladem dřívější znalost dárci, kterého žádáme. Výhody osobního jednání má i kontakt po telefonu, tedy **telefonická kampaň**, ta není časově zatěžující pro fundraisera a je možné při ní oslovit větší počet lidí. **Sbírka** je časově i organizačně náročným způsobem, ale lze při ní oslovit velké množství osob v krátkém čase, měla by jí ale předcházet vhodná PR kampaň. **Osobní kontakt** je časově nejnáročnější, vyžaduje množství osobních schůzek s potencionálními nebo stávajícími dárci. Ačkoliv je časově náročnější, přináší nejlepší

výsledky – lze využít všech výhod, které osobní jednání přináší. Může pro něj být typický tzv. street fundraising, v rámci nějž dobrovolníci komunikují s případnými dárci přímo na ulici.

Individuální dárcovství je dále možné rozdělit na adresné a neadresné formy. Pro adresnou formu je typická závěť. Závěť má značně specifickou a delikátní formu, která vyžaduje velkou míru důvěry mezi dárcem, neboli zůstavitelem a příjemcem, tedy NO. Potencionální dary ze závěti bývají dary největšími, ale nejsou úplně obvyklé, jsou však důkazem dlouhodobého vztahu dárce k organizaci nebo příslušnému tématu. Další metodou řadící se do adresné formy individuálního dárcovství je mecenášství. Uplatňuje se obzvláště v oblasti kultury, popřípadě jiných veřejných aktivit. Dříve bylo mecenášství v ČR spojováno s architektem Josefem Hlávkou, který byl zakladatelem nadace Nadání Josefa, Marie a Zdeňky Hlávkových. Tato nadace dodnes plní poslání, pro které byla založena a dne 11. září 1998 byla zapsána do rejstříku nadací v oddílu N. Podporuje především vzdělávání nemajetných a nadaných studentů a mladých odborníků. V současné době je mecenášství spojováno spíše s paní Medou Mládkovou a její Nadací Jana a Medy Mládkových. Jejich nadace má za účel podporu a provozování sbírky moderního umění. Nadace podporuje také rozvoj výtvarného umění a kultury v ČR, seznamuje veřejnost s moderním výtvarným uměním a přispívá ke znovuoživení a posílení povědomí o kulturní tradici v oblasti moderního umění. Dále se věnuje osvětové a publikační činnosti. Některé NO v oblasti kultury mecenášství velmi podporují. Mecenášství má různé statuty, které může dárce získat, avšak vše se odvíjí od výše podpory.

Neadresným formám individuálního dárcovství je věnována kapitola 3. Při neadresných formách nejsou přesně známi potencionální dárci, využívají se tedy metody, které toto nevyžadují.

2.4 Nadace a nadační fondy

Nadace a nadační fondy patří do skupiny tzv. filantropických institucí, přičemž významem filantropie je „*dobrovolné jednání zaměřené na veřejný prospěch*.“¹⁸ Jde o účelová sdružení majetku, zřizovaná za účelem podpory určitých projektů. Od roku 2014 jsou nadace a nadační fondy upraveny zákonem č. 89/2012 Sb., občanský zákoník. Tento právní předpis upravuje celkovou problematiku nadací, lze říci, že tedy nahradil původní zákon č. 227/1997 Sb., o nadacích a nadačních fondech. Zahrnuje podmínky pro jejich založení (vznik), fungování a rozpuštění. Nadace a nadační fondy jsou spravovány jako PO a vznikají zápisem do nadačního rejstříku, který je veden rejstříkovým soudem. Z tohoto rejstříku získávají fundraiseři mnoho

¹⁸ *Filantropie*. [online]. Studia občanské společnosti: Fakulta humanitních studií. [cit. 25. března 2024]. Dostupné z: <https://ksos.fhs.cuni.cz/KOS-224.html>.

informací. Je velmi důležité, aby každý fundraiser znal oslovovanou nadaci velmi podrobně, včetně specifík jejího fungování.

§306 odstavec 1 věta první a §394 odstavec 1 občanského zákoníku říká, že nadace i nadační fondy jsou zakládány k trvalé službě společensky nebo hospodářsky užitečnému účelu. Dále podle §306 odstavce 1 občanského zákoníku může být účel nadace veřejně prospěšný, avšak pokud spočívá v podpoře obecného blaha a také dobročinný v případě, že spočívá v podpoře určitého okruhu osob určených jednotlivě nebo jinak. V odstavci 2 téhož ustanovení jsou definovány důvody, pro které je zakázáno nadaci založit. Těmito důvody jsou, že by nadace byla založena za účelem podpory politických stran a hnutí nebo jiné účasti na jejich činnosti a pokud by nadace měla sloužit výlučně výdělečným cílům. Nadace se zakládá nadační nebo zakládací listinou a nadační fond zakládací listinou, přičemž obě mají formu veřejné listiny.

Také z historického hlediska jsou nadace výrazným druhem NNO, zabezpečující prostředky pro chod ostatních NO. Majetek, který sdružují, následně využívají pro konkrétní veřejně prospěšné účely. Mají jasně formulované poslání a cíle a na základě toho podporují ty NO, které mají cíle a poslání obdobné nebo stejné. Je vhodné, aby měli fundraiseri vytvořenou evidenci nadací, které podporují oblast zájmu NO – vytvoří si tak soulad mezi posláními nadací a posláními NO.

Nadace jsou děleny do dvou kategorií, podle toho zda naplňují účel individuálně (ve prospěch konkrétního subjektu) nebo zda výtěžek ze svého majetku nabízí třetím subjektům. První kategorií jsou tzv. operativní nadace, ty jsou založené k financování typově konkrétních obecně prospěšných subjektů, mezi tyto subjekty se mimo jiné řadí domy pro seniory, nemocnice, vědecké ústavy, knihovny a muzea. Druhou kategorií jsou nadace podporující, jsou přímo zakládány za účelem podpory jiných NO k realizaci jejich poslání.

Prvním krokem je prohledání nadačních databází a zvolení vhodných subjektů pro oslovení. Fundraiser má několik možností, kde najít potřebné informace. Jedná se o výpisy z rejstříku nadací a nadačních fondů, prostřednictvím rejstříkových soudů nebo pomocí různých servisních organizací, které vytváří databáze nadací. Fundraiser dále musí prozkoumat webové stránky nadací a nadačních fondů, které si zvolí z databázových možností. Po té co si fundraiser skutečně svůj výběr, přistupuje k ověření poslání nadace a následně k jejímu oslovení. Podpora musí být vždy účelová. „*Nadace si stanoví jednoznačně podmínky, za nichž poskytuje nadační prostředky.*“¹⁹

¹⁹ BOUKAL, Petr. In: BOUKAL, Petr a kol. *Fundraising pro neziskové organizace*. Praha: Grada publishing, a.s., 2013, s. 143

V ČR funguje velké množství nadací a nadačních fondů, v roce 2023 přesně 3 186, z toho 574 nadací a 2 612 nadačních fondů. V roce 2022 rozdělily nadace a nadační fondy celkem 3,71 miliardy Kč. Fórum dárců sestavilo žebříček top 10 nadací a nadačních fondů, dle rozdělených finančních prostředků v roce 2022:

Pořadí	Název nadace/nadačního fondu	Výše rozdělené částky v roce 2022 (v Kč)
1.	Dobrý anděl	382 621 000
2.	Nadační fond Prague Civil Society Centre	243 320 000
3.	Nadace ČEZ	219 993 000
4.	Nadace The Kellner Family	158 678 000
5.	Nadace České spořitelny	144 677 000
6.	Nadace PPF	109 084 000
7.	Nadační fond Kladné nuly	103 000 000
8.	Nadační fond Škoda Auto	102 421 000
9.	Abakus – nadační fond zakladatelů Avastu	92 375 000
10.	Česko-německý fond budoucnosti	86 740 000

Tabulka č. 2 – seznam top 10 nadací a nadačních fondů v roce 2022

(data k 8. září 2023)

2.5 Ostatní instituce

Pod pojem „ostatní instituce“ jsem si kromě institucí, které sem zcela jistě patří, jako zahraniční ambasády nebo obchodní komory, přidala také problematiku sociálního podnikání, domácí veřejné rozpočty a fondy EU jako cíle fundraisingu. V rámci těchto institucí je vždy klíčová příprava na jednání se zástupci institucí.

Sociální podniky se stále mohou považovat za určitou novinku v ČR, pocházející z Velké Británie. Fundraising nimi je rozšířen o samostatné podnikání a nelze tedy říci, že se jedná o čistě NO, protože se dostávají na pomezí neziskových a ziskových subjektů. Sociální podniky jsou určitým sociálním a fundraisingovým projektem. Pro tuto oblast je potřebné velké množství zdrojů, které je však mnohokrát obtížné zajistit, stále však mohou oslovit potenciální soukromé dárcy, sponzory, požádat správce veřejných zdrojů nebo rozvíjet vlastním jménem jiné hospodářské aktivity a získané zdroje musí být efektivně využity, současně s naplněním sociálního poslání, tedy pomoci potřebným. Potřebnými lidmi jsou ti, kteří jsou z nejrůznějších důvodů znevýhodněni na trhu práce a mají sníženou nebo nulovou možnost najít si práci. Díky sociálním firmám jsou tyto osoby vráceny do pracovního života. Fundraisingovým nástrojem sociálních firem jsou podnikatelské plány. Podnikatelský plán je „zásadní dokument vyžadující

*písemnou formu, jehož prostřednictvím si sám management před zahájením podnikání vytyčuje podnikatelské cíle, kvantifikuje očekávané výstupy, určuje ukazatele efektivity podnikatelského záměru, formuluje riziko podnikání, jeho realizovatelnost a konkurenceschopnost.*²⁰

U domácích veřejných rozpočtů se jedná o rozpočty ministerstev, krajské a místní rozpočty a státní fondy. Alespoň na částečné podpoře poskytované z veřejných rozpočtů je závislých mnoho českých NO. Fundraising zaměřený na veřejné rozpočty je v tomto případě obzvláště důležitý. V rámci rozpočtů ministerstev jsou důležitá každoročně vydávaná usnesení Vlády ČR, která vymezují hlavní oblasti státní dotační politiky v oblasti NO. Pro krajské a místní rozpočty je stěžejní zákon č. 250/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech územních rozpočtů, tzv. malá rozpočtová pravidla. Tato malá rozpočtová pravidla upravují tvorbu, postavení, obsah a funkce rozpočtů územně samosprávných celků a rozpočtové hospodaření obcí.

Dalšími jsou státní fondy, jako příklad bych chtěla uvést státní fond životního prostředí, který je stěžejní v rámci environmentální politiky. Na základě žádosti poskytne podporu v podobě dotace, půjčky, převzetí závazku nebo formou další pomoci. Dále státní fond kultury, který poskytuje prostředky různým subjektům, včetně NNO. Jde o podporu konkrétních kulturních akcí.

Členské státy EU si samy spravují asi 80% finančních prostředků EU určených pro NO. Od roku 2004, po vstupu do EU může i ČR čerpat finanční prostředky z rozpočtu EU, především pro národní nebo komunitární programy. Pro získání těchto finančních prostředků je nutné, aby organizace předkládaly dobře zpracované projektové dokumenty.

2.6 Příjmy z vlastní činnosti organizace

S příjmy z vlastní činnosti organizace souvisí samofinancování, kterým si mohou zajistit další zdroje, většinou dlouhodobé. Samofinancováním si mohou doplňovat zdroje z veřejných rozpočtů nebo od dárců. K činnostem samofinancování patří prodej vlastních výrobků a služeb, příjmy z vybraných členských příspěvků, příjmy z dlouhodobého hmotného majetku, příjmy z úroků z vkladů či jiných finančních aktivit.

Příjmy organizace plynoucí z prodeje vlastních výrobků nebo služeb zahrnují výrobky pocházející z chráněných dílen nebo obdobných programů. Těmito výrobky nejčastěji mohou být pohlednice, hrnečky nebo hračky. Jako příklad bych ráda uvedla mezinárodní organizaci

²⁰ BOUKAL, Petr. In: BOUKAL, Petr a kol. *Fundraising pro neziskové organizace*. Praha: Grada publishing, a.s., 2013, s. 164

UNICEF, ta má v nabídce pohlednice, lahve na vodu, tašky nebo deštníky. Při poskytnutí služeb jde především o konzultační a poradenské služby, služby stacionářů nebo půjčování pomůcek.

Dalšími možnostmi jsou příjmy formou členských příspěvků. Tyto příspěvky členové přispívají v pravidelných intervalech a díky nim a v rámci svého členství mohou získat různé výhody, nejčastěji různé slevy. Současně tyto příspěvky tvoří stálý příjem organizace, avšak jedná se pouze o doplňkový zdroj.

Dalšími možnými příjmy jsou příjmy z pronájmů dlouhodobého hmotného i nehmotného majetku, jde o majetek, který má dobu použitelnosti delší než jeden rok a řadí se zde pozemky, budovy, kanceláře, dopravní prostředky, stavby, stroje, přístroje a zařízení, patenty, licence a know-how. Následně příjmy z úroků nebo jiných finančních aktivit, do kterých patří zhodnocení finančních investic organizace. Na základě těchto aktivit mohou organizace získat určitou nezávislost.

Samofinancování přináší také určité výhody a nevýhody. Mezi výhody patří přínos dodatečných finančních prostředků organizacím, zvětšení portfolia příjmů nebo větší zviditelnění organizace. Nejčastějšími nevýhodami samofinancování jsou, že se nejedná o jednoduchou záležitost, nelze jej použít pro všechny organizace a představuje určité riziko pro organizace.

3 Jednotlivé metody fundraisingu v individuálním dárcovství

V následující kapitole přiblížím neadresné metody neboli formy individuálního dárcovství, kterými jsou veřejné sbírky, benefiční akce, tomboly, dražby a speciální formy dárcovských kampaní, pod které spadají například dárcovské SMS nebo různé projekty, jelikož se mi tyto metody zdají jako nejrozšířenější a nejvíce v praxi využívané.

Veřejné sbírky se řadí do skupiny občanských aktivit a upravuje je zákon č. 117/2001 Sb., o veřejných sbírkách. Dle §1 odstavce 1 „*je veřejnou sbírkou získávání a shromažďování dobrovolných peněžitých příspěvků od předem neurčeného okruhu přispěvatelů pro předem stanovený veřejně prospěšný účel.*“²¹ Tímto je myšlen především účel humanitární nebo charitativní, rozvoj tělovýchovy nebo sportu, ochrana kulturních památek, tradic nebo životního prostředí. Při veřejných sbírkách jsou shromažďovány pouze finanční prostředky. Sbírkou je oprávněna organizovat pouze PO s povinností oznámení sbírky příslušnému krajskému úřadu dle sídla PO, tento úřad následně vykonává formou správního dozoru kontrolu a dozor nad konanou sbírkou. Sbírkou jsou konány na základě oznamovacího principu, v případě, že organizátor splní všechny zákonem dané podmínky a zároveň si podá řádně písemnou žádost k příslušnému úřadu, vydá tento úřad osvědčení o konání sbírky. Toto osvědčení slouží jako potvrzení, že úřad informaci o konání sbírky přijal a při splnění všech dalších stanovených náležitostí a podmínek a na konání sbírky tak vzniká právní nárok. Pokud bude zjištěno, že konání sbírky je v rozporu se zákonem, osvědčení se nevydává a konání sbírky bude zamítnuto, zamítnutí má charakter správního rozhodnutí. Nelze konat více sbírek za stejným účelem jedním organizátorem.

Výtěžek sbírky musí být organizátorem nebo tím, v jehož prospěch byla sbírka konána, použit pouze ke stanovenému účelu (stanoven již v oznámení a následně v osvědčení úřadu). Vybrané finanční prostředky mohou být využity pro jiný účel jen se souhlasem příslušného úřadu. Faktory, které mohou sbírku činit zajímavější pro vnímání společnosti, jsou veřejné známosti a transparentní chování pořádající organizace, účel sbírky, kdy ji společnost vnímá jako potřebnou, žádoucí a vyžadující osobní podporu občanské společnosti, důvěryhodný patron sbírky (veřejně známá osobnost), mediální podpora sbírky i tématu a široké spektrum možností, jak sbírku podpořit.

V ČR existuje hned několik online platforem pro darování financí ve prospěch nejen NO. Platformou, která umožňuje pouze podporu NO nebo příspěvkových organizací je Darujspravne.cz a sbírky pořádané tímto portálem musí být úředně registrovány. Bohužel

²¹ §1 odstavec 1 zákona č. 117/2001 Sb., o veřejných sbírkách, ve znění pozdějších předpisů.

existují i portály, které úřední registraci pro konání sbírky nevyžadují, ačkoliv dle zákona se jedná o povinnost takové osvědčení k možnému konání sbírky mít.

Portál Darujme, je jedním z těch, kteří založení sbírky nepodmiňují předchozí úřední registrací, ale je největší platformou pro online darování v ČR. Prostřednictvím tohoto portálu v roce 2023 pro dobročinné účely putovalo 431 milionů Kč. Mezi NO, které takto byly podpořeny nejvíce, patří ADRA, o.p.s., Armáda spásy, Greenpeace, Lékaři bez hranic, o.p.s., Milion Chvílek, z. s., Zdravotní klaun, o.p.s. nebo Nadační fond Univerzity Karlovy. Z toho 71% činily jednorázové dary a 29% dary pravidelné.

Nejúspěšnější opakující se sbírkou je lednová Tříkrálová sbírka, kterou zaštiťuje Arcidězní charita ČR. V roce 2024 bylo vybráno celkem 173 204 357 Kč. Vývoj Tříkrálové sbírky v letech 2019 – 2024:

Rok	Vybráno do kasiček (v Kč)	Online koleda (v Kč)	Bezhotovostní dary (v Kč) (DMS koleda, ostatní dary)	Tříkrálový koncert (v Kč)	CELKEM (v Kč)
2019	<i>Koleda celkem:</i> 119 184 353	-	1 850 759	1 266 495	122 301 607
2020	<i>Koleda celkem:</i> 130 347 953	-	2 533 629	922 151	133 803 733
2021	52 357 807	24 808 192	2 146 428	2 163 861	81 476 288
2022	129 806 862	3 854 870	6 640 891	1 069 044	141 371 667
2023	155 590 531	3 061 920	5 506 763	1 526 790	165 686 004
2024	165 548 864	3 495 855	2 586 603	1 573 035	173 204 357

Tabulka č. 3 – vývoj tříkrálové sbírky v letech 2019 – 2024

(data k 23. dubnu 2024)

Dle výsledků z tabulky byl nejúspěšnějším rokem rok letošní, tedy rok 2024, kdežto nejméně úspěšným rok 2021.

Benefičními akcemi jsou takové charitativní akce, pořádané jako sbírkové akce pro NO. Jedná se zejména o prodejní výstavy, festivaly, hudební, výtvarné a divadelní programy, aukce, tomboly nebo sportovní akce. Mimo to je možné za benefiční akce považovat výlety či obědy a večeře, kdy dárci přispívají prostřednictvím úhrady vstupného. Aby byla benefiční akce úspěšná, je nutné zahájit včas její přípravu na uspořádání, kromě vhodného termínu a místa konání zvolit také vhodný program, nepodcenit výdaje na pořádání (nespoléhat se na podporu sponzorů) a zvolit vhodnou formu propagace. Stejně jako veřejné sbírky, i benefiční akce se musí řídit zákonem č. 117/2001 Sb., o veřejných sbírkách.

Tomboly se řídí zákonem 186/2016 Sb., o hazardních hrách a podle § 61 odstavce 1 se jedná o hazardní hru, která je konaná v souvislosti s kulturní, sportovní, prodejní, reklamní nebo jinou společenskou akcí a je zpestřením této akce, zejména plesů. Do tomboly jsou zařazovány pouze prodané sázkové tikety a výhry rozdělovány dle slosování. Tomboly jsou dalším ze způsobů obstarávání finančních prostředků pro NO. Předměty darované do tomboly mohou pocházet od různých zdrojů, zejména tedy od FO nebo PO nebo přímo pocházející od NO, přičemž se může jednat o vlastní produkty.

Dražba neboli aukce je prodej věcí, které jsou nabízeny ke koupi. Dražby se účastní předem neurčený okruh subjektů a vydražené předměty jsou prodány tomu, kdo nabídne nejvíce a zároveň se zaváže splnit všechny další podmínky, které byly dříve stanoveny. Důležitým kritériem je určení okamžiku kdy u vydražené věci nastane okamžik nabytí vlastnického práva. Dražby mohou probíhat jako samostatné akce nebo jako součást akcí charitativních. Pro dražby jsou využívány předměty, které přímo souvisí s činností NO, těmi mohou být výrobky klientů sociálních služeb nebo předměty umělecké nebo jiné hodnoty, ty věnují konkrétní osoby nebo firmy. Dražba může probíhat za přímé účasti dražitelů nebo elektronicky dálkově. Upravuje ji zákon č. 26/2000 Sb., o veřejných dražbách, tento zákon stanovuje podmínky pro vznik, trvání a zánik některých právních vztahů s nimi souvisejících.

Prodej předmětů je další formou sbírek, díky kterým lze získat finanční prostředky. K prodeji jsou poskytovány předměty vyrobené v NO, především v chráněných dílnách, dále vyrobené pro NO, anebo které jsou NO darované formou sponzoringu. Nemusí se však jednat pouze o prodej hmotných předmětů nebo služeb, ale také o určitou formu samofinancování. Při koupi musí být kupujícímu jasné, jaká část z celkové ceny zboží, je určena na sbírku. Prodej předmětů probíhá v několika podobách. První z možností je tzv. street fundraising, kdy jsou produkty nabízeny přímo na ulici v době konání sbírky. Jako příklady bych ráda uvedla Český den proti rakovině, kdy dobrovolníci prodávají vyrobené kytičky, přičemž získané prostředky jsou využity na boj proti rakovině a sbírkovou akci, která nese název Bílá pastelka, u níž se jedná o prodej bílé pastelky na podporu nevidomých a slabozrakých osob, součástí této sbírky jsou také psí pokladničky, které je možné nalézt na několika různých místech po celé ČR. Druhou možností je prodej zboží nebo služeb v průběhu charitativních akcí (prodej triček, hraček nebo občerstvení), například v průběhu benefičního koncertu. Dále prodej prostřednictvím vlastního e-shopu organizace nebo prodeje charitativních produktů v komerčních e-shopech. Poslední z možností má podobu nákupu určitého komerčního zboží, v jehož ceně je zahrnuta pevná částka, která je poskytnuta konkrétní NO.

Pod **speciální formy dárcovských kampaní** patří zejména dárcovská SMS a různé typy projektů. Podnětem ke vzniku těchto forem dárcovských aktivit bylo zjednodušení poskytování darů drobným dárcům, oslovení velkých skupin potencionálních přispěvatelů, umožnění darování i menších finančních částek, aktuální reakce na vznik veřejných potřeb (v případě přírodních katastrof) a zároveň to mělo pomoci dárcům orientovat se v neziskovém sektoru. Projekty jsou vytvářeny za účelem dosažení stanoveného cíle nebo výsledku. DMS patří k zásadním projektům Fóra dárců (jde o „*jediný celorepublikový spolek, zastřešující dárcce v ČR*“²²).

„*Dárcovská SMS je společným projektem občanského sdružení Fórum dárců a Asociace provozovatelů mobilních sítí.*“²³ Systém DMS je v ČR ojedinělý a využívání služby je možné od roku 2004. Službu může využívat každá NO za předpokladu, že splní všechna kritéria transparentnosti. Dárci si mohou zvolit, zda jimi vybraný veřejně prospěšný projekt podpoří jednorázově nebo jej budou podporovat trvale. Od listopadu 2022 mají k výběru čtyři cenové hladiny v hodnotách 30 Kč, 60 Kč, 90 Kč a 190 Kč, přičemž NO obdrží částky ve výši 29 Kč, 59 Kč, 89 Kč a 189 Kč, zbylá část pokrývá technické, organizační a koordinační zajištění projektů, mobilní operátoři své služby poskytují bezplatně. Od 1. ledna 2006, od účinnosti novely zákona o DPH, nepodléhají DMS odvodu DPH. DMS tedy stojí dárcce dle toho jakou cenovou hladinu (výši příspěvku) si zvolí a příspěvek pro NO je zcela osvobozena od platby DPH. DMS využívá například charitativní projekt spojený s celonárodní veřejnou sbírkou pod záštitou Nadace rozvoje občanské společnosti ve spolupráci s Českou televizí.

Vyhodnocení **individuálního fundraisingu** je důležitým ukazatelem pro zpracování fundraisingového rozpočtu na další období. Každá NNO si zvolí některou z možných metod, odpovídající její situaci. Základními metodami a ukazateli úspěšnosti jsou fundraisingových činností jsou čistý příjem, návratnost investic, procento odpovědí/návratnost, průměrný příspěvek, náklady na získání dárcce.

Čistým příjmem je skutečná částka po odečtení všech nákladů na fundraising. Návratnost investic je ukazatel měřící podíl získaných příjmů a potřebných nákladů na realizaci fundraisingu, čím je ukazatel vyšší, tím lepší metoda je. Pro hodnocení sbírek je vhodnou metodou metoda procento odpovědí/návratnost, znamená to podíl počtu lidí, kteří kladně

²² *Kdo jsme.* [online]. Fórum dárců. [cit. 29. března 2024]. Dostupné z: <https://www.donorsforum.cz/o-foru-darcu/kdo-jsme.html>.

²³ PEMOVÁ, Terezie. In: BOUKAL, Petr a kol. *Fundraising pro neziskové organizace.* Praha: Grada publishing, a.s., 2013, s. 105

zareagovali, k počtu oslovených. Průměrný příspěvek znamená částku, kterou v průměru přispěje každý dárci.

Ukazatelem důležitým pro zpracování fundraisingového rozpočtu na další období. Praktické je využívání kombinace několika metod. Dle výsledků jsou strategie individuálního dárcovství vhodně upravovány.

4 Praktická část bakalářské práce – srovnání financování vybraných neziskových organizací v letech 2019 – 2022

V této části práce se budu věnovat financování vybraných NNO. Jsou jimi Charita ČR, Člověk v tísni, Diakonie Českobratrské církve evangelické (ČCE), Centrum Bazalka a P-centrum, spolek. Každou organizaci představím a současně s tím, také její cíle, poslání a jaká je její hlavní činnost. Následně přejdu ke zpracování finančního hlediska u jednotlivých. Zpracovávat budu období od roku 2019 do roku 2022, k čemuž využiji výroční zprávy organizací z daných let. Pořadí zpracování NO není ničím ovlivněno.

4.1 Charita České republiky

V ČR je Charita největším poskytovatelem sociálních služeb, druhou největší českou organizací v oblasti humanitární pomoci a rozvojové spolupráce (toto oddělení je součástí Charity od roku 2004) a zároveň nejstarší dobročinnou organizací, funguje od roku 1922. Neposkytuje pomoc pouze v ČR, ale po celém světě, tam kde je zrovna potřeba, z toho má několik stálých zahraničních poboček (v Sýrii, Zambii, Mongolsku, Moldavsku, Turecku, Iráku, Gruzii a na Ukrajině). Charita pravidelně poskytuje humanitární pomoc obyvatelům kdekoliv na světě, kteří byli zasaženi mimořádným událostmi, jako jsou přírodní katastrofy, závažné situace nebo válečné konflikty a v ČR se věnuje také integraci cizinců. Je součástí celosvětové sítě Caritas Internationalis a současně partnerem mezinárodních agentur jako je OSN, UNICEF, Rozvojový program OSN (UNDP), Evropskou komisí nebo Ministerstvem zahraničí ČR. První prioritou Charity je rozvojová spolupráce, kde se nejvíce zaměřují na oblast zdravotnictví a sociálních služeb, vzdělávání, podpory vzniku nových pracovních míst ve znevýhodněných regionech a zajištění podpory tamních obyvatel, dále se věnují také životnímu prostředí a trvalé udržitelnosti. Druhou prioritou organizace je humanitární pomoc, kdy ji poskytují ve formě přístřeší, potravin, pitné vody, hygienických potřeb nebo zdravotní a psychologické péče, tam kde byli lidé zasaženi přírodní katastrofou nebo válečným konfliktem.

Financování NO Charita ČR – jednotlivé výnosy a celkové náklady jednotlivých let zpracovány v tabulce, spolu s hospodářským výsledkem.

Výnosy organizace byly v roce **2019** složeny ze 72 % z dotací a záúčtování fondů, 15 % tvořily veřejné sbírky, 7% ostatní zdroje a 6 % vlastní zdroje. 44 % nákladů tvořily náklady na projekty a mise v zahraničí. Celkové náklady Charity byly ve výši 4 885 153 000 Kč, výnosy 4 883 531 000 Kč, hospodářský výsledek byl ztrátový, ve výši – 1 621 000 Kč.

Největší poskytnutá dotace byla na sociální služby z kraje ze zdrojů MPSV (1 285 192 000 Kč), na darech organizace vybrala 141 837 000 Kč a ve sbírkách celkem 61 975 000 Kč.

2020 – 85 % výnosů tvořily dotace a zúčtování fondů, 9 % veřejné sbírky, 4 % vlastní zdroje a 2 % ostatní zdroje. Nejvíce nákladů (47 %), bylo určeno na zahraniční projekty a mise. Celkové náklady byly 5 449 032 000 Kč, výnosy 5 493 535 000 Kč a hospodářský výsledek byl ziskový s částkou 44 504 000 Kč. Stejně jako v předchozím roce největší část výnosů tvořily dotace ze zdrojů MPSV, a to 1 505 272 000 Kč, z darů organizace získala 177 058 000 Kč a sbírky přispěly částkou 44 695 000 Kč.

V roce **2021** byl hospodářský výsledek ziskový a roven částce 48 899 000 Kč. Výnosy činily celkem 6 233 683 000 Kč a náklady částku 6 184 784 000 Kč. Nejvyšší dotace byla ve výši 1 533 472 000 Kč, z dotace kraje ze zdrojů MPSV, dary tvořily částku 183 500 000 Kč a sbírky 50 742 000 Kč. Výnosy byly tvořeny takto: z 87 % z dotací a zúčtování fondů (262 030 272 Kč), z 5 % z veřejných sbírek (16 694 427 Kč), 4 % tvořily vlastní zdroje (12 059 275 Kč) a 4 % ostatní zdroje (11 864 567 Kč).

2022 – 78 % výnosů tvořily dotace a zúčtování fondů, 13 % veřejné sbírky, 6 % vlastní zdroje a 3 % ostatní zdroje. Celkové výnosy byly 6 618 052 000 Kč, náklady 6 557 293 000 Kč a hospodářský výsledek 60 759 000 Kč. Dary byly ve výši 233 194 000 Kč, ze sbírek bylo získáno 108 696 000 Kč.

	2019	2020	2021	2022
Dotace celkem	2 671 220 000	3 136 321 000	3 529 181 000	3 524 300 000
Tržby celkem	1 755 714 000	1 789 666 000	2 122 216 000	2 282 889 000
Sbírky	61 975 000	44 695 000	50 742 000	108 696 000
Dary	141 837 000	177 058 000	183 500 000	233 194 000
Ostatní výnosy	255 785 000	345 795 000	348 045 000	468 831 000
Výnosy celkem	4 883 531 000	5 493 535 000	6 233 683 000	6 618 052 000
Náklady celkem	4 885 153 000	5 449 032 000	6 184 784 000	6 557 293 000
Hospodářský výsledek	- 1 621 000	44 504 000	48 899 000	60 759 000

Tabulka č. 4 – financování Charita ČR

(výroční zprávy 2019-2022)

4.2 Člověk v tísní

NO Člověk v tísní vznikla v roce 1992 s původním názvem Nadace Lidových novin, dále od roku 1994 pod názvem Nadace Člověk v tísní při České televizi a současný název nese od roku 2007. Funguje jako profesionální humanitární organizace s cílem pomáhat v krizových situacích a oblastech a podporovat respektování lidských práv ve světě, s odkazem na

Všeobecnou deklaraci lidských práv a poskytuje okamžitou humanitární pomoc lidem zasaženým přírodními katastrofami nebo válečnými krizemi a dlouhodobou pomoc lidem žijícím v chudobě a špatných životních podmínkách, mimo to se věnuje i sociálním a vzdělávacím programům v ČR. Cíle a poslání této organizace vychází z myšlenek humanismu, svobody, solidarity a rovnosti. Přispívá k rozvoji svobody a odpovědnosti lidí. Organizace nefunguje pouze v ČR, ale v desítce dalších zemí. Priority i oblasti činnosti si organizace stanovuje sama, podle naléhavosti situace a možností, které situace přináší. Je součástí skupiny NeoN, která spojuje neziskový sektor a rozvíjí jeho spolupráci se státem a skupina spolupracuje s více než 600 NNO. Humanitární a/nebo rozvojovou pomoc nebo pomoc v oblasti lidských práv poskytují například v Libyi, Mali, Etiopii, Egyptě, Jemenu, Mongolsku a ve spoustě dalších zemích.

Financování NO Člověk v tísni

Pro oblast humanitární pomoci a rozvoje, **roku 2019**, byly finanční prostředky rozděleny procentuálně následovně: ze zahraničních projektů se čerpalo celkově 51 %, z příjmů EU 26 %, od OSN a ostatních mezivládních organizací 11 %, ze státních rozpočtů 7 %, z darů od jednotlivců a firem 4 % a 1 % od nadací a nevládních organizací. Čeští dárci věnovali přes 170 000 000 Kč, činnost organizace podpořilo 47 000 dárců, z toho začalo pravidelně přispívat 5 560 nových.

Na pomoc lidem zasaženým onemocněním Covid-19 **v roce 2020** bylo, výzvou SOS Česko, vybráno téměř 70 000 000 Kč, díky pravidelným dárcům z Klubu přátel a sbírky Skutečná pomoc bylo získáno, v součtu, 110 000 000 Kč. V tomto roce dárci přispěli 262 000 000 Kč, práci organizace podpořilo více než 53 000 dárců, z toho přes 31 800 pravidelných. Na humanitární pomoc a rozvoj v zahraničí byly finanční prostředky, určeny na tuto oblast, děleny takto: ze zahraničních veřejných prostředků (52,4 %), z příjmů EU (27,26 %), z OSN a ostatních mezivládních organizací (9,31 %), ze státního rozpočtu (7,80 %), z darů od jednotlivců a firem (3,15 %) a od nadací a nevládních organizací (0,06 %).

2021 – v tomto roce byla humanitární pomoc a rozvoj jednotlivě financována takto: ze zahraničních veřejných prostředků celkem (47,57 %), z příjmů EU (31,26 %), z darů od jednotlivců a firem (8,10 %), z OSN a ostatních nevládních organizací (7 %), ze státního rozpočtu ČR (5,63 %) a z nadací a nevládních organizací (0,44 %). Počet dárců byl více než 95 000, z toho přes 36 100 přispívá pravidelně. Celkově dárci přispěli více než 435 000 000 Kč.

V roce 2022 byla humanitární pomoc a rozvoj nejvíce financována ze zahraničních veřejných prostředků (35,93 %), z příjmů Evropské unie (28,91 %), z darů od jednotlivců a firem, zahrnující také sbírky (19,13 %), z OSN a ostatních mezivládních institucí (9,58 %)

a nejmenší příspěvky byly od nadací a nevládních organizací (4,14 %) a ze státního rozpočtu (2,30 %). Oproti roku 2021 se projevil skokový nárůst dárců, kdy byl jejich počet pře 500 000, z toho 41 000 přispívá pravidelně. Dárci v tomto roce přispěli více než 2,4 miliardy Kč. Dárcovství v tomto roce bylo ovlivněno válkou na Ukrajině.

	2019	2020	2021	2022
Zahraníční státní rozpočty	1 049 698 000	981 246 000	1 184 594 000	1 818 541 000
Příjmy EU (<i>Evropská komise a delegace EU</i>)	522 152 000	541 346 000	751 394 000	1 419 752 000
Dary	134 329 000	130 919 000	239 029 000	1 116 664 000
OSN a ostatní mezivládní instituce	205 487 000	161 913 000	164 803 000	460 921 000
Vlastní výnosy	89 944 000	146 488 000	125 390 000	376 280 000
Nadace a nevládní organizace	78 393 000	38 347 000	50 294 000	274 638 000
Státní rozpočet	147 044 000	168 443 000	156 032 000	151 843 000
Místní rozpočty	66 329 000	76 584 000	86 862 000	105 360 000
Operační programy	64 248 000	54 313 000	55 728 000	32 898 000
Výnosy celkem	2 357 624 000	2 299 599 000	2 814 126 000	5 756 897 000
Náklady	2 357 245 000	2 297 052 000	2 811 715 000	5 754 699 000
Hospodářský výsledek (ziskový)	379 000	2 547 000	2 411 000	2 198 000

Tabulka č. 5 – financování Člověk v tísni

(výroční zprávy 2019-2022)

4.3 Diakonie ČCE

Diakonie fungovala již v předválečném období, jako Česká diakonie, ale až od roku 1989 je její činnost obnovena. Je součástí mezinárodní skupiny Eurodiakonie a má partnery po celém světě. Od ostatních organizací se tato odlišuje z hlediska jejího poslání, které vychází z křesťanských hodnot. V ČR poskytují humanitární pomoc při přírodních katastrofách (povodně nebo tornáda) a Diakonické Středisko humanitární a rozvojové spolupráce organizuje také rozvojovou spolupráci v zahraničí. Ve světě Diakonie funguje v několika státech. Jde o nejvýznamnějšího poskytovatele sociálních služeb v ČR, kdy se jedná o služby sociálně zdravotní, vzdělávací a pastorační a jedničku ve speciálním školství. V přímé péči klientům v nepříznivé životní situaci pomáhá v oblasti rané péče, rodinám s dětmi s postiženími

a zároveň provozuje nízkoprahové kluby, azylové domy, domy na půl cesty, chráněné dílny, občanské poradny a seniorská zařízení nebo hospic pro umírající. Celkově v současné době nabízí 233 sociálních a zdravotních služeb. V roce 2019 působila Diakonie na 155 místech v ČR, v roce 2022 těchto míst bylo již 259. Posláním Diakonie je tvořit společenství, které v milosrdenství a s nadějí důkladně podporuje potřebné. Hlavními hodnotami jsou milosrdenství, fortelnost, společenství a naděje. Kromě diakonických škol, kterých bylo v roce 2022 18, provozuje také diakonickou akademii, která ke stejnému roku čítala 572 kurzů. V oblasti humanitární pomoci, v roce 2019, organizace zahájila kampaň Tváře migrace, jejímž cílem byla větší podpora porozumění a empatie k migraci u široké veřejnosti. Fundraising (podpora dárcovství) patří k významným činnostem Diakonie, přičemž organizuje největší sbírku dárců v ČR, sbírku s názvem Krabice od bot.

Financování NO Diakonie

Ve sbírce Krabice od bot v roce **2019** organizace získala více než 35 tisíc vánočních dárců pro chudé děti po celé ČR a s tím také 971 548 Kč na dlouhodobou pomoc rodinám s dětmi ve službách Diakonie. Ziskem pro organizaci byla také závěť paní Aleny Tolarové, díky které mohl být zrekonstruován Domov Radost v Merklíně.

2020 – v období, kdy byl celkový chod společnosti ovlivněn celosvětovou pandemií Covid-19, se fundraising projevil vysokou mírou ochoty lidí pomáhat. Dobrovolníci pomáhali s online výukou dětí, doučování nebo s rozvozem nákupů a jídla. Firmy darovaly IT techniku pro distanční výuku dětí, pořádaly zaměstnanecké sbírky a posílaly finanční dary (ty byly následně využity pro osoby v nouzi). Ve sbírce Krabice od bot byl vybrán rekordní počet vánočních dárců i finančních darů od jednotlivců. V důsledku pandemie se středisko humanitární pomoci a rozvojové spolupráce zapojilo do dobrovolnické a finanční pomoci lidem v ČR, kteří touto pandemií byli zasaženi. Z veřejné sbírky Diakonie podpořila 61 rodin a jednotlivců, mezi které rozdělila částku 451 989 Kč. Přes 350 dobrovolníků se zapojilo do iniciativy Dopis pro radost, účelem těchto dopisů bylo napsat povzbudivá slova seniorům žijícím v bytových službách. Kromě dlouhodobých projektů ve výše zmíněných zemích, směřovala pomoc také do Bejrútu, který byl zasažen ničivým výbuchem. V tomto roce organizace získala nové pravidelné dárce a více než 10 000 000 Kč na konkrétní projekty. Střediskům a školám poskytlo finanční dar více než 9 200 jednotlivců a 700 firem. Dalšími dary, které neměly finanční podobu, byly roušky nebo dezinfekce. Ve sbírce Krabice online, dárce organizaci věnovali 2 889 181 Kč a 51 612 krabic s dárky. Finanční prostředky ze sbírky krabice online byly určeny na doučování, volnočasové aktivity a další podporu dětí (především dětí z azylových domů, nízkoprahových klubů a dalších služeb). Podpora dětí ohrožených

sociálním vyloučením při zvládnání distanční výuky byla ze strany Nadace České spořitelny. Získané prostředky pomáhají zlepšovat kvalitu i vybavení služeb nebo spolufinancují velké investiční projekty, jako je rekonstrukce školy nebo stavba nových domovů pro seniory. Metodou fundraisingu získala Diakonie 500 nových dárců. V období pandemie věnovala společnost Siemens 1 700 000 Kč nebo milionový dar také Nadace České spořitelny, který posloužil na posílení podpory znevýhodněných na Plzeňsku. Dalších přes 500 000 Kč vynesla Poštní sbírka Diakonie (i přes to, že se konala v době zákazu bohoslužeb) a tato částka byla určena na vzdělávání dětí v Libanonu, obdobná částka byla získána také při celocírkevní svatodušní sbírce pro Diakonii.

V roce 2021 se počet pravidelných dárců rozrostl na 1 500. Na pomoc lidem zasaženým tornádem bylo kromě materiální pomoci také vybráno ve veřejné sbírce přes 30 000 000 Kč, stala tak nejvyšší sbírkou v novodobých dějinách Diakonie. Do sbírky Krabice od bot se zapojilo 12 795 individuálních dárců, 158 škol a desítky firem. Střediska Diakonie získala v daném roce dotace v celkové výši 830 810 000 Kč a z příspěvků a darů 37 740 000 Kč.

Rok 2022 byl ovlivněn válkou na Ukrajině a to se odrazilo také na finančních sbírkách. Na pomoc lidem, kteří byli zasaženi válkou bylo ve veřejné sbírce získáno přes 15 000 000 Kč, z těchto prostředků byly podpořeny místní organizace pomáhající uprchlíkům. Trvalým příkazem přispívalo více než 1 700 dárců. Do prvního ročníku sbírky školních pomůcek s názvem Školákům od srdce se zapojilo 80 NO. Do sbírky Krabice od bot se zapojilo 13 154 jednotlivců, 201 škol a desítky firem., kteří darovali více než 48 000 darů, ve sbírce Krabice online lidé darovali 4 254 145 Kč. Z dotací získala organizace 796 700 000 Kč a z přijatých příspěvků a darů obdržela 47 600 000 Kč.

(v Kč)	2019	2020	2021	2022
Náklady	1 439 898 391	1 595 531 135	1 761 780 366	1 974 474 094
Výnosy	1 451 859 249	1 608 856 466	1 780 727 613	2 010 939 035
Hospodářský výsledek	11 960 858	13 325 331	18 947 247	37 309 449
Meziroční nárůst celkového obrátu (o cca)	11,5 %	12,1 %	10,61 %	12,93 %

Tabulka č. 6 – financování Diakonie

(výroční zprávy 2019-2022)

4.4 Centrum Bazalka

Posláním NNO Bazalka je nabídka denního a týdenního stacionáře dětem se zdravotním postižením. Jejich schopnosti jsou v tomto centru rozvíjeny prostřednictvím speciálních terapií a přístupů. Funguje na principu vícezdrojového financování, které zahrnuje státní dotace, úhrady od klientů centra a podporu od individuálních a firemních dárců. Z části je jejich činnost financována z účelové dotace Jihočeského kraje, s podporou Statutárního města České Budějovice. Služby organizace využívá několik klientů z celého Jihočeského kraje. Věnuje se osobám s těžkým kombinovaným postižením, zahrnující postižení mentální, smyslové i tělesné a osobám s poruchami autistického spektra s přidruženým mentálním postižením. Kromě mnoha dalších jsou partnery této organizace například Evropská unie, PLASMA PLACE s.r.o., ČSOB Pojišťovna a.s., BOSH nebo Jihočeský kraj. Získané finanční prostředky využívá na zajištění provozu denního a týdenního stacionáře, poskytujícího sociální služby dětem a mládeži s těžkým postižením nebo s poruchou autistického spektra, dále na potřebné úpravy a rekonstrukce, vybavení stacionáře a pomůcky pro klienty a také částečně na financování mzdových nákladů a odborné vzdělávání zaměstnanců centra. Některými z cílů centra jsou zachování života a zajištění vývoje klientů, umožnění klientům pocítit vlastní život nebo poskytnutí klientům autonomie a zodpovědnost za vlastní život a mimo jiné také budování, pěstování a využívání multisenzorické zahrady. Principy organizace jsou spolupráce s rodinou, respekt ke speciálním potřebám klientů, empatie, podpora samostatnosti, podpora vzdělávání zaměstnanců, týmová spolupráce a také otevřenost k novým přístupům. Od roku 2019 je organizace členem podnikatelské skupiny Business for Breakfast, kde zastupují neziskový sektor.

Financování centra BAZALKA

V oblasti hospodaření centra **v roce 2019** odpovídaly náklady i výnosy shodně částce 53 074 661, 41 Kč. Ze strany nákladů byla využita částka 27 835 469,50 Kč na fundraising na rozvoj dárcovství. Největší část výnosů činily dary v jakékoliv formě, přičemž nejziskovější bylo individuální dárcovství, které přineslo do rozpočtu centra 36 882 453,55 Kč. Celkově bylo prostřednictvím fundraisingových aktivit získáno 38 269 257,33 Kč.

V roce 2020 bylo fungování centra ovlivněno celosvětovou pandemií onemocnění Covid-19. V této době ale centrum pořídilo pro klienty štěně psa a mini poníka. Dále na začátku léta bylo pořízeno velké množství zahradního nábytku (stoly, židle, houpačka a slunečníky). V době uzavření škol, zajišťovaly pro klienty školního věku domácí vzdělávání. Zaměstnancům byly k dispozici antigenní testy, roušky (nanoroušky) a respirátory. Náklady i výnosy v roce

2020 činily jednotně částku ve výši 53 086 875 Kč. Stejně jako v roce 2019 bylo nejziskovějším individuální dárcovství. Na rozvoj dárcovství byla využita částka 26 501 643,02 Kč.

Díky podpoře dárců **v roce 2021** pořídilo centrum potřebné pomůcky na bazální simulaci (kterou se centrum zabývá) a speciální kočárek pro jednu z klientek, proškolili nové zaměstnance a mimo další, také na zahradě centra proběhly další úpravy (dokoupeny byly tříkolky a odrážedla). Celková částka financování v roce 2021 činila 72 015 000 Kč, z toho na fundraisingové aktivity bylo využito 34 603 000 Kč. Také v tomto roce bylo nejziskovějším individuální dárcovství (44 956 000 Kč).

I v roce 2022 byly získané finanční prostředky použity na pořízení pomůcek pro bazální simulaci, jednomu z klientů byl jeho pokoj opatřen bezpečnostními prvky, bylo doplněno vybavení multismyslové místnosti o zátěžové deky a světelné interaktivní pomůcky, i nadále byli proškolení noví pracovníci a byla vybavena třída Mateřské školy. V tomto roce centrum hospodařilo s částkou 74 318 678 Kč. Na fundraisingové aktivity byla vynaložena částka 34 603 214 Kč a nejziskovějším individuálním dárcovstvím získáno 47 580 270 Kč.

(v Kč)		2019	2020	2021	2022
Náklady na fundraising		27 835 469,50	26 501 643,02	34 603 000	34 603 214
Výnosy					
Přijaté dary	Individuální dárcovství	36 882 453,55	35 305 939,18	44 956 000	47 580 270
	Firemní dárci	841 025	252 200	2 299 000	2 355 000
	Klub přátel	545 808,78	1 244 619,53	872 000	1 325 004
	Veřejné sbírky	457 152,35	3 697 633,40	7 414 000	6 502 994
Výnosy z	Dotací (MPSV ČR)	9 745 596	9 919 000	12 742 000	12 912 000
	Příspěvků (město České Budějovice)	500 000	-	150 000	270 000
Ostatní výnosy	Tržby z prodeje služeb	3 779 932,73	1 935 534	2 707 000	3 150 636

	Ostatní	322 693	731 948,86	874 000	222 774
Výnosy celkem		53 074 661,14	53 086 875,05	72 015 000	74 318 678

Tabulka č. 7 – financování centrum Bazalka

(výroční zpráva 2019-2022)

4.5 P-centrum

Centrum bylo založeno v roce 1994. Organizace pomáhá lidem v oblasti prevence, péče o rodinu s dětmi, léčby a doléčování závislostí a poskytuje poradenství. Současně provozuje několik dalších center s ohledem na to, o jakou oblast pomoci se jedná.

Sociální družstvo Stabilita, dceřiné družstvo P-centra, od roku 2013 provozuje vlastní kavárnu Naše Café – silně návyková kavárna. V kavárně jsou zaměstnávány osoby po léčbě závislostí (zejména z Doléčovacího centra P-centra). Hlavním cílem zaměstnávání klientů centra je jejich resocializace. Osoby budou připraveny vstoupit do běžného života a pracovního procesu. „Kavárna je provozována v principech sociálního podnikání a dodržuje Standardy sociálního podnikání.“²⁴

Financování P-centra, spolku

Největší podíl na financování P-centra, spolku mají dotace, které v roce 2019, celkové dotace tvořily částku 12 576 380 Kč, nejvyšší dotací přispěl Olomoucký kraj, částkou 6 051 900 Kč, z vlastních příjmů centrum získalo celkem částku 836 221 Kč, u darů a sbírky nejvyšší částka činila 130 000 Kč, kterou přispělo Fórum dárců, z vlastních příjmů nejvíce přineslo Centrum primární prevence, a to 453 140 Kč. V tomto roce P-centrum nepřijalo pouze finanční dary, ale také nepeněžní, jako například kancelářské a čistící potřeby, pečivo pro klienty, projektor, laptop a koloběžky nebo drobné občerstvení.

V roce 2020 činily dotace 14 169 123 Kč, Olomoucký kraj přispěl 6 254 501 Kč. Z vlastních výnosů mělo největší zisk Doléčovací centrum, u nějž částka činila 338 500 Kč. Stejně jako v roce 2019 obdrželo centrum dary nepeněžní povahy, byly to kancelářské a jiné potřeby nebo pečivo pro klienty, s návazností na pandemii onemocnění Covid-19 patřily mezi dary také desinfekce, roušky a ochranné prostředky. Výnosy byly 15 536 110 Kč a náklady centra byly ve výši 15 597 919 Kč.

2021 – v uvedeném roce centrum obdrželo dotaci v celkové výši 14 638 825 Kč, z toho 6 824 800 Kč od Olomouckého kraje. Z vlastních výnosů centrum získalo 977 059 Kč. Ze sbírek a darů získalo 521 433 Kč. Náklady a výnosy činily shodnou částku. Část zisků obdrželo centrum také od kavárny Naše Café, u které je majoritním zakladatelem.

²⁴ Naše Café. [online]. P-centrum. [cit. 24. dubna 2024]. Dostupné z: <https://www.p-centrum.cz/nase-cafe/>.

Rok 2022 přinesl do rozpočtu dotace v celkové výši 15 284 725, stejně jako v předchozích letech poskytl největší dotaci Olomoucký kraj, činila 7 781 400 Kč. Z vlastních výnosů obdrželo centrum částku 913 721 Kč, z toho 483 290 Kč od Centra primární prevence. Z darů a sbírek bylo získáno 318 709 Kč. Od roku 2022 je do nabídky kaváren Naše Café zařazeno nové „Frajerské kafe“, jedná se o libovolnou kávu navýšenou o sponzorských 50 Kč, která je určena P-centru.

(v Kč)	2019	2020	2021	2022
Dotace	12 576 380	14 169 123	14 638 825	15 284 725
Dary, sbírky	450 894	444 682	521 433	318 709
Vlastní příjmy	836 221	712 733	977 059	913 721
Ostatní výnosy <i>(kompenzace odpisu)</i>	209 572	209 572	231 217	213 217
Výnosy celkem	14 073 067	15 536 110	16 350 534	16 730 372
Náklady celkem	14 152 813	15 597 919	16 350 534	16 730 372
Hospodářský výsledek	- 79 746	- 61 809	0	0

Tabulka č. 8 – financování P-centrum, spolek

(výroční zprávy 2019-2022)

4.6 Shrnutí

Dle získaných poznatků nelze říci, která z metod fundraisingu je v praxi nejvíce využívanou nebo efektivní, jelikož každá organizace má jiná poslání a cíle, od nichž se odvíjí také zvolené zdroje a metody. Mimo cíle a poslání je důležité zohlednit také velikost daných organizací, protože i dle toho se odvíjí jejich financování a možnosti získávání prostředků. Velké organizace, jako například Charita, Člověk v tísni nebo Diakonie jsou z větší části financovány prostřednictvím dotací, kdežto menší organizace jsou spíše závislé na individuálním dárcovství.

Charita ČR je nejvíce financována z dotací a zúčtování fondů, následují celkové tržby a dary se sbírkami. Pro financování organizace **Člověk v tísni** jsou stěžejní finance získané ze zahraničních státních rozpočtů, z příjmů EU nebo od OSN a ostatních mezivládních organizací a darů. Člověk v tísni tedy není organizací závislou pouze na získaných prostředcích v ČR, ale podporují ji také zahraniční organizace. Pro **Diakonii** je významnou především sbírka Krabice od bot, která je zacílena na materiální pomoc ve formě vánočních dáreků pro chudé děti na území ČR, v průběhu této sbírky jsou však také získávány finanční prostředky. Kromě dlouhodobých

projektů v ČR se zabývá také humanitární pomocí v zahraničí, tam kde je potřeba. **Centrum Bazalka** je závislé na získávání financí od individuálních dárců, z veřejných sbírek a dotací od MPSV ČR. **Spolek P-centrum** je nejvíce závislý na finančních prostředcích získaných z dotací, přičemž největší dotace, pro jejich fungování, pochází od Olomouckého kraje. Kromě darů finanční povahy jsou centru poskytovány také materiální prostředky.

Závěr

Tato práce se zaměřovala na získávání finančních nebo jiných prostředků (materiální povahy), prostřednictvím fundraisingu. Spolu s fundraisingem jsou v úzkém spojení neziskové organizace a také osoba fundraisera, která je pro něj klíčová. Neziskové organizace si pomocí fundraisingu a jeho jednotlivých metod zajišťují prostředky pro své fungování. Fundraising znamená získávání a shromažďování finančních prostředků za účelem plnění cílů a poslání neziskových organizací. Fundraising je také o respektování jednotlivých fundraisingových zásad. Neziskovými organizacemi jsou občanské společnosti plnící především veřejně prospěšné účely. V práci jsem se věnovala neziskovým organizacím servisního typu, tyto poskytují služby svým klientům a mimo to se zabývají oblastmi zdravotnictví nebo humanitární pomoci.

Dále jsem se zaměřila na zdroje fundraisingu. Díky zdrojům je zajišťováno financování neziskových organizací, od zdrojů pochází získávané prostředky. Finance od veřejné správy jsou zajišťovány z dotací nebo grantů, kterým předchází žádosti a dotační řízení. Pro neziskový sektor jsou také důležité firmy a spolupráce s nimi. Mnoho firem má podporu neziskového sektoru součástí svého fungování. Firemní dárcovství může mít mnoho podob, jako jsou hmotné dary, finance nebo služby, jde tedy o peněžní podporu, o nabízení služeb, věcnou podporu nebo podporu při PR neziskové organizace. Individuální dárcovství je pro některé organizace hlavní metodou financování. Je pro něj typický určitý vztah mezi dárcem a neziskovou organizací. I malé dary od individuálních dárců mohou mít pro organizace velký význam. Je důležité, aby se individuální dárcovství řídilo principy otevřenosti, transparentnosti a efektivity. Je děleno do dvou forem, kterými jsou adresné a neadresné formy. Pro adresnou formu je typická závěť. Neadresnými formami jsou zejména metody individuálního dárcovství. Nadace jsou filantropické instituce, podporující obecně prospěšné subjekty nebo neziskové organizace realizující své poslání. Ostatními institucemi jsou sociální podniky, které jsou na pomezí ziskového a neziskového sektoru. Dále domácí veřejné rozpočty nebo státní fondy. Neziskové organizace si zajišťují finance také z vlastní činnosti, kterou představuje především prodej zboží nebo služeb.

Také jsou podstatné metody individuálního dárcovství, které zahrnují veřejné sbírky, benefiční akce, tomboly, dražby, prodeje předmětů nebo speciální formy dárcovských kampaní. Pro veřejné sbírky je typické, že jsou nimi získávány pouze finanční prostředky. Jsou jimi plněny zejména charitativní účely a výtěžky z nich musí být využity pro předem stanovené účely. Benefiční akce jsou pořádány jako sbírkové akce a jsou jimi například koncerty, festivaly

nebo sportovní akce. Tomboly jsou konány v souvislosti s kulturními, sportovními nebo jinými společenskými akcemi a jsou zpestřením těchto akcí. Dražbou je prodej věcí, které jsou nabízeny ke koupi, za co možná nejvyšší nabídku. Mohou probíhat v rámci charitativních akcí. Prodej předmětů je dalším způsobem jak zajistit finanční prostředky. Prodávány jsou především předměty vyrobené v neziskové organizaci, pro ni, nebo jí byly darovány formou sponzoringu. Dárcovská SMS je speciální formou dárcovských kampaní. Také je důležité vyhodnocení individuálního fundraisingu, které probíhá na základě předem stanovených metod.

V praktické části práce jsem se zaměřila na financování vybraných neziskových organizací, zjištění ze kterých zdrojů nebo metod organizace získávají nejvíce finančních prostředků a z čeho se skládají výnosy organizací. Důležité aspekty financování jsem zpracovala do tabulek.

Seznam použitých zdrojů

Monografie

1. ŠEDIVÝ, Marek, MEDLÍKOVÁ, Olga. *Úspěšná nezisková organizace (3. aktualizované vydání)*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2017, 168 s.

Elektronické publikace (shodující se s tištěnou verzí)

2. BAČUVČÍK, Radim. *Marketing neziskových organizací*. Zlín: VeRBuM, 2010, 190 s. Dostupné z: <https://www.knihydobrovsky.cz/kniha/marketing-neziskovych-organizaci-39177>)
3. BOUKAL, Petr a kol. *Fundraising pro neziskové organizace*. Praha: Grada publishing, a.s., 2013, 264 s. Dostupné z: <https://www.knihydobrovsky.cz/kniha/fundraising-pro-neziskove-organizace-573118>.
4. ŠEDIVÝ, Marek, MEDLÍKOVÁ, Olga. *Public relations, fundraising a lobbying pro neziskové organizace*. Praha: Grada Publishing a.s., 2012, 144 s. Dostupné z: <https://www.kosmas.cz/knihy/183638/public-relations-fundraising-a-lobbying-pro-neziskove-organizace/>.

Internetové zdroje

5. *Centrum BAZALKA*. [online]. Centrum BAZALKA. [cit. 24. dubna 2024]. Dostupné z: <https://www.centrumbazalka.cz/>.
6. *Co je to crowdfunding*. [online]. Fintree. [cit. 16. dubna 2024]. Dostupné z: <https://fintree.cz/zakladni-pojmy/co-je-to-crowdfunding/>.
7. *Co jsou neziskovky*. [online]. Takoví jsme. [cit. 15. dubna 2024]. Dostupné z: <https://takovijsume.cz/co-jsou-neziskovky/>.
8. *Člověk v tísní*. [online]. Člověk v tísní. [cit. 24. dubna 2024]. Dostupné z: <https://www.clovekvtsni.cz/>.
9. *Dárcovská SMS*. [online]. Dárcovská SMS. [cit. 30. března 2024]. Dostupné z: <https://www.darcovskasms.cz/darcovska-sms/zakladni-informace.html>.
10. *Darujme.cz*. [online]. Darujme.cz. [cit. 30. března 2024]. Dostupné z: <https://www.darujme.cz/o-darujme/>.
11. *Diakonie Českobratrské církve evangelické*. [online]. Diakonie Českobratrské církve evangelické. [cit. 24. dubna 2024]. Dostupné z: <https://www.diakonie.cz/>.
12. *Filantropie*. [online]. Studia občanské společnosti: Fakulta humanitních studií. [cit. 25. března 2024]. Dostupné z: <https://ksos.fhs.cuni.cz/KOS-224.html>.

13. *Fundraising*. [online]. České centrum fundraisingu. [cit. 30. března 2024]. Dostupné z: <https://fundraising.cz/>.
14. *Charita České republiky*. [online]. Charita České republiky. [cit. 24. dubna 2024]. Dostupné z: <https://svet.charita.cz/>.
15. *Interaktivní mapa neziskového sektoru*. [online]. Mapa neziskovek. [cit. 13. dubna 2024]. Dostupné z: <https://mapaneziskovek.cz/infografika/>.
16. *Kdo jsme*. [online]. Fórum dárců. [cit. 29. března 2024]. Dostupné z: <https://www.donorsforum.cz/o-foru-darcu/kdo-jsme.html>.
17. *Nadace „Nadání Josefa, Marie a Zdeňky Hlávkových“*. [online]. Nadace „Nadání Josefa, Marie a Zdeňky Hlávkových“. [cit. 21. března 2024] Dostupné z: http://www.hlavkovanadace.cz/o_nadaci.php.
18. *Naše Café*. [online]. P-centrum. [cit. 24. dubna 2024]. Dostupné z: <https://www.p-centrum.cz/nase-cafe/>.
19. *O nás*. [online]. NeoN. [cit. 26. dubna 2024]. Dostupné z: <https://neon-cooperation.org/o-nas>.
20. *Rekordní počet dobrovolníků se letos zapojil do úklidu Česka*, [online]. Dobrovolnik.cz. 4. prosince 2022. [cit. 20. března 2024]. Dostupné z: <https://www.dobrovolnik.cz/dobrovolnictvi-v-datech/rekordni-pocet-dobrovolniku-se-letos-zapojil-do-uklidu-ceska>.
21. *Srovnání darovacích portálů*, 2020. [online]. dTest. [cit. 22. března 2024]. Dostupné z: <https://www.dtest.cz/clanek-8455/srovnani-darovacich-portalu>.
22. *Svět neziskovek*. [online]. Svět neziskovek. [cit. 30. března 2024]. Dostupné z: <https://svetneziskovek.cz/>.
23. *Výroční zpráva 2019*. [Online]. Centrum BAZALKA. [cit. 24. dubna 2024]. Dostupné z: https://web.archive.org/web/20230204101912/https://www.centrumbazalka.cz/upload/V_ro_n_zpr_va_Centrum_BAZALKA_o_p_s_2_19_final.pdf.
24. *Výroční zpráva 2019*. [Online]. Člověk v tísni. [cit. 24. dubna 2024]. Dostupné z: https://www.clovekvtisni.cz/media/publications/1498/file/cvt_vz2019_small.pdf.
25. *Výroční zpráva 2019*. [Online]. Diakonie Českobratrské církve evangelické. [cit. 24. dubna 2024]. Dostupné z: <https://www.diakonie.cz/sites/default/files/2022-11/V%C3%BDro%C4%8Dn%C3%AD%20zpr%C3%A1va%202019.pdf>.
26. *Výroční zpráva 2019*. [Online]. Charita České republiky. [cit. 24. dubna 2024]. Dostupné z: <https://www.charita.cz/res/archive/017/002241.pdf?seek=1593764202>.

27. *Výroční zpráva 2019*. [Online]. P-centrum. [cit. 24. dubna 2024]. Dostupné z: <https://www.p-centrum.cz/uploads/soubory/V%C3%BDro%C4%8Dn%C3%AD%20zpr%C3%A1va%20web%202019.pdf>.
28. *Výroční zpráva 2020*. [Online]. Centrum BAZALKA. [cit. 24. dubna 2024]. Dostupné z: [file:///C:/Users/user/Downloads/V%C3%BDro%C4%8Dn%C3%AD%20zpr%C3%A1va%20Centrum%20BAZALKA_2020%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/V%C3%BDro%C4%8Dn%C3%AD%20zpr%C3%A1va%20Centrum%20BAZALKA_2020%20(1).pdf).
29. *Výroční zpráva 2020*. [Online]. Člověk v tísni. [cit. 24. dubna 2024]. Dostupné z: https://www.clovekvtisni.cz/media/publications/1699/file/cvt_vz2020_cze_navigace_210629.pdf.
30. *Výroční zpráva 2020*. [Online]. Diakonie Českobratrské církve evangelické. [cit. 24. dubna 2024]. Dostupné z: <https://www.diakonie.cz/sites/default/files/2022-11/V%C3%BDro%C4%8Dn%C3%AD%20zpr%C3%A1va%202020.pdf>.
31. *Výroční zpráva 2020*. [Online]. Charita České republiky. [cit. 24. dubna 2024]. Dostupné z: <https://www.charita.cz/res/archive/026/003427.pdf?seek=1632732685>
32. *Výroční zpráva 2020*. [Online]. P-centrum. [cit. 24. dubna 2024]. Dostupné z: https://www.p-centrum.cz/uploads/soubory/Pcentrum_vyrocní_zprava_2020.pdf.
33. *Výroční zpráva 2021*. [Online]. Centrum BAZALKA. [cit. 24. dubna 2024]. Dostupné z: [file:///C:/Users/user/Downloads/V%C3%BDro%C4%8Dn%C3%AD%20zpr%C3%A1va%20Centrum%20BAZALKA_2021%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/V%C3%BDro%C4%8Dn%C3%AD%20zpr%C3%A1va%20Centrum%20BAZALKA_2021%20(1).pdf).
34. *Výroční zpráva 2021*. [Online]. Člověk v tísni. [cit. 24. dubna 2024]. Dostupné z: https://www.clovekvtisni.cz/media/publications/1886/file/cvt_vz2021_web.pdf.
35. *Výroční zpráva 2021*. [Online]. Diakonie Českobratrské církve evangelické. [cit. 24. dubna 2024]. Dostupné z: <https://www.diakonie.cz/sites/default/files/2022-11/V%C3%BDro%C4%8Dn%C3%AD%20zpr%C3%A1va%202021.pdf>.
36. *Výroční zpráva 2021*. [Online]. Charita České republiky. [cit. 24. dubna 2024]. Dostupné z: <https://www.charita.cz/res/archive/037/004650.pdf?seek=1656582462>.
37. *Výroční zpráva 2021*. [Online]. P-centrum. [cit. 24. dubna 2024]. Dostupné z: https://www.p-centrum.cz/uploads/soubory/P-centrum_vyrocka_2021.pdf
38. *Výroční zpráva 2022*. [Online]. Centrum BAZALKA. [cit. 24. dubna 2024]. Dostupné z: [file:///C:/Users/user/Downloads/V%C3%BDro%C4%8Dn%C3%AD%20zpr%C3%A1va%20Centrum%20BAZALKA_2022%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/V%C3%BDro%C4%8Dn%C3%AD%20zpr%C3%A1va%20Centrum%20BAZALKA_2022%20(1).pdf).

39. *Výroční zpráva 2022*. [Online]. Člověk v tísni. [cit. 24. dubna 2024]. Dostupné z: https://www.clovekvtsni.cz/media/publications/2043/file/cvt_vz2022_web.pdf.
40. *Výroční zpráva 2022*. [Online]. Diakonie Českobratrské církve evangelické. [cit. 24. dubna 2024]. Dostupné z: https://www.diakonie.cz/sites/default/files/2023-06/2023%20v%C3%BDro%C4%8Dn%C3%AD%20zpr%C3%A1va%202022%20na%20web%20s%20auditem_final.pdf.
41. *Výroční zpráva 2022*. [Online]. Charita České republiky. [cit. 24. dubna 2024]. Dostupné z: <https://www.charita.cz/res/archive/044/005392.pdf>.
42. *Výroční zpráva 2022*. [Online]. P-centrum. [cit. 24. dubna 2024]. Dostupné z: <https://www.p-centrum.cz/uploads/vyrocn%C3%AD%20zprava.pdf>.
43. *Výsledky*. [online]. Tříkrálová sbírka. [cit. 20. března 2024]. Dostupné z: <https://www.trikralovasbirka.cz/vysledky/>.

Právní předpisy

44. Zákon č. 26/2000 Sb., o veřejných dražbách, ve znění pozdějších předpisů.
45. Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů.
46. Zákon č. 117/2001 Sb., o veřejných sbírkách, ve znění pozdějších předpisů.
47. Zákon č. 186/2016 Sb., o hazardních hrách, ve znění pozdějších předpisů.
48. Zákon č. 198/2002 Sb., o dobrovolnické službě, ve znění pozdějších předpisů.

Odborné články

49. HOMMEROVÁ, Dita, SEVEROVÁ, Lucie. Fundraising of Nonprofit Organizations: Specifics and New Possibilities. *Journal of Social Service Research* [online], 2019, roč. 45, č. 2, s. 181 - 192 [cit. 19. dubna 2024]. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/01488376.2018.1479678?needAccess=true>
50. JURÁŠEK, Dalibor. Vibrant Civil Society in Slovakia? NGOs Supported by the CEE Trust Are Still Largely Dependent on External Financing After 20 Years. *Sociologický časopis/Czech Sociological Review*, [online], 2023, poř. 59, č. 6, s. 617-643, [cit. 19. dubna 2024]. Dostupné z: https://sreview.soc.cas.cz/artkey/csr-202306-0005_vibrant-civil-society-in-slovakia-ngos-supported-by-the-cee-trust-are-still-largely-dependent-on-external-fina.php