

**Univerzita Palackého v Olomouci  
Cyrilometodějská teologická fakulta**

**Katedra křesťanské sociální práce**

*Mezinárodní sociální a humanitární práce*

Ing. Jaromír Fic

*Adopce na dálku – výzkum veřejného mínění*

Bakalářská práce

vedoucí práce: Mgr. Vladislava Závorská

**2014**

Prohlašuji, že jsem práci vypracoval samostatně a že jsem uvedl všechny použité informační zdroje.

V Olomouci 25. března 2014

.....

Ing. Jaromír Fic

Děkuji Mgr. Vladislavě Závorské za trpělivost při vedení mé bakalářské práce, za všestrannou pomoc a mnoho cenných rad a podnětů. Rovněž děkuji své rodině a zvláště manželce, kteří mi byli nejen při psaní této práce oporou.

# OBSAH

Úvod.....	5
<b>1 Teoretické vymezení „adopce na dálku“, přehled nabízejících organizací a reflexe realizovaných výzkumů .....</b>	<b>7</b>
<b>1.1 Koncept „adopce na dálku“ a jeho kritika .....</b>	<b>7</b>
1.1.1 Vymezení a historie „adopce na dálku“ .....	7
1.1.2 Legitimizace konceptu „adopce na dálku“ .....	10
1.1.3 Kritika „adopce na dálku“ .....	13
1.1.4 Produktové pojetí „adopce na dálku“ .....	15
<b>1.2 Organizace nabízející „adopci na dálku“ .....</b>	<b>19</b>
1.2.1 „Adopce na dálku“ ve světě .....	19
1.2.2 „Adopce na dálku“ v České republice .....	20
<b>1.3 Reflexe realizovaných výzkumů o „adopci na dálku“ .....</b>	<b>23</b>
<b>2 Výzkum veřejného mínění o povědomí české veřejnosti o „adopci na dálku“ a hlavních faktorech ovlivňujících motivaci k jejímu financování.....</b>	<b>28</b>
<b>2.1 Metodologie .....</b>	<b>28</b>
2.1.1 Výzkumná otázka a metoda sběru dat .....	28
2.1.2 Cíle, hypotézy a jejich operacionalizace.....	28
2.1.3 Metoda výzkumu .....	35
2.1.4 Vzorek a popis sběru dat.....	37
<b>2.2 Analýza dat.....</b>	<b>39</b>
2.2.1 Výsledky výzkumu .....	39
2.2.2 Shrnutí a zhodnocení výzkumu.....	56
2.2.3 Diskuse.....	59
<b>Závěr.....</b>	<b>63</b>
<b>Seznam zdrojů a literatury .....</b>	<b>65</b>
<b>Seznam příloh .....</b>	<b>72</b>
<b>Příloha č. 1: Dotazník.....</b>	<b>72</b>

## Úvod

Česká republika patří mezi vyspělé státy, jejíž obyvatelé žijí v relativně bezpečném prostředí a materiálním dostatku. Z období studené války se pro takové regiony vžilo označení první svět. Existuje však mnoho míst, označovaných jako třetí, nebo také rozvojový svět, kde jsou podmínky k životu podstatně horší. V historii se tradičně objevují snahy o pomoc lidem žijícím v takových regionech a to v různých formách a s odlišnou motivací. Od období po druhé světové válce se takový druh podpory nazývá rozvojovou spoluprací.

Mezinárodní společenství, reprezentované Organizací spojených národů, přijalo v září roku 2000 tzv. Miléniovou deklaraci. Tento dokument stanovil osm hlavních oblastí, na které by se mělo mezinárodní úsilí v oblasti rozvojové spolupráce soustředit. Klíčové místo v nich zaujímá vzdělávání, které je přímo náplní dvou z nich.

Na podporu vzdělávání je zaměřena i jedna konkrétní forma rozvojové spolupráce, která se v anglicky mluvících zemích nazývá „child sponsorship“. Jejím smyslem je umožnit chudým dětem z rozvojových zemí získat vzdělání a šanci na lepší život a to díky finanční podpoře soukromých dárců ze zemí rozvinutých.

V České republice se vžilo pro tento typ spolupráce označení „adopce na dálku“. Termín má však svá úskalí. Slovo adopce svým významem nevystihuje podstatu služby a může vést k některým nežádoucím očekáváním dárců. Navíc je Adopce na dálku® konkrétním produktem organizace Arcidiecézní charita Praha, která jej má registrovaný u Úřadu pro ochranu průmyslového vlastnictví.<sup>1</sup>

V celé této práci je termín „adopce na dálku“ používán ve významu charakterizujícím obecný typ služby. Jeho konkrétní formy i názvy jsou různé dle organizací, které jej nabízejí. V případě, že se budu zmiňovat o této formě podpory v souvislosti s organizacemi mimo území České republiky, budu používat termín „sponzorování dítěte“.

Důvodem, proč jsem si jako téma zvolil „adopci na dálku“ je můj osobní dlouholetý zájem o vzdělávání v rozvojovém světě. Této problematice se mám v úmyslu věnovat po dokončení studia profesionálně. Při svých pracovních i soukromých cestách jsem měl možnost se s projekty „adopce na dálku“ seznámit osobně v prostředí Ugandy a Keni.

---

<sup>1</sup> Informace jsou získané na základě rozhovoru s Jarmilou Lomozovou 20.2.2014.

Hlavním cílem práce je pomocí kvantitativního šetření zjistit, jaký je vztah české veřejnosti k „adopci na dálku“, jaký vliv mají jednotlivé vybrané faktory ovlivňující motivaci k jejímu financování a jaký je nejpravděpodobnější profil potenciálního českého dárce. Výzkum byl realizován prostřednictvím dotazníkového šetření na internetovém vzorku české populace<sup>2</sup> ve věku od 20 do 59 let o velikosti 554 respondentů v únoru 2014.

Výsledky výzkumu je možné prakticky využít při tvorbě nových komunikačních a propagačních strategií zaměřených na efektivnější získávání nových dárců, ale také jako zdroj informací pro případnou inovaci „adopce na dálku“ tak, aby byla více dostupná a atraktivní pro dnešní českou veřejnost.

Práce je rozdělena do dvou částí. První se zabývá vymezením teoretických východisek „adopce na dálku“ včetně přehledu organizací, které tuto službu nabízí a reflexí realizovaných výzkumů. Druhá empirická popisuje metodologii výzkumu, vlastní výzkumné šetření, jeho výsledky a interpretaci dat s návrhy možného praktického využití.

Téma „adopce na dálku“ není reflektováno v žádném čísle časopisu *Sociální práce/Sociální práca*.

---

<sup>2</sup> Jedná se o tu část populace, která má přístup k internetu a běžně jej používá.

# **1 Teoretické vymezení „adopce na dálku“, přehled nabízejících organizací a reflexe realizovaných výzkumů**

Tato úvodní část práce je zaměřena na poskytnutí základního vhledu do problematiky „adopce na dálku“. Zahrnuje vymezení tohoto konceptu včetně stručné historie, popisuje hlavní body jeho kritiky a nabízí alternativní produktové pojetí se zdůrazněním tržních zákonitostí. V další části jsou uvedeny stručné přehledy světových i českých organizací, které „adopci na dálku“ nabízejí, a reflexe realizovaných výzkumů.

## **1.1 Koncept „adopce na dálku“ a jeho kritika**

„Adopce na dálku“ je jednou z forem, jak může jednotlivec z rozvinutého světa pomáhat chudým dětem z rozvojového světa. Za svou více než šedesátiletou historii prošel tento koncept několika vývojovými fázemi a „adopce na dálku“ se stala jedním z nejúspěšnějších mechanismů získávání zdrojů pro podporu dlouhodobých rozvojových projektů (Plan International, 2008, s. 1). Není však jen předmětem zájmu, ale také hlasité kritiky. V následujících kapitolách jej stručně představím.

### **1.1.1 Vymezení a historie „adopce na dálku“**

Jak jsem již zmínil v úvodu, v naší historii se od nepaměti objevují snahy o podporu lidí, žijících v horších životních podmínkách. Po druhé světové válce se zrodil termín rozvojová spolupráce, který symbolizuje široce pojatý lidský rozvoj a partnerský postoj zúčastněných stran. Rozvojová spolupráce se zaměřila na monitorování podmínek, ve kterých lidé v méně rozvinutých zemích světa žijí, a na hledání způsobů, jak by se tyto podmínky daly globálně zlepšit. (Stojanov, Nádvorník, Vyšanská, 2008) Zaměřuje se na dlouhodobý boj s chudobou, snaží se řešit, nebo alespoň zmírnit ekonomické, sociální a ekologické problémy obyvatel tzv. jihu (Pazderka, 2003). V prostředí České republiky je definována zákonem o zahraniční rozvojové spolupráci a humanitární pomoci poskytované do zahraničí takto: *„Zahraniční rozvojovou spoluprací se rozumí souhrn činností hrazených ze státního rozpočtu, jejichž cílem je přispět k odstraňování chudoby v kontextu udržitelného rozvoje včetně naplnění rozvojových cílů tisíciletí, k ekonomickému a sociálnímu rozvoji, k ochraně životního prostředí, jakož i k podpoře demokracie, dodržování*

*lidských práv a řádné správy věcí veřejných v rozvojových zemích.*“ (Zák. č. 151/2010 Sb. o humanitární a rozvojové spolupráci).

Hlavní směr rozvojové spolupráce byl vytyčen na začátku tisíciletí na tzv. Miléniovém summitu OSN, kde se představitelé 191 zemí shodli na osmi konkrétních cílech, směřujících ke snižování chudoby, hladu a dalších oblastech, které by měly být do roku 2015 naplněny. V nich zaujímá vzdělávání významné místo. Je náplní druhého cíle „Zpřístupnit základní vzdělání pro všechny“ s úkolem zajistit do roku 2015, aby mohli děti kdekoliv na světě, dívky i chlapci, dokončit základní školu, a třetího cíle „Prosazovat rovnost pohlaví a posílit postavení žen“ s úkolem do roku 2005 odstranit nepoměr pohlaví v základním a středním školství a do roku 2015 na všech úrovních vzdělávacího systému. (Česko proti chudobě, 2007, s. 2-3)

Jednou z forem rozvojové spolupráce, která se zaměřuje na podporu vzdělávání a tak přispívá k těmto cílům je také „adopce na dálku“. Ta se řadí do neoficiální rozvojové pomoci, protože není financována, organizována ani realizována vládou, ale je financována soukromými dárci a realizována neziskovými nebo nevládními organizacemi (Djakoualno, Bláha, 2011, s. 10). „Adopce na dálku“ přispívá skrze podporu vzdělávání ke zvyšování schopností a kapacit jedince dosáhnout širších, ideálně celospolečenských změn v myšlení a postojích lidí. Tomuto přístupu se v rozvojové spolupráci říká bottom-up a dochází při něm k přímému působení na nejchudší obyvatelstvo dané cílové země. Jedná se o rozvoj založený na potřebách dané komunity a jedinců za jejich aktivní participace. Tento přístup je v protikladu k tzv. top-down metodám, které usilují o změnu společenských, politických a ekonomických podmínek, které jedince ovlivňují až sekundárně. (Suchánek, 2011, s. 47)

„Adopce na dálku“, která je ve světě známá pod názvem „sponzorování dítěte“, má svoji dlouhou historii sahající až do 30. let minulého století. Hlavním impulsem pro její vznik a následný rozvoj se staly válečné události, které za sebou zanechávaly velké množství sirotků a uprchlíků. Jednalo se například o španělskou občanskou válku (1937), čínsko-japonskou válku (1937), nebo válku v Koreji (1952). (Kabátová, 2006, s. 9) První pomoc formou „adopce na dálku“ tedy směřovala do oblastí zasažených válečnou, případně politickou krizí a teprve po druhé světové válce dochází k přesunu projektů do rozvojových zemí s cílem bojovat proti tamní chudobě.

Prudký rozvoj zaznamenala „adopce na dálku“ v 50. a 60. letech dvacátého století, kdy si obyvatelé bohaté části světa začali více všimnout situace v rozvojových zemích. Pomoc byla tak jako v celé oblasti rozvojové spolupráce založena nejdříve na



charitativním přístupem spočívajícím v přímé podpoře jednotlivců a jejich rodin. V 70. letech dochází k velké změně a centrum pomoci se začíná přesouvat z jedince na podporu celé komunity, což se ukázalo jako lépe fungující způsob. Mnohé organizace tou dobou „adopci na dálku“ zcela zavrhly, ostatní sice zachovaly formu pro dárce – tedy konkrétního dítěte, ale finance využívaly ve prospěch celé komunity. (Plan International, 2008, s. 1) Na přelomu století se do popředí zájmu „adopce na dálku“ tak jako celé rozvojové spolupráce začíná dostávat lidsko-právní přístup. Tento přístup je založen na komunitním rozvoji s důrazem na lidská práva jednotlivců. Nejmodernějším trendem je pak přístup, který do centra komunitního rozvoje staví dítě. V rámci podpory jsou tak zahrnuty všechny děti v komunitě bez ohledu na jejich sponzorský status a dochází k dalšímu omezení přímých výhod pro sponzorované dítě. (Plan International, 2008, s. 2-3)

V České republice je „adopce na dálku“ fenoménem relativně novým. Tedy pokud pomineme období od roku 1947 do 1949, kdy jsme se stali sami zemí, ve které byly děti do projektu „sponzorování dítěte“ zapojovány prostřednictvím organizace Plan International (Kabátová, 2006, s. 15). První organizací, která na našem území „adopci na dálku“ zahájila, byla Arcidiecézní charita Praha a to roku 1993 (Arcidiecézní charita Praha, s. 1). Ta si název Adopce na dálku<sup>®</sup> nechala roku 1996 v rámci své marketingové strategie patentovat u Úřadu pro ochranu průmyslového vlastnictví a má na něj ochrannou registrační známku. (Arcidiecézní charita Praha, s. 1) Za dvacet let existence na českém trhu však termín natolik zdomácněl, že se dnes již běžně užívá ve významu obecného typu služby. (Český rozhlas, 2008) Postupně se začaly přidávat další neziskové organizace a jejich počet stále stoupá.<sup>3</sup> Za 20 let své existence se „adopce na dálku“ dostala do širokého povědomí veřejnosti, a podporuje ji více než 20 tisíc dárců (viz. tabulka č. 2).

Arcidiecézní charita Praha na svých webových stránkách popisuje „adopci na dálku“ jako program, pomocí kterého jsou financovány díky soukromým dárcům náklady na vzdělávání nejchudších dětí z rozvojových zemích, jako je školné, školní pomůcky, či školní uniforma, zdravotní péče a v případě potřeby pobyt na internátu, doučování, mimoškolní aktivity a další výdaje spojené se vzděláváním. Dále uvádí, že nedílnou součástí je i podpora komunit, které hrají v celkovém rozvoji a vzdělávání

---

<sup>3</sup> Zjištěno na základě srovnání tabulky České sponzoringové organizace v práci HOKROVÁ, M., 2005, s. 16. a tabulky č. 2 v této práci.

potřebných dětí zásadní roli. Jako hlavní důvod této pomoci je uváděna „šance na lepší perspektivu v životě“. (Arcidiecézní charita Praha, 2014)

Projekty „adopce na dálku“ jsou organizovány neziskovými organizacemi z dárcovských zemí, které je koordinují, propagují a nabízí konkrétní děti z databáze k adopci potenciálním dárcům a zajišťují tak finanční zdroje. Realizace v cílové zemi je zajišťována skrze lokální partnerské neziskové organizace. Ty děti také ve spolupráci s místní komunitou do programu vybírají. Zvoleny jsou převážně takové děti, které by díky ekonomické situaci rodiny nemohly absolvovat školní docházku, často sirotci nebo děti z neúplných rodin. (Arcidiecézní charita Praha, 2014)

Pokud se tedy konkrétní dárci rozhodne podpořit „adopci na dálku“, vybere si z nabídky určité organizace konkrétní dítě, které poté pravidelnými, většinou ročními finančními příspěvky v rozmezí 5 - 10 000 Kč po dobu jeho studia podporuje (viz. tabulka č. 2). Dárci dostává od „svého“ dítěte zpravidla několikrát ročně dopisy a informace o studijních výsledcích a má možnost navázat osobní korespondenci. Obvykle má také možnost posílat dítěti dárek či jej osobně navštívit. (Arcidiecézní charita Praha, s. 4-11)

Na základě výše uvedených informací je tedy možné vyvodit, že „adopce na dálku“ je formou podpory vzdělávání, přičemž mezi její hlavní charakteristiky patří přímá adresnost pomoci včetně navázání osobního kontaktu mezi dárcem a příjemcem i její dlouhodobost.

### **1.1.2 Legitimizace konceptu „adopce na dálku“**

O tom, že vzdělávání a nepřímo také „adopce na dálku“ je účinným nástrojem na snižování chudoby, jakožto důležitou součástí rozvojové spolupráce existuje mnoho teorií a zdůvodnění.

Jednou z nejznámějších je hypotéza o příčinách chudoby v zemích třetího světa, která je označována jako „bludný kruh chudoby“. Ta říká, že ekonomicky chudé země nejsou díky nízkému produktu schopny spořit a akumulovat kapitál, v důsledku čehož nemohou zvyšovat objem své produktivity a rozvíjet se a proto zůstávají nadále chudé. Vzdělání zvyšuje kapacitu lidských zdrojů, produktivitu práce a tudíž také schopnost akumulovat kapitál, čímž přispívá k možnosti prolomení tohoto kruhu. (Kabátová, 2006, s. 10) Tato hypotéza ovlivňující rozvojovou ekonomii od 40. let 20. století má

však také mnoho odpůrců a kritiků, protože byla používána jako hlavní argument pro obhajování velkého objemu financí pro rozvojové země (Tošnarová, s. 24).

V knize *Education in Africa* se o významu vzdělávání píše: „ ... je klíčem k odblokování potenciálu jedinců a hraje zásadní roli ve zlepšování politických, sociálních a ekonomických podmínek...“ (Grand Lewis, 2006, s. 13 ).

Mnoho argumentů, které podtrhují roli vzdělávání je zveřejňováno v souvislosti s rozvojovými cíli tisíciletí. Komplexně je shrnul například Tožička, který uvádí: „Vzdělávání je hlavním nástrojem reprodukce společnosti a může být klíčovou součástí pro sociální změnu. Je jedním z nejlepších nástrojů pro boj s chudobou. S rostoucí mírou vzdělání rostou příjmy, zrychluje se zavádění nových technologií, a tím i ekonomický růst. Školní investice mají silný dopad na zlepšení výživy dětí a na prevenci nemocí, jako je například HIV/AIDS. Navíc vzdělání napomáhá plánovanému rodičovství a snižuje úmrtnost dětí a matek. V neposlední řadě je vzdělání také účinným politickým nástrojem: emancipuje, a tím posiluje politickou angažovanost a demokratické rozhodovací procesy. V zemích kam pomoc směřuje je chudoba největší bariérou v dosažení i základního vzdělání a nehraje roli ani to, že ve spoustě podporovaných zemí je vzdělání bezplatné. Nevzdělaní rodiče nepovažují vzdělání pro svoje děti za podstatné, místo do škol tak děti míří do práce, aby rodina získala alespoň základní obživu.“ (Tožička, 2008, s. 10)

Další argumenty přidává Bauer v úvodu k výzkumnému šetření o komplexní roli vzdělávání v rozvoji: „Vzdělání, kromě schopnosti číst a psát napomáhá tvorbě schopnosti představit si, co může člověka v budoucnu potkat, schopnosti strukturovat problémy a přemýšlet o alternativách. Bez dynamického náhledu na budoucnost neexistuje plánování, budování scénářů, jinými slovy neexistuje žádná taktika, jak ovlivnit běh věcí. Proto jedině s minimálním vzděláním přikládá budoucnosti menší váhu a snaží se na ni nemyslet.“ (Bauer, 2008, s. 46).

Výše uvedené teorie podtrhuje lidové rčení, které s „adopcí na dálku“ spojuje například Arcidiecézní charita Praha a které zní: „ je lepší naučit člověka ryby chytat, než mu je dávat“ (Český rozhlas, 2014).

Úplně jiným argumentem pro podporu vzdělávání je lidskoprávní přístup k rozvojové tematice. Právo na vzdělání je dle něho základním lidským právem, vycházejícím z článku 26 Všeobecné deklarace lidských práv: „Každý má právo na vzdělání. Vzdělání má být zdarma, alespoň počáteční a základní stupně. (...) Vzdělání

*má směřovat přímo k plnému rozvoji lidské osobnosti a k posílení respektování základních lidských práv a svobod.*“ (OSN, 1948, s. 5)

Za důležitý zdroj legitimizace „adopce na dálku“ považují také hodnocení veřejnosti. Samotný fakt, že služba je poskytována více než 60 let (Plan International, 2008, s.1), a že je z řad individuální veřejnosti sponzorováno více než 9 miliónů dětí (Wydick, Routledge, Glewwe, 2010, s. 400) je nejlepší obhajobou tohoto konceptu. Hlavním důvodem takového zájmu je především psychologický efekt. Ten vychází z adresnosti pomoci, při které má dárce pocit, že jím darovaná částka přináší konkrétní viditelnou změnu. Tu si navíc formou přímé komunikace může ověřit.<sup>4</sup> Organizace World Vision zkoušela v 90. letech minulého století v rámci transparentnější komunikace s veřejností přejmenovat program z názvu „sponzorování dětí“ na „sdílení života“, který apeloval na dárce, aby sponzorovali komunity v rozvojových zemích. Odezva od veřejnosti nebyla žádná a zájem byl mizivý, proto se organizace vrátila k původnímu názvu. Komunitní projekty jsou totiž v porovnání s adresnou „adopcí na dálku“ pro veřejnost nudné a nepřinutí člověka reagovat. (Hokrová, 2005, s. 29)

Adresnost činí z „adopce na dálku“ jeden z neefektivnějších zdrojů dlouhodobého financování trvajících typicky 10 - 15 let (Wroe, Doney, 2003). Taková časová kontinuita zvyšuje udržitelnost a efektivitu pomoci, protože je poskytována většinou po celou dobu studia. Díky ní dochází ke zvýšení průměrné doby školní docházky oproti nesponzorovaným dětem a následně také k vyšší pravděpodobnosti nalezení oficiálního zaměstnání.

Dle výzkumu Wydicka a spol. pro organizaci Compassion International došlo k prodloužení školní docházky o 2,88 roků a zvýšení oficiální zaměstnanosti o 17 % (Wydick, Routledge, Glewwe, 2010, s. 23). Díky velkému množství soukromých dárců a propagaci se dále podílí na zvyšování povědomí a angažovanosti široké veřejnosti v globálních i rozvojových tématech. Dalším přínosem je díky osobní korespondenci zavedení neefektivnější možné kontroly využívání poskytnutých zdrojů. I když to ocení spíše dárce než organizace. V neposlední řadě se také často uvádí zapojení komunity do procesu rozhodování o využití zdrojů, ať už výběrem konkrétních jedinců, kteří budou zařazeni do databáze k podpoře, nebo výběrem komunitních projektů, které budou z vybraných zdrojů podporovány. (Wroe, Doney, 2003, s. 86)

---

<sup>4</sup> Informace jsou získané na základě rozhovoru s Jarmilou Lomozovou 20.2.2014.

### 1.1.3 Kritika „adopce na dálku“

V názorech na to, zda je „adopce na dálku“ dobrým nástrojem řešení pro chudé se rozcházejí i samotní profesionálové pracující na poli rozvojové spolupráce (Wroe, Doney, 2003, s. 86). V publikaci *The Rough Guide to a Better World*, stejně jako ve většině studentských prací uvedených v přehledu výzkumů (viz. kapitola 1.4), je uveden seznam výhod i kritických názorů na tento koncept.

Nejvíce nejasností vychází z oddělování části zajišťující financování, tedy komunikaci s dárce v rozvinuté zemi a části realizační, zajišťující vlastní pomoc v zemi příjemce. „Adopce na dálku“ je často vnímána jako pouhá forma marketingové komunikace, než jako forma rozvojové spolupráce.<sup>5</sup> Zdrojem kritiky se stal samotný název služby, který je zavádějící. Vyjadřuje totiž pomoc konkrétnímu jedinci. V realizační fázi jsou pak tyto zdroje v různé míře využívány ve prospěch celé komunity a ne jednotlivce (Kabátová, 2006, s. 12). Již od 70. let minulého století je tento komunitní přístup považován za efektivnější a je praktikován v různé míře většinou velkých světových organizací poskytujících „sponzorování dítěte“ (Plan International, 2008, s.1). Název však vzhledem k atraktivitě pro dárce zůstává stejný. Charakteristický pro „adopci na dálku“ je tedy rozpor mezi zájmy přispěvatelů o co největší adresnost a zájmy příjemců pomoci, respektive organizací, které pomoc poskytují, o co nejmenší adresnost a to ve jménu zefektivnění pomoci a minimalizace vedlejších negativních dopadů.

Dalším zdrojem kritiky „adopce na dálku“ je posun podpory od jedince směrem ke komunitě. Název „sponzorování dítěte“ však byl zachován, protože právě adresnost je tím faktorem, který je pro dárce atraktivní. Kritika pak zní následovně: „sponzorování dítěte“ je ve většině případů chybné pojmenování. Jde totiž o komunitní rozvoj, nazývaný jiným jménem.“ Anebo ještě ostřeji: „*Koncept individuálního sponzorství chudých dětí je do velké míry marketingový výmysl*“ (Moore, 1998, s. 16). V případě podpory konkrétních dětí je pak jádrem kritiky skutečnost, že díky osobní korespondenci může docházet ke zviditelnění existujících nerovností, vytváření pocitu závislosti na cizí podpoře, případně méněcennosti a následně také vytváření nerealistických očekávání a následných deziluzí (Kabátová, 2006, s. 14). Z tohoto důvodu mnoho organizací koriguje a následně také lustruje obsah dopisů od dárců. Díky podpoře konkrétních dětí také často dochází k vytváření nerovností, žárlivosti a závisti

---

<sup>5</sup> Informace jsou získané na základě rozhovoru s Jarmilou Lomozovou 20.2.2014.

mezi členy komunity, případně vytváření elit. Úplně jinou oblastí, často zmiňovanou v souvislosti s „adopcí na dálku“ jsou vysoké administrativní náklady. Ty vycházejí z individuálního kontaktu s každým podporovaným dítětem, který pomoc prodraňuje. (Blažková, 2013, s. 15) Samostatným limitem je také rozsah, kterým může „adopce na dálku“ pomoci odstraňovat příčiny chudoby. Zajištěním vzdělání a poskytnutím jídla nebo ošacení nedochází k odstraňování hlavních příčin chudoby, jako jsou války, pandemie nemocí nebo mezinárodní pravidla obchodu (Wroe, Doney, 2003, s. 86).

V tomto stručném výčtu by také neměla chybět kritika související s tím, čím je zájem primárně skrze „adopci na dálku“ naplňován. Občas vzniká zdání, že to jsou spíše citové potřeby sponzorů, než potřeby ohrožených dětí (Plan International, 2008, s. 2), případně ambice realizujících organizací v ohledu šíření víry.

V prostředí České republiky je nejhlasitějším kritikem „adopcí na dálku“ český výbor dětského fondu OSN - UNICEF. Dle jeho stanoviska se „adopce na dálku“ (child sponsorship) neslučuje s filosofií UNICEF odstraňovat komplexně příčiny problémů, které děti ohrožují a snahou zajistit trvalou pomoc prostřednictvím zapojení celé rodiny a komunity. „Adopce na dálku“ podle UNICEF neřeší příčiny problémů, které mohou být různé, ale spíše jejich důsledky. Jako konkrétní příklady takového špatného přístupu uvádí povinnost nosit školní uniformy, které jsou z financí dárců hrazeny, nebo závist, kterou do komunity vnáší podpora jen vybraných jedinců. UNICEF se snaží pomáhat, ne „vybraným“ dětem, ale všem dětem, které to potřebují.<sup>6</sup> Tento výrazně kritický postoj je zajímavý především tím, že jeho medializací dochází k oslabení důvěry veřejnosti v „adopci na dálku“, která je v České republice vysoká a tím i pravděpodobnému snížení objemu podpory do celého sektoru vzdělávání a rozvojové pomoci vůbec. Tento postoj tedy nemůže nikomu pomoci, ale všem může ublížit. Sám UNICEF však aktuálně nabízí službu, která je „adopci na dálku“ velmi podobná, pouze neobsahuje prvek adresnosti. Nazývají ho Vzdělání dívky z Malawi, stojí 4 846 Kč a takových dívek mají 983 „kusů na skladě“ (UNICEF, 2014). Zajímavý je také výsledek výzkumu veřejného mínění uvedený v druhé části této práce, kdy na otázku „Vzpomenete si na nějakou organizaci, která adopci na dálku poskytuje“ uvedlo z 554 respondentů 10 % právě UNICEF, přičemž největšího poskytovatele Arcidiecézní charity Praha uvedlo jen 6,4 %.

---

<sup>6</sup> Informace jsou získány na základě e-mailové komunikace se zástupkyní UNICEF Langerovou 4.3.2014.

#### 1.1.4 Produktové pojetí „adopce na dálku“

Jak jsem z dostupných českých zdrojů zjistil, ke konceptu „adopce na dálku“ se přistupuje nejčastěji jako k formě rozvojové pomoci a řeší se primárně její vztah a dopady na příjemce pomoci. V menším počtu případů je přístup zaměřen na dárce a jeho pohled. Nikde jsem nicméně nenašel pojetí, které by mělo ve středu pozornosti organizaci, jež „adopci na dálku“ nabízí i s jejími zájmy. Takovým přístupem může být produktové pojetí. V tom se otevírá bohatá škála zkušeností a znalostí ze ziskového sektoru, jak s produktem pracovat a které je možné využít. Tento potenciál je dle mých osobních zkušeností a rozhovorů se zástupci organizací nabízejících „adopci na dálku“ využíván málo.<sup>7</sup> V následujícím textu jej jako alternativní pohled na koncept „adopce na dálku“ představím.

Na začátek musím upřesnit, že produktové teorie se vztahují ke konkrétnímu produktu, kdežto v celém předchozím textu jsem „adopci na dálku“ uváděl v kontextu obecného typu služby. V této kapitole budu tedy s termínem „adopce na dálku“ pracovat, jako kdyby se jednalo o vybraný produkt konkrétní organizace.

Produkt je definován jako cokoliv, co lze nabídnout k upoutání pozornosti, ke koupi, k použití nebo ke spotřebě, co může uspokojit touhy, přání nebo potřeby (Kotler, 2008, s. 615). Z definice je zřejmé, že i služby jsou specifickým typem produktu. „Adopce na dálku“ je službou, která zprostředkovává průnik zájmů plátce a příjemce pomoci některou z neziskových organizací. Rozdíl mezi produktem ziskového a neziskového sektoru je v tom, že v neziskovém sektoru do vztahu mezi dodavatelem a zákazníkem vstupuje další subjekt, který službu financuje (Majdúchová, 2004, s. 71). „Adopce na dálku“ je v tomto trojúhelníku (plátce, poskytovatel, příjemce) při produktovém pojetí svým hlavním těžištěm postavena na vztahu mezi poskytovatelem služby a jejím plátcem. A to i přesto, že následný kontakt mezi plátcem a příjemcem pomoci je významný. Klíčové je tedy to, zda služba dostatečně respektuje ve svých hlavních parametrech především očekávání dárců a nikoliv příjemců pomoci. Jinak by totiž vůbec nemohla existovat.

Jak bylo uvedeno v předchozí kapitole, „adopce na dálku“ je kritizována za klamání dárců, protože nejen názvem proklamuje adresnost, která pak většinou zahraničních organizací není dodržována (Moore, 1998, s. 18). Jádrem nespokojenosti je neetický přístup v komunikaci s veřejností. Není možné zpochybnit, že důležitou

---

<sup>7</sup> Informace jsou získané na základě rozhovoru s Jarmilou Lomozovou 20.2.2014.

součástí každého přístupu je respektování morálních a etických principů, důležité je však přezkoumávat a hodnotit jejich hranice, aby nebyl promarněn potenciál, který je možné využít.

Produktové pojetí je součástí širšího konceptu tzv. marketingového mixu. Marketingový mix je definován jako soubor taktických marketingových nástrojů, které organizace používá k úpravě nabídky podle cílových trhů. Zahrnuje vše, co organizace může udělat, aby ovlivnila poptávku po svém produktu. Běžně se skládá ze čtyř oblastí. Kromě produktové politiky jako základu je to cenová politika, komunikační politika a distribuční politika. (Kotler, 2008, s. 72) Srozumitelněji řečeno mít dobrou službu, za dobrou cenu, navíc na dobrém místě a dobře propagovanou. V neziskové sféře se navíc přidává politika personální, protože jádrem sektoru je podpora lidí lidmi, a ti se tak často stávají součástí produktu (Čepelka, 1997, s. 25). V této práci je díky omezenému rozsahu pozornost věnována pouze produktové politice, která je hlavní částí celého mixu.

O produktu je možné a hlavně vhodné uvažovat ve třech úrovních, z nichž každá zvyšuje jeho hodnotu pro zákazníka. Nejnižší úroveň tvoří základní produkt. To je taková hodnota, která nám odpovídá na otázku „Co vlastně kupující doopravdy kupuje?“. U „adopce na dálku“ to je to kvalitnější život pro konkrétní dítě, lepší svět, svědomí... Druhá úroveň je vlastní produkt, ten se skládá z názvu, designu, kvality, funkce atd. V případě „adopce na dálku“ jde o zajištění možnosti studovat konkrétnímu dítěti. A třetí úroveň je rozšířený produkt, což jsou doplňkové služby a přínosy. (Kotler, 2008, s. 617) U „adopce na dálku“ se jedná o komunikaci s dítětem, průběžný informační servis pro plátce, možnost setkávání dárců... Jedná se tedy o komplex přínosů a výhod, které uspokojují potřeby a očekávání zákazníka. Na každé úrovni je možné přemýšlet nad jejich inovací, nebo rozšířením. Zákazník (dárce) si pak vybírá takové produkty, které jeho potřeby uspokojují v co nejširší míře. Je proto nutné nejdříve dobře znát své zákazníky (dárce) a jejich očekávání a následně nabízet takový produkt, který očekávání naplňuje v co nejširší míře. Pro mě osobně bylo velkým překvapením, jak málo informací české organizace nabízející „adopci na dálku“ mají nejen o případných potenciálních dárcích, ale i o těch stávajících.<sup>8</sup> Teprve od jejich dobré znalosti je možné sestavit úspěšnou marketingovou strategii. Z emailové korespondence i osobních rozhovorů jsem však nabyt pocit, že organizace znají dobře

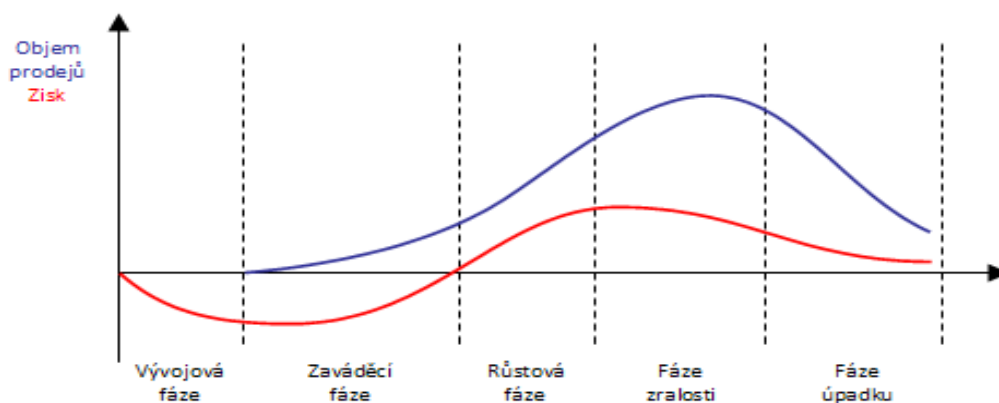
---

<sup>8</sup> Informace jsou získané na základě rozhovoru s Jarmilou Lomozovou 20.2.2014.



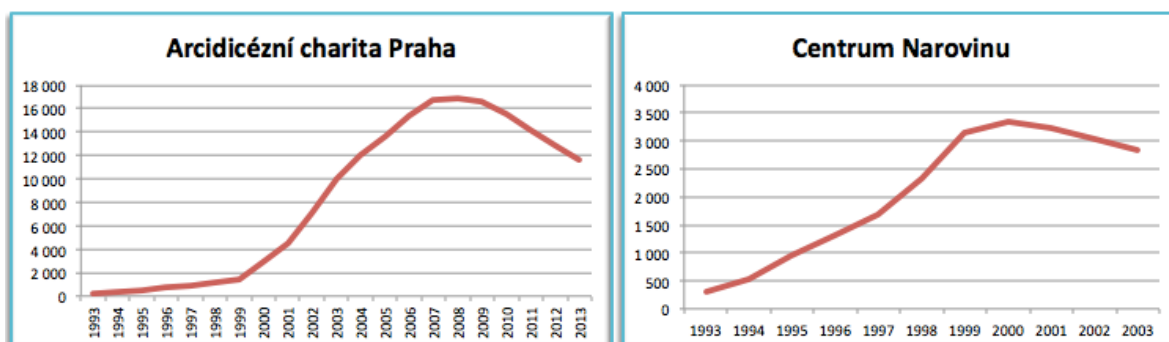
potřeby příjemců pomoci a očekávají, že se budou shodovat s očekáváním dárců, kterých se ale ptají jen zřídka.

Další důležité hledisko, ze kterého je možné nahlížet na „adopci na dálku“ jako produkt, je jeho životní cyklus. Ten je definován jako vývoj tržeb produktu v průběhu jeho života, a má pět charakteristických fází. Jedná se o vývoj produktu, uvedení na trh, růst, zralost a úpadek. Vývoj produktu začíná, když firma přijde s myšlenkou nového produktu a začne ji rozvíjet. Tržby jsou nízké, investiční náklady vysoké. Následuje fáze uvedení na trh, která je charakteristická pomalým růstem tržeb, protože se trh s produktem teprve seznamuje. Ve fázi růstu je produkt již přijat a tržby rychle rostou až do fáze zralosti, kdy se růst tržeb zpomaluje, protože produkt již byl akceptován většinou potenciálních kupujících. Zároveň rostou výdaje na marketing k oživení povědomí a obraně produktu vůči konkurenci. Poslední fází je úpadek, který je obdobím úpadu tržeb. (Kotler, 2008, s. 687) Životní cyklus každého produktu je jiný a mnohdy je obtížné ho předvídat. Využití tohoto pohledu však nespočívá v přesné predikci toho, kdy jaká fáze nastane, ale ve včasném upozornění, že je potřeba něco změnit. Jedná se o fázi zralosti, což je chvíle, ve které musí management učinit strategické rozhodnutí, jak s produktem dále nakládat. V opačném případě hrozí, že nastane rychlá fáze úpadku, propad tržeb, riziko finančního kolapsu a krachu organizace. Řešení jsou pouze dvě. Buď se organizace rozhodne pro nový produkt. Pak je ale z ekonomického pohledu nutné ho uvádět na trh ještě ve fázi zralosti toho původního, aby nedošlo k velkému poklesu příjmů, nebo stávající produkt inovovat ať už fakticky, nebo jen v rámci marketingového mixu tak, aby došlo k prodloužení fáze růstu, případně k návratu do této fáze. (Kotler, 2008, s. 690) Modelový životní cyklus produktu je znázorněn na následujícím grafu.



Graf č.1: Životní cyklus produktu, modrá jsou tržby, červená jsou zisky (Kotler, 2008, s. 680)

A jaká je tedy realita v životním cyklu produktu „adopce na dálku“ v České republice, měřeno počtem sponzorovaných dětí? Vzhledem ke špatné dostupnosti dat, což je samo o sobě signálem pro změnu, uvádím příklady pouze dvou nejvýznamnějších organizací nabízejících „adopci na dálku“. Při osobní komunikaci mi však tento trend potvrdili i zástupci dalších velkých organizací jako Diecézní charita Hradec Králové, pro-Contact, Centrum Dialog, nebo Wontanara.



Graf č. 2: Nárůst počtu adoptovaných dětí v projektech „adopce na dálku“

Je možné diskutovat nad vlivem různých faktorů jako je například ekonomická krize, malá propagace atd. Vzhledem k vývoji u dvou největších poskytovatelů se však spíše domnívám, že „adopce na dálku“ se dostává do fáze úpadku, a že pro oživení zájmu veřejnosti o tento typ služby je nutné provést hlubší změny. Důsledky nečinnosti jsem již zmiňoval. Co konkrétně by se mohlo změnit, navrhuji v závěrečné části této práce, protože změny by měly vycházet z očekávání potenciálních dárců, která jsou předmětem prezentovaného výzkumného šetření.

## **1.2 Organizace nabízející „adopci na dálku“**

V této kapitole jsou uvedeny základní informace o organizacích nabízejících „adopci na dálku“ a počty takto adoptovaných dětí. Kapitola je rozdělena na české organizace, kde je uveden kompletní přehled a ty zahraniční, u nichž je přehled pouze povrchní. Jedná se o přehled pouze těch organizací, které mají sídla v dárcovských zemích a „adopci na dálku“ pro dárce většinou pouze zprostředkovávají. Nejsou zde tedy uvedeny partnerské instituce realizující vlastní rozvojovou činnost na místě s příjemci pomoci.

### **1.2.1 „Adopce na dálku“ ve světě**

Celosvětově neexistují spolehlivá data o počtu organizací ani sponzorovaných dětí. Základní přehled však nabízí již zmiňovaná studie Wydicka z roku 2013. Dle internetového průzkumu, který vycházel z předpokladu, že dnes se již každá významnější organizace ucházející se o přízeň potenciálních dárců na internetu prezentuje, dopočetli 207 organizací nabízejících „sponzorování dětí“, které aktuálně sponzorují nejméně 9,14 miliónů dětí. Z toho je 90 % dětí sponzorováno skrze 10 největších organizací, průměrný roční příspěvek na dítě je 360 US\$, všech deset má sídlo ve Spojených státech amerických nebo v Evropě a dvě ze tří největších stejně jako čtyři z deseti jsou náboženského charakteru. (Wydick, Glewwe, Rutledge, 2013, s. 400) Na první pohled je však zarážející nízký počet uváděných organizací, vzhledem ke 26 existujícím jen na území České republiky. Čísla sponzorovaných dětí to však nutně zkreslovat nemusí, protože majorita je sponzorována velkými organizacemi a ty v součtu uvedeny jsou. Pro lepší přehled doplňuji tyto údaje tabulkou, která je součástí zmiňované studie.

THE 10 LEADING INTERNATIONAL CHILD SPONSORSHIP PROGRAMS

Organization	International Headquarters	Year Founded	Number of Countries	Contribution per Month	Sponsored Children <sup>a</sup>
1. World Vision <sup>b</sup>	USA	1953	100	\$30	4,100,000
2. Plan USA	USA	1937	49	\$24	1,500,000
3. Compassion International <sup>b</sup>	USA	1952	26	\$38	1,288,632
4. ChildFund International	USA	1938	31	\$24	510,000
5. Children International	USA	1980	11	\$22	340,000
6. Christian Foundation for Children and Aging <sup>b</sup>	USA	1981	23	\$30	291,262
7. Kindernothilfe <sup>b</sup>	Germany	1959	28	\$30	145,814
8. Save the Children	USA	1932	50	\$28	120,000
9. SOS Children's Villages	USA	1949	132	\$28	80,000
10. Bornefonden	Denmark	1972	5	\$34	72,473
Others <sup>a</sup> (197)					692,979
<b>Total</b>					<b>9,141,160</b>

<sup>a</sup> Child sponsorship organizations by donating country: United States (61), United Kingdom (43), France (18), Canada (10), Italy (11), Australia (9), Denmark (7), Spain (7), Norway (6), Germany (4), Sweden (4), and others (16).

<sup>b</sup> Faith-based organization.

Tabulka č. 1: Přehled organizací nabízejících „sponzorování dítěte“ (Wydick, Glewwe, Rutledge, 2013, s. 400)

## 1.2.2 „Adopce na dálku“ v České republice

V České republice neexistuje tak jako ve světě žádný oficiální spolehlivý zdroj dat o organizacích ani počtu adoptovaných dětí. Přehledy jsou však v různé kvalitě zpracování obsaženy ve většině studentských prací na téma „adopce na dálku“ (viz. kapitola 1.4). Základním zdrojem informací jsou webové stránky organizací a osobní komunikace. Průzkum českého trhu byl proveden v březnu 2014 a kromě přehledové tabulky uvádím také stručné charakteristiky. Výčet obsahuje všechny organizace dohledatelné na internetu, takže nemusí být kompletní. Dominantní postavení má Arcidiecézní charita Praha, která „adopci na dálku“ v České republice zahájila. Většina organizací je malých s řádově stovkami adoptovaných dětí.

### 1.2.2.1 Organizace nabízející „adopci na dálku“ v České republice

Největším poskytovatelem „adopci na dálku“ je Charita ČR, konkrétně pak její arcidiecézní a diecézní charity. Projekty jsou zaměřeny na rozvojové země od Jižní Ameriky přes Karibik až po Afriku a Asii. Finanční příspěvek na jedno dítě se pohybuje od 5 000 Kč až do 10 000 Kč v závislosti na stupni vzdělání dítěte a země, ze které pochází. Děti jsou do projektu vybírány většinou pracovníky partnerských organizací

v konkrétních zemích. Většina charitních organizací má webové databáze, kde je možné si vybrat jedno z mnoha dětí.

Největším realizátorem je Arcidiecézní charita Praha, která má registrovaný projekt Adopce na dálku<sup>®</sup> a to od roku 1993. Od začátku existence Adopce na dálku<sup>®</sup> se skrze Charitu Praha podařilo pomoci již 30 000 dětí. Charita Praha svůj projekt provozuje v 6 zemích - v Indii, Ugandě, Bělorusku, Thajsku, Zambii a Konžské demokratické republice. (Arcidiecézní charita Praha, 2014)

Dalšími charitními organizacemi, provozujícími projekt adopce na dálku nebo projekty na podobném principu jsou Arcidiecézní charita Olomouc, která realizuje stejně jako Charita Praha projekt Adopce na dálku<sup>®</sup>, avšak zaměřuje se pouze na Haiti. (Arcidiecézní charita Olomouc, 2014), Diecézní katolická charita Hradec Králové, která má projekt Adopce na dálku<sup>®</sup> v Indii a to od roku 2000 (Diecézní katolická charita Hradec Králové, 2013), Diecézní charita České Budějovice, jež má projekt Adopce na dálku<sup>®</sup> v Bělorusku a v Zimbabwe (Diecézní charita České Budějovice, 2014), Diecézní charita Plzeň realizující projekty Adopce na dálku<sup>®</sup> od roku 2003 v zemích Latinské Ameriky, tedy konkrétně v Bolívii, Paraguayi, Peru a Ekvádoru (Diecézní charita Plzeň, 2014), Diecézní charita ostravsko-opavská, která od roku 2002 realizuje projekt Adopce na dálku<sup>®</sup> na Zakarpatské Ukrajině (Diecézní charita ostravsko-opavská, 2014) a Diecézní charita Litoměřice, jenž na základě své dlouholeté spolupráce s partnery v Mongolsku již od roku 2002, založila nedávno projekt „Dali-Křídlo“, jejímž cílem je skrze dárce z ČR podpořit vzdělání a osobní rozvoj konkrétnímu dítěti. (Diecézní charita Litoměřice)

Jinou skupinou institucí, které se zabývají „adopcí na dálku“ tvoří tři občanská sdružení, jež se vycházejí z Humanistického hnutí. Jedná se o Centrum Narovinu, které vede v Keni projekt s názvem Adopce afrických dětí – projekt pomoci na dálku (Centrum Narovinu), Centrum Dialog, které provozuje v Guineji a v Keni projekt Adopce afrických dětí (Centrum Dialog) a Wontanara, dříve Vysokoškolští humanisté, která realizuje v africké Guineji projekt Adopce afrických dětí - projekt pomoci na dálku (Wontanara, 2010).

Velkou a známou organizací na poli rozvojové spolupráce, která se zabývá „adopcí na dálku“ i když se nejedná o významnou část její činnosti je ADRA, která realizuje od roku 1999 projekt na podporu dětí z Bangladéše a to pod názvem BangaKids (ADRA).

Dalšími menšími organizacemi jsou Kedjom-Keku, jež vzniklo v roce 2010 a zaměřuje se na podporu vzdělání v africkém Kamerunu (Kedjom-Keku, 2014), Namasté Nepál, které působí od roku 2007 a jehož hlavním projektem je Úsměv z Nepálu - projekt adopce nepálských dětí (Namasté Nepál, 2007), S.O.S. Děti Kambodži realizující projekt Adopce na dálku (S.O.S. Děti Kambodži, 2014), Njovu obecně prospěšná společnost, jež vznikla v roce 2010 a zaměřuje se na rozvojový projekt v Zambii s názvem Adopce zambijských dětí na dálku (Njovu, 2014), Pro-Contact realizující projekt v africké Guineji s názvem Adopce afrických dětí na dálku (Pro-Contact, 2007), Nepálčata občanské sdružení, které provozuje pomoc ve formě Adopce na dálku dětí z Nepálu (Nepálčata, 2010), organizace Samari založená v roce 2007 a řídicí projekt Adopce na dálku v Bangladéši s názvem Paprsky naděje pro Bangladéš (Samar, 2007), občanské sdružení M.O.S.T. fungující od roku 2004, podporující vzdělávání v Tibetu a Indii s hlavním záměrem Kmotrovství na dálku – projekt, jehož cílem je podpořit konkrétní dítě či babičku/dědečka. (Most, 2013), Humanitas Afrika, které vzniklo v roce 2000, přičemž realizuje v Ghaně, Beninu a Keni program Patronství školáků, jehož cílem je umožnit vzdělání dětem a mladým lidem (Humanitas Afrika, 2014), Shanti organizující projekt s názvem Adopce na dálku a to v Nepálu (Shanti, 2014) a také občanské sdružení Bwindi Orphans, jež realizuje projekt Adopce na dálku v Ugandě. (Bwindi Orphans, 2006).

Kromě neziskových organizací typu občanské sdružení a obecně prospěšná společnost, projekty na podporu vzdělávání dětí realizují i nadace a nadační fondy. Jsou to Nadační fond Inka založený v roce 2002, jež se zaměřuje na vzdělávací projekty v Peru, přičemž hlavní aktivitou této instituce je projekt Sonkoča – prospěchové stipendium (Nadační fond – Inka, 2014), nadační fond One More Day for Children založený roku 2009, specializující se na pomoc dětem z Keni a to skrze projekt ADOPCE dětí na dálku (Nadační fond One More Day for Children, 2009-2010), Nadace Mezinárodní potřeby fungující od roku 1997 a realizující projekt Dálková adopce PLUS<sup>®</sup> a to v Indii, Nepálu, Ugandě, na Srí Lance a Filipínách (Nadace Mezinárodní potřeby), a Nadační fond solidarity s chudými třetího světa Maitri založený v roce 1995, jež realizuje projekt ve Rwandě a Kongu s názvem Adopce srdce (Maitri, 2008).

Pro lepší orientaci přikládám přehledovou tabulku.

organizace nabízející "adopci na dálku" v České republice	název adopce	rok zahájení adopcí	náboženská organizace	počet zemí	výše příspěvku Kč/rok/dítě	aktuálně adoptovaných dětí (nejvyšší k 1.1.2014)
1 Arcidiecézní charita Praha	Adopce na dálku®	1993	ANO	6	4 900-8 500 Kč	11 574
2 Diecézní charita Hradec Králové	Adopce na dálku®	2000	ANO	1	5 000 Kč	2 482
3 Diecézní charita Plzeň	Adopce na dálku®	2003	ANO	4	7 000 Kč	205
4 Arcidiecézní charita Olomouc	Adopce na dálku® - Haiti	2005	ANO	1	6 500 Kč	400
5 Diecézní charita opavsko-ostavská	Adopce na dálku®	2002	ANO	1	7 200 Kč	424
6 Diecézní charita České Budějovice	Adopce na dálku®	2005	ANO	2	5 000-6 000 Kč	93
7 Diecézní charita Litoměřice	"Dali-Křídlo"	2012	ANO	1	7 200 Kč	7
8 Centrum Narovinu	Adopce afrických dětí - projekt pomoci	2002	NE	1	7 200 Kč	2 726
9 Centrum Dialog	Adopce afrických dětí	2002	NE	2	7 200 Kč	1 364
10 Wontanara	Adopce afrických dětí - projekt pomoci	2002	NE	1	6 000-9 000 Kč	500
11 pro-Contact	Adopce afrických dětí na dálku	2004	NE	1	6 300 Kč	1 103
12 Nadační fond Inka	Sonkoča - prospěchové stipendium	2002	NE	1	7 000 Kč	220
13 Adra	BanglaKids	1999	ANO	1	5 400-7 800 Kč	1 400
14 Nadace mezinárodní potřeby	Dálková adopce PLUS®	1997	NE	5	3 720-16 800 Kč	463
15 M.O.S.T.	Kmotrovství na dálku	2006	NE	2	6 500 Kč	400
16 Humanitas afrika	Patronství školáků	2000	NE	3	5 000-10 000 Kč	350
17 Maitri	adopce srdce	1996	ANO	2	6 000 Kč	500
18 Bwindi orphans	Adopce na dálku v Ugandě	2006	NE	1	5 800-9 800 Kč	170
19 Nepálčata	Adopce na dálku dětí z Nepálu	2013	NE	1	5 600-6 000 Kč	nedohledáno
20 S.O.S. Děti Kambodži	Adopce na dálku	2012	NE	1	6 000 Kč	28
21 Namasté Nepál	Úsměv z Nepálu - projekt adopce	2007	ANO	1	6 000 Kč	nedohledáno
22 Kedjom-Keku	Tak trochu jiná adopce na dálku	2014	NE	1	4 500 Kč	24
23 Nadační fond - One More Day For Children	ADOPCE dětí na dálku	2009	NE	1	15 000 Kč	122
24 NJOVU	Adopce zambijských dětí na dálku	2010	NE	1	7 800 Kč	100
25 Samari	Paprský naděje pro Bangladéš	2007	NE	1	5 520-9 600 Kč	253
26 Shanti	Adopce na dálku	2011	NE	1	2 000 Kč	41
<b>CELKEM</b> (počty adoptovaných dětí nebylo možné dohledat vždy přesně k 1.1.2014 a navíc některé organizace přesně čísla neevidují, je proto nutné je vnímat jako orientační)						<b>24 949</b>

Tabulka č. 2: Přehled organizací poskytujících „adopci na dálku“ (Arcidiecézní charita Praha 2014, Diecézní charita Hradec Králové 2014, Diecézní charita Plzeň 2014, Diecézní charita ostravsko-opavská 2014, Diecézní charita České Budějovice 2014, Diecézní charita Litoměřice 2014, Wontanara 2014, Centrum Narovinu 2014, Centrum Dialog 2014, ADRA 2014, Maitri 2014, Nadační fond Inka 2014, Humanitas Africa 2014, Nadace Mezinárodní potřeby 2014, Pro-Contact 2014, Bwindi Orphans 2014, Nepálčata 2014, S.O.S. Děti Kambodži 2014, Namasté Nepál 2014, Kedjom-Keku 2014, Nadační fond – One More Day For Children 2014, NJOVU 2014, Samari 2014, Shanti 2014)

### 1.3 Reflexe realizovaných výzkumů o „adopci na dálku“

Stěžejním námětem této práce je především motivace potenciálních dárců z České republiky k financování „adopce na dálku“. Přesto, pro lepší názornost, uvádím přehled pokrývající širší oblast „adopce na dálku“.

Jak jsem již zmínil v úvodu, k tématice „adopce na dálku“ neexistuje mnoho informačních zdrojů. Vzhledem k tomu, že celosvětově je do programu zahrnuto více než 9 miliónů dárců, kteří poskytují více než tři miliardy US\$ ročně, je překvapující, že neexistují téměř žádné výzkumy evaluující dopady těchto programů (Wydick, Glewwe, Rutledge, 2010, s. 398). Jednou z výjimek je studie „Does International Child Sponsorship Work? A Six-Country of Impacts on Adult Life Outcomes, která tak činí na vzorku 10 144 osob z 6 rozvojových zemí sponzorovaných v letech 1980 až 1992 skrze organizaci Compassion International (in Wydick, Glewwe, Rutledge, 2010).

V rámci osob sponzorovaných českými organizacemi jsem dohledal pouze jeden obdobný výzkum. Jeho cílem bylo na základě získaných dat prospěchu žáků/studentů ze závěrečných ročníků základních a středních škol podporovaných programem Adopce na dálku<sup>®</sup> Arcidiecézní charity Praha v průběhu tří po sobě jdoucích let 2008, 2009 a 2010 v Ugandě získat obecný přehled o vývoji úspěšnosti/neúspěšnosti programu adopce spolupracujících škol (Suchánek, 2011, s. 79). Autor tento výzkum realizoval na základě roční zkušenosti se vzdělávacími projekty v Ugandě, kde měl možnost pracovat a následně výzkum realizovat. Výzkum je součástí autorovy diplomové práce „Vzdělávání a rozvoj: případová studie NNO v Ugandě“, která je dle mého názoru velmi dobře zpracována.

Lepší situace je ve vztahu k informacím u dárců, ať už stávajících, nebo těch potenciálních, jež „adopci na dálku“ nabízejí. Níže uvedené informace se vztahují pouze k České republice. Předpokládám však, že v zemích ve kterých sídlí velké organizace nabízející „sponzorování dítěte“ po mnoho desetiletí bude takových zdrojů k dohledání více.

Pokud pominu obecné informace, poskytované většinou při rozhovorech v médiích, jsou jediným dohledatelným zdrojem výzkumů studentské absolventské, bakalářské a diplomové práce. Je však možné, že existují interní výzkumy, které organizace nezveřejňují.

Pravděpodobně úplně první studií v českém jazyce, která se pokusila komplexně mapovat „adopci na dálku“ byla ročníková práce Marie Hokrové z roku 2005 „Sponzorování dětí z rozvojových zemí“. Práce měla velice ambiciózní cíl komplexně popsat, analyzovat a zhodnotit projekt sponzorování dětí z rozvojových zemí (Hokrová, 2005, s. 1). Její součástí je také hodnocení realizace, efektů a dopadů sponzoringu. Práci považuji za dobrý úvod do problematiky.

Za nejpropracovanější považuji diplomovou práci Jarmily Kabátové z roku 2006 s názvem „Adopce na dálku - výzkum postojů a zkušeností dárců“. Cílem výzkumu byla podrobná deskripce skupiny dárců projektu Adopce na dálku<sup>®</sup>, která v té době činila 12.738 osob. Byly zjišťovány základní charakteristiky skupiny, motivace a míra spokojenosti s projektem a jeho dílčími oblastmi a to pomocí dotazníkového šetření. Výzkumný vzorek o rozsahu 500 osob byl vybrán náhodným výběrem a 272 respondentů vrátilo dotazník vyplněný. (Kabátová, 2006, s. 24)

Následuje zdánlivě velké množství prací související s tématem „adopce na dálku“, které jsou většinou zpracovány do podoby „příručky pro adoptivní rodiče“ dle informací



z webových stránek poskytujících organizací. Výzkumy, které jsou u většiny těchto prací jejich součástí, jsou realizovány na malém vzorku a zpracování je většinou v základní úrovni analýzy. Četnost takových statí je však známkou vzrůstající popularity „adopce na dálku“ v České republice.

Jedná se například o absolventskou práci Lucie Bastlové z roku 2006 „Adopce na dálku, podpora vzdělávání dětí v rozvojových zemích – Indie“, jejímž výstupem je případová studie projektu Adopce na dálku<sup>®</sup> Arcidiecézní charity Praha v indickém Bangalore, zaměřená na zjištění faktu, jak je projekt realizován v místní partnerské organizaci, a to včetně kulturních, ekonomických a sociálních souvislostí. (Bastlová, 2006, s. 4-5)

Diplomovou práci Ivony Křištofové z roku 2006 „Usnadnění přístupu ke vzdělání a informacím pomocí projektu Adopce na dálku<sup>®</sup>“, která zpracovává též projekt Adopce na dálku<sup>®</sup> Arcidiecézní charity Praha, avšak na rozdíl od předchozí práce se nezaměřuje pouze na Indii, ale i na Ugandu a Litvu, přičemž se taktéž snaží o zachycení historických, kulturních, sociálních a ekonomických souvislostí jednotlivých zemí v nichž je záměr realizován. (Křištofová, 2006, s. 8-10)

Bakalářská práce Daniela Zídka z roku 2007 „Adopce na dálku<sup>®</sup> – výzkum činnosti Arcidiecézní charity Praha“, se zaměřuje opět na program Adopce na dálku<sup>®</sup> Arcidiecézní charity Praha, avšak jde o její komplexní hodnocení a zasazení do kontextu katolického prostředí, přičemž v rámci práce je realizován malý výzkum na dvou školách, týkající se informovanosti o adopci na dálku v katolickém a nekatolickém prostředí. (Zídek, 2007, s. 7-8)

Naproti tomu bakalářská práce Jany Bouškové z roku 2007 „Projekty Adopce na dálku v České Republice“, se snaží mapovat všechny organizace, které se pomocí ve formě „adopce na dálku“ zabývají, přičemž tato práce obsahuje též kvantitativní výzkum, který byl proveden nejen v rámci široké veřejnosti – na vzorku 131 obyvatelích města Hradec Králové, ale i 24 lidí, kteří sami podporují dítě. (Boušková, 2007, s. 30-32)

Stejně jako předchozí studie, je i bakalářská práce Martiny Suchánkové z roku 2010 „Realizace projektu Adopce na dálku v České republice“, zaměřena na výčet všech institucí, jež zastřešují projekt „adopce na dálku“, s cílem vytvořit příručku pro zájemce o zapojení se do projektu „adopce na dálku“. (Suchánková, 2010, s.11) V rámci této práce byl realizován kvalitativní výzkum se 16 pracovníky neziskových organizací od těch větších jako je Charita ČR či ADRA až po menší neziskové organizace jako

Maitri nebo Humanitas Afrika, přičemž cílem výzkumu bylo zjistit informace o realizaci projektu „adopce na dálku“ v každé z jednotlivých organizací, a to od kritérií pro výběr zemí, přes transparentnost finančních prostředků až po proces ukončení účasti dítěte v projektu. (Suchánková, 2010, s. 31-34).

Bakalářská práce Zuzany Černínové z roku 2011 „Adopce na dálku v ČR“, se podobá předchozím dvěma, jelikož se stejně jako ony zaměřuje na zmapování organizací, které realizují „adopce na dálku“ v České republice, avšak na rozdíl od předchozích prací, obsahuje výsledky kvantitativního výzkumu zjišťujícího informovanost a mínění 40 vysokoškoláků o těchto projektech“. (Černínová, 2011, s. 11-13)

Jiné zaměření má bakalářská práce Petry Matyáškové z roku 2011 „Adopce na dálku v programu Bangbaby“ specializující se na podporu vzdělávání dětí v Bangladéši organizace ADRA, ačkoliv stejně jako její předchůdci tato autorka v jedné kapitole uvádí výčet různých dalších českých nevládních organizací, které uskutečňují „adopce na dálku“ (Matyášková, 2011, s.10-11). Tato práce obsahuje výsledky kvantitativního výzkumu mezi 232 sponzory dětí, zapojenými v projektu BangBaby, přičemž výzkum zjišťoval jaká je ekonomická situace dárce a jeho názor na projekt, jaká byla jeho motivace pro zapojení se do něj a zda by jej dále doporučil. (Matyášková, 2011, s. 30-33)

Bakalářská práce Andreji Blažkové z roku 2013 „Motivace a očekávání sponzorů projektu Adopce na dálku<sup>®</sup> kmene Kathkari, se opět, jako několik předchozích prací zaměřuje na projekt Adopce na dálku<sup>®</sup> Arcidiecézní charity Praha, avšak konkrétně na jeho malou část v Indii u kmene Kathkaris, která je realizována ve spolupráci s CARITAS-Vyšší odbornou školou sociální Olomouc. (Blažková, 2013, s. 6-7) Specifikum této studie je v tom, že se orientuje na malý projekt v rámci jednoho kmene, kde je podporováno zhruba 50 dětí (Blažková, 2013, s. 20). A obsahuje výsledky kvalitativního výzkumu, zaměřeného na zjištění motivace sponzorů pro zapojení se do projektu a jejich očekávání, přičemž šetření bylo provedeno na 12 respondentech, kteří podporují dítě z kmene Kathkari. (Blažková, 2013, s. 30-34)

Bakalářská práce Nikoly Korešové z roku 2013 „Adopce afrických dětí – projekt pomoci na dálku“, se zaměřuje na srovnání dvou projektových zemí neziskové organizace Centrum Narovinu, která zde pracuje na aktivitě podobné „adopci na dálku“, a to v Keni, jakožto rozvojové zemi Afriky a v rovněž evropské Litvě. (Korešová, 2013, s. 7-8)

Diplomová práce Vlasty Jánské z roku 2013 „Adopce na dálku jako forma sociální pomoci“, se v podstatě neliší od těch ostatních, neboť opět obsahuje výčet českých neziskových organizací, poskytujících podporu dětem z rozvojových zemí ve vzdělávání, pravidla pro realizaci projektu „adopce na dálku“ a jejím cílem je též vytvořit jakousi příručku pro potenciální dárce. (Jánská, 2013, s. 8-9) Zahrnuje výsledky kvantitativního výzkumu zaměřeného na informovanost obyvatel kraje Vysočina a Jihomoravského kraje, přičemž průzkum měl formu 82 distribuovaných dotazníků. (Jánská, 2013, s. 49-50)

Posledním studentským textem zaměřeným na „adopci na dálku“ je diplomová práce Kristýny Sklenské z roku 2014 „Adopce na dálku“, přičemž se v této práci jako ve většině předchozích objevuje výčet českých neziskových organizací, jež se zapojují do „adopce na dálku“, avšak kromě toho zasazené i do kontextu rozvojové spolupráce. (Sklenská, 2014, s. 4-5). Výzkum je v této práci kvalitativní, aplikovaný na vzorku 6 osob, které jsou v některém z projektů „adopce na dálku“ zapojeny, přičemž cílem šetření bylo zjistit, jaká jsou specifika vztahu mezi dárce a podporovaným dítětem, a to z perspektivy sponzora dítěte. (Sklenská, 2014, s. 47-50)

## **2 Výzkum veřejného mínění o povědomí české veřejnosti o „adopci na dálku“ a hlavních faktorech ovlivňujících motivaci k jejímu financování**

Tato empirická část tvoří základ mé práce. Po předchozí teoretické části přináší svým stručným vhladem do zvolené problematiky v rámci České republiky nové informace. Nedohledal jsem žádný podobný kvantitativní výzkum ve vztahu k potenciálním dárcům „adopce na dálku“ se zaměřením na celou českou populaci.

Kapitola je rozdělena na část metodologickou a analytickou. Metodologická obsahuje vymezení výzkumné otázky, cílů, hypotéz a jejich operacionalizací. Následuje popis metodologie včetně stručné charakteristiky veřejného mínění a informací o výzkumném vzorku a sběru dat. Důležitou část pak tvoří část analytická, která se skládá z popisu výsledků výzkumu a jejich shrnutí a vyhodnocení.

### **2.1 Metodologie**

#### **2.1.1 Výzkumná otázka a metoda sběru dat**

Hlavním cílem této bakalářské práce je zjistit názor veřejnosti na adopci na dálku, na skutečnost, zda je veřejnost ochotna adopce financovat, případně s jakou motivací. Předmětem výzkumu nejsou finanční možnosti české veřejnosti, ale vztahy právě k této formě pomoci. Výzkum byl realizován prostřednictvím kvantitativního šetření. Z hlavního cíle je odvozena výzkumná otázka, jež zní následovně:

*Jaký je vztah české veřejnosti k „adopci na dálku“ a jaký vliv mají jednotlivé vybrané faktory ovlivňující motivaci k jejímu financování?*

Pro realizaci výzkumu jsem zvolil metodu šetření veřejného mínění, což je podle Rendlové průzkum, zachycující měřitelnost kvantity (in Rendlová, Lebeda, 2002, s. 17). Z toho plyne, že výzkum veřejného mínění je formou kvantitativního sběru dat, který Disman popisuje jako šetření, které je schopné zjistit relativně hodně informací o velkém počtu osob (Disman, 2002, s. 285).

#### **2.1.2 Cíle, hypotézy a jejich operacionalizace**

K naplnění hlavního cíle práce jsem stanovil čtyři cíle. Každý je dále rozpracován do hypotéz, což jsou „očekávání o charakteru věcí, vyvozené z teorie“ (Disman, 2008, s. 78) a ke každé hypotéze je přiřazena operacionalizace, což je „proces

převádění pojmů z teorie na měřitelné prvky, neboli zkoumatelné ukazatele“ (Reichel, 2009, s. 51). Cíle na sebe logicky navazují tak, aby konečný mohl stát na vrcholu pomyslné pyramidy praktického využití výzkumu, které by mohla tato práce přinést. Cíle jsem stanovil následovně:

1. *Zjistit zda a jakým způsobem česká veřejnost přispívá na charitu*
2. *Zjistit, jaké má česká veřejnost povědomí o „adopci na dálku“*
3. *Zjistit postoje české veřejnosti k „adopci na dálku“*
4. *Zjistit vliv jednotlivých vybraných faktorů na rozhodování české veřejnosti zda financovat „adopci na dálku“*
5. *Zjistit, jaký je nejpravděpodobnější profil potenciálního českého dárce „adopce na dálku“*

### **2.1.2.1 Přispívá česká veřejnost na charitu a jakým způsobem?**

**Hypotéza 1 :** Předpokládám, že česká veřejnost na charitu přispívá a to nejčastěji ve formě sbírkové akce přímo na ulici, na oblast zdravotnictví, nejčastěji částkou do 1 000 Kč ročně.

Tato hypotéza je opřena o výsledky průzkumu agentury STEM/MARK (Konvička, 2012) na vzorku internetové populace od 15 let v počtu 1 057 respondentů o dobročinnosti české veřejnosti. Podle průzkumu se charity nebo dobročinnosti účastní více než třetina dospělé české populace (39 %), nejběžnější formou finančního příspěvku je účast na pouliční sbírkové akci (72 %), nejčastěji česká veřejnost přispívá na zdravotnické projekty (41 %) a naprostá většina dotázaných uvedla, že za poslední rok přispěla částkou do 1 000 Kč ročně (85 %). (Konvička, 2012, s. 2-6)

**Operacionalizace:** Hypotéza se potvrdí, pokud respondenti odpoví s největší četností u otázky č. 3 („Přispěl/a jste v posledních třech letech na charitu nebo nějaký dobročinný účel?“), že ano, a zároveň u otázky č. 4 („Jakým způsobem jste někdy v minulosti přispěl/a na charitu?“), že sbírková akce přímo na ulici a zároveň u otázky č. 7 („Na jakou oblast charity jste přispěl/a v posledních 3 letech?“), že na zdravotnictví, prevenci a léčbu nemocí, pomoc hendikepovaným a současně také u otázky č. 8 („Jak velkou částkou jste za poslední rok na charitu přispěl/a?“), že do 1 000 Kč.

### **2.1.2.2 Jaké má česká veřejnost povědomí o „adopci na dálku“**

**Hypotéza 2 :** Předpokládám, že česká veřejnost má povědomí o „adopci na dálku“.

Tato hypotéza je opřena o výsledky výzkumu Krejčí (2013), ve kterém z 222 respondentů města Olomouc na otázku „Znáte některý z těchto projektů...“ odpovědělo 87 % ano u „adopce na dálku“ (Krejčí, 2013, s. 50). A také o výzkum Jánské (2013), ve kterém z 82 respondentů Jihomoravského kraje a kraje Vysočina na otázku „Slyšeli jste někdy o projektu Adopce na dálku“ odpovědělo 99 % ano a v další otázce „Víte co znamená projekt Adopce na dálku?“ pak zvolilo 88 % správnou odpověď (Jánská, 2013, s. 60).

**Operacionalizace:** Hypotéza se potvrdí, pokud většina respondentů odpoví u otázky č. 10 („Slyšeli jste někdy o adopci na dálku?“), že ano, a zároveň u otázky č. 11 („Co je podle vás z adopce na dálku hrazeno a komu?“), že je hrazeno školné, a to konkrétnímu dítěti z rozvojových zemí. Výsledky vztahující se k otázce č. 11 budou rozšířeny o výsledky otevřené asociační otázky č. 9 („Co vás jako první napadne, když se řekne „adopce na dálku“? Vypište vše co se vám vybaví?“). Platnost hypotézy bude ověřena také otázkou č. 13 („Vzpomenete si na nějaké organizace, které „adopci na dálku“ nabízí? Pokud ano, napište jaké.“) a to tehdy, pokud bude dohromady respondenty zmíněno minimálně 5 českých organizací, které „adopci na dálku“ nabízejí.

**Hypotéza 3:** Předpokládám, že česká veřejnost získává informace o „adopci na dálku“ nejčastěji z publicistických pořadů v televizi nebo rádiu či od svých známých.

Tato hypotéza je opřena o výsledky výzkumu Kabátové (2006), ve kterém z 272 respondentů, v té době zapojených do projektu Adopce na dálku<sup>®</sup> na otázku „Kde všude jste se s projektem Adopce na dálku<sup>®</sup> setkal/a?“ odpovědělo 47 % z tiskoviny a 46 % od známého (Kabátová, 2006, s. 45). A rovněž informace z výzkumu Jánské (2013), ve kterém z 82 respondentů Jihomoravského kraje a kraje Vysočina na otázku „Odkud jste o projektech Adopce na dálku“ získali informace?“ odpovědělo 31 % z televize a 26 % od známých a od rodiny (Jánská, 2013, s. 60).

**Operacionalizace:** Hypotéza se potvrdí, pokud respondenti u otázky č. 12 („Slyšeli jste někdy o adopci na dálku?“) odpoví s největší četností buď „jinde v televizi“ nebo „v některém z pořadů v rádiu“ nebo „ve svém okolí“.

### 2.1.2.3 Postoje české veřejnosti k „adopci na dálku“

**Hypotéza 4:** Předpokládám, že česká veřejnost má pozitivní, spíše otevřený vztah k „adopci na dálku“.

Tato hypotéza je opřena o výsledky výzkumu Jánské (2013), ve kterém z 82 respondentů Jihomoravského kraje a kraje Vysočina na otázku „Myslíte, že projekty Adopce na dálku jsou smysluplné?“ odpovědělo 67 % ano, 29 % nevím a 4 % ne. (Jánská, 2013, s. 60).

**Operacionalizace:** Hypotéza se potvrdí, pokud budou zároveň splněny všechny níže uvedené podmínky u otázek č. 15, 37, 6 a 7. Jestliže většina respondentů odpoví v otázce č. 15 („Myslíte si, že finanční podpora vzdělávání dětí v rozvojových zemích formou „adopce na dálku“ má smysl?“), že určitě ano, nebo spíše ano.<sup>9</sup> Když nejvíce respondentů odpoví v otevřené škálové otázce č. 37 („Do jaké míry souhlasíte s následujícími výroky:“) u výroků pozitivních (1-Za malý peníz mohu díky „adopci na dálku“ způsobit velkou změnu v životě jiného člověka, 3-Díky vzdělání selepší životní úroveň v zemi, 7-Každá pomoc má smysl), že určitě souhlasím, nebo spíše souhlasím a zároveň u výroků negativních (2-Pomoc chudým v Africe je zbytečné vyhazování peněz, 4-„adopce na dálku“ narušuje místní kulturu, 5-Myslím si, že většina peněz se ke konkrétnímu dítěti nedostane a skončí v kapsách někoho jiného, 6-Sami v ČR máme dost svých problémů, proč tedy pomáhat jinde, 9-Každá země si má pomoci sama), že určitě nesouhlasím, nebo spíše nesouhlasím. Pokud většina dotazovaných uvede u otázky č. 6 („Záleží vám na tom, zda pomoc směřuje do ČR nebo do zahraničí?“), že nezáleží mi kam pomoc směřuje, nebo pomáhám raději v zahraničí a většina respondentů u otázky č. 7 („Na jakou/é oblasti charity jsem v posledních 3 letech přispěl?“), že na vzdělávání nebo na boj proti chudobě v zahraničí.

**Hypotéza 5:** Předpokládám, že muži a starší lidé zaujmají k „adopci na dálku“ více skeptické postoje.

**Operacionalizace:** Hypotéza se potvrdí, pokud budou zároveň splněny všechny níže uvedené podmínky u otázek č. 15 a 37. V otázce č. 15 („Myslíte si, že finanční podpora vzdělávání dětí v rozvojových zemích formou „adopce na dálku“ má smysl?“) odpoví určitě ano nejméně respondentů z věkové skupiny od 45 do 59 let a také méně mužů než žen. V otevřené škálové otázce č. 37 („Do jaké míry souhlasíte s následujícími výroky:“) u výroků pozitivních (1,3,7), že určitě souhlasím nebo spíše souhlasím a zároveň u výroků negativních (2,4,5,6,9), že určitě nesouhlasím nebo spíše

---

<sup>9</sup>Důvody v případě neutrální a negativní odpovědi budou upřesněny v otevřené otázce č. 16 („Proč si myslíte, že finanční podpora vzdělávání dětí z rozvojových zemí nemá smysl?“).

nesouhlasím uvede nejméně tázaných z věkové skupiny od 45 do 59 let a také méně mužů než žen.

#### **2.1.2.4 Vliv jednotlivých vybraných faktorů na rozhodování české veřejnosti zda financovat „adopce na dálku“**

**Hypotéza 6:** Předpokládám, že nejvýznamnějším faktorem, který motivuje českou veřejnost k financování „adopce na dálku“ je přímá adresnost, tedy možnost vybrat si a podpořit konkrétní dítě.

Tato hypotéza je opřena o výsledky kvalitativní pilotáže, která sloužila jako základ pro sestavení dotazníku k tomuto šetření, a jež je součástí mé absolventské práce „Adopce na dálku – projekt výzkumu veřejného mínění“. Ze 14 profesionálů zabývajících se „adopcí na dálku“ uvedlo 12 jako největší motivační faktor přímou adresnost. (Fic, 2014) Hypotéza je dále opřena o výsledky výzkumu Kabátové (2006), ve kterém 272 respondentů, v té době zapojených do projektu Adopce na dálku® u otázky „Do jaké míry jsou pro vás důležité následující oblasti“ zvolilo u oblasti „adresnost pomoci“ nejvyšší průměrnou míru důležitosti (Kabátová, 2006, s. 46).

**Operacionalizace:** Hypotéza se potvrdí, pokud budou ze škálových otázek č. 17 až 28 („...důvody proč se do adopce na dálku zapojit...“) u otázky č. 17 („Možnost vybrat si konkrétní dítě“), u otázky č. 18 („Možnost dopisovat si s dítětem“) a u otázky č. 28 („Možnost vybrat si dítě na základě jeho konkrétního životního příběhu a situace“) odpovědi 1, 2 a 3 (rozhodně přilákalo, spíše přilákalo, přilákalo) voleny častěji než u otázek č. 19 až 27.

**Hypotéza 7:** Předpokládám, že důležitým faktorem ovlivňujícím motivaci české veřejnosti k financování „adopce na dálku“ je malá flexibilita v možnostech, jak se do financování zapojit.

- a. Předpokládám, že by se do financování adopce na dálku zapojilo více dárců, pokud by byl roční příspěvek na jedno dítě do 1 000 Kč.

Tato hypotéza je opřena o výsledky průzkumu agentury STEM/MARK (Konvička, 2012) na vzorku internetové populace od 15 let v počtu 1 057 respondentů o dobročinnosti české veřejnosti. Na otázku „Kolik by měl člověk ve vašem postavení věnovat měsíčně na charitu?“ odpovědělo 82 % respondentů do 200,-Kč (Konvička, 2012, s. 6).



- b. Předpokládám, že by většině dárců nevadilo se spolupodílet na financování s jinými neznámými dárci.

Tato hypotéza je opřena o výsledky výzkumu Jánské (2013), ve kterém z 82 respondentů Jihomoravského kraje a kraje Vysočina na otázku „Pokud by jste měl/a možnost podělit se o příspěvek pro adoptované dítě s dalšími adoptivními rodiči, byl by tento typ pomoci pro vás přijatelnější?“ odpovědělo 45 % ano, 35 % nevím a 20 % ne (Jánská, 2013, s. 66).

- c. Předpokládám, že by většina dárců uvítala možnost jednorázového finančního příspěvku bez závazků, než dlouhodobého financování.

Tato hypotéza je opřena o výsledky průzkumu agentury STEM/MARK (Konvička, 2012) na vzorku internetové populace od 15 let v počtu 1 057 respondentů o dobročinnosti české veřejnosti. Na otázku „Jakým způsobem přispíváte na charitu?“ odpovědělo 96 % respondentů, že případ od případu. Češi se tedy neradi zavazují někomu přispívat (Konvička, 2012, s. 4).

**Operacionalizace:** Hypotéza se potvrdí, pokud:

- a. u otázky č. 32 („...jaká výše finančního příspěvku by pro vás byla přijatelná“) odpoví většina respondentů že, do 1 000 Kč ročně a zároveň u otázky č. 8 („Jak velkou částkou jste za poslední rok na charitu přispěl/a?“) odpoví většina respondentů že, do 1 000 Kč.
- b. u otázky č. 31 („...hledá někoho, s kým by se složil...“) odpoví většina respondentů ,že určitě ano nebo spíše ano.
- c. u otázky č. 33 („jakou délku podpory projetu by jste preferoval/a“) odpoví většina respondentů že, raději jednorázový příspěvek bez závazků.

**Hypotéza 8:** Předpokládám, že pro většinu české veřejnosti je při rozhodování zda financovat „adopci na dálku“ důležité vědět, jaká je výše režijních nákladů zprostředkující organizace a že většina by očekávala její výši do 10 % z darované částky.

**Operacionalizace:** Hypotéza se potvrdí, pokud u otázky č. 34 („...je pro vás důležité vědět, jak velkou část organizace vynaložila na své režijní účely“) většina respondentů

odpoví že, určitě ano nebo spíše ano a zároveň u otázky č. 35 („jak velkou část z vámi darované částky považujete za přiměřenou k pokrytí režijních nákladů organizace“) odpoví většina dotazovaných že, do 10 %.

**Hypotéza 9:** Předpokládám, že česká veřejnost vnímá jako důležité, aby většina darovaných financí byla použita na financování studia konkrétního adoptovaného dítěte a ne na jiné projekty podporující místní komunitu. A to i pokud by je o tom organizace předem informovala.

**Operacionalizace:** Hypotéza se potvrdí, pokud u otázky č. 36 („...kromě studia dětí podporuje i místní komunitu...“) odpoví většina respondentů že, spíše vadilo nebo určitě vadilo.

#### **2.1.2.5 Nejpravděpodobnější profil potenciálního českého dárce „adopce na dálku“**

**Hypotéza 10:** Předpokládám, že osobou, která by se mohla stát nejpravděpodobnějším potenciálním dárce „adopce na dálku“ bude nejčastěji žena, středoškolsky nebo vysokoškolsky vzdělaná, ekonomicky aktivní v zaměstnaneckém poměru, ve věku od 30 do 49 let, bydlící ve městě nad 100 000 obyvatel.

Tato hypotéza je opřena o výsledky šetření Kabátové (2006), do kterého bylo zahrnuto 272 respondentů, v té době zapojených do projektu Adopce na dálku®. Součástí výzkumu byl také přehled jejich základních sociodemografických údajů (Kabátová, 2006, s. 33).

**Operacionalizace:** Hypotéza se potvrdí, pokud bude průměr sociodemografických charakteristik těch respondentů, kteří zvolí specifické odpovědi u otázek č. 39, 7, 12, 15 a 37 a které níže uvádím, odpovídat nejčastěji profilu žena, osoba středoškolsky nebo vysokoškolsky vzdělaná, ekonomicky aktivní v zaměstnaneckém poměru, ve věku od 30 do 49 let a s bydlištěm ve městě nad 100 000 obyvatel. Bude se jednat o charakteristiky respondentů, kteří u otázky č. 39 („Zvažoval/a byste zapojit se do projektu .....“) odpoví že, určitě ano nebo spíše ano. U otázky č. 7 („Na jakou/jaké oblasti charity jste přispěl/a v posledních 3 letech?“), že na vzdělávání. U otázky č. 12 („Kde všude jste informace o adopci na dálku zachytil/a?“), že mám, nebo jsem měl/a adoptované dítě v rámci projektu adopce na dálku. U otázky č. 15 („Myslíte si, že finanční podpora vzdělávání dětí z rozvojových zemí formou adopce na dálku má smysl?“), že určitě ano nebo spíše ano a u otázky č. 37 („Do jaké míry souhlasíte

s následujícími výroky?“) odpoví u pozitivních výroků 1, 3 a 7, že určitě souhlasím, nebo spíše souhlasím.

### 2.1.3 Metoda výzkumu

Jak jsem již zmínil, pro realizaci výzkumu jsem zvolil metodu kvantitativního sběru dat pomocí dotazníkového šetření, konkrétně výzkum veřejného mínění, protože díky této metodě můžeme zkoumat určité množství dat o velkém počtu populace (Disman, 2008, s. 286). Jedná se o metodu deduktivní, protože vychází z teorie, kterou převádí do hypotéz, jejichž funkcí je navrhnout taková možná spojení mezi proměnnými, které potvrdí nebo vyvrátí jejich pravdivost (Disman, 2008, s. 77).

Výzkum veřejného mínění zjišťuje konkrétní znaky, což mohou být například postoje či názory vybraného souboru lidí, například osoby z jednoho města či celková populace státu (Pecáková, Novák, Herman, 2004, s. 7). Podle Hampla (in Šubrt, 1998, s. 95-100) je rozdělen do 3 fází – přípravné, realizační a vyhodnocovací. Ve fázi přípravné se jedná o zadání zakázky, ve fázi realizační už jde o tvorbu hypotéz, jejich operacionalizací, tvorbu otázek, výběr vzorku a realizaci samotného průzkumu, jenž je nakonec ve fázi vyhodnocování dokončen a jeho výsledky jsou prezentovány.

K tématu „adopce na dálku“ existuje malé množství výzkumů. V rámci České republiky jde o studentské práce, které pokrývají pouze některé regiony, případně vybrané cílové skupiny. Výstupy se dají jen výjimečně zobecnit na českou populaci. Z tohoto důvodu a také vzhledem k mému osobnímu zájmu o podrobnější informace, jsem ještě před sestavením kvantitativního dotazníku provedl kvalitativní pilotáž. Tato metoda totiž umožňuje problematice více porozumět a nahlédnout do ní hlouběji (Disman, 2008, s. 286). Podle Dismana je pilotní studie kvalitativní technikou, která zjišťuje existenci a dosažitelnost námi chtěných informací v populaci, kterou chceme zkoumat (Disman, 2002, s. 121). Cílem realizované pilotáže bylo zjistit názory odborníků, kteří se „adopcí na dálku“ profesionálně zabývají na atraktivitu této služby pro potenciální dárce, včetně hlavních předností a limitů této služby. V rámci kvalitativní pilotáže jsem metodou záměrného výběru oslovil pomocí e-mailové korespondence s pěti otázkami všech 26 dohledatelných organizací z České republiky, které „adopci na dálku“ poskytují (viz. tabulka č. 2). Vyjádření jsem získal od 14 z nich. Tuto formu komunikace jsem zvolil především vzhledem k časovému vytížení expertů. Se zástupci dvou nejvýznamnějších jsem navíc absolvoval osobní schůzky, na nichž

byly otázky a názory detailně rozvedeny. Výsledky, které jsou součástí mé absolventské práce (Fic, 2014) jsem využil při sestavování hypotéz v tomto výzkumu.

Dotazník byl na základě žádostí některých expertů i mého vlastního zájmu sestaven ve větší šíři, než jak je obsaženo v této práci. Důvodem bylo maximální využití investované energie i finančních zdrojů, přičemž rozšíření dotazníku již vstupy nezvyšovalo. Cílem bylo dosažení co nejširší možné databáze informací a tím většího potenciálu pro následné využití výsledků. Předpokládám, že data budou použita pro další zpracování z různých úhlů zájmů.

Vlastní sběr dat byl realizován formou internetového dotazníkového šetření. Tuto formu sběru jsem zvolil především vzhledem k její organizační jednoduchosti a rychlosti v porovnání s osobními standardizovanými rozhovory. Tento typ sběru informací je běžně používán významnými organizacemi, které se v České republice výzkumy veřejného mínění zabývají.<sup>10</sup> Některé z výzkumných agentur disponují vlastními internetovými panely respondentů. Jedná se o registrované uživatele, kterým jsou podle určitých pravidel zasílány pozvánky k výzkumům. Respondenti jsou za svoji aktivitu zpravidla odměňováni. V České republice je největším panelem Český národní panel, sdružující 65 tisíc respondentů.<sup>11</sup> V tomto výzkumu byl vyžítý panel výzkumné agentury Perfect Crowd o velikost 30 000 respondentů, která nabízí sběr dat přes vlastní dotazníkový systém Kvalikvant (Perfect Crowd, 2012). Každá forma sběru má své výhody i slabiny. Určitou nevýhodou shromažďování informací po internetu může být podmínka přístupu k internetu, zejména pak pro skupinu vyšší věkové kategorie nebo pro osoby s nižším vzděláním. U lidí do 60 let je internetová populace téměř totožná s obecnou.<sup>12</sup>

Před vlastním zahájením sběru dat jsem srozumitelnost a validitu dotazníku ověřoval předvýzkumem, který umožňuje testovat skladbu, srozumitelnost a rozmístění otázek v dotazníku, a bez kterého by se neměl obejít žádný výzkum (Disman, 2008, s. 122). Do předvýzkumu jsem zahrnul kromě rodinných příslušníků, spolužáků a známých také zástupce některých organizací poskytujících „adopci na dálku“. Jednalo se o přibližně týdenní proces, během kterého došlo k přepracování dotazníku do jeho finální podoby. Přínosnost tohoto kroku považuji za značný. Složitě pro mě bylo

---

<sup>10</sup> Informace byly získány na základě rozhovoru s Ondřejem Váchou z agentury STEM/MARK 27.2.2014.

<sup>11</sup> Tamtéž.

<sup>12</sup> Informace byly získány na základě rozhovoru s Lenkou Beranovou z agentury Perfect Crowd 28.2.2014.

odhadnout správnou chvíli, kdy předvýzkum ukončit, protože na stejné téma se začínaly hromadit různé názory.

Poslední částí výzkumu je analýza dat. Ta má za cíl vysvětlit jejich obsah. Podle Průšové (in Šubrt, 1998, s. 134-135) se při analýze kvantitativních dat jedná o 4 kroky, kterými jsou editace, kódování, tabulace a pokročilé analýzy. Jak Průšová dále uvádí, jde o to, aby byla data shrnuta, porovnána a bylo v nich možné nalézt vztahy a souvislosti, které jsou podstatné. Při editaci se provádí kontrola toho, složení a počet výzkumného vzorku sedí s předem určenými kvótami. Při následném kódování dochází k převádění dat do kódů a jejich zanášení do databáze. Při tabulaci jsou z dat vytvořeny tabulky a z nich pak grafy. Při pokročilé analýze jsou nakonec testovány hypotézy a zkoumají se závislosti mezi proměnnými. (Průšová in Šubrt, 1998, s. 135-142)

#### **2.1.4 Vzorek a popis sběru dat**

Díky rozhodnutí využít ke sběru dat internetového dotazníkového šetření, jsem svůj původně plánovaný výzkumný vzorek rozšířil z regionu Praha na celou Českou republiku na minimálně 500 respondentů. Věkově jsem jej vymezil rozmezím od 20 do 59 let. Kategorii do 20 let jsem vyloučil, protože u ní nepředpokládám potenciál pro zapojení se do projektu a kategorii nad 59 let jsem vynechal z důvodu menší míry internetové gramotnosti a snahy získat výstupy, co nejvíce srovnatelné s běžnou populací (Netmonitor, 2011). Vyloučení kategorie nad 59 let může být určitým limitem tohoto výzkumu, protože dle výzkumu Kabátové, 2005 o deskripci skupiny dárců projektu Adopce na dálku<sup>®</sup> se nachází ve věkové kategorii od 56 do 65 let 16 % dárců a v kategorii 66 a více let dalších 13 % (Kabátová, 2006, s. 33). Odhadem by se tedy v této kategorii mohlo nacházet 20 % potenciálních dárců. V budoucnu bych se rád k této kategorii vrátil a výzkum doplnil. Z vymezené věkové kategorie jsem vzorek konstruoval technikou kvótního výběru. Zvolil jsem osoby, které spadají do kategorií podle pohlaví a zároveň určitých věkových kategorií. Ty jsem stanovil tři a to následovně: 20-29, 30-44 a 45-59 let. Podle Průšové (in Šubrt, 1998, s. 107-108) patří kvótní výběr mezi nepravděpodobnostní výběry, přičemž výzkumný vzorek je konstruován s cílem shodovat se některými svými vlastnostmi s populací, ze které pochází. Jak dále uvádí, je také vhodné vycházet z tzv. opory výběru, což jsou informace o celkové populaci, na základě kterého můžeme vytvořit právě takový vzorek. Jako oporu výběru jsem použil výsledky sčítání lidu 2011 České republiky

(Český statistický úřad, 2011) a vzorek jsem konstruoval proporcionálně dle mnou zvolených kategorií. Plánované a reálné složení výzkumné populace bylo následující:

složení výzkumné populace	Plánované			Reálné			
	muž	žena	celkem	muž	žena	celkem	
počet	20-29 let	711 398	681 382	1 392 780	66	64	130
	30-44 let	1 051 156	1 196 095	2 247 251	117	111	228
	45-59 let	1 050 599	1 056 478	2 107 077	97	99	196
	<b>CELKEM</b>	<b>2 813 153</b>	<b>2 933 955</b>	<b>5 747 108</b>	<b>280</b>	<b>274</b>	<b>554</b>
procenta	20-29 let	12,4%	11,9%	24,2%	11,9%	11,6%	23,5%
	30-44 let	18,3%	20,8%	39,1%	21,1%	20,0%	41,2%
	45-59 let	18,3%	18,4%	36,7%	17,5%	17,9%	35,4%
	<b>CELKEM</b>	<b>48,9%</b>	<b>51,1%</b>	<b>100,0%</b>	<b>50,5%</b>	<b>49,5%</b>	<b>100,0%</b>

Tabulka č. 3: Plánované a reálné složení výzkumné populace (Český statistický úřad, 2011)

Skutečná výzkumná populace byla mírně odlišná a to vzhledem k nejasnému procentu návratnosti rozeslaných dotazníků. Výzkumu se zúčastnilo 554 respondentů. Jejich sociodemografické charakteristiky byly následující:

Sociodemografické charakteristiky respondentů (N=554)								
pohlaví	Muž	50,6%	čtyřměsíční příjem domácnosti	Do 10.000 Kč	10,4%	bydliště	Méně než 5 tisíc obyvatel	29,9%
	Žena	49,4%		10.001-20.000 Kč	23,2%		5 – 20 tisíc obyvatel	19,1%
věk	20 – 29 let	23,4%		20.001-30.000 Kč	32,3%		21- 50 tisíc obyvatel	10,6%
	30 – 44 let	41,2%		30.001-40.000 Kč	19,1%		51 – 100 tisíc obyvatel	11,1%
	45 – 59 let	35,4%		40.001-50.000 Kč	8,2%		Více než 100 tisíc obyvatel	29,3%
dosážené vzdělání	ZŠ	3,8%		50.001-60.000 Kč	4,6%		Praha	13,8%
	SŠ bez maturity	19,8%		Více než 60.000 Kč	2,2%		Čechy	43,5%
	SŠ s maturitou	48,0%		Student/ka	8,9%		Morava	42,7%
	VŠ	28,4%		Zaměstnanec	57,0%			
víra	Věřící	20,0%		Podnikatel/ka	8,0%			
	Věřící, ale ne v boha	43,0%	Na matř/rodičovské dovolené	6,1%				
	Ateista	37,0%	V důchodu	7,0%				
			Nezaměstnaný/á	12,9%				

Tabulka č. 4: Sociodemografické charakteristiky výzkumné populace

Data jsem si nechal sesbírat v únoru 2014 výzkumnou agenturou Perfect Crowd na jejich internetovém panelu respondentů (Perfect Crowd, 2012) a tento sběr dat probíhal po dobu jednoho týdne. Výsledky mi byly předány v podobě jedné digitální xls tabulky. Analýza dat nebyla součástí zakázky, její formu jsem však se zástupci agentury konzultoval.

## 2.2 Analýza dat

### 2.2.1 Výsledky výzkumu

Výsledky výzkumu jsem v následujících kapitolách rozpracoval dle jednotlivých cílů a hypotéz.

#### 2.2.1.1 Vztah české veřejnosti k charitě

Jak dokládají následující grafy a jejich komentáře, předpoklad, že česká veřejnost na charitu přispívá a to nejčastěji ve formě sbírkové akce přímo na ulici, na oblast zdravotnictví a nejčastěji částkou do 1 000 Kč ročně nebyl potvrzen.



Graf č. 3: Přispěl/a jste v posledních 3 letech na charitu nebo nějaký dobročinný účel? (otázka č. 3)

Tři čtvrtiny respondentů ve věku od 18 do 59 let v posledních třech letech přispěly na charitu. S rostoucím věkem podíl přispěvovatelů stoupá. Rozdíl mezi muži a ženami je nevýznamný. Ochota české veřejnosti podporovat charitu je tedy vysoká. Jak ukazuje další graf, existují však značné rozdíly v tom, jakou formou se do podpory zapojuje.

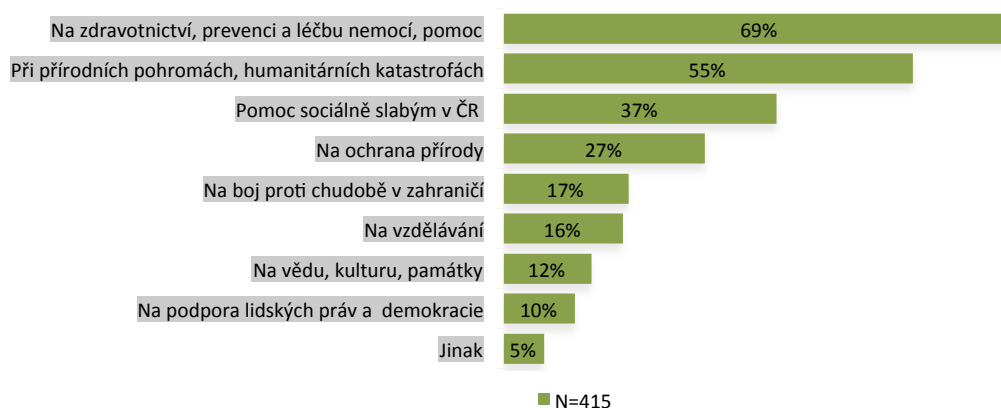


Graf č. 4: Jakým způsobem jste někdy v minulosti přispěl/a na charitu? (N=415) (otázka č. 4)

Respondenti, kteří v posledních 3 letech přispěli na dobročinnost, tak nejčastěji učinili nákupem zboží, jehož cena jde částečně na dobročinný účel (fair trade, chráněné dílny) (79 %). Jen o něco méně tak učinilo prostřednictvím sbírky přímo na ulici (78 %).

Více než dvě třetiny respondentů, kteří v posledních 3 letech přispěli na charitu, alespoň jednou pomohli formou hmotného daru (např. oblečení, hračky, potraviny). Častěji se tak opakovaně zapojily ženy (ženy 65 % x muži 42 %). Dárcovské SMS také patří mezi častou formu pomoci, se kterou má zkušenost 69 % respondentů, kteří v posledních 3 letech přispěli. Nějakou dobrovolnickou práci vyzkoušela třetina Čechů, kteří v posledních 3 letech přispěli na charitu.

Nejméně časté je pravidelné přispívání jedné organizaci. Přestože více než třetina těch, kteří v posledních 3 letech přispěli, o této formě pomoci uvažovala, pravidelně z nich jedné organizaci přispívá pouze 29 %.



Graf č. 5: Na jakou/jaké oblasti charity jste přispěl/a v posledních 3 letech? (otázka č. 7)

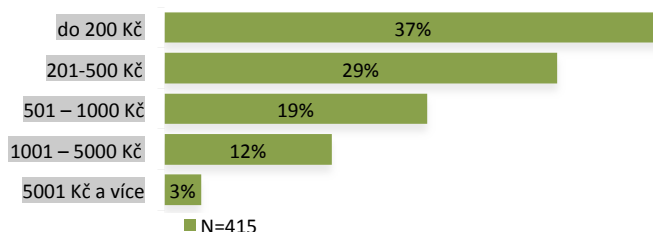
Nejbližší je respondentům oblast zdravotnictví, prevence a léčba nemocí, či pomoc hendikepovaným. 69 % z těch, kteří v posledních 3 letech přispěli na charitu, věnovali finanční pomoc právě do této oblasti.

Více než polovina respondentů v posledních 3 letech přispěla také na pomoc při přírodních nebo humanitárních katastrofách. Na vzdělávání to bylo 16 % a na boj proti chudobě v zahraničí 17 %.

Z respondentů, kteří darovali nějaký obnos na vzdělávání (N=65), je nejvíce mladých v kategorii od 20 do 29 let (43 %), vzdělaných (střední škola s maturitou 42 % a vysoká škola 38 %), ekonomicky aktivních v zaměstnaneckém poměru (49 %) a s bydlištěm buď do 5 000 obyvatel (35 %) nebo nad 100 000 obyvatel (39 %).



Často oslovení spontánně uvádějí jako formu pomoci také vlastní dárcovství krve.

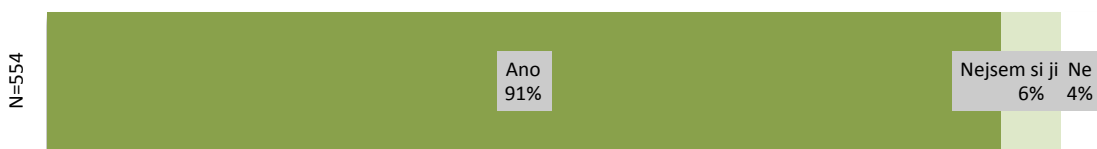


Graf č. 6: Jak velkou částkou jste za poslední rok na charitu přispěl/a? (otázka č. 8)

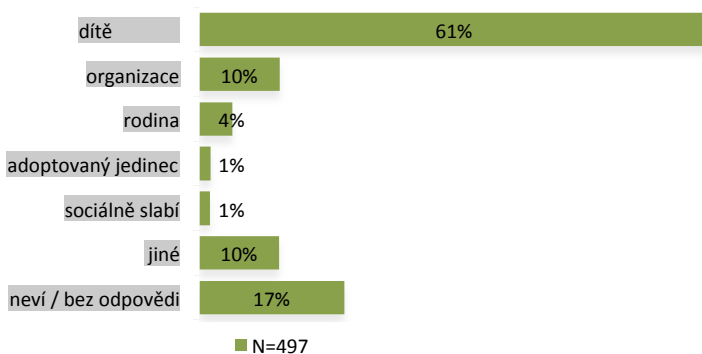
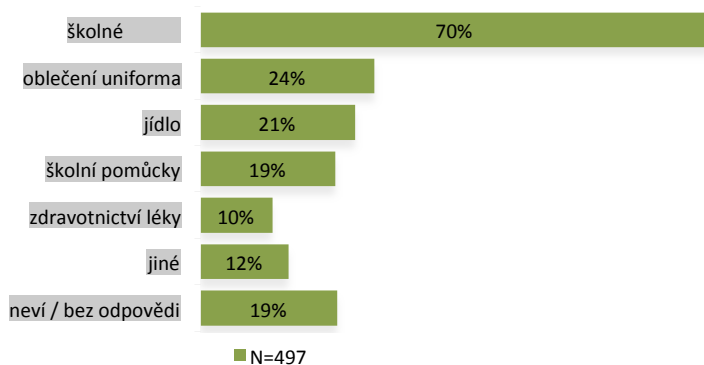
Dotazovaní, kteří v posledních 3 letech nějakým způsobem přispěli, odhadují částku nejčastěji do 500 Kč (37 % přispělo do 200 Kč, 29 % 201-500 Kč). Nad 5 000 Kč, což je většinou minimální hranice příspěvku při možnosti zapojit se do „adopce na dálku“ přispěla pouze 3 % oslovených.

### 2.2.1.2 Povědomí české veřejnosti o „adopci na dálku“

Jak dokládají následující grafy a jejich komentáře, předpoklad, že česká veřejnost má povědomí o „adopci na dálku“, byl potvrzen.



Graf č. 7: Slyšel/a jste někdy o projektu „adopce na dálku“? (otázka č. 10)



Graf č. 8: Co je podle Vás z „adopce na dálku“ hrazeno a kdo je příjemce pomoci? (otázka č. 11)

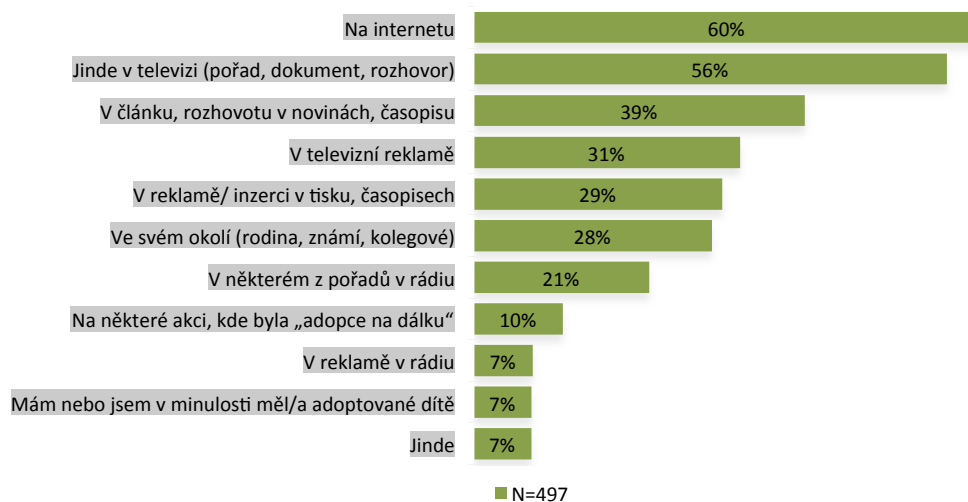
Povědomí o „adopci na dálku“ je vysoké. Deklarovaná znalost je 90 % v otevřených otázkách. Co a komu je z „adopce na dálku“ hrazeno, respondenti odpovídají správně (školné, oblečení, uniforma, školní pomůcky, léky, jídlo). Pomoc je podle respondentů určena dětem (méně často odpovídají – organizace, rodina atd.).

Vysoké povědomí také potvrzuje výsledek otevřené otázky č. 9 „Co vás jako první napadne, když se řekne adopce na dálku. Vypište vše, co se vám vybaví“. Celých 38 % respondentů odpovědělo finanční podpora vzdělávání a sponzorství.

Přestože je znalost samotného projektu vysoká, jen malá část respondentů si jej spojuje s konkrétní organizací. Téměř tři čtvrtiny z nich si nedokázali vybavit ani jedinou. Pokud ano, pak nejčastěji uváděli Unicef (11 %), Českou charitu (8 %), Adu (6 %) nebo Člověk v tísni (4 %). Ostatní organizace (Dialog, Nepálčata, Centrum na rovinu, Samari, Wontanara, M.O.S.T. atd.) uvedlo jen 1 % a méně respondentů. To je

zajímavé, protože Unicef je nejhlasitější kritik „adopcí na dálku“ a vůbec je nezprostředkovává a Člověk v tísni se „adopcí na dálku“ také nezabývá.

Jak dokládá následující graf a komentáře, předpoklad, že česká veřejnost získává informace o „adopci na dálku“ nejčastěji z televize nebo od svých známých byl potvrzen.



Graf č. 9: Kde všude jste informace o „adopci na dálku“ zachytil/a? (otázka č. 12)

Nejčastějším zdrojem informací jsou souhrnně pořady, dokumenty nebo rozhovory v televizi či v rádiu bez reklamního podtextu. Tyto odpovědi byly zvoleny respondenty v 56 % a 21 %, tedy s největší frekvencí. Vysoká frekvence byla také u nereklamních informací z tisku v 39 %.

Za překvapivé považují, že varianta ve svém okolí (rodina, známí, kolegové) byla zvolena „pouze“ 28 % respondentů, protože ve výzkumu Kabátové (2006) na vzorku 272 respondentů zapojených do Adopce na dálku® hrál tento kanál nejdůležitější roli a také byl označen jako ten, který nejvíce oslovil při rozhodování zapojit se do projektu (Kabátová, 2006, s. 45).

Informace o „adopci na dálku“ získávají respondenti často z internetu (60 %), což pro mě bylo také překvapením. Vysvětlením může být (díky vysoké informovanosti veřejnosti) zájem dozvědět se o „adopci na dálku“ podrobnější informace. Takové situace mohou nastat, pokud respondent informace získal jiným způsobem (pořad v rádiu, televizi, rozhovor se známým...) a má sekundárně potřebu se o projektu dozvědět víc.

Přímou osobní zkušenost s „adopcí na dálku“ má 7 % respondentů (N=32). Jsou to většinou ženy (55 %), osoby ve věkové kategorii od 30 do 44 let (44 %), se středoškolským vzděláním s maturitou (47 %), nebo vysokoškolským vzděláním (32 %), ekonomicky aktivní v zaměstnaneckém poměru (53 %), spíše v nižších příjmových skupinách (do 10 000 Kč měsíčně 33 % a 10 – 15 000 Kč měsíčně 30 %, měsíčního čistého osobního příjmu), bydlící v místech do 5 000 obyvatel (33 %), nebo poté ve velkých městech nad 100 000 obyvatel (33 %).

### 2.2.1.3 Postoje české veřejnosti k „adopci na dálku“

K tomuto cíli jsem stanovil dvě hypotézy. V dotazníku byli před touto částí všichni respondenti informováni vysvětlujícím textem se základními charakteristikami „adopce na dálku“.

Jak dokládají následující grafy a jejich komentáře, předpoklad, že česká veřejnost má pozitivní, spíše otevřený vztah k „adopci na dálku“ byl potvrzen.



Graf č. 10: Myslíte si, že finanční podpora vzdělávání dětí z rozvojových zemí formou „adopce na dálku“ má smysl? (otázka č. 15)

Většina respondentů si myslí, že podpora vzdělávání dětí z rozvojových zemí formou „adopce na dálku“ má smysl, podle 55 % určitě ano, podle 29 % spíše ano. Skeptičtí jsou výrazně častěji muži. U varianty určitě ano to bylo 46 % mužů proti 59 % ženám a u varianty určitě ne 5 % mužů proti 1 % žen.

Jako důvody, proč nemá „adopce na dálku“ smysl, byla nejčastěji uváděna obava ze zneužití (např.: „peníze zmizí jinde, není žádná vyšší záruka, že budou využity k danému účelu nebo že, přestože došly k adresátovi, pomohou mu k dosažení cíle, na který byly určeny“). Objevily se ale i extrémní názory (např.: „protože je to podpora budoucích parazitů, kteří reprodukční explozí zničí vše, na čem jsme my pracovali. Je to cyklický nesmysl. Podívejte se na stav našeho školství, moc velká sláva to není.“).

Naopak jako hlavní důvody, proč se lidé do projektu dle respondentů zapojují, byly nejčastěji uváděny důvody touha pomoci (42 %), podpora vzdělávání (14 %), pomoc konkrétní osobě (8 %) a náhrada za vlastní dítě (5 %).



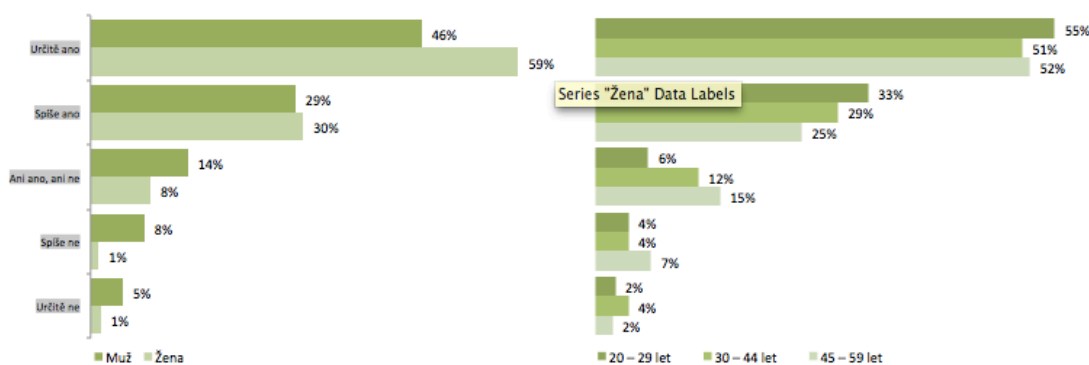
Graf č. 11: Do jaké míry souhlasíte s následujícími výroky? (otázka č. 37)

Vztah respondentů k „adopci na dálku“ byl také testován pomocí pozitivních a negativních výroků. Většina respondentů uvedla u pozitivních výroků souhlasné volby určitě souhlasím nebo spíše souhlasím. U výroku č. 1 „Za malý peníz mohu díky adopci na dálku způsobit velkou změnu v životě jiného člověka“ to bylo 80 % respondentů, u výroku č. 3 „Díky vzdělání selepší životní úroveň v zemi“ to bylo 79 % respondentů a u výroku č. 7 „Každá pomoc má smysl“ to bylo 69 % respondentů. Z výsledků je zřejmé, že respondenti přikládají velkou váhu tomu, že se jedná o vzdělávání, které může přinášet změnu nejen jedinci, ale také celé společnosti.

U negativních výroků naopak uvedla většina respondentů nesouhlasné volby spíše nesouhlasím nebo určitě nesouhlasím. U výroku č. 2 „Pomoc chudým v Africe je zbytečné vyhazování peněz“ to bylo 61 % respondentů, u výroku č. 4 „adopce na dálku“ narušuje místní kulturu“ to bylo 57 % respondentů, u výroku č. 5 „Myslím si, že většina peněz se ke konkrétnímu dítěti nedostane a skončí v kapsách někoho jiného“ to bylo 23 % respondentů, u výroku č. 6 „Sami v ČR máme dost svých problémů, proč tedy pomáhat jinde“ to bylo 42 % respondentů a u výroku č. 9 „Každá země si má pomoci sama“ to bylo 54 % respondentů.

Na „adopci na dálku“ tak převládá otevřený a značně pozitivní názor. Zajímavý je postoj k otázce možného zneužívání financí, kde panuje mezi respondenty nejistota. Pouze 40 % z nich věří, že budou finance využity ve prospěch konkrétního dítěte, kdežto téměř 40 % o tom pochybuje a 20 % si myslí, že ne. Z výsledků je možné vyvodit citelnou nedůvěru ve zprostředkovatelské organizace.

Jak dále dokládá následující graf a komentáře, předpoklad, že muži a starší lidé zaujímají k „adopci na dálku“ více skeptické postoje, nebyl potvrzen.



Graf č. 12: Myslíte si, že finanční podpora vzdělávání dětí z rozvojových zemí formou „adopce na dálku“ má smysl? (dělení dle pohlaví a věkových skupin) (N=554) (otázka č. 15)

V hodnocení toho, zda má „adopce na dálku“ smysl jsou muži výrazně více skeptičtí, než ženy. Variantu určitě ano zvolilo o 13 % a spíše ano o 1 % méně mužů než žen. Stejně pak variantu určitě ne zvolilo o 4 % a spíše ne o 7 % více mužů než žen.

Z pohledu věku výsledek není tak jednoznačný. U volby určitě ano, byla věková skupina od 45 do 59 sice o 3 % méně pozitivní než věková skupina od 20 do 29, ale o 1 % více byla skeptická věková skupina od 30 do 44 let. U volby spíše ano již byl trend jednoznačný a platí, že čím vyšší věková skupina, tím méně pozitivní. Více zřetelným trendem však byla vzrůstající nejistota s vyšším věkem. Důvodem je pravděpodobně nedůvěra v „adopci na dálku“ protože u otázky č. 3 „Přispěl/a jste v posledních 3 letech na charitu nebo nějaký dobročinný účel?“ odpovědělo ano nejvíce respondentů právě ve věkové kategorii od 45 do 59 let (81 %) v porovnání s kategorií od 30 do 44 let (75 %) a kategorií od 20 do 29 let (70 %).

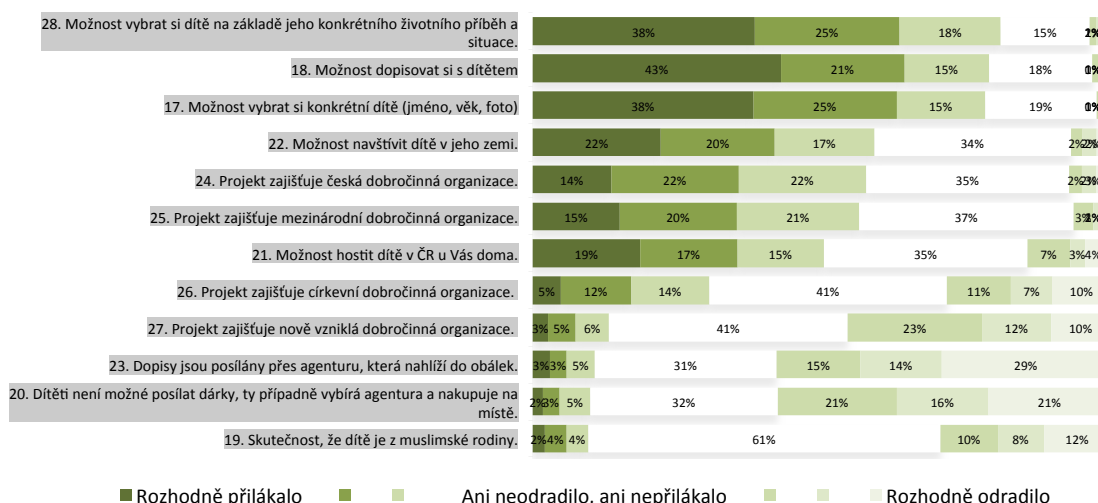
U škálové otázky č. 37 na hodnocení pozitivních a negativních výroků (graf č. 11) došlo k potvrzení předpokladu, že muži jsou více skeptičtí. U volby určitě souhlasím to bylo méně mužů než žen u pozitivního výroku č. 1 o 2 %, u výroku č. 3 bez rozdílu a u výroku č. 7 o 7 %. Obdobně více respondentů z řad mužů než žen volilo volbu určitě souhlasím u negativních výroků. U výroku č. 2 o 1 %, u výroku č. 4 o 5 %, u výroku č. 5 o 5 %, u výroku č. 6 o 3 % a u výroku č. 9 bez rozdílu. Z pohledu

věkových skupin však u škálových otázek nebylo možné vysledovat a potvrdit předpoklad, že by vyšší věkové skupiny byly více skeptické.

#### 2.2.1.4 Vliv jednotlivých vybraných faktorů na rozhodování české veřejnosti zda financovat „adopce na dálku“

Tato kapitola tvoří hlavní část výzkumu a jsou pro ni definovány čtyři hypotézy. Faktory byly vybrány především na základě kvalitativní pilotáže, jak je uvedeno v kapitole 2.1.3.

Jak dokládá následující graf a komentáře, předpoklad, že nejvýznamnějším faktorem, který motivuje českou veřejnost k financování „adopce na dálku“ je přímá adresnost, tedy možnost vybrat si a podpořit konkrétní dítě byl potvrzena



Graf č. 13: Každý z nás může zvažovat různé důvody, proč se do „adopce na dálku“ zapojit a proč ne. Představte si, že zvažujete podobný projekt podpořit. U každé následující položky zvlášť se rozmyslete, jaký by měla vliv na případné zapojení nebo naopak nezapojení do projektu. (N=554)(otázky č. 17-28)

U všech tří otázek, které se vztahují k přímé adresnosti, tedy otázky č. 17 „Možnost vybrat si konkrétní dítě“, otázky č. 18 „Možnost dopisovat si s dítětem“ a otázky č. 28 „Možnost vybrat si dítě na základě jeho konkrétního životního příběhu a situace“ uvedlo více než tři čtvrtiny respondentů, že se jedná o nejsilnější motivační faktory, které by je na financování „adopce na dálku“ lákaly, a to v porovnání s ostatními uváděnými faktory. Adresnost je pak výrazně více lákavá pro ženy než pro muže a to o 8 % u otázky č. 28, o 5 % u otázky č. 18 a o 5 % u otázky č. 17.

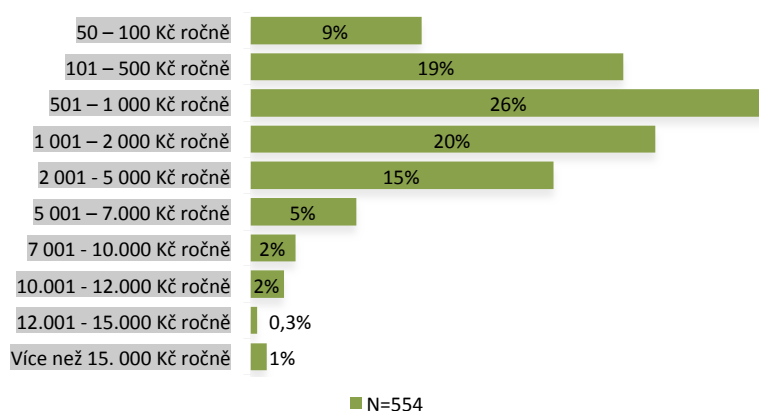
To, co naopak respondenty nejvíce odrazuje, je fakt, že dopisy jsou posílány přes organizaci, která může do obálek nahlížet. Podobně vadí i to, že není možné posílat dětem dárky přímo. V dotazníku však nebyly vysvětleny důvody. V případě, že by respondenti věděli, že jde o ochranu dítěte, pravděpodobně by se k této skutečnosti stavěli o něco pozitivněji.

Skutečnost, zda je organizace česká nebo mezinárodní je pro respondenty zhruba podobně lákavá. Nelze tedy říci, že by preferovali jen českou nebo zahraniční instituci. Už ale může hrát roli to, zda je projekt zajišťován církevní organizací. Pro čtvrtinu respondentů to může být odrazující a ještě více odrazující je pak fakt, že organizace je nově vzniklá.

Zajímavou informací, vypovídající naopak o náboženské toleranci respondentů, kterou jsem nečekal je zjištění, že pokud by se jednalo o dítě z muslimské rodiny, nehrálo by to pro 61 % respondentů roli. Méně tolerantní jsou v tomto ohledu muži, pro 36 % z nich by tento fakt byl demotivující.

Další vybrané testované faktory souvisí s předpokladem, že důležitým faktorem ovlivňujícím motivaci české veřejnosti k financování „adopce na dálku“ je malá flexibilita v možnostech jak se do financování zapojit.“

Jak dokládají následující grafy a komentáře, předpoklad, že by se do financování adopce na dálku zapojilo více dárců, pokud by byl roční příspěvek na jedno dítě do 1000 Kč, byl potvrzen. Druhý předpoklad, že by většině dárců nevadilo se spolupodílet na financování s jinými neznámými dárci, byl také potvrzen. Třetí předpoklad, že by většina dárců raději uvítala možnost jednorázového finančního příspěvku bez závazků, než příležitost dlouhodobého financování, však potvrzen nebyl.



Graf č. 14: Kdybyste se chtěli na projektu „adopce na dálku“ podílet, případně i částečnou podporou, jaká výše finančního příspěvku by pro vás byla přijatelná? (otázka č. 32)

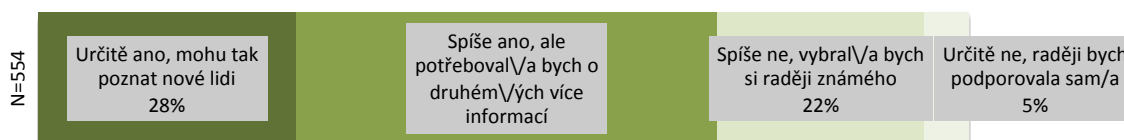


Pro 54 % respondentů by byla přijatelná výše finančního příspěvku pro případné zapojení do „adopce na dálku“ do 1 000 Kč ročně a pro dalších 20 % do 2 000 Kč ročně. Naopak nad 5 000 Kč by bylo ochotno ročně přispívat pouze 10 % respondentů. U sociodemografického dělení jsou rozdíly pouze v charakteristikách podnikatel, vyšších příjmových skupin a regionu Praha, jejichž reprezentanti volili častěji vyšší příspěvky v řádu 2 – 5 000 Kč ročně.

V otázce číslo č. 8 „Jak velkou částkou jste za poslední rok na charitu přispěl/a?“, znázorněné na grafu č. 6 odpovědělo 37 % respondentů do 200 Kč, 29 % respondentů 201-500 Kč a dalších 19 % respondentů 501-1 000 Kč. Nad 5 000 Kč přispěla pouze 3 % respondentů.

Podobné výsledky uvádí také výzkum agentury STEM/MARK (Konvička, 2012), kdy ze 1 057 respondentů internetového průzkumu na otázku „Kolik přispěli na charitu za posledních 12 měsíců?“ odpovědělo 86 % respondentů do 1 000 Kč a na otázku „Kolik si myslíte, že by měl člověk ve vašem postavení měsíčně přispívat na charitu?“ odpovědělo 82 % respondentů do 200 Kč. (Konvička, 2012, s. 6)

Z uvedeného je zřejmé, že výše ročního příspěvku pro zapojení se do „adopce na dálku“, který u většiny organizací v České republice začíná od 5 000 Kč (viz. tabulka č. 2) je jedním z velkých limitů pro rozsáhlejší aktivitu veřejnosti na projektu. Argument, že se dárci mohou složit, a že tak často činí hypotézu pouze potvrzuje, protože pro dárci je částka příliš vysoká. Taková aktivita však klade dárci do cesty k financování „adopce na dálku“ překážky, které musí překonávat. Nabízí se proto otázka, zda by potenciálnímu dárci vadilo, pokud by tuto aktivitu zajišťovala přímo organizace.



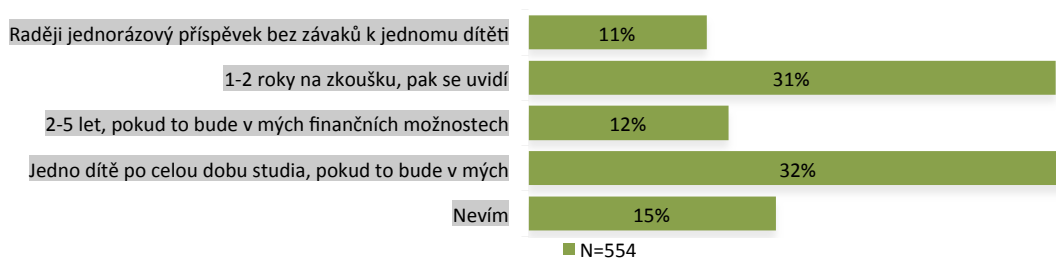
*Graf č. 15: Podobné projekty zpravidla umožňují platit pouze minimálně roční studium dítěte (které se pohybuje kolem 5-10 tisíc Kč). Pro někoho je tato částka příliš vysoká. Lidé se pak někdy skládají ve skupině příbuzných či kamarádů. Představte si, že při výběru konkrétního dítěte, najdete informaci, že už dárci má, ale že ten je schopen platit jen část příspěvku a hledá někoho dalšího/některé další, s kým by se složil/a. Společně byste si pak s dítětem dopisovali a dostávali informace o školních výsledcích. Do jaké míry by se vám tato možnost líbila? (otázka č. 31)*

Většina respondentů by tuto možnost uvítala. 28 % respondentů, častěji ženy, to vidí jako možnost seznámit se s někým novým. Pro 45 % respondentů je tato varianta také lákavá, nicméně by potřebovali vědět více informací o tom druhém, se kterým by si s dítětem dopisovali. Častěji tak odpovídali respondenti ve věku od 45 do 59 let a obecně ochota pro takovou spolupráci u lidí s vyšším věkem klesá. Pouze pro čtvrtinu respondentů by to bylo takové sloučení překážkou.

Podobné výsledky přinesl také výzkum Jánské (2013), ve kterém z 82 respondentů Jihomoravského kraje a kraje Vysočina na otázku „Pokud by jste měl/a možnost podělit se o příspěvek pro adoptované dítě s dalšími adoptivními rodiči, byl by tento typ pomoci pro vás přijatelnější? odpovědělo ano 45 % , nevím 35 % a ne 20 % (Jánská, 2013, s. 66).

Pro organizace nabízející „adopci na dálku“ je zde tedy zajímavý prostor, jak řešit pro většinu potenciálních dárců příliš vysokou výši ročního finančního příspěvku.

Za poslední testovaný faktor v souvislosti s flexibilitou v možnostech, jak se do financování „adopce na dálku“ zapojit, byla zvolena délka závazku.



Graf č. 16: Jakou délku podpory dítěte nebo projektu byste preferoval/a? (otázka č. 33)

Nejvíce respondentů by preferovalo podporu po celou dobu studia (32 %). Jsou to nejčastěji ženy, osoby na mateřské dovolené a z vyšších příjmových skupin. Jednorázový příspěvek bez závazků k jednomu dítěti by preferovalo pouze 11 % respondentů. Ostatní by dítě podporovali alespoň 1-2 roky na zkoušku s tím, že pak se uvidí.

Tento výsledek pro mě byl překvapující, protože v otázce č. 4 „Jakým způsobem jste někdy v minulosti přispěl/a na charitu?“ odpovědělo pouze 29 % respondentů, že přispívá pravidelně jedné organizaci (graf č. 4) a dle výzkumu agentury STEM/MARK (Konvička, 2012), přispívá na charitu 96 % respondentů případ od případu a Češi se obecně neradi zavazují někomu přispívat. (Konvička, 2012, s. 4)

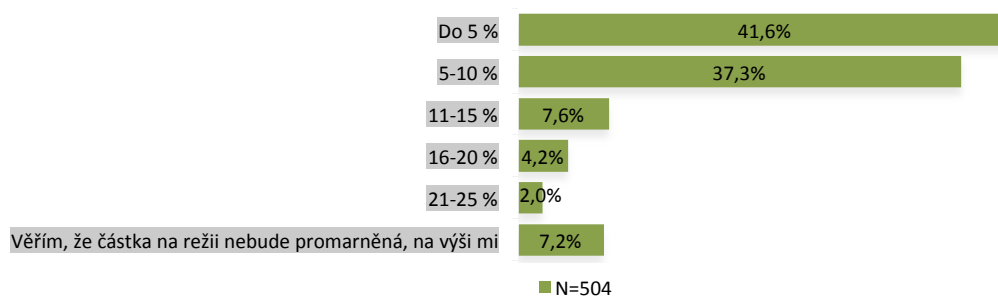
Zvyšování flexibility v oblasti dlouhodobosti závazku by tedy nepřispělo významněji ke zvýšení motivace pro potenciální dárce „adopce na dálku“.

Další část této kapitoly souvisí s výší režijních nákladů. Ta je v souvislosti s „adopcí na dálku“ často zmiňována a kritizována (viz. kapitola 1.1.3).

Jak dokládají následující grafy a jejich komentáře, předpoklad, že pro většinu české veřejnosti je při rozhodování, zda financovat „adopci na dálku“ důležité vědět, jaká je výše režijních nákladů zprostředkující organizace a že většina by očekávala její výši do 10 % z darované částky, byl potvrzen.



Graf č. 17: Z částky, kterou dárce platí, se obvykle hradí nejen studium dítěte, ale také režijní náklady organizace, výplaty zaměstnanců, administrativa atd. Je pro vás důležité vědět, jak velkou část organizace vynaložila na své režijní účely? (otázka č. 34)



Graf č. 18: Jakou část z Vámi darované částky považujete za přiměřenou k pokrytí režijních nákladů organizace? (otázka č. 35)

Pro tři čtvrtiny respondentů je určitě důležité vědět, jaká část ze zasílaných peněz jde na režijní náklady a pro dalších 15 % to je důležité. Výrazně častěji tak odpovídají respondenti ve věku od 45 do 59 let. Pro 42 % respondentů je přiměřená částka na pokrytí režijních nákladů do 5 % z darované částky. Opět tak častěji odpovídají respondenti ve věku od 45 do 59 let. Dalších 37 % respondentů pak považuje za přiměřenou částku na režii v rozmezí 5-10 % z darované částky. Důvěru v to, že organizace sama nejlépe ví, jaká by měla být výše režijních nákladů, vyjádřilo 7 % respondentů.

Je tedy možné říci, že pro potenciální české dárce „adopce na dálku“ je transparentnost v ohledu výše režijních nákladů důležitým motivačním faktorem pro rozhodnutí, zda se do financování zapojit a že jsou citliví na její uváděnou výši. Více než tři čtvrtiny respondentů očekává, že nepřekročí 10 % z darované částky.

Postoje dárců k výši administrativních nákladů zjišťovala také Kabátová (2006), v již několikrát zmiňovaném výzkumu s tím, že byla testována tolerance respondentů ke zvýšení v té době 8 % podílu z darované částky na režijní výdaje organizace Arcidiecézní charita Praha. Celkem 13 % respondentů, v té době dárců Adopce na dálku®, jakékoliv zvýšení odmítlo, 28 % respondentů by tolerovalo navýšení do 12 % a velká část 39 % respondentů by řešení ponechalo na instituci (Kabátová, 2006, s. 54).

Pro stanovení tohoto podílu však neexistuje jednotná závazná metodologie, takže je na rozhodnutí organizace, které položky do administrativních nákladů započítává. Této skutečnosti jsou si vědomy také zahraniční uskupení a strukturu nákladů se snaží prezentovat tak, aby byl opticky podíl režijních nákladů v porovnání s podílem využitým ve prospěch dítěte/komunity co nejmenší. (Hokrová, 2005, s. 30)

Poslední část této kapitoly je zaměřena na další citlivou oblast, jež je s „adopcí na dálku“ spojena a která je popsána v kapitole 1.1.1. Jedná se o toleranci k financování komunitních projektů z příspěvku poskytnutého na konkrétní dítě.

Jak dokládá následující graf a komentáře, předpoklad, že česká veřejnost vnímá jako důležité, aby většina darovaných financí byla použita na financování studia konkrétního adoptovaného dítěte a ne na jiné projekty podporující místní komunitu, a to i pokud by je o tom organizace předem informovala, nebyl potvrzen.



Graf č. 19: Představte si organizaci, která kromě studia dětí, podporuje i místní komunitu (stavba studny, stavba komunikace atd.) Vadilo by vám, kdyby z vašeho příspěvku na dítě zprostředkovatelská organizace financovala i podobné aktivity, pokud by vás o tom organizace informovala? (otázka č. 36)

Jestliže by organizace z darů poskytnutých na konkrétní dítě hradila i jiné komunitní projekty, tedy nejen vzdělání, většině respondentů by to nevadilo. Konkrétně 20 % respondentům by určitě nevadilo a 45 % dotazovaným spíše nevadilo. Naopak

určitě by to vadilo 11 % tázaným. Více skeptičtí jsou v tomto ohledu spíše muži a vyšší věkové skupiny.

Jak je uvedeno v kapitole 1.1.1, zvyšování podílu financí využívaných ve prospěch komunity je jednoznačným trendem. V České republice je tato tendence spíše ojedinělá a pokroková a noví dárci si na ni teprve zvykají (Kabátová, 2006, s. 52). Tento trend potvrzuje i posun vnímání veřejnosti při porovnání současných výsledků s výzkumem Kabátové (2006), kdy z 272 respondentů, v té době zapojených do projektu Adopce na dálku<sup>®</sup>, na otázku „Zda by souhlasili s tím, aby byly ve větší míře podporovány v rámci projektu Adopce na dálku<sup>®</sup> komunity?“ odpovědělo 9 % respondentů ano, 31 % respondentů spíše ano a 22 % respondentů nevědělo (Kabátová, 2006, s. 54).

Když se k takovému kroku české organizace rozhodnou, je pravděpodobné, že by se nemuselo jednat o velkou překážku pro potenciální dárce. Vzhledem k vysokému počtu názorů jednoznačně nevyhraněných respondentů (spíše ano 45 %, spíše ne 24 %), by bylo nutné dárce s touto změnou a hlavně jejími důvody pečlivě obeznámit. Ve výzkumu nebylo toto téma rozpracováno detailně. Výsledky by tak mohly být odlišné dle různé výše procentuálního poměru z darů, které by byly využity ve prospěch komunity.

#### **2.2.1.5 Nejpravděpodobnější profil potenciálního českého dárce „adopce na dálku“**

Tento cíl jsem stanovil především vzhledem ke snaze o co největší možné praktické využití výzkumu. Navazuje na závěry z kapitoly 1.1.4 o produktovém pojetí „adopce na dálku“. Z pohledu marketingového pak předchází cíle pomyslně zastřešuje.

Jak dokládá následující graf, tabulka a jejich komentáře, předpoklad, že osobou, která by se mohla stát potenciálním dárce „adopce na dálku“ bude nejčastěji žena, osoba středoškolsky nebo vysokoškolsky vzdělaná, ekonomicky aktivní v zaměstnaneckém poměru, ve věku od 30 do 49 let, bydlící ve městě nad 100 000 obyvatel, je platná.



Graf č. 20: Zvažoval/a byste zapojit se do projektu "adopce na dálku", kdyby bylo možné přispět libovolnou částkou a na konkrétní dítě by se skládalo více neznámých lidí, kteří by sdíleli dopisy i studijní výsledky dítěte? (otázka č. 39)

Základní testovací otázka k této hypotéze byla stanovena s podmínkami, které žádná česká organizace zprostředkovávající „adopci na dálku“ zatím nenabízí. Snahou bylo co nejvíce omezit předpokládané bariéry tak, aby byl zjištěn široký možný potenciál případných budoucích dárců. 51 % respondentů by při takto upravených podmínkách o zapojení do adopce uvažovalo, 14 % by dokonce uvažovalo určitě. V porovnání se 7 % respondentů, kteří jsou nebo byli do projektu zapojeni (viz. otázka č. 12), se jedná o 100 % možné navýšení.

K profilu potenciálního dárce se v dotazníku váží kromě otázky č. 39 i čtyři další. Dvě přímo, protože se jedná o ty respondenty, kteří na vzdělávání, nebo na „adopci na dálku“ již přispěli a další dvě nepřímo, které sice nesouvisí s finančním zapojením do projektu, ale které „adopci na dálku“ vyjadřují podporu. Profil nejpravděpodobnějšího potenciálního dárce je sestaven na základě průměru<sup>13</sup> sociodemografických charakteristik respondentů, kteří zvolili specifické odpovědi u těchto pěti vybraných otázek (viz. tabulka č. 5). Z přímých otázek se jedná se o otázku č. 12 „Kde všude jste informace o „adopci na dálku“ zachytil/a?“ s odpovědí mám, nebo jsem měl/a adoptované dítě v rámci projektu adopce na dálku a o otázku č. 7 „Na jakou oblast/ti charity jste přispěl/a v posledních 3 letech?“ s odpovědí na vzdělávání. Z nepřímých se pak jedná o otázku č. 15 „Myslíte si, že finanční podpora vzdělávání dětí z rozvojových zemí formou adopce na dálku má smysl?“ s odpovědí určitě ano a spíše ano a o otázku č. 37 „Do jaké míry souhlasíte s následujícími výroky? 1. Za malý peněz mohou díky „adopci na dálku“ způsobit velkou změnu v životě jiného

<sup>13</sup> Průměr jsem zvolil s ohledem na vyloučení možných extrémů při sestavování nejpravděpodobnějšího profilu potenciálního dárce „adopce na dálku“ a také jsem chtěl poukázat na podobnost charakteristik u přímých a nepřímých otázek.

člověka, 3. Díky vzdělání se zlepši životní úroveň v zemi a 7. Každá pomoc má smysl“ se odpovědí určitě souhlasím a spíše souhlasím.

V následující tabulce je uveden přehled sociodemografických charakteristik vybraných respondentů.

otázky / sociodemografické charakteristiky	otázka č. 39	otázka č. 7	otázka č. 12	průměr otázky č. 39, 7, 12	otázka č. 15	otázka č. 37	průměr otázky č. 39, 7, 12, 15, 37
	Zvažovali byste zapojit se do projektu "adopce na dálku", kdyby bylo možné přispět libovolnou částkou a na konkrétní dítě by skládalo více neznámých lidí, kteří by sdíleli dopisy i studijní výsledky dítěte?	Na jakou/jaké oblasti charity jste nějak přispěla v posledních 3 letech?	Kde všude jste informace o „adopci na dálku“ zachytila?		Myslíte si, že finanční podpora vzdělávání dětí z rozvojových zemí formou "adopce na dálku" má smysl?	Do jaké míry souhlasíte s následujícími výroky? 1. Za máj peněz mohu způsobit velkou změnu v životě jednoho člověka 3. Díky vzdělání se zlepši životní úroveň v zemi 7. Každá pomoc má smysl	
	určitě ano, spíše ano	na vzdělávání	Mám nebo jsem v minulosti měl/a adoptované dítě v rámci projektu "adopce na dálku"		určitě ano, spíše ano	určitě souhlasím, spíše souhlasím	
	N = 259	N = 65	N = 32		N = 402	N = 379	
pohlaví	Muž	37%	52%	45%	37%	38%	42%
	Žena	63%	48%	55%	55%	62%	58%
věk	20 – 29 let	39%	43%	34%	39%	37%	38%
	30 – 44 let	44%	34%	44%	41%	43%	42%
	45 – 59 let	17%	23%	22%	21%	20%	20%
	60 a více let	3%	3%	3%	3%	3%	3%
dosažené vzdělání	ZŠ	3%	3%	3%	3%	3%	3%
	SŠ bez maturity	14%	17%	18%	16%	16%	16%
	SŠ s maturitou	51%	42%	47%	47%	50%	48%
	VŠ	33%	38%	32%	34%	32%	33%
ekonomická aktivita	Student/ka	17%	23%	18%	19%	15%	18%
	Zaměstnanec	53%	49%	53%	52%	53%	52%
	Podnikatel/ka	7%	11%	6%	8%	6%	8%
	Na mat/rodičovské dovolené	10%	3%	12%	8%	8%	8%
	V důchodu	3%	5%	6%	5%	4%	5%
	Nezaměstnaný/á	10%	9%	6%	8%	12%	12%
víra	Věřící	22%	26%	49%	32%	21%	28%
	Věřící, ale ne v boha	40%	34%	27%	34%	43%	37%
	Ateista	37%	42%	24%	34%	36%	36%
čtyřměsíční příjem domácnosti	Do 10.000 Kč	11%	13%	6%	10%	11%	10%
	10.001-20.000 Kč	22%	23%	25%	23%	23%	23%
	20.001-30.000 Kč	33%	33%	25%	30%	34%	32%
	30.001-40.000 Kč	18%	9%	22%	16%	20%	18%
	40.001-50.000 Kč	9%	6%	6%	7%	7%	7%
	50.001-60.000 Kč	3%	13%	6%	7%	3%	6%
	Více než 60.000 Kč	3%	3%	9%	5%	3%	4%
	Více než 60.000 Kč	3%	3%	9%	5%	3%	4%
bydliště	Méně než 5 tisíc obyvatel	30%	35%	33%	33%	30%	31%
	5 – 20 tisíc obyvatel	16%	14%	12%	14%	18%	15%
	21- 50 tisíc obyvatel	9%	8%	12%	10%	11%	10%
	51 – 100 tisíc obyvatel	11%	5%	9%	8%	10%	9%
	Více než 100 tisíc obyvatel	34%	39%	33%	35%	31%	34%
	Praha	14%	11%	18%	14%	14%	14%
	Čechy	42%	46%	27%	38%	41%	39%
Morava	44%	43%	55%	47%	45%	46%	

Tabulka č. 5: Porovnání sociodemografických údajů dle jednotlivých otázek a odpovědí, které se vztahují k potenciálnímu profilu dárce „adopce na dálku“

Nejpravděpodobnějším potenciálním dárce „adopce na dálku“ by byla žena (58 %), kterých by se zvažovalo do projektu dle otázky č. 39 zapojit dokonce 63 %, osoba ve věku od 30 do 44 let (42 %) nebo spíše nižšího věku (20-29 let 38 %) se

středoškolským vzděláním s maturitou (48 %) nebo vysokoškolským vzděláním (33 %). Jednalo by se o osobu bez náboženského vyznání (73 %). Byla by ekonomicky aktivní se statusem zaměstnance (52 %) a pohybovala by se ve střední příjmové skupině čistého příjmu domácnosti 20 - 30 000 Kč/měsíčně (32 %). Pocházela by spíše z velkého města nad 100 000 obyvatel (34 %) nebo naopak z vesnice či města do 5 000 obyvatel (31 %). Vysvětlením vysokého počtu respondentů s bydlištěm do 5 000 obyvatel může být počet respondentů pocházející ze satelitních obcí poblíž velkých měst.

Zajímavé je srovnání s výzkumem Kabátové (2006), do kterého bylo zahrnuto 272 respondentů, v té době zapojených do projektu Adopce na dálku<sup>®</sup>. Součástí výzkumu byl také přehled jejich základních sociodemografických údajů. Dárce byla nejčastěji žena (69 %), osoba ve věku od 30 do 44 let (48 %), vysokoškolsky vzdělaná (58 %), věřící (58 %)<sup>14</sup>, ekonomicky aktivní se statusem zaměstnance (50 %) a pocházející převážně z velkého města nad 100 000 obyvatel (47 %). (Kabátová, 2006, s. 33)

Výsledky ukazují na velkou podobnost s výše popsáním dárce. Můžeme tedy říci, že efektivní marketingové aktivity organizací nabízejících „adopci na dálku“ by se měly nejdůrazněji zaměřovat na zaměstnanou ženu ve věku od 30 do 44 let, s minimálně středoškolským vzděláním s maturitou ve střední příjmové skupině, která pochází z velkého města nad 100 000 obyvatel.

### **2.2.2 Shrnutí a zhodnocení výzkumu**

Výzkum probíhal na reprezentativním vzorku internetové české populace o velikosti 554 respondentů ve věku od 20 do 59 let v únoru 2014. Dotazník měl 46 otázek a jeho vyplnění trvalo průměrně 15 minut. Plánované a výzkumné složení výzkumné populace, sestavené na základě kvótního výběru se lišilo v jednotlivých kategoriích maximálně o 2 %.

Z prvního cíle, který se zabývá vztahem veřejnosti k charitě, je z výsledku patrné, že ochota české veřejnosti podporovat charitu je vysoká. Tři čtvrtiny respondentů v posledních třech letech na charitu nějakou formou přispěly. Nejvíce se dárce zapojili nákupem zboží, z jehož ceny jde část na dobročinný účel (79 %) nebo prostřednictvím sbírky přímo na ulici (78 %). Pravidelně přispívá konkrétní organizaci

---

<sup>14</sup> To je dáno náboženskou povahou organizace Arcidiecézní charita Praha.



pouze necelá třetina respondentů (29 %). Nejbližší je tázaným oblast zdravotnictví a pomoc hendikepovaným (69 %), či podpora při přírodních nebo humanitárních katastrofách (55 %). Na oblast vzdělávání přispělo v posledních 3 letech 16 % respondentů. Respondenti, kteří na charitu přispívají, odhadují roční výši svého příspěvku nejčastěji do 200 Kč (37 %), nebo 201-500 Kč (29 %). Nad 5 000 Kč, což je většinou minimální hranice příspěvku pro zapojení se do „adopce na dálku“ přispěla pouze 3 % respondentů.

Druhý cíl mapoval povědomí české veřejnosti o „adopci na dálku“. To je dle očekávání vysoké a deklarovaná znalost je u 90 % respondentů. Zajímavé však je, že i přes vysokou znalost si „adopci na dálku“ jen málo lidí spojuje s konkrétní organizací. Nejčastějším zdrojem informací jsou pořady, dokumenty, rozhovory nebo články v médiích nereklamního charakteru. To si vysvětluji tím, že žádná česká organizace poskytující „adopci na dálku“ se propagací ve formě reklamy nevěnuje profesionálně. Významným zdrojem informací je také internet, který respondenti uvedli jako místo, kde informace o „adopci na dálku“ získávají v 60 %. To bylo pro mě překvapením a domnívám se, že se spíše jedná o druhotný zdroj informací, který je využíván v případě zájmu o dohledání podrobnějších informací.

Třetí cíl se zaměřil na postoje české veřejnosti k „adopci na dálku“ a hodnocení jejich vztahu. Většina respondentů si myslí, že podpora vzdělávání dětí v rozvojových zemích touto formou má smysl (84 %) s tím, že tři čtvrtiny respondentů souhlasí s kladnými výroky, které se k této formě pomoci vztahují, jako například „Za malý peněz mohu díky adopci na dálku způsobit velkou změnu v životě jiného člověka“ nebo „Díky vzdělání se zlepší životní úroveň v zemi“. Z výsledků je dále zřejmé, že k „adopci na dálku“ zauímají více skeptické postoje muži, nepotvrdilo se již, že by to platilo i u vyšších věkových skupin.

Čtvrtý cíl zjišťoval vliv jednotlivých vybraných motivačních faktorů na rozhodování české veřejnosti zda financovat „adopci na dálku“. Jednoznačně nejsilnějším motivačním faktorem je přímá adresnost tohoto typu podpory, což potvrdilo 80 % respondentů. Tento faktor je pak více lákavý pro ženy než pro muže. Naopak nejvíce demotivujícím faktorem je lustrace korespondence mezi dárcem a příjemcem zprostředkovatelskou organizací, omezování v posílání dárků a také to, pokud by projekt zajišťovala nově vzniklá organizace. V dalších otázkách byl zjišťován postoj veřejnosti k flexibilitě možností, jak se do projektu zapojit. 54 % respondentů vnímá jako přijatelnou výši ročního příspěvku do 1 000 Kč ročně na jedno dítě a dalších

20 % od 1 - 2 000 Kč. Zde je obrovský nepoměr, protože jak je zřejmé z tabulky č. 4, roční příspěvek na dítě začíná nejčastěji od 4 900 Kč. Pouze pro čtvrtinu respondentů by pak bylo překážkou, pokud by se na financování podíleli s jiným, cizím dárcem, a čtvrtina by tuto možnost dokonce uvítala. Co pro mě bylo z pohledu flexibility služby překvapující, byl fakt, že většině respondentů nevádí dlouhodobost takového závazku, a to i přesto, že se Češi obecně neradi zavazují někomu přispívat (Konvička, 2012, s. 4). Dalším testovaným faktorem byla transparentnost v ohledu zveřejňování procentuální výše té části darů, která pokrývá režijní náklady. Pro 81 % respondentů je to důležitá informace a pro tři čtvrtiny respondentů dokonce velice. Její přiměřenou výši by poté více než tři čtvrtiny respondentů očekávalo do 10 % z darované částky. Dalším faktorem ovlivňující motivaci, který byl testován, je vztah k financování komunitních projektů z příspěvku poskytnutého na konkrétní dítě. Z výsledků je zřejmé, že pokud by o takovém využití peněz organizace dárce informovala, většině respondentů by to nevadilo. V tomto ohledu se jedná o pozitivní posun ve vnímání veřejnosti, jenž býval více kritický (Kabátová, 2006, s. 52).

Posledním, pátým cílem bylo pokusit se sestavit profil nejpravděpodobnějšího potenciálního českého dárce „adopce na dálku“ tak, aby bylo zřejmé na koho zaměřit případné marketingové aktivity. Profil byl sestaven ze sociodemografických charakteristik těch respondentů, kteří v pěti různých otázkách vztahujících se k možnému dárcovství zvolili specifické odpovědi. Charakteristiky jsou srovnány s výzkumem Kabátové (2006), do kterého bylo zahrnuto 272 dárců Adopce na dálku® (Kabátová, 2006, s. 52). Z výsledků je patrné, že do financování „adopce na dálku“ by se s největší pravděpodobností zapojila zaměstnaná žena ve věku 30-44 let, s minimálně středoškolským vzděláním s maturitou, ve střední příjmové skupině pocházející z velkého města nad 100 000 obyvatel.

Za důležité také považuji připomenout jeden významný trend, který jsem popsal v kapitole 1.1.4. o produktovém pojetí „adopce na dálku“. Tím je klesající počet dárců a to již několik let. Z pohledu životního cyklu produktu se jedná o přechod z fáze zralosti do fáze úpadku. To je období, ve kterém je potřeba provést výraznější systémové změny tak, aby „adopce na dálku“ své dárce opět oslovila. Jinak je možné s velkou pravděpodobností očekávat další a ještě razantnější propad jejich počtu. (Kotler, 2008, s. 690) Návrhy možných řešení jsou uvedeny v další kapitole a vychází z výše popsaných výsledků tohoto výzkumu.

### 2.2.3 Diskuse

Výzkumná otázka se zaměřila na vztah české veřejnosti k „adopci na dálku“ a na váhu jednotlivých vybraných faktorů ovlivňujících motivaci k jejímu financování. Jako vstup do takto vymezeného prostoru slouží informace o obecném vztahu k dobročinnosti, a jako výstup sociodemografický profil nejpravděpodobnějšího potenciálního dárce „adopce na dálku“. Výzkum byl realizován prostřednictvím kvantitativního dotazníkové šetření.

V přípravné fázi byl právě kvantitativní přístup jedním z hlavních limitů. Obával jsem se možného opomenutí některých důležitých motivačních faktorů. Nakonec jsem zvolil dvoustupňové řešení. Nejdříve jsem provedl kvalitativní pilotáž a teprve na základě takto získaných výsledků jsem sestavil dotazník pro vlastní kvantitativní šetření. Pilotáž je součástí mé absolventské práce (Fic, 2014). V jejím rámci jsem oslovil technikou záměrného výběru všech 26 dohledatelných českých organizací, které „adopci na dálku“ nabízejí. Cílem bylo zjistit názory odborníků na atraktivitu této služby, včetně jejich hlavních předností a limitů. Tak jsem sestavit soubor hlavních motivačních i demotivačních faktorů.

Omezením výzkumu je dále skutečnost, že je zaměřen pouze na možné české dárce a jejich charakteristiky, názory a motivace, ale nezabývá se příjemci pomoci a dopady této formy spolupráce. Jedná se tak pouze o jednu stranu mince, která se vztahuje k možnému zvýšení efektivity při získávání zdrojů, ale jež neřeší efektivitu jejich využívání.

Dalším hendikepem je zacílení na internetovou populaci. Důsledkem je vyřazení skupiny respondentů starších než 59 let, protože by nebylo možné docílit reprezentativní podobnosti se vzorkem české populace.<sup>15</sup> Na druhou stranu bylo díky přednostem jako jsou jednoduchost a rychlost možné rozšířit výzkumný vzorek na celou českou populaci z původně plánovaného regionu Praha.

K limitům výzkumu patří také rozsah vyhodnocení. Dotazník byl záměrně sestaven ve větší šíři, než bylo plánované zpracování v rámci hlavní výzkumné otázky. V analýze dat tak nejsou zahrnuty všechny získané údaje z dotazníku. Důvodem bylo maximální možné využití investované energie i finančních zdrojů, protože rozšíření dotazníku již nezvyšovalo vstupy. Takový postup vycházel především z mého osobního zájmu o problematiku, ale také ze zájmu některých organizací, které se této formě pomoci

---

<sup>15</sup> Informace získána na základě rozhovoru s Lenkou Beranovou z agentury Perfect Crowd 28.2.2014.

věnují. Širší spektrum sesbíraných dat nabízí možnosti dalšího následného zpracování z hlediska rozmanitých zájmů. Impulzem k sestavení rozsáhlejšího dotazníku byla také absence dat, která se k „adopci na dálku“ v České republice vztahují. Rešerší zdrojů je možné dohledat kromě popisných článků, rozhovorů nebo dokumentů v médiích pouze několik studentských prací. Ty však neobsahují kvantitativně zpracovaná data, která by organizace mohly prakticky využít. Spíše tvoří manuály pro zájemce z řad veřejnosti o „adopci na dálku“. Výjimkou je diplomová práce Kabátové (2006) „Adopce na dálku – výzkum postojů a zkušeností dárců“. I tato studie je však zaměřena na již existující dárce a neposkytuje informace o těch potenciálních.

Hlavní motivací pro zpracování výzkumu bylo poskytnout prakticky využitelná data o možných dárcích „adopce na dálku“. Ta nejsou na českém trhu k dispozici ani za 20 let existence této služby. Domnívám se, že i přes zmíněné limity toho bylo dosaženo.

Pokud by se „adopce na dálku“ stala předmětem dalších výzkumů, bylo by podle mého názoru přínosné, aby se zaměřily na populaci nad 60 let, která v této studii není vůbec zahrnuta. Další zajímavou oblastí by mohly být zkušenosti zahraničních organizací, které se této formě pomoci věnují delší dobu v oblasti motivace dárců a jejich případné porovnání s těmi českými. Zajímavou oblastí k výzkumu by také byla analýza dopadů na příjemce pomoci.

V teoretické části o možném produktovém pojetí „adopce na dálku“ (viz. kapitola 1.1.4) jsem na základě dat o vývoji počtu adoptovaných dětí uvedl, že se tento produkt dostává z období zralosti, tedy vysokého zájmu dárců do období úpadku. To je chvíle, kdy je nutné provést zásadnější změny a inovace, pokud nemá dojít k úplnému propadu zájmu (Kotler, 2008, s. 620). Hlavní využití výzkumu spatřuji právě v návrzích na takové změny. Ty, které osobně považuji za nejvíce efektivní, uvádím jako inspiraci v následujících odstavcích.

Jako nejzávažnější překážku ve větším zapojení nových dárců do „adopce na dálku“ spatřuji na základě tohoto výzkumu ve výši finančního příspěvku, která je pro 90 % možných dárců příliš vysoká. Měla by se z řádů tisícikorun snížit na stokoruny ročně na jedno adoptované dítě. Řešením by mohly být společné skupiny dárců, které by se na takovémto financování podílely. Výzkum prokázal, že většině české veřejnosti by tato alternativa nevadila. Hlavní rozdíl oproti současným možnostem by byl v převzetí zodpovědnosti za organizaci takové skupiny zprostředkovatelskou institucí. Přineslo by to sice náročnější administrativu, ale významně by tak stoupla atraktivita. Navíc by bylo možné procesy zefektivnit pomocí internetových aplikací.

Dalším návrhem na změnu je prostor pro reklamu a propagaci „adopce na dálku“. Z výzkumu je zřejmé, že více než 90 % veřejnosti má o tomto typu služby dobré povědomí, avšak informace zachytávají převážně z médií ve formě rozhovorů, článků nebo pořadů. V této formě prezentace však nedochází k přímému vybídnutí k financování, ale pouze k dalšímu zvýšení povědomí, které už je vysoké. Eventuálního dárce již dnes dle mého názoru nestačí pouze informovat, je nutné ho vyzvat k zapojení se do financování. Toho je možné docílit pouze pomocí přímé reklamy. Ta by mohla využívat největší motivační výhody „adopce na dálku“, kterou je přímá adresnost a konkrétní příběh. Bylo by efektivní spustit reklamní kampaň, která by pracovala právě s konkrétními příběhy a ukázkami výsledků této formy pomoci. Cílovou skupinou by byly vzdělané zaměstnané ženy ve věku 30-44 let z velkých měst. Je zřejmé, že pro většinu organizací, které v České republice „adopci na dálku“ nabízejí, je takový postup nereálný. Domnívám se však, že se jedná o neefektivnější cestu a pravděpodobně jedinou možnou k oživení zájmu širší veřejnosti. Bez propagace by se určitě neobešla ani případná změna v možnostech finančního zapojení, uvedená v předchozím odstavci.

Dalším řešením by mohlo být vytvoření profesní asociace, jež by organizace sdružovala a která by se mohla nejen propagací zabývat. Takový postup by mohla usnadnit skutečnost, že i přes vysoké povědomí si „adopci na dálku“ veřejnost nespojuje s konkrétní institucí. Mohlo by tedy být ku prospěchu všech spojit síly. Další okolností, která by mohla usnadnit případný vznik takové asociace je fakt, že veřejnost nevnímá rozdíly mezi názvy jednotlivých „adopcí na dálku“ u různých organizací. Ochrana dobrého jména, což je smyslem názvů, tak neplní momentálně svůj účel. Naopak důležitá je důvěryhodnost nabízející instituce. Její zvyšování bývá jedním z cílů vzniku obdobných asociací, které si nastavují kvalitativní standardy pro vstup členů. Pro církevní organizace by mohlo být také výhodou určité otupení negativního postoje téměř třetiny občanů, kterým vadí, že je projekt zajišťován církevní institucí.

Ve stejné logice pokračuje další návrh reagující na vysoký podíl příjmu informací o „adopci na dálku“ z internetu. Mohla by vzniknout centrální databáze, která by opět umožnila větší efektivitu v oslovení a komunikaci s potenciálními dárci. Přitom by nemuselo docházet ke ztrátě identity jednotlivých organizací. Jejím hlavním přínosem by byla dostupnost a přehlednost informací na jednom místě. V takové databázi by mohla být zakomponována možnost spolufinancování jednotlivých dětí více sponzory například vytvořením pomyslných měšců pro každé dítě. Dárci by se pak mohli sami

rozhodovat, jak velkou částkou se zapojí. Navíc by časem mohlo docházet k rozšíření nabídky i o jiné služby, než je jen podpora konkrétního dítěte.

S ohledem na jednotlivé parametry „adopce na dálku“ bych dle výsledků výzkumu zdůraznil některé další faktory, které mají na motivaci veřejnosti k jejímu financování silný vliv. Jejich promítnutí do konkrétní podoby služby by opět atraktivitu adopcí zvyšovalo. Jedná se například o vysokou citlivost na lustraci korespondence, která eventuální dárce velmi odrazuje. Dále vadí omezení možnosti adoptovanému dítěti posílat dárky. Veřejnost je také citlivá na transparentnost ve výši finančních příspěvků, jež jsou spotřebovány na režii. Její výši očekávaná maximálně do 10 % z poskytnutého daru. Naopak je ochotná se podílet na financování dlouhodobě, je tolerantní k náboženskému vyznání adoptovaných dětí a je stále více svolná také k možnosti financovat z příspěvku na konkrétní dítě společné komunitní projekty.

Jak jsem uvedl, nejedná o detailně propracovaná řešení, ani o jejich kompletní výčet, ale spíše o vize. Ty vznikají právě ve chvíli, kdy nejsou zatíženy úvahami o provozních komplikacích. Také neexistuje jistota, že jsou to právě ty správné. Na základě prezentovaného výzkumu se však domnívám, že se ubírají směrem, který by zvýšil atraktivitu „adopce na dálku“ v České republice a motivoval tak dárce k větší aktivitě v projevení zájmu o tuto formu pomoci. Tím by mohlo dojít k zastavení fáze úpadku a obnově fáze zralosti, tak, jak je to teoreticky popsáno v kapitole 1.1.4 o produktovém pojetí „adopce na dálku“.

## Závěr

Tato práce se zabývá vztahem české veřejnosti k „adopci na dálku“. Hlavním záměrem bylo zmapovat její názory na současnou podobu této formy pomoci a zjistit, co by se muselo změnit, aby se zájem o její financování zvýšil.

V teoretické části je pojem „adopce na dálku“ vymezen, zasazen do historického rámce a jsou popsány hlavní body kritiky tohoto konceptu. Samostatnou kapitolou je alternativní produktové pojetí, které je v České republice novinkou. V rámci tohoto přístupu je zobrazen trend klesajícího zájmu o podporu diskutované služby. Dále je uveden přehled organizací, které „adopci na dálku“ nabízejí a to jak největších světových, tak i všech dohledatelných českých. Kapitola je zakončena reflexí realizovaných výzkumů o „adopci na dálku“.

V hlavní, empirické části, se studie zabývá vlastním výzkumem veřejného mínění o povědomí české veřejnosti o „adopci na dálku“ a vlivem vybraných faktorů ovlivňujících motivaci k jejímu financování. Kromě metodologie kvantitativního výzkumu obsahuje výzkumnou otázku rozpracovanou do pěti cílů. Ke každému cíli byly vytvořeny hypotézy včetně operacionalizací, po nichž následuje analýza dat v podobě testování hypotéz, shrnutí výsledků a diskuse s vymezením limitů výzkumů a jeho možného praktického využití.

Výzkum byl realizován pomocí dotazníkového šetření na internetovém vzorku české populace ve věku od 20 do 59 let v počtu 554 respondentů z února 2014. Bylo prokázáno, že česká veřejnost má o „adopci na dálku“ vysoké povědomí, že má k „adopci na dálku“ pozitivní, spíše otevřený vztah, a že otevřenější postoj zaujímají zejména ženy. Dále byl testován vliv vybraných motivačních faktorů na rozhodování, zda „adopci na dálku“ podpořit. Bylo zjištěno, že nejsilnějším motivačním faktorem je přímá adresnost pomoci a naopak, že největší překážkou je výše finančního příspěvku. Na základě vybraných otázek byl nakonec sestaven profil nejpravděpodobnějšího potenciálního českého dárce. Tím je zaměstnaná žena ve věku od 30 do 44 let, minimálně se středoškolským vzděláním s maturitou, ve střední příjmové skupině pocházející z města nad 100 000 obyvatel.

Tento výzkum je svým zaměřením a rozsahem v České republice jediný. Získaná data mohou být využita díky profilu možného dárce k vytvoření nebo vylepšení marketingových strategií, či k inovaci „adopce na dálku“ tak, aby byl více atraktivní pro dnešní českou veřejnost. To je obzvláště aktuální v souvislosti s trendem postupného

propadu zájmu dárců. Řešením by například mohlo být snížení minimálního ročního příspěvku na jedno dítě a/nebo vytvoření profesní asociace, která by byla schopna realizovat rozsáhlejší reklamní kampaň a zastupovat v očích veřejnosti všechny organizace, jež „adopci na dálku“ nabízejí.



## Seznam zdrojů a literatury

1. Adopce zambijských dětí na dálku. Jak na to – Adopce na dálku: Jak funguje adopce na dálku. [online]. [cit. 2014-03-16]. NJOVU 2014. Dostupné z WWW:<<http://www.adopcezambie.cz/jak-na-to/>>
2. ADRA. O BanglaKids. [online]. [cit. 2014-03-16]. Dostupné z WWW:<<http://www.adra.cz/banglakids/o-banglakids/>>
3. ARCIDIECÉZNÍ CHARITA OLOMOUC. Adopce na dálku: Leták Adopce na dálku®-Haiti. [online]. [cit. 2014-03-15]. Olomouc, 2014. Dostupné z WWW:<[http://acho.charita.cz/images/harp/haiti\\_letak\\_b.pdf](http://acho.charita.cz/images/harp/haiti_letak_b.pdf)>
4. ARCIDIECÉZNÍ CHARITA PRAHA. Pomoc do zahraničí: Adopce na dálku®. [online]. [cit. 2014-03-15]. Dostupné z WWW:<<http://praha.charita.cz/zahranici/adopce-na-dalku/>>
5. ARCIDIECÉZNÍ CHARITA PRAHA. Adopce na dálku®: Projekt Rozvojového střediska Arcidiecézní charity Praha. [online]. [cit. 2014-03-15]. 24 s. Informační brožura. Dostupné z WWW:<<http://tisk.cirkev.cz/res/data/061/006805.pdf?seek=6>>
6. ARCIDIECÉZNÍ CHARITA PRAHA. FAQ: Výběr cílových zemí a dětí do programu Adopce na dálku®. [online]. [cit. 2014-03-15]. Praha, 2014. Dostupné z WWW:<<http://praha.charita.cz/zahranici/adopce-na-dalku/faq-casto-kladene-dotazy/>>
7. BASTLOVÁ, L. Adopce na dálku: Podpora vzdělávání dětí v rozvojových zemích – Indie. [cit. 30-03-2014]. Absolventská práce, Vyšší odborná škola pedagogická, 2006. 74 s.
8. BAUER, M., Vzdělání na dosah: sborník zkušeností a vzpomínek z projektu Adopce na dálku Arcidiecézní charity Praha. Praha: Triton, 2008, ISBN 978-80-7387-102-4
9. BLAŽKOVÁ, A. Motivace a očekávání sponzorů projektu Adopce na dálku® kmene Kathkari. [online] [cit. 30-03-2014]. Bakalářská práce, Univerzita Palackého v Olomouci, Cyrilometodějská teologická fakulta, Katedra křesťanské sociální práce, 2013. 88 s. Dostupné z WWW:<<http://theses.cz/id/5umvks/00177605-167788760.pdf>>
10. BOUŠKOVÁ, J. Projekty Adopce na dálku v České Republice. [online] [cit. 30-03-2014]. Bakalářská práce, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Zdravotně sociální fakulta, 2007. 63 s. Dostupné z WWW:<[http://theses.cz/id/ubcbpq/downloadPraceContent\\_adipIdno\\_7064](http://theses.cz/id/ubcbpq/downloadPraceContent_adipIdno_7064)>
11. BWINDI ORPHANS. Adopce-info: Jak adoptovat. [online]. [cit. 2014-03-16]. 2006. Dostupné z WWW:<<http://www.bwindiorphans.org/?page=jakadoptovat>>
12. CENTRUM DIALOG. Adopce afrických dětí. [online]. [cit. 2014-03-16]. Praha. Dostupné z WWW:<<http://www.centrumdialog.cz/adopce>>

13. CENTRUM NAROVINU. Adopce: Adopce afrických dětí – projekt pomoci na dálku. [online]. [cit. 2014-03-16]. Dostupné z WWW:<  
<http://www.centrumnarovinu.cz/content/adopce-africky-ch-deti-projekt-pomoci-na-dalku>>
14. ČEPELKA, Oldřich. a kol.: Práce s veřejností v nepodnikatelském sektoru, 1. vydání, Liberec: Nadace Omega, 1997, ISBN 80-902376-0-6
15. ČERNÍNOVÁ, Z. Adopce na dálku v ČR. [online] [cit. 30-03-2014]. Bakalářská práce, Ostravská univerzita v Ostravě, Přírodovědecká fakulta, Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje, 2011. 47 s. Dostupné z WWW:<<http://theses.cz/id/d8qnr4?info=1;isslhret=%C4%8CERN%C3%8DNOV%C3%81%3B;zpet=%2Fvyhledavani%2F%3Fsearch%3D%C4%8Cern%C3%ADnov%C3%A1%26start%3D1>>
16. Česká republika. Zákon č.151/2010 Sb. O zahraniční rozvojové spolupráci a humanitární pomoci. In: 151/2010. 2010. [cit. 30-03-2014]. Dostupný z WWW:<[http://www.mzv.cz/jnp/cz/zahranicni\\_vztahy/rozvojova\\_spoluprace/koncepce\\_publikace/zakon\\_o\\_zahranicni\\_rozvojove\\_spolupraci.html](http://www.mzv.cz/jnp/cz/zahranicni_vztahy/rozvojova_spoluprace/koncepce_publikace/zakon_o_zahranicni_rozvojove_spolupraci.html)>
17. ČESKO PROTI CHUDOBE. Od nenaplněných plánů k novým cílům. [online]. [cit. 2014-03-15]. 2007. 32 s. Dostupné z WWW:<[http://www.ceskoprotichudobe.cz/pdf/od\\_nenaplnenych\\_planu\\_k\\_novym\\_cilum.pdf](http://www.ceskoprotichudobe.cz/pdf/od_nenaplnenych_planu_k_novym_cilum.pdf)>
18. ČESKÝ ROZHLAS. Speciály: Náboženství: Zaostřeno na církvev: Adopce na dálku. [online] [cit. 30-03-2014]. 19. ledna 2014. Dostupné z WWW:<[http://www.rozhlas.cz/nabozenstvi/zaostreno/\\_zprava/1304772](http://www.rozhlas.cz/nabozenstvi/zaostreno/_zprava/1304772)>
19. ČESKÝ ROZHLAS. Stanice: Český rozhlas 6: Rubrika STOP: Adopce na dálku. [online] [cit. 30-03-2014]. 24. prosince 2008. Dostupné z WWW:<[http://www.rozhlas.cz/cro6/stop/\\_zprava/530341](http://www.rozhlas.cz/cro6/stop/_zprava/530341)>
20. ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Český statistický úřad: Veřejná databáze [online]. [cit. 30-03-2014]. Dostupné z WWW: <<http://vdb.czso.cz/>>
21. ČESKÝ VÝBOR PRO UNICEF. Jak pomoci: E-shop: Dárky pro život: Adopce dívky v Malawi. [online]. [cit. 2014-03-15]. 2014. Dostupné z WWW:<<http://www.unicef.cz/jak-pomoci/e-shop/darky-pro-zivot/darek/6272>>
22. DIECÉZNÍ CHARITA ČESKÉ BUDĚJOVICE. Projekt Adopce na dálku®. [online]. [cit. 2014-03-15]. České Budějovice, 2014. Dostupné z WWW:<  
<http://adopcecb.charita.cz/projekt-adopce-na-dalku>>
23. DIECÉZNÍ CHARITA LITOMĚŘICE. Dali-Křídlo. Proč Mongolsko. [online]. [cit. 2014-03-15]. Litoměřice, 2014. Dostupné z WWW:<  
<http://kridlo.dchltm.cz/index.php?page=mongolsko>>

24. DIECÉZNÍ CHARITA OSTRAVSKO-OPAVSKÁ. Středisko humanitární pomoci Ukrajina. Adopce na dálku®. [online]. [cit. 2014-03-15]. 2014. Dostupné z WWW:< <http://shp-ukrajina.caritas.cz/adopce-na-dalku/>>
25. DIECÉZNÍ CHARITA PLZEŇ. Adopce na dálku: O projektu. [online]. [cit. 2014-03-15]. Plzeň, 2014. Dostupné z WWW:< <http://www.dchp.cz/adopce-na-dalku/>>
26. DIECÉZNÍ KATOLICKÁ CHARITA HRADEC KRÁLOVÉ. Adopce na dálku®: Realizace projektu. [online]. [cit-2014-03-15]. Hradec Králové, 2013. Dostupné z WWW:< <http://adopce.dchhk.cz/realizace-projektu> >
27. DISMAN, M. Jak se vyrábí sociologická znalost: příručka pro uživatele. 3. vyd. Praha: Karolinum, 2008. 372 s. ISBN 978-80-246-0139-7.
28. DJAKOUALNO, L. H., BLÁHA, P. Pražský model Spojených národů: Background model: Valné shromáždění: Oficiální rozvojová pomoc. [online]. [cit. 2014-03-15]. Asociace pro mezinárodní otázky, 2011. 13 s. Dostupné z WWW:<[http://www.studentsummit.cz/data/1296395755660BGR\\_GA\\_ODA.pdf](http://www.studentsummit.cz/data/1296395755660BGR_GA_ODA.pdf)>
29. E-mailová komunikace s UNICEF, Langerová, 4.3.2014
30. FIC, J. Adopce na dálku- projekt výzkumu veřejného mínění. [cit-30-03-2014]. Absolventská práce. CARITAS-Vyšší odborná škola sociální Olomouc. 2014
31. GRANT LEWIS, S. Education in Africa. Mason Crest, 2006. 126 s. ISBN: 9781590849590
32. HOKROVÁ, M. Sponzorování dětí z rozvojových zemí. [cit. 2014-03-15]. Ročníková práce, Univerzita Karlova, Přírodovědecká fakulta, Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje, 2005. 84 s.
33. HUMANITAS AFRIKA. Projekty v Africe: Patronství školáků. [online]. [cit. 2014-03-16]. 2014. Dostupné z WWW:< <http://www.humanitasafrika.cz/cs/projekty-afrika/patronstvi>>
34. JÁNSKÁ, V. Adopce na dálku jako forma sociální pomoci. [online] [cit-30-03-2014]. Diplomová, Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2013. 94 s. Dostupné z WWW:<[https://portal.utb.cz/wps/PA\\_StagPortletsJSR168/KvalifPraceDownloadServlet?typ=1&adipidno=28933](https://portal.utb.cz/wps/PA_StagPortletsJSR168/KvalifPraceDownloadServlet?typ=1&adipidno=28933)>
35. KABÁTOVÁ, J. Adopce na dálku: Výzkum postojů a zkušeností dárců. [online]. [cit. 2014-03-16]. Diplomová práce, Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, Katedra sociologie, 2006. 83 s. Dostupné z WWW:<<https://is.cuni.cz/webapps/zzp/login/?forward=zzp%252Fdetail%252F63707%252F%253Ffile%253D150011737&lang=cs>>
36. KEDJOM-KEKU. Podpořte nás. Tak trochu jiná adopce na dálku. [online]. [cit. 2014-03-16]. 2014. Dostupné z WWW:<<http://kedjom-keku.com/podporte-nas/nauc-nase-deti-cist-a-psat/>>

37. KONVIČKA, L. Tisková zpráva STEM/MARK (TOP LINES). 2012. 10 s.
38. KOREŠOVÁ, N. Adopce afrických dětí – projekt pomoci na dálku. [online] [cit-30-03-2014]. Bakalářská práce, Univerzita Karlova v Praze, Pedagogická fakulta, Katedra občanské výchovy a filozofie, 2013. 61 s. Dostupné z WWW:<<https://is.cuni.cz/webapps/zzp/login/?forward=zzp%252Fdetail%252F138358%252F%253Ffile%253D130112252&lang=cs>>
39. KOTLER, P., et al. Moderní marketing: 4. evropské vydání. 1. vyd. Praha: Grada, 2007. 1041 s. ISBN 978-80-247-1545-2
40. KREJČÍ, M. Veřejné mínění obyvatel Olomouce o rozvojové a humanitární pomoci a činnosti Arcidiecézní charity Olomouc. [online] [cit-30-03-2014]. Olomouc, 2013. 89 s. Bakalářská práce. Univerzita Palackého v Olomouci, Cyrilometodějská teologická fakulta, Katedra křesťanské sociální práce. Dostupné z WWW:<<https://library.upol.cz/aRLreports/kp/00177697-346207204.pdf>>
41. KRIŠTOFOVÁ, I. Usnadnění přístupu ke vzdělání a k informacím pomocí projektu Adopce na dálku<sup>®</sup>. [online] [cit-30-03-2014]. Diplomová práce, Masarykova Univerzita v Brně, Filozofická fakulta, Ústav české literatury a knihovnictví, 2006. 112 s. Dostupné z WWW:<[http://is.muni.cz/th/8961/ff\\_m/diplomova\\_prace.pdf?zpet=https:%2F%2Ftheses.cz%2Fvyhledavani%2F%3Fsearch%3D.%20Usnadh%C4%9Bn%C3%AD%20p%C5%99%C3%ADstupu%20ke%20vzd%C4%9B1%C3%A1n%C3%AD%20a%20k%20informac%C3%ADm%20pomoc%C3%AD%20projektu%20Adopce%20na%20d%C3%A1lku%26start%3D1](http://is.muni.cz/th/8961/ff_m/diplomova_prace.pdf?zpet=https:%2F%2Ftheses.cz%2Fvyhledavani%2F%3Fsearch%3D.%20Usnadh%C4%9Bn%C3%AD%20p%C5%99%C3%ADstupu%20ke%20vzd%C4%9B1%C3%A1n%C3%AD%20a%20k%20informac%C3%ADm%20pomoc%C3%AD%20projektu%20Adopce%20na%20d%C3%A1lku%26start%3D1)>
42. MAJDŮCHOVÁ, H. Neziskové Organizácie. Bratislava:Sprint, 2004. 180 s. ISBN 978-80-888-4859-2
43. MATYÁŠOVÁ, P. Adopce na dálku v programu BangBaby. [online] [cit-30-03-2014]. Bakalářská práce, Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta humanitních studií, 2011. 66 s. Dostupné z WWW:<[https://portal.utb.cz/wps/PA\\_StagPortletsJSR168/KvalifPraceDownloadServlet?typ=1&adipidno=19444](https://portal.utb.cz/wps/PA_StagPortletsJSR168/KvalifPraceDownloadServlet?typ=1&adipidno=19444)>
44. MOORE, A. (1998). The myth od Needy Child? [online]. [cit. 2014-03-15]. Christianity today, 21, č. 5. Dostupné z WWW:<<http://www.christianitytoday.com/ct/1998/may18/nonprofits-myth-of-needy-child.html>>
45. MOST. Projekty v zahraničí:Kmotrovství na dálku. [online]. [cit. 2014-03-16]. 2013. Dostupné z WWW:< <http://protibet.cz/projekty-indie-tibet/kmotrovstvi-na-dalku/>>
46. NADACE MEZINÁRODNÍ POTŘEBY. Co je dálková adopce PLUS<sup>®</sup>. [online]. [cit. 2014-03-16]. Dostupné z WWW:< <http://www.incz.info/co-je-adopce.htm>>

47. NADAČNÍ FOND – INKA. Více o projektu Sonkoča. [online]. [cit. 2014-03-16]. 2014. Dostupné z WWW:< <http://www.inkaperu.cz/sonkoca.html/>>
48. NADAČNÍ FOND – ONE MORE DAY FOR CHILDREN. Adopce dětí na dálku: Co to je. [online]. [cit. 2014-03-16]. 2009-2010. Dostupné z WWW:< <http://www.omdc.cz/nadacni-fond/adopce-deti-na-dalku/adopce-deti-na-dalku---co-to-je>>
49. NADAČNÍ FOND SOLIDARITY S CHUDÝMI TŘETÍHO SVĚTA MAITRI. Adopce srdce: Adopce srdce - co to je. [online]. [cit. 2014-03-16]. 2008. Dostupné z WWW:<<http://maitri.jinak.cz/articles.php?lng=cz&pg=61>>
50. NAMASTÉ NEPÁL. Úsměv z Nepálu - projekt adopce nepálských dětí. [online]. [cit. 2014-03-16]. 2007. Dostupné z WWW:<<http://www.namastenepal.cz/cz/projekty/usmev-z-nepalu/>>
51. NEPÁLČATA. Adopce na dálku. [online]. [cit. 2014-03-16]. 2010. Dostupné z WWW:<<http://www.nepalcata.cz/adopce-na-dalku/>>
52. NETMONITOR. Ročenka 2011. [online]. [cit. 30-03-2014]. Dostupné z WWW:<[http://www.netmonitor.cz/sites/default/files/%20iac\\_2012\\_-\\_netmonitor\\_rocenka\\_2011.pdf](http://www.netmonitor.cz/sites/default/files/%20iac_2012_-_netmonitor_rocenka_2011.pdf)>
53. NJOVU. Projekty. Adopce na dálku. [online]. [cit. 2014-03-16]. 2014. Dostupné z WWW:<<http://www.njovu.cz/projekty/?c=e-adopce-na-dalku>>
54. ORGANIZACE SPOJENÝCH NÁRODŮ. Všeobecná deklarace lidských práv. [online]. [cit. 2014-03-15]. 1948. Dostupné z WWW:<<http://www.osn.cz/dokumenty-osn/soubory/vseobecna-deklarace-lidskych-prav.pdf>>
55. PAZDERKA, J., Svět není v rovnováze. Pomůže rozvojová spolupráce?, In: Rozvojová pomoc – příloha Lidových novin a společnosti Člověk v tísni. 2003. [cit. 2014-03-15].
56. PECÁKOVÁ, I., NOVÁK, I. a HERZMANN, J. Pořizování a vyhodnocování dat ve výzkumech veřejného mínění. Vyd. 3. V Praze: Oeconomica, 2004. 145 s. ISBN 80-245-0753-6
57. PERFECT CROWD. Kvalikvant: Kvalikvant panel. [online] [cit-30-03-2014]. 2012. Dostupné z WWW:<<http://kvalikvantpanel.cz/>>
58. PERFECT CROWD. Kvalikvant: O kvalikvantu. [online] [cit-30-03-2014]. 2012. Dostupné z WWW:<<https://kvalikvant.cz/>>
59. PLAN INTERNATIONAL .Introduction. The development Impact of Child Sponsorship [online]. [cit. 2014-03-15]. 2008. Dostupné z WWW:<<http://plan-international.org/files/glogal/publications/about-plan/sponsorship-intro.pdf>>
60. PRO-CONTACT. Adopce: O co jde. [online]. [cit. 2014-03-16]. 2007. Dostupné z WWW:< <http://www.pro-contact.cz/cs/page/view/o-co-jde>>

61. REICHEL, J. Kapitoly metodologie sociálních výzkumů. Vyd. 1. Praha: Grada, 2009. 192 s. Sociologie. ISBN 978-80-247-3006-6.
62. RENDLOVÁ, E., LEBEDA, T. Výzkumy veřejného mínění - teoretické souvislosti a praktické aplikace. 1. vyd. Praha: Sociologický ústav Akademie věd České republiky, 2002. 52 s. Sociological papers; SP 02: 13. ISBN 80-7330-032-X
63. Rozhovor s Jarmilou Lomozovou pořízen dne 20.2.2014
64. Rozhovor s Lenkou Beranovou pořízen dne 28.2.2014
65. Rozhovor s Ondřejem Váchou ze STEM/MARK pořízen dne 27.2.2014
66. S.O.S. DĚTI KAMBODŽI. Adopce na dálku. [online]. [cit. 2014-03-16]. 2014. Dostupné z WWW:< <http://www.sosdetikambodzi.cz/adopce.html>>
67. SAMARI. Naše činnost: Adopce na dálku - projekt Paprsky naděje pro Bangladěš. [online]. [cit. 2014-03-16]. 2007. Dostupné z WWW:<<http://www.samari.cz/samari/?page=adopce-na-dalku>>
68. SHANTI. Adopce na dálku. [online]. [cit. 2014-03-15]. Dostupné z WWW: <[http://www.shantinepal.org/?page\\_id=711&lang=cs](http://www.shantinepal.org/?page_id=711&lang=cs)>
69. SKLENSKÁ, K. Adopce na dálku. [online] [cit-30-03-2014]. Diplomová, Masarykova univerzita v Brně, Filozofická fakulta, Ústav pedagogických věd, 2014. 99 s. Dostupné z WWW:< [http://is.muni.cz/th/273141/ff\\_m/DIPLOMOVA\\_PRACE\\_-\\_Sklenka.doc](http://is.muni.cz/th/273141/ff_m/DIPLOMOVA_PRACE_-_Sklenka.doc)>
70. STOJANOV, R., NÁDVORNÍK, O., VYŠANSKÁ, R. a kol. Studijní materiály: Rozvojová spolupráce: Humanitární pomoc a rozvojová spolupráce. [online]. [cit. 2014-03-21]. In Rozvojovka, Praha, 2008. Dostupné z WWW:<<http://www.rozvojovka.cz/humanitarni-pomoc-a-rozvojova-spoluprace>>
71. ŠUBRT, J. Kapitoly ze sociologie veřejného mínění: teorie a výzkum. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1998. 241 s. ISBN 80-7184-522-1.
72. SUCHÁNEK, O. Vzdělání a rozvoj: Případová studie NNO v Ugandě. [online]. [cit. 2014-03-15]. Diplomová práce, Univerzita Palackého, Přírodovědecká fakulta, Katedra rozvojových studií, 2011. 119 s. Dostupné z WWW:<[http://www.development.upol.cz/uploads/dokumenty/Ondrej\\_Suchanek\\_-\\_Vzdelavani\\_a\\_rozvoj\\_pripadova\\_studie\\_NNO\\_v\\_Ugande-3.pdf](http://www.development.upol.cz/uploads/dokumenty/Ondrej_Suchanek_-_Vzdelavani_a_rozvoj_pripadova_studie_NNO_v_Ugande-3.pdf)>
73. SUCHÁNKOVÁ, M. Realizace projektu Adopce na dálku v České Republice. [online] [cit-30-03-2014]. Bakalářská práce, Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta humanitních studií, 2010. 71 s. Dostupné z WWW:<[https://portal.utb.cz/wps/PA\\_StagPortletsJSR168/KvalifPraceDownloadServlet?typ=1&adipidno=15156](https://portal.utb.cz/wps/PA_StagPortletsJSR168/KvalifPraceDownloadServlet?typ=1&adipidno=15156)>
74. TOŠNAROVÁ, L. O bohatství a chudobě: Kritická analýza politiky rozvojové pomoci. [online]. [cit. 2014-03-15]. 81 s. Dostupné z WWW:<<http://libinst.cz/Files/KqLFy4r2/profile/2462/chudoba.pdf>>

75. TOŽIČKA, T., Příliš vzdálené cíle: rozvojové cíle tisíciletí: manuál globálního rozvojového vzdělávání. Praha: Educon, 2008, ISBN 978-80-254-3279-2.
76. UNITED NATIONS. We can end poverty: Millenium development goals and beyond 2015. [online]. [cit. 2014-03-21]. Dostupné z WWW:<<http://www.un.org/millenniumgoals/index.shtml>>
77. WONTANARA. Adopce. [online]. [cit. 2014-03-16]. 2010. Dostupné z WWW:<<http://www.wontanara.cz/adopce-africkych-deti>>
78. WROE, M., DONEY, M. The Rough Guide to a Better World: And how you can make a difference. [online]. [cit. 2014-03-15]. London, Rough Guides, 2003. Dostupné z WWW:<<http://www.roughguide-betterworld.com/better-world.pdf>>
79. WYDICK, B., GLEWWE, P. RUTLEDGE, L. Does International Child Sponsorship Work? A Six-Country Study of Impacts on Adult Life Outcomes. . [online]. [cit. 2014-03-15]. Journal of Political Economy, Vol. 121, No. 2 (April 2013), pp. 393-436. Dostupné z WWW:< <http://www.jstor.org/stable/10.1086/670138>>
80. ZÍDEK, D. Adopce na dálku®: Výzkum činnosti Arcidiecézní charity Praha. [online] [cit-30-03-2014]. Bakalářská práce, Univerzita Karlova v Praze, Katolická teologická fakulta, Katedra pastorálních oborů, 2007. 59 s. Dostupné z WWW:< <https://is.cuni.cz/webapps/zzp/login/?forward=zzp%252Fdetail%252F14964%252F%253Ffile%253D130092794&lang=cs>>

## Seznam příloh

### Příloha č. 1: Dotazník

#### INTERNETOVÝ DOTAZNÍK

#### výzkum veřejného mínění na téma „adopce na dálku“

Vážený tazateli,

následující dotazník je součástí výzkumu veřejného mínění o neziskovém sektoru a dárcovství v České republice. Nejsou žádné správné ani špatné odpovědi, cílem je zjistit Vaše názory. Dotazník je anonymní a žádná osobní data nebudou zveřejňována. Prosíme o upřímnost. Pokud se nejedná o odpověď ano x ne, nebo škálu od do, tak je možné zvolit více možností. Vyplnění dotazníku by nemělo překročit 15 minut.

Za spolupráci děkujeme

#### 1. Jste:

- Muž
- Žena

#### 2. Kolik je Vám let?

- do 19 let (pokud tato volba, tak KONEC)
- 20 – 29 let
- 30 – 44 let
- 45 – 59 let
- 60 a více let

#### A) DOBROČINNOST OBECNĚ – POSTOJE, ZKUŠENOST

#### 3. Přispěl/a jste v posledních 3 letech na charitu nebo nějaký dobročinný účel?

- Ano
- Ne
- Nevzpomínám si



**4. Jakým způsobem jste někdy v minulosti přispěl/a na charitu?**

Filtr: Pokud 3 = Ano

- Dárcovská SMS
- Jednorázový příspěvek - hotově, převodem nebo složenkou (např. při živelné pohromě)
- Pravidelný příspěvek jedné organizaci - hotově, převodem nebo složenkou (např. klub přátel Člověka v tísní)
- Sbírková akce přímo na ulici (např. Tříkrálová sbírka)
- Nákup zboží, z jeho ceny jde část na dobročinný účel (např. fair trade)
- Účast na benefiční akci (např. zakoupením lístku na benefiční koncert, jehož výtěžek jde na charitu)
- Hmotná pomoc (např. oblečení, hračky, potraviny)
- Dobrovolnická práce
  - Jednou
  - Vícekrát
  - Nikdy, ale zvažoval/a jsem to
  - Nikdy a ani jsem o tom neuvažoval/a

**5. Pomáhal/a jste v minulosti nějakým jiným způsobem? Pokud ano, napište jakým:**

Filtr: Pokud v 3 = Ano

- .....

**6. Pomáhat se dá v různých oblastech a na různých místech. Záleží Vám na tom, zda pomoc směřuje do ČR nebo do zahraničí?**

- Nezáleží mi, kam pomoc směřuje. Pomáhám, kde je třeba.
- Ano, pomáhám raději v zahraničí, kde se mají lidé hůř než v ČR.
- Ano, pomáhám raději v ČR, kde máme dost potřebných.

**7. Na jakou/jaké oblasti charity jste přispěl/a v posledních 3 letech?**

Filtr: Pokud v 3 = Ano

- Pomoc sociálně slabým v České republice
- Na zdravotnictví, prevenci a léčbu nemocí, pomoc hendikepovaným

- Na vzdělávání
- Na vědu, kulturu, památky
- Na ochranu přírody
- Při přírodních pohromách, humanitárních katastrofách
- Na boj proti chudobě v zahraničí
- Na podporu lidských práv a demokracie
- Jinak .....

**8. Jak velkou částkou jste za poslední rok na charitu přispěl/a?**

Filtr: Pokud v 3 = Ano

- do 200 Kč
- 201 - 500 Kč
- 501 – 1 000 Kč
- 1 001 – 5 000 Kč
- 5 001 Kč a více

**B) ADOPCE NA DÁLKU – POVĚDOMÍ VEŘEJNOSTI**

**9. Co Vás jako první napadne, když se řekne „adopce na dálku“? Vypište vše co se Vám vybaví.**

- .....

**10. Slyšel/a jste někdy o projektu „adopce na dálku“?**

- Ano
- Ne (pokračují na část C – 15 a předtím samostatný text)
- Nejsem si jistý/á (pokračují na část C – 15 a předtím samostatný text)

**11. Co je podle Vás z „adopce na dálku“ hrazeno a komu?**

Filtr: Pokud v 10 = Ano

- Co je hrazeno: .....
- Kdo je příjemcem pomoci: .....

## 12. Kde všude jste informace o „adopci na dálku“ zachytil/a?

Filtr: Pokud v 10 = Ano

- Mám nebo jsem v minulosti měl/a adoptované dítě v rámci projektu „adopce na dálku“
- Ve svém okolí (rodina, známí, kolegové)
- V televizní reklamě
- Jinde v televizi (pořad, dokument, rozhovor)
- V reklamě v rádiu
- V některém z pořadů v rádiu
- V reklamě / inzerci v tisku, časopisech
- V článku, rozhovoru v novinách, časopisu
- Na internetu
- Na některé akci, kde byla „adopce na dálku“ prezentována
- Jinde (uved'te prosím kde).....

## 13. Vzpomenete si na nějaké organizace, které „adopci na dálku“ nabízí?

**Pokud ano, napište jaké:**

Filtr: Pokud v 10 = Ano

- .....

## C) ADOPCE NA DÁLKU – POSTOJE VEŘEJNOSTI

Samostatná obrazovka s vysvětlujícím textem pro všechny, v čem projekt spočívá.

INFO: „adopce na dálku“ je služba, pomocí které je konkrétnímu dítěti z rozvojové země umožněno absolvovat školní docházku. Adoptivní rodič si vybere konkrétní dítě z nabídky zprostředkovatelské organizace a platí pravidelný roční příspěvek. Z toho je hrazeno školné, uniformy, strava a jiné výdaje související se studiem dítěte a rozvojem celé komunity. S dítětem je většinou udržován písemný kontakt.

INFO: „adopce na dálku“ je v celém dalším textu uváděna v souvislosti s obecným typem služby, nikoli pouze jako registrovaný produkt jednoho subjektu.

**14. Proč si myslíte, že se lidé zapojují do „adopce na dálku“? Co je nejvíc motivuje?**

- .....

**15. Myslíte si, že finanční podpora vzdělávání dětí z rozvojových zemí formou „adopce na dálku“ má smysl?**

- Určitě ano
- Spíše ano
- Ani ano, ani ne
- Spíše ne
- Určitě ne

**16. Proč si myslíte, že finanční podpora vzdělávání dětí z rozvojových zemí nemá smysl?**

Filtr: Pokud v 15 = Spíše ne, Určitě ne nebo Ani ano, ani ne

- .....

**Každý z nás může zvažovat různé důvody, proč se do „adopce na dálku“ zapojit a proč ne. Představte si, že zvažujete podobný projekt podpořit. U každé následující položky zvlášť se rozmyslete, jaký by měla vliv na případné zapojení nebo naopak nezapojení do projektu.**

(1=rozhodně přilákalo, 2, 3, 4=ani neodradilo ani nepřilákalo, 5, 6, 7=rozhodně odradilo)

**17. Možnost vybrat si konkrétní dítě (jméno, věk, foto)**

**18. Možnost dopisovat si s dítětem**

**19. Skutečnost, že dítě je z muslimské rodiny**

**20. Dítěti není možné posílat dárky, ty případně vybírá agentura a nakupuje na místě**

**21. Možnost hostit dítě v ČR u Vás doma**

**22. Možnost navštívit dítě v jeho zemi**

- 23. Dopisy jsou posílány přes agenturu, která nahlíží do obálek
- 24. Projekt zajišťuje česká dobročinná organizace
- 25. Projekt zajišťuje mezinárodní dobročinná organizace
- 26. Projekt zajišťuje církevní dobročinná organizace
- 27. Projekt zajišťuje nově vzniklá dobročinná organizace
- 28. Možnost vybrat si dítě na základě jeho konkrétního životního příběhu a situace

29. Představte si, že jste dárce a pravidelně podporujete dítě v rámci „adopce na dálku“. Jaké byste měl/a očekávání?

- Dítě, které podporuji, se bude dobře učit
- Podporované dítě mi bude psát dopisy
- Podporované dítě mi bude projevovat vděk (v dopisech, osobní dárky, atd.)
- Dítě, kterému zaplatím celé studium, bude respektovat mé rady a doporučení
  
- Určitě očekávám
- Potěší, ale není podmínkou
- Neočekávám
- Je mi to jedno

30. Jak často byste chtěl/a dostávat informace o projektu a dopisy od „svého“ dítěte?

- Pravidelně každý měsíc
- Pravidelně 1x za tři měsíce
- 2x za rok
- 1x za rok
- Je mi to jedno

31. Podobné projekty zpravidla umožňují platit pouze minimálně roční studium dítěte (které se pohybuje kolem 5-10 tisíc Kč). Pro někoho je tato částka příliš vysoká. Lidé se pak někdy skládají ve skupině z příbuzných či kamarádů. Představte si, že při výběru konkrétního dítěte, najdete informaci, že už dárce má, ale že ten je schopen platit jen část příspěvku a hledá někoho dalšího /některé další s kým by se složil/a. Společně byste si pak s dítětem dopisovali a dostávali informace o školních výsledcích. Do jaké míry by se Vám tato možnost líbila?

- Určitě ano, mohu tak poznat nové lidi
- Spíše ano, ale potřeboval/a bych o druhém/ých více informací
- Spíše ne, vybral/a bych si známého

- Určitě ne, raději bych podporovala sam/a

**32. Kdybyste se chtěli na projektu „adopce na dálku“ podílet, případně i částečnou podporou, jaká výše finančního příspěvku by pro Vás byla přijatelná?**

- 50 – 100 Kč/ ročně
- 101 – 500 Kč/ ročně
- 501 – 1 000 Kč/ ročně
- 1 001 – 2 000 Kč/ ročně
- 2 001 - 5 000 Kč/ročně
- 5 001 – 7 000 Kč/ročně
- 7 001 – 10 000 Kč/ročně
- 10 001-12 000 Kč/ ročně
- 12 001-15 000 Kč/ročně
- více než 15 000 Kč/ročně

**33. Jakou délku podpory dítěte nebo projektu byste preferoval/a?**

- Raději jednorázový příspěvek bez závazků
- 1-2 roky na zkoušku, pak se uvidí
- 2-5 let, pokud to bude v mých finančních možnostech
- Jedno dítě po celou dobu studia, pokud to bude v mých finančních možnostech
- Nevím

**34. Z částky, kterou dárce platí, se obvykle hradí nejen studium dítěte, ale také režijní náklady organizace, výplaty zaměstnanců, administrativa atd. Je pro Vás důležité vědět, jak velkou část organizace vynaložila na své režijní účely?**

- Určitě ano
- Spíše ano
- Ani ano, ani ne
- Spíše ne
- Určitě ne

**35. Jakou část z Vámi darované částky považujete za přiměřenou k pokrytí režijních nákladů organizace?**

Filtr: Pokud v 34 = určitě ano nebo spíše ano

- Do 5 %
- 5-10 %
- 11-15 %
- 16-20 %
- 21-25 %
- Věřím, že částka na režii nebude promarněná, na výši mi nezáleží

**36. Představte si organizaci, která kromě studia dětí, podporuje i místní komunitu (stavba studny, stavba komunikace atd.) Vadilo by Vám, kdyby z vašeho příspěvku na dítě zprostředkovatelská organizace financovala i podobné aktivity, pokud by Vás o tom organizace informovala?**

- Určitě nevadilo
- Spíše nevadilo
- Spíše vadilo
- Určitě vadilo

**37. Do jaké míry souhlasíte s následujícími výroky?**

- 1-Za malý peníz mohu díky „adopci na dálku“ způsobit velkou změnu v životě jiného člověka
- 2-Pomoc chudým v Africe je zbytečné vyhazování peněz
- 3-Díky vzdělání selepší životní úroveň v zemi
- 4-"adopce na dálku" narušuje místní kulturu
- 5-Myslím si, že většina peněz se ke konkrétnímu dítěti nedostane a skončí v kapsách někoho jiného
- 6-Sami v ČR máme dost svých problémů, proč tedy pomáhat jinde
- 7-Každá pomoc má smysl
- 8-„adopce na dálku“ je hlavně módní záležitost
- 9-Každá země si má pomoci sama
- 10-Více podpory zasluhují jiné oblasti než je vzdělávání
  - Určitě souhlasím
  - Spíše souhlasím
  - Ano ano ani ne
  - Spíše nesouhlasím
  - Určitě nesouhlasím

**38. Jste věřící?**

- Ano, věřím v boha
- Nevěřím v boha, ale v něco jiného – přírodu, energii...

- Ne, jsem ateista (bez vyznání)

**39. Zvažoval/a byste zapojit se do projektu "adopce na dálku", kdyby bylo možné přispět libovolnou částkou a na konkrétní dítě by se skládalo více neznámých lidí, kteří by sdíleli dopisy i studijní výsledky dítěte?**

- Určitě ano
- Spíše ano
- Ano ano ani ne
- Spíše ne
- Určitě ne

**40. Z jakého důvodu byste o zapojení do projektu neuvažoval/a?**

Filtr pokud 39 = spíše ne nebo určitě ne

- .....

**Děkujeme za vyplnění, nakonec už zbývá jen několik sociodemografických otázek.**

**41. Jaké je Vaše nejvyšší ukončení vzdělání?**

- ZŠ
- SŠ bez maturity
- SŠ s maturitou
- VŠ

**42. V současnosti jste:**

- Student/ka
- Zaměstnanec
- Podnikatel/ka
- Na mateřské/rodičovské dovolené
- V důchodu
- Nezaměstnaný/á

**43. Jaký je čistý měsíční příjem Vaší domácnosti? (Jedná se o součet všech příjmů v rodině po zdanění)**

- 10 000 Kč a méně
- 10 001 – 20 000 Kč
- 20 001 – 30 000 Kč



- 30 001 – 40 000 Kč
- 40 001 – 50 000 Kč
- 50 001 – 60 000 Kč
- více než 60 000 Kč

**44. Jaký je Váš osobní čistý měsíční příjem?**

- do 10 000 Kč
- 10 – 15 000 Kč
- 15 – 20 000 Kč
- 20 – 30 000 Kč
- více než 30 000 Kč

**45. V jakém kraji bydlíte?**

- Praha
- Středočeský
- Jihočeský
- Plzeňský
- Karlovarský
- Ústecký
- Liberecký
- Královehradecký
- Pardubický
- Vysočina
- Jihomoravský
- Olomoucký
- Zlínský
- Moravskoslezský

**46. A úplně poslední otázka: Jaká je velikost Vašeho místa bydliště?**

- Méně než 5 tisíc obyvatel
- 5 – 20 tisíc obyvatel
- 21- 50 tisíc obyvatel
- 51 – 100 tisíc obyvatel
- Více než 100 tisíc obyvatel

**DĚKUJEME ZA VÁŠ ČAS A VAŠE NÁZORY!**