

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra humanitních věd**



**Teze Bakalářské práce**

**Fundraising neziskových organizací**

**Zuzana Dörflerová**

© 2015 ČZU v Praze

## ***Souhrn***

Tato bakalářská práce se zaměřuje na velmi důležitý faktor neziskového sektoru – fundraising. V teoretické části práce jsou charakterizovány nestátní neziskové organizace a způsoby jejich financování, fundraising a nástroje ekonomiky a řízení. V praktické části je uvedeno kvantitativní a kvalitativní šetření. Kvantitativní část práce vyhodnocuje výsledky provedených dotazníkových šetření, která byla adresována NNO ve Středočeském kraji a veřejnosti tohoto kraje. Výstupy z těchto šetření vypovídají o situaci fundraisingu v NNO ve Středočeském kraji a o podpoře neziskových organizací veřejností. V kvalitativním šetření je porovnán fundraising ve 4 vybraných organizacích. Tato část je zpracována za pomoci výročních zpráv, dokumentů jednotlivých organizací a osobních rozhovorů.

## ***Klíčová slova***

nezisková organizace, nestátní nezisková organizace, fundraising, zdroje financování, metody fundraisingu, fundraiser, dárci

## **Vlastní text**

### ***Cíl práce a metodika***

Hlavním cílem bakalářské práce je navrhnout možnosti fundraisingu v neziskových organizacích v České republice, tedy vyvodit z informací získaných ze studia dokumentů a z terénního šetření optimálně fungující a ekonomicky úspěšný fundraising. Jedním dílčím cílem je pomocí kvantitativního šetření zjistit, na jaké úrovni se nachází fundraising v neziskových organizacích ve Středočeském kraji, jaké jsou jejich vize ohledně získávání finančních zdrojů v budoucnu a jak se staví veřejnost tohoto kraje k podpoře NNO. Druhý dílčí cíl je realizován skrz kvalitativní šetření, ve kterém budou porovnány 2 neziskové organizace světové úrovně - Český výbor pro UNICEF a Člověk v tísni a 2 organizace lokálního působení - Armáda spásy a Naděje. Bude zjišťováno, kdo má v těchto organizacích na starosti fundraising, z jakých hlavních zdrojů organizace čerpají nyní a na jaké se zaměří v budoucnu, jaké používají metody k získávání dárců a které mají nejlepší výsledky, kolik % z celkových nákladů jde na fundraising a jakými metodami je měřena jeho efektivita.

Bakalářská práce se skládá z teoretické a z analytické části. Teoretická část vychází ze studia dokumentů a elektronických informačních zdrojů. Analytická část zahrnuje

kvantitativní a kvalitativní šetření. Pomocí dotazníků zjišťujících úroveň a vize fundraisingu NNO ve Středočeském kraji a podporu NNO veřejností Středočeského kraje bude realizováno kvantitativní šetření. Dotazníky budou odeslány v elektronické podobě s průvodním dopisem a ujištěním o anonymitě odpovědí. Při vyhodnocování dotazníkových průzkumů budou použity statistické testy, které umožní potvrdit či vyvrátit stanovené hypotézy. Pomocí techniky polo-strukturovaného rozhovoru s předem připravenými otázkami bude probíhat kvalitativní šetření, které bude vedeno mezi pracovníky ve 4 vybraných neziskových organizacích.

### ***Závěry***

V prvním dotazníkovém průzkumu větší podíl respondentů tvořily ženy s 60% účastí, 90% respondentů bylo středoškolsky vzdělaných s nejčastěji uváděným příjmem 5 – 10 tis. Kč měsíčně a ve věkovém rozmezí 21 – 40 let. Pouze čtvrtina respondentů podporuje nějakou neziskovou organizaci, z čehož polovina finančně. Ti, kteří nepodporují NNO nijak, uvedli hlavně finanční důvody. Z toho vyplývá, že podpora NNO závisí především na finanční situaci jednotlivce. Potvrzená testovaná hypotéza říká, že čím vyšší je počet lidí podporujících NNO v minulosti, tím vyšší je počet lidí podporujících NNO v současnosti. V druhém dotazníkovém průzkumu odpovídalo nejvíce organizací s 10 letou existencí, z 32% ze sociální oblasti působení a 36% s vlastním fundraiserem. Nejčastěji uváděnými zdroji příjmů jsou v současnosti granty, individuální a firemní dárcovství a veřejné rozpočty. Uvedené budoucí preference pro skladbu zdrojů vykazují podobné hlavní zdroje jako nyní, více organizací se však zaměří na firemní dárcovství a klesne počet organizací využívajících veřejné rozpočty, nadace a vlastní podnikání. Budoucí struktura zdrojů příjmu uvedená v grafu je plošnější a vyváženější, o což by měl fundraising usilovat, aby nebyl závislý na nestabilních zdrojích. Nejdůležitějším zdrojem příjmu jsou nyní pro 29% organizací veřejné rozpočty. 67% organizací se přiznalo, že nepočítá efektivitu fundraisingu, což lze vysvětlit tím, že ve Středočeském kraji se nachází převážně organizace menší velikosti. Skoro polovina dotázaných organizací potvrdila, že využívá nejvíce osobního setkávání k získávání nových dárců. Byla potvrzena pouze 1 hypotéza o tom, že existuje statisticky významná závislost mezi měřením efektivity fundraisingu a trendem ročního rozpočtu.

Kvalitativní šetření ukázalo, že fundraising v **UNICEF** lze označit za jeden z nejúspěšnějších. Skladbě zdrojů naprosto dominují finanční příspěvky z 72% a zbytek tvoří příjmy za zboží,

projekty a firemní partnerství. Každý pracovník fundraisingu má na starost konkrétní činnost. Organizace všemi metodami získává pravidelné dárcce a měří efektivitu fundraisingu za každý projekt zvlášť. Příjmy **Člověka v tísní** už jsou více zastoupeny veřejnými prostředky, rozpočty a fondy EU, které tvoří skoro 58%. Má velmi dobře sestavený fundraisingový tým, ale nečerpá dost z vlastní činnosti. Také měří efektivitu fundraisingu a chce zvýšit efektivitu metod k získávání dárců. U **Armády spásy** podstatnou část příjmů tvoří dotace a úhrady za poskytnuté služby a věcné dárcovství. Používá jen direct mail, pozice ředitele pro rozvoj fundraisingu však již vytváří nový systém fundraisingu pro AS v ČR. **Naděje** také čerpá převážně z dotací a z úhrad za služby. Finančních, věcných a ostatních příspěvků čerpá minimum a z jiných zdrojů nečerpá. Zaměřuje se především na kvalitu vztahů s dárci, nepoužívá žádné metody k získávání dárců nových a potřebuje vylepšit měření efektivitu fundraisingu. Všechny 4 organizace uvedly, že v budoucnu se zaměří na větší osamostatnění v získávání finančních prostředků, podle čehož upraví i fundraising.

#### *Doporučení pro organizace*

V případě **UNICEF** je nutností neustálé navyšování a udržení počtu pravidelných příspěvků. Měl by se proto soustředit na zvyšování efektivitu metod k tomu vedoucích (Face to face kampaň, direct mail, fundraising online atd.). Dále by měl z důvodu dosavadní oblíbenosti udržet aspoň část oblíbeného zboží na pultech dosavadních i dalších partnerských společností. **Člověk v tísní** by se měl primárně zaměřit na vyvážení struktury zdrojů příjmu, hlavně na snížení podílu veřejných prostředků, rozpočtů a příjmů z fondů EU, a naopak zvýšení podílu individuálního a firemního dárcovství, vlastní činnosti atd. Potřebuje zvýšit efektivitu metod k získávání nových dárců (Face to face kampaň, telemarketing a e-shop), mohl by získávat nové dárcce při pořádání různých akcí a propagovat více svojí činností. Dále by měl zvážit možný pronájem či nákup databáze pro direct mail. **Armáda spásy** by měla snížit podíl dotací a zvýšit vlastní zdroje příjmu a používat více metod (nyní jen direct mail). Doporučení je při rozvoji fundraisingu vytvořit nové pozice pro komunikaci s dárci, firemní spolupráci, PR specialisty atd., alespoň pro nejdůležitější pobočky organizace a poté uplatnit optimální složení metod k získávání dárců. Důležité je pro ni i dostatečné zviditelnění, tudíž by měla více navazovat spolupráci s většími organizacemi. **Naději** je doporučeno vytvořit pozice fundraiserů alespoň v některých pobočkách a každému přidělit určitou náplň práce a zaměřit se na získávání individuálních a firemních dárců, nadací, sponzorů atd. Velmi by jí prospělo navazování kontaktů s významnými subjekty a kvalitní PR. Také by měla vylepšit svůj systém měření efektivitu fundraisingu, aby měla k dispozici zpětnou vazbu.

Obecná doporučení pro NNO ve Středočeském kraji vycházející z výsledků kvantitativního šetření a ze studia dokumentů zní: minimalizovat podíl veřejných zdrojů a rozšířit strukturu a podíl zdrojů, jako např. individuálních a firemních dárců, sponzorů, nadací, partnerství, vlastních podnikatelských aktivit atd. Ještě před zahájením činnosti organizace by měla být provedena strategická fundraisingová analýza, aby bylo možno naplánovat fundraisingovou činnost co nejlépe a fundraising mohl následně vytvořit stabilní okruh dárců. Co se týče pozice fundraisera, větší NNO by měly mít vlastního fundraisera ideálně s dalšími specialisty pod ním. Tím se zajistí rozložení práce a výsledný ekonomický efekt bude kvalitnější a vyšší. Menší NNO nedisponující vlastním fundraiserem by se měly zaměřit na užší, avšak kvalitně složenou skladbu zdrojů, kterou budou pracovníci schopni zvládnout, popřípadě si najmout externího fundraisera, neboť vytvoření této pozice se organizaci ekonomicky vyplatí. Samozřejmostí je zařazení měření efektivity fundraisingu pomocí metod jako například návratnost investic, ukazatel čistého příjmu, průměrná výše příspěvku aj. do pravidelných fundraisingových aktivit NNO a nezapomínat ani na často podceňované PR.

Závěrem je nutné zmínit, že jeden model optimálního fundrasingu nelze aplikovat na všechny neziskové organizace, zejména z důvodu diverzifikace neziskového sektoru. Důležité je však vždy zasadit fundraising do celkového kontextu organizace tak, aby měl přesně daný účel a umožnil organizaci shromáždit zdroje nutné k realizaci jejího poslání.

### ***Seznam vybraných použitých zdrojů***

BOUKAL, Petr. *Fundraising pro neziskové organizace*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2013. ISBN 978-80-247-4487-2.

DISMAN, Miroslav. 2011. *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Praha : Karolinum, 2011. 978-80-246-1966-8.

REKTOŘÍK, Jaroslav. 2010. *Organizace neziskového sektoru - Základy ekonomiky, teorie a řízení*. Praha : EKOPRESS, 2010. 978-80-86929-54-5.

RŮŽIČKOVÁ, Růžena. 2006. *Neziskové organizace - vznik, účetnictví, daně*. Olomouc : ANAG, 2006. 80-7263-343-0.

ŠEDIVÝ, Marek, MEDLÍKOVÁ, Olga. 2011. *Úspěšná nezisková organizace*. Praha : Grada publishing, a.s., 2011. 978-80-247-4041-6.