

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI
FAKULTA EKONOMICKÁ

Bakalářská práce

Fundraisingový plán pro vybranou neziskovou organizaci
Fundraising Plan for the selected non-profit Organization

Tereza Šrámková

Cheb 2016

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI
Fakulta ekonomická
Akademický rok: 2015/2016

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE
(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Tereza ŠRÁMKOVÁ**
Osobní číslo: **K13B0433P**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Management obchodních činností**
Název tématu: **Fundraisingový plán pro vybranou neziskovou organizaci**
Zadávací katedra: **Katedra marketingu, obchodu a služeb**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

1. Zpracujte teoretický úvod do problematiky fundraisingu.
2. Představte vybranou neziskovou organizaci, zaměřte se především na její dosavadní fundraisingové aktivity a pomocí vhodných metod je analyzujte.
3. Nalezněte další formy financování vybrané neziskové organizace a navrhňte konkrétní fundraisingový plán.

Rozsah grafických prací:

Rozsah kvalifikační práce: 40 - 60 stran

Forma zpracování bakalářské práce: tištěná/elektronická

Seznam odborné literatury:

- BACHMANN, Pavel. *Management neziskové organizace*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2011. ISBN 978-80-7435-130-3.
- BOUKAL, Petr. *Fundraising pro neziskové organizace*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4487-2.
- ŠEDIVÝ, Marek, MEDLÍKOVÁ, Olga. *Public relations, fundraising a lobbying: pro neziskové organizace*. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4040-9.

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Lenka Králová, Ph.D.

Katedra marketingu, obchodu a služeb

Datum zadání bakalářské práce: 23. října 2015

Termín odevzdání bakalářské práce: 25. dubna 2016



Doc. Dr. Ing. Miroslav Plevný
děkan



Ing. Jan Tluchoř, Ph.D.
vedoucí katedry

V Chebu dne 23. října 2015

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou /diplomovou práci na téma

„Fundraisingový plán pro vybranou neziskovou organizaci“

Vypracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucí bakalářské práce za použití pramenů uvedených v příložené bibliografii.

Cheb dne

.....

podpis autora

Poděkování

Tímto bych ráda poděkovala všem lidem, kteří mi do této bakalářské práce přispěli cennými radami a informacemi. Hlavní poděkování patří Ing. Lence Králové Ph.D., jakožto vedoucí mé bakalářské práce, dále Mgr. Aleně Samuelové za odpovědi na otázky týkající se chebských poboček Diecézní charity Plzeň a v neposlední řadě svému otci, Vladimíru Šrámkovi, za podnětný impulz při rozhodování o studiu na vysoké škole.

Obsah

Úvod.....	4
TEORETICKÁ ČÁST	6
1 Nezisková organizace	6
1.1 Typologie neziskových organizací	7
1.2 Právní formy neziskových organizací	9
1.2.1 Spolky	11
1.2.2 Ústav	11
1.2.3 Nadace a nadační fond	12
1.2.4 Registrované církve a náboženské společnosti	13
1.2.5 Sociální družstvo	15
1.3 Marketing neziskových organizací	15
2 Fundraising	17
2.1 Dárci (donátoři)	19
2.2 Fundraiser	23
2.3 Zásady fundraisingu	24
PRAKTICKÁ ČÁST.....	28
3 Diecézní charita Plzeň	28
3.1 Činnosti DCHP v Chebu	30
3.2 Náklady a výnosy DCHP.....	32
3.3 Tříkrálová sbírka	35
3.4 Srovnání financování DCHP a Diakonie Západ.....	36
3.4.1 Porovnání nákladů.....	38
3.4.2 Porovnání výnosů.....	39
3.5 Nové (dosud nevyužité) zdroje financování.....	40
3.5.1 Výbor dobré vůle – Nadace Olgy Havlové.....	41
3.5.2 Nadace Divoké husy	42

3.6	Fundraisingový plán pro chebskou část DCHP	43
3.6.1	Přednáška o sociální gramotnosti.....	43
3.6.2	Turnaj ve stolním tenise	46
4	Závěr	51
5	Seznam tabulek, obrázků a grafů.....	53
6	Zdroje.....	54
7	Přílohy.....	61

Úvod

Mnohdy si to ani neuvědomíme, ale s neziskovým sektorem se setkáváme v každodenním životě naprosto běžně. Např. vedeme-li děti do školky či školy nebo tyto instituce sami navštívujeme, zhlédneme-li představení v divadle, prohlédneme-li si výstavu v místní galerii či muzeu nebo musíme-li do nemocnice. Všechny jmenované subjekty mají společný znak, a sice patří mezi příspěvkové organizace, neboli jsou veřejnoprávními neziskovými organizace.

Oproti tomu nevládní neziskové organizace do našeho „běžného“ života příliš nezasahují. Možná právě proto, že se více než „běžnému“ životu věnují jeho odchylkám, které ostatní opomíjí. Buďto se o tuto problematiku nezajímají, anebo nevědí, jak ji uchopit. A proto vznikají nevládní neziskové organizace, které pokryjí nuance v různých oblastech a odvětvích. Pro oblast humanitární pomoci existuje např. nezisková organizace Lékaři bez hranic, ochranou životního prostředí se zabývá mj. nevládní nezisková organizace Greenpeace atd. Součástí nestátního neziskového sektoru se nestává pouze ten, jenž jeho služby využívá, ale také ten, kdo jakkoliv participuje na existenci subjektů tohoto sektoru a podporuje jejich poslání.

Náplní mé bakalářské práce je zpracování teoretického úvodu do problematiky fundraisingu, na který navazuje za použití vhodných metod analýza dosavadních fundraisingových aktivit vybrané neziskové organizace. Pro tyto účely představím nevládní neziskovou organizaci – Diecézní charita Plzeň. Na základě výsledků analýzy výnosů naleznou další formy jejího financování a navrhnu konkrétní fundraisingový plán.

Práce se skládá z úvodu, teoretické části, praktické části a závěru. První kapitola teoretické části se bude věnovat neziskovým organizacím, jejich charakteristikám, rozdělení, typologii podle nejrůznějších kritérií a právním formám. Na závěr této kapitoly bude stručně popsána problematika marketingu neziskových organizací. Další část práce bude patřit vymezení fundraisingu, jeho aktérům, principům a zásadám fungování.

Praktická část začne popisem vybrané neziskové organizace – Diecézní charita Plzeň. V dalších kapitolách práce se zaměřím na její oblastní chebská pracoviště, u kterých provedu rozbor nákladů a výnosů od roku 2010 do roku 2014. Stejnou analýzu vypracuji také pro náklady a výnosy celé Diecézní charity Plzeň. Pro lepší přehled možností financování bude další podkapitola věnována porovnání výkazu zisku a ztráty (2014) Diecézní charity Plzeň s nestátní neziskovou organizací Diakonie Západ. Na základě

zhodnocení výsledků navrhnou další možné zdroje financování. Na závěr praktické části navrhnou dvě konkrétní fundraisingové aktivity, které představují pouze část celého fundraisingového plánu. Prvním projektem bude návrh přednášky o finanční gramotnosti, díky které získají účastníci potřebné znalosti nezbytné k řešení otázek týkajících se nakládání s osobními financemi. Druhá činnost spočívá v uspořádání turnaje ve stolním tenise. Výtěžek z této akce poputuje na podporu rozvoje sociálního bydlení, jenž reprezentuje jednu ze služeb poskytovaných chebskými pracovišti Diecézní charity Plzeň.

TEORETICKÁ ČÁST

V úvodu teoretické části charakterizují neziskové organizace, představím jejich typologii a právní formy dle nového Občanského zákoníku z roku 2014. Dále se podívám na problematiku marketingu neziskových organizací. A na závěr praktické části se budu zabývat fundraisingem. Stručně popíši jeho vývoj, rozklíčím samotný pojem „fundraising“, co to je, k čemu slouží, kdo ho používá, kdo ho realizuje a jaké zásady musí splňovat, aby byl úspěšně provedený.

1 Nezisková organizace

Z hlediska sektorového vymezení lze hospodářství rozdělit do dvou skupin – ziskový (tržní) a neziskový (netržní) sektor. (Boukal a kolektiv, 2013) Ziskový sektor chápeme jako soubor subjektů, které vznikají v první řadě za účelem realizace zisku pomocí prodaných statků. Tyto podniky operují s majetkem financovaným z vlastních nebo cizích zdrojů.

Neziskový sektor (nositel fundraisingových aktivit) představuje soubor subjektů nevznikajících za účelem podnikání (dosažení zisku). Jejich činnost vede k dosažení přímého užitku, který má často charakter veřejné služby. Netržní subjekty operují s majetkem financovaným vlastními zdroji (od soukromého subjektu či veřejných subjektů). U neziskových organizací hraje důležitou roli poslání. Zaměstnanci by se s ním měli ztotožňovat a veřejnost ho musí znát a rozumět mu. Poslání slouží k:

- predeterminaci právní formy organizace;
- uspokojení společenských potřeb;
- určení hodnot vyznávaných organizací;
- uvědomění veřejnosti a příznivců organizace o jejím prospěchu;
- vytyčení okruhu produktů;
- motivaci zaměstnanců, dobrovolníků atd.;
- identifikaci charakteru a image organizace. (Šedivý, Medlíková, 2011)

Netržní sektor lze dále dělit na neziskový veřejný sektor, neziskový soukromý sektor a sektor domácností. (Boukal a kolektiv, 2013) Jak již vyplývá z názvu neziskového veřejného sektoru, jsou tyto společnosti zakládány veřejnými subjekty, tedy státními institucemi, městy, kraji atd. Tyto subjekty řadíme také mezi neziskové organizace. Veřejné subjekty slouží jako zdroj financí (majetku) potřebný pro chod organizace, která

jinak nerealizuje zisk. Smyslem organizace je přímý užitek, kterého lze dosáhnout pouze neziskovým způsobem a prostřednictvím daného subjektu. Do této kategorie řadíme příspěvkové organizace.

Další skupinu tvoří neziskový soukromý sektor. Jejich zakladateli jsou soukromé subjekty (fyzické či právnické), které financují tyto organizace (též nestátní neziskové organizace NNO) bez předpokladu, že dosáhnou zisku. Odlišnost od veřejného sektoru představuje fakt, že u NNO chybí „automatický zásobitel“ v podobě zřizovatele. Fundraising proto hraje společně s veřejnými rozpočty stěžejní roli ve financování. Při získávání zdrojů pro NNO mohou být do fundraisingu zapojeny státní, samosprávné ale i veřejné instituce. Mezi NNO řadíme spolky, ústav, nadace a nadační fondy, církve a náboženské společnosti a sociální družstva.

1.1 Typologie neziskových organizací

Jednotlivá kritéria pro rozčlenění neziskových organizací dle Bačuvčíka (2011) lze vidět v *Tabulka 1*.

Tabulka 1 - Kategorie členění neziskových organizací

Členění podle	Následné členění
Zakladatele a právní formy	Veřejnoprávní organizace
	Veřejnoprávní instituce
	Soukromoprávní organizace
Členství	Členské organizace
	Nečlenské organizace
Charakteru poslání	Organizace vzájemně prospěšné
	Organizace veřejně prospěšné
Typu činnosti	Servisní
	Zájmové
	Advokátní
Způsobu financování	Z veřejných rozpočtů
	Ze soukromých zdrojů
	Z vlastní činnosti
	Vícezdrojové

NNO řadíme mezi soukromoprávní organizace, tedy zakládá je soukromá fyzická či právnická osoba. Mohou, ale nemusí, mít členy. Mezi členské organizace patří sociální družstva a spolky, mezi nečlenské pak ústav, nadace, nadační fond a církve a náboženské společnosti. NNO mají především veřejně prospěšný charakter, slouží určité skupině z širší veřejnosti, ale mohou provozovat i vzájemně prospěšnou činnost, kdy dochází k uspokojování potřeb členů organizace. NNO vykazují servisní činnost, při které se zaměřují zejména na zdravotní a sociální péči. Potřebné finance mohou pramenit, jak ze soukromých zdrojů či veřejného rozpočtu, tak i příjmů z vlastní činnosti. Oproti tomu veřejné neziskové organizace provozují pouze veřejně prospěšnou činnost. Chod organizace je zcela nebo částečně financován z veřejných rozpočtů.

Jednotlivé neziskové organizace lze také rozlišovat podle **Mezinárodní klasifikace neziskových organizací ICNPO**. Klasifikace obsahuje dvanáct hlavních oblastí působnosti, ke kterým patří další podoblasti (viz *Tabulka 2*).

Tabulka 2 - Mezinárodní klasifikace neziskových organizací ICNPO

Název hlavní oblasti	Název podoblasti
1. Kultura, sport a volný čas	Kultura a umění
	Sport
	Rekreační činnost
2. Vzdělání a výzkum	Základní vzdělávání
	Vyšší vzdělávání
	Ostatní vzdělávání
	Výzkum
3. Zdraví	Nemocnice a rehabilitace
	Zařízení s pečovatelskou službou
	Duševní zdraví a krizová intervence
	Ostatní zdravotní služby
4. Sociální služby	Sociální služby
	Pomoc při katastrofách a nenadálých situacích
	Finanční a materiální pomoc
5. Životní prostředí	Životní prostředí
	Ochrana zvířat

6. Rozvoj a bydlení	Hospodářství, sociální a komunitní rozvoj
	Bydlení
	Zaměstnanost a příprava na zaměstnanost
7. Právo, prosazování zájmů a politika	Prosazování a obhajování zájmů
	Právo a právní služby
	Politické organizace
8. Filantropie a dobrovolnictví	Grantující nadace
	Ostatní filantropie a dobrovolnictví
9. Mezinárodní aktivity	Mezinárodní aktivity
10. Náboženství	Círky a náboženské společnosti
11. Obchodní a profesní sdružení, svazy	Obchodní sdružení
	Profesní sdružení
	Odbory
12. Činnosti jinde neuvedené	Činnosti jinde neuvedené

1.2 Právní formy neziskových organizací

Právní forma neziskové organizace by se měla odvíjet od jejího poslání. Tedy k naplnění poslání dojde s pomocí vybrané právní formy. Legislativa nabízí hned několik forem, pro které se můžeme rozhodnout, proto je vhodné poradit se s právníkem či daňovým poradcem. S volbou souvisí také celá řada otázek týkajících se organizace:

- Jak velký vliv budou mít zakladatelé na její chod?
- Kdo bude rozhodovat?
- Jak bude řízena?
- Jaké jsou její postoje k veřejným a soukromým zdrojům?
- Jakou roli chce hrát v daňovém systému?
- Jaký bude její účetní systém?
- Chce podnikat prostřednictvím vedlejší činnosti? (Šedivý, Mendlíková; 2011)

Zodpovězení těchto otázek napomůže při selekci jednotlivých možností. Ovšem pozor, ne vždy je nejjednodušší způsob založení organizace tím nejvhodnějším. Zakladatel nesmí zapomínat na podstatu zakládané organizace, a sice k čemu má sloužit.

V lednu roku 2014 vešel v platnost nový Občanský zákoník. S tím souvisí i změny právního vymezení některých forem neziskových organizací, v několika případech došlo také ke vzniku nového názvu (viz *Tabulka 3*). Informace z následujících kapitol vychází z nového Občanského zákoníku (2016).

Tabulka 3 - Porovnání právních forem neziskových organizací před/po roce 2014

Právní formy před rokem 2014		Právní formy po roce 2014	
Název	Zákon	Název	Zákon
Občanská sdružení	Zákon 83/1990 Sb. o sdružování občanů	Spolek	Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník
Obecně prospěšné společnosti	Zákon č. 248/1995 Sb. o obecně prospěšných společnostech	Ústav	Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník
Nadace a nadační fondy	Zákon č. 227/1997 Sb. o nadacích a nadačních fondech	Nadace a nadační fondy	Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník
Evidované právnícké osoby (Církevní neziskové organizace)	Zákon č. 3/2002 Sb., o církvích a náboženských společnostech	Evidované právnícké osoby (Církevní neziskové organizace)	Zákon č. 3/2002 Sb., o církvích a náboženských společnostech
—		Sociální družstvo	Zákon č. 90/2012 Sb., Občanský zákoník

1.2.1 Spolky

Spolky (dříve občanská sdružení) představují nejpočetněji zastoupenou právní formu NNO. Jejich aktivitu vymezuje zákon o korporacích. Spolek mohou založit minimálně tři osoby mající stejný zájem. Jeho naplňování a ochrana představuje hlavní činnost organizace. Jelikož se všichni členové podílí na prosazení poslání, lze konstatovat, že významná část prostředků plyne právě z řad členů organizace. Pokud spolek realizuje zisk z vedlejší hospodářské činnosti, lze tento zisk využít jen pro spolkovou činnost včetně správy spolku. Obligatorními orgány spolku jsou statutární orgán a nejvyšší orgán, fakultativními pak kontrolní komise, rozhodčí komise a další orgány určené ve stanovách. (Nový Občanský zákoník, 2016)

Původní občanská sdružení mají čas do roku 2017 přizpůsobit potřebné základní dokumenty a charakter fungování tak, aby „nově“ vzniklý spolek odpovídal aktuálnímu Občanskému zákoníku. Pokud by se jim tento krok nezdařil, mohou též využít transformaci na jinou právní formu, tj. ústav nebo sociální družstvo. (Neziskovky v ČR, 2016)

1.2.2 Ústav

S příchodem nového Občanského zákoníku zanikl zákon č. 248/1995 Sb. o obecně prospěšných společnostech a byl nahrazen novou právní formou – ústav. Zákoník zároveň nevyžaduje transformaci stávajících obecně prospěšných společností, které mohou pokračovat v činnosti dle zrušeného zákona. Nicméně není povoleno zakládat nové. V případě dobrovolného rozhodnutí pro transformaci se nabízí dvě možnosti – ústav či sociální družstvo.

Dle zákona o korporacích ústav představuje právnickou osobu, která funguje za účelem provozování veřejně nebo hospodářsky prospěšné činnosti (nejčastěji služeb). K zajištění chodu využívá vlastních finančních a majetkových prostředků. Výsledky své činnosti nabízí všem bez rozdílu za předem stanovených podmínek. Ústavu je dále povoleno provozovat obchodní závod či jinou vedlejší činnost, ale jen za předpokladu, že nedojde k újmě na jakosti, rozsahu a dostupnosti služeb poskytovaných v rámci hlavní činnosti. Případný zisk lze využít pouze na podporu činnosti ústavu nebo na pokrytí nákladů spojených s vlastní správou. Statutárním orgánem je ředitel. Další orgán reprezentuje správní rada. (Nový Občanský zákoník, 2016)

1.2.3 Nadace a nadační fond

Nadace se zakládá za účelem trvalé služby s charakterem společenského či hospodářského užítku, ten může být veřejně prospěšný (podpora obecného blaha) i dobročinný (podpora určité skupiny osob). Je zakázáno založit nadaci za účelem:

- podpory politických stran a hnutí nebo jiné účasti na jejich činnosti a
- vylučného dosažení výdělku. (Nový Občanský zákoník, 2016)

Nadaci se dovoluje podnikat (pouze vedlejší činnost). Výdělek z podnikání slouží k posílení účelu nadace. Statut udává alespoň způsob jednání orgánů a podmínky pro poskytování nadačních příspěvků, popř. vymezení okruhu možných kandidátů. Nadace využívá svůj majetek v souladu s účelem zapsaným v nadační listině a ve statutu k:

- poskytování nadačních příspěvků;
- zajištění vlastní činnosti vedoucí k dosažení stanoveného účelu;
- úhradě nákladů spojených se zhodnocením nadační jistiny i nákladů na vlastní správu. (Nový Občanský zákoník, 2016)

Příjemce příspěvku ho smí použít pouze v souladu s předem stanovenými podmínkami. Nadační příspěvky nelze poskytnout těmto subjektům:

- členu nadačního orgánu;
- zaměstnancům nadace, ani osobě jim blízké;
- zakladateli a osobám jemu blízkým (ledaže je cílem nadace podpora právě této osoby/ osob). (Nový Občanský zákoník, 2016)

Správní radu (statutární orgán) tvoří alespoň tři členové. Dozorčí rada představuje kontrolní a revizní orgán nadace, který se skládá z alespoň tří členů. Nemá-li nadace dozorčí radu, vykonává její funkci revizor. Jeho práva a povinnosti jsou totožná jako pro dozorčí radu. Revizora volí a odvolává správní rada. Ke zrušení nadace dochází mimo jiné v případě, že nadace naplnila svůj cíl, pro který byla založena. (Nový Občanský zákoník, 2016)

Účel nadačního fondu představuje společenský či hospodářský užitek. Majetek nadačního fondu se skládá z vkladů a darů. Tento soubor jmění není možné zastavit, ani ho využít k pokrytí dluhu. Nadační fond netvoří nadační jistinu ani nadační kapitál. (Nový Občanský zákoník, 2016)

1.2.4 Registrované církve a náboženské společnosti

Samostatnou kategorií tvoří také účelová zařízení církví a náboženské společnosti. Tato právní forma NNO se na rozdíl od ostatních zmiňovaných stále řídí původním zákonem z roku 2002. Tento zákon č. 3/2002 Sb., o církvích a náboženských společnostech mj. definuje svobodu náboženského vyznání či vymezuje základní pojmy.

Církev a náboženskou společnost chápeme jako dobrovolné společenství osob s vlastními orgány, strukturou, vnitřními předpisy, náboženskými obřady a projevy víry. Smyslem je vyznávání určité náboženské víry, s čímž se pojí i shromažďování, bohoslužby, kázání, vyučování, duchovní služby, popř. obecně prospěšné činnosti. Osobu, která vyznává určitou víru na základě vlastního přesvědčení a dle vnitřních předpisů, lze též brát jako osobu hlásící se k určité církvi nebo náboženské společnosti. (Zákon o církvích a náboženských společnostech, 2016)

„Církev a náboženská společnost vzniká dobrovolným sdružováním fyzických osob a svébytně rozhoduje o věcech spojených s vyznáváním víry, o organizaci náboženského společenství a o vytváření k tomu určených institucí.“ (Zákon o církvích a náboženských společnostech, 2016) Učení a činnost církve a náboženské společnosti nesmí porušovat práva nebo jednat nezákonným způsobem.

Mimo základní pravomoci může registrovaná církev a náboženská společnost za stanovených podmínek získat kompetenci k vykonávání zvláštních činností, jako je např. vyučování náboženství na státních školách dle zvláštního právního předpisu nebo provádění církevních sňatků, které se řídí zvláštním právním předpisem atd.

Dle § 15 odst. 1 písm. b) - (Zákon o církvích a náboženských společnostech, 2016) - může orgán registrované církve a náboženské společnosti navrhnout k evidenci účelové zařízení sloužící k poskytování charitativních služeb (sociálních či zdravotních). Stanovy účelového zařízení musí obsahovat mj. druh nabízených obecně prospěšných služeb, podmínky jejich poskytování a předmět případné podnikatelské či doplňkové činnosti.

Mezi náležitosti výroční zprávy patří:

- souhrn činností vykonaných v průběhu předchozího kalendářního roku;
- účetní závěrku včetně zhodnocení základních údajů;
- výrok auditora k roční účetní závěrce (pouze u účelových zařízení dosahujících čistého obratu nad 10 milionů Kč);
- přehled peněžních příjmů a výdajů;
- přehled rozsahu příjmů (výnosů) v závislosti na typu zdroje;
- průběh a konečný stav fondů účelového zařízení;
- celkový objem výdajů (nákladů) rozčleněný na výdaje (náklady) vynaložené na
 - a) realizaci obecně prospěšných služeb,
 - b) plnění doplňkových činností a
 - c) správu účelového zařízení;
- změny zakládací listiny a složení statutárního orgánu účelového zařízení za předchozí kalendářní rok. (Zákon o církvích a náboženských společnostech, 2016)

V § 27 o Společných ustanoveních udává odst. 4 přehled možných příjmů církve a náboženské společnosti:

- příspěvky fyzických a právnických osob;
- příjmy z prodeje a pronájmu movitého, nemovitého a nehmotného majetku církví a náboženských společností;
- úroky z vkladů;
- dary a dědictví;
- sbírky;
- půjčky a úvěry;
- příjmy z podnikání nebo jiné výdělečné činnosti a
- dotace. (Zákon o církvích a náboženských společnostech, 2016)

Podnikání a jiná výdělečná činnost nesmí představovat hlavní výdělečnou činnost církve a náboženské společnosti. Vedení účetnictví podléhá zvláštním předpisům. (Zákon o církvích a náboženských společnostech, 2016)

1.2.5 Sociální družstvo

Sociální družstvo vykonává obecně prospěšnou činnost, která směřuje k dosažení podpory sociální soudržnosti. Ta se projevuje především prostřednictvím pracovní a sociální integrace znevýhodněných osob do společnosti. Sociální družstvo může uspokojovat potřeby těchto osob v následujících oblastech:

- pracovní příležitosti;
- sociální služby;
- zdravotní péče;
- vzdělání;
- bydlení a
- trvale udržitelný rozvoj. (Nový Občanský zákoník, 2016)

Členem sociálního družstva se může stát jakákoliv fyzická osoba, která splňuje tyto podmínky:

- pracuje pro sociální družstvo na základě pracovního poměru;
- pracuje pro sociální družstvo dobrovolně, bez nároku na odměnu (mimo rámec pracovního poměru);
- využívá služeb pramenících z obecně prospěšné činnosti sociálního družstva. (Nový Občanský zákoník, 2016)

1.3 Marketing neziskových organizací

V neziskovém sektoru by marketing mohl být považován za ne zcela tradiční činnost. (Hannagan, 1996) Mnoho neziskových organizací již při jejich vzniku cílí na předem vytipovanou skupinu lidí, se kterou si v průběhu své existence buduje úzké vazby. Na základě této skutečnosti by zaměstnanci a vedení organizace mohlo nabýt dojmu, že nemusí aktivně hledat nové zákazníky. Řada neziskových organizací bere marketing jen jako komerční aktivitu a nevidí jeho opodstatnění v neziskovém sektoru. Na druhou stranu v této oblasti existují i organizace, které zvládly marketing mnohdy lépe než některé komerční firmy. Jedním z důvodů oprávněné implementace marketingu v neziskovém sektoru je existence tržní konkurence. Ta v tomto případě netkví pouze v poskytování stejných služeb stejné cílové skupině, ale také v konkurenci mezi organizacemi s různými zájmy usilující o stejné finanční zdroje. (Bačuvčík, 2011)

Kotler definuje marketing jako: „*společenský a manažerský proces, jehož prostřednictvím uspokojují jednotlivci a skupiny své potřeby a přání v procesu výroby a směny produktů a hodnot.*“ (Kotler, 2007)

Marketing podle **Chartered Institute of Marketing** je „*součástí procesu řízení, zaměřuje se na identifikaci, předvídání a uspokojování požadavků zákazníka s cílem vytvořit zisk.*“ (What is marketing, 2016)

Peter Drucker definoval marketing „*jako podnik viděný z hlediska jeho konečného výsledku, tj. z hlediska zákazníků.*“ (Drucker, 1994)

Hannagan (1996) pro potřebu definice marketingu neziskových organizací upravil definici Chartered Institut of Marketing a vypustil z ní pasáž „s cílem vytvořit zisk“. V této podobě ji využívá i Šimková (2012). V takto vystavěné definici ovšem dochází k nevyrovnanému vztahu, kde zákazník uspokojí své potřeby, ale není zmíněna protihodnota (potřeby, motivace) pro neziskovou organizaci. O něco výstižněji definuje neziskový marketing Vašítková (2014, s. 213) – „*Neziskový marketing se definuje jako každé marketingové úsilí, které vynakládají organizace či jednotlivci za účelem dosahování neziskových cílů.*“ (Vašítková, 2014) Marketing neziskových organizací se od obecného pojetí marketingu liší mimo jiné tím, že necílí pouze na ty, kteří jejich službu spotřebovávají, ale především na ty, kteří je financují. (Bačuvčík, 2011)

Neziskový marketingový mix klade důraz na výrobek/službu a na poskytovatele služby. Méně se pak zajímá o cenu, reklamu a obal. Protože se tyto služby poskytují za nízkou cenu (či zadarmo), hraje větší roli jejich kvalita. Služba musí mít jistou úroveň. (Hannagan, 1996) Marketingový mix neziskových organizací rozšiřuje základní 4P (Produkt, Price, Place, Promotion) nejen o lidi, ale také o další složky a to v závislosti na zvolení americké či švýcarské školy.

Americká škola Johns Hopkins University v Baltimore (USA) zahrnuje mezi rozšiřující složky marketingového mixu také cílovou skupinu (zákazníci, zaměstnanci, ostatní veřejnost, dárci a dobrovolníci), což představuje jiný název pro kategorii lidí. Další položkou je produkční kapacita, která říká, v jaké míře organizace efektivně uspokojí poptávku po svých službách, produktech či programech. Švýcarská škola Fribourské univerzity souhlasí s americkou školou s kategorií lidí a místo produkční kapacity uvádí politiku (lobování, kolektivní vyjednávání apod.). (Rektořík a kolektiv, 2007)

2 Fundraising

Prioritním cílem neziskové organizace je naplnění poslání, to by se ovšem neuskutečnilo bez zajištění zdrojů k tomu potřebných, k čemuž slouží právě fundraising (v překladu „navyšování zdrojů“). Konkrétně se jedná se o průběžné shromažďování zdrojů v takové výši a struktuře, aby pokryly činnosti neziskové organizace v plném rozsahu.

Počátky fundraisingu sahají až do období 70 – 8 př. n. l., kdy žil Gaius Cilnius Maecenas (základ pro české slovo mecenáš). Maecenas byl bohatým ochráncem umění. Shromážděnými finančními prostředky podporoval několik umělců své doby. V roce 1796 u nás vzniká první mecenášský spolek – Společnost vlasteneckých přátel umění v Čechách, která přestavovala „stavební kámen“ pro dnešní Národní galerii. (Boukal a kolektiv, 2013)

Jako příklad „neziskové organizace“ lze uvést špitály, které byly zakládány od 12. století původně jako útočiště pro poutníky do Svaté země. Později sloužily hlavně nemocným, starým a chudým lidem. Špitály při klášterech zřizoval panovník, šlechta nebo církve, kteří do těchto subjektů vkládali potřebný majetek, s jehož pomocí mohlo dojít k naplnění poslání. O chod a pacienty se starali mniši a řeholnice. Jako novodobého zástupce lze označit Milosrdné sestry sv. Karla Boromejského (zkráceně boromejky). Ty se do podvědomí lidí dostaly především péčí o bývalého prezidenta Václava Havla během jeho těžké nemoci.

V 18. století dochází k rozvoji mimocírkevních organizací. Veřejně prospěšná činnost začala expandovat i do jiných oblastí než sociální a zdravotní péče. Postupné zapojování státu do financování soukromých investic lze pozorovat již při výstavbě Národního divadla.

Pojem „fundraising“ byl poprvé použit v USA koncem 40. let 20. století ve spojitosti s fundraisingovými činnostmi charitativních organizací na federální úrovni. Ve stejné době (1948) došlo k prvnímu pokusu o nastavení obecných pravidel fundraisingu. Vedlo ho sdružení personálních ředitelů amerických firem (Federal Personnel Council). V roce 1958 byla pod názvem Fund Raising Bulletins vydána první dvě čísla přehledu zpráv obsahující ucelený seznam, který zahrnoval pouze NNO s povolením shromažďovat prostředky na celostátní úrovni. Dva roky poté vznikl první registr NNO, jež splňovaly

vymezená kritéria pro vedení celostátních kampaní. Tehdy se poprvé objevil Americký červený kříž. (Boukal a kolektiv, 2013)

Pomocí celostátních kampaní zahájily NNO šíření informací o účelu jejich existence nejprve mezi zaměstnance firem a poté mezi firmy samotné. V roce 1971 došlo k umožnění srážek ze mzdy pro dobrovolné účely. Tento rok odstartoval rostoucí tendenci, jak prostředků věnovaných NNO, tak rozšiřování počtu NNO. Také jejich poslání se začala více větvit, ze sféry zdravotní a sociální péče zaměřily i do oblastí ekologie či ochrany zvířat.

Pojmu fundraising dosud nebyl nalezen v žádném jiném jazyce ekvivalent, který by vhodně vystihoval podstatu tohoto slova. Od roku 2014 lze pojem fundraising najít také v českém slovníku.

Jedna z definic fundraisingu zní takto: „*Fundraising představuje systematické získávání finančních i nefinančních zdrojů, které nezisková organizace potřebuje k realizaci svého poslání prostřednictvím jednotlivých projektů.*“ (Boukal a kolektiv, 2013, s. 34) Kvalitní fundraising spočívá nejen v procesu získávání zdrojů, ale také ve správném vedení lidí – fundraisingovém řízení. Základní pravidlo pro úspěšný chod neziskové organizace představuje vícezdrojové financování, tj. organizace nesmí být závislá pouze na jediném zdroji. Špatné financování prezentuje také případ, kdy bude mít nezisková organizace více zdrojů, přičemž jeden z nich bude výrazně dominantní.

Bachmann (2011) definuje fundraising jako „*dlouhodobou a systematickou spolupráci s dárci (jednotlivci a organizacemi) vedoucí k zajištění finančních prostředků potřebných pro realizaci poslání organizace*“. (Bachmann, 2011, s. 242)

NNO mohou využívat několik forem zdrojů, mezi které patří hmotné zdroje, práva, informace, práce a služby. (Boukal a kolektiv, 2013) Dárci dávají v mnoha případech přednost hmotným darům před těmi peněžními a to z důvodu konkrétnosti jejich využití, např. nábytek poslouží k vybavení společenské místnosti. Oproti tomu při darování peněz nemusí být známo, k jakým účelům bude částka využita. Neobvyklá není ani výměna zboží nebo služeb za jiné zboží/službu bez použití peněz, tedy tzv. barter.

Zdroj v podobě práv reprezentuje situace, kdy nezisková organizace využije se souhlasem vlastníka bezplatně (nebo za symbolickou cenu) jeho reklamní prostor, kde umístí své logo či informace o realizovaných projektech. Ve fundraisingu hrají stěžejní

roli včasné informace, ty vedou k efektivní práci při hledání zdrojů. Neziskové organizace je získávají především od specializovaných (neziskových) organizací.

Důležitými zdroji pracovní síly jsou firemní dobrovolníci. Neziskové organizace zapojují tyto pracovníky do svých projektů, ve kterých využívají jejich odborné znalosti, nápady atd. Ze zmíněné kooperace profitují nejen neziskové organizace, ale i další zúčastněné subjekty. Existuje mnoho způsobů, jak získat potřebné finanční zdroje. Mezi ty nejběžnější řadíme:

- veřejnou sbírku;
- dárcovskou SMS (neboli DMS);
- benefiční akci;
- osobní setkání;
- vytvoření projektu a následná žádost o grant či dotaci;
- prodej vlastních produktů či služeb;
- členské příspěvky (pouze v některých právních formách NNO).

2.1 Dárci (donátoři)

Při volbě způsobu zajištění zdrojů zohledňujeme především skupinu dárců, kterou chceme oslovit. Jinak budeme cílit na soukromé firmy a jinak na jednotlivce. U fundraisingu je nezbytné mít stále na paměti, že tato metoda není jen o penězích, ale především o lidech. Právě lidé představují zdroj prostředků tolik potřebných pro úspěšné fungování neziskové organizace. Navážeme-li vztah s dárcem, je zapotřebí tento vztah rozvíjet a pečovat o něj. Základní škálu potenciálních subjektů, od kterých lze získat potřebné zdroje, tvoří:

- veřejná správa (státní správa, krajské a obecní úřady atd.);
- nadace a nadační fondy;
- individuální dárci (fyzické osoby, OSVČ atd.)
- firmy a jiné soukromé subjekty;
- příjmy z vlastní činnosti.

Finanční prostředky z **veřejné správy** může organizace získat pomocí grantu či dotace. Nejprve ale musí zpracovat projekt, na který chce dotace (grant) použít, a podat žádost. Před podáním žádosti se vyplatí nastudovat si podmínky získání peněz. Obecně lze tvrdit, že disponibilní množství veřejných zdrojů stagnuje, anebo se snižuje, kdežto

počet žádajících organizací roste. Z toho vyplývá, že jen velmi málo organizací na tyto finanční zdroje skutečně dosáhne. Jako dar poskytnutý obcí či krajem chápeme také bezplatný pronájem prostor pro stálé zázemí či jednorázovou akci. Významnou podporou ze strany obce může být garance, ať už při žádostech o dary od jiných subjektů či při standardních jednáních.

Přestože **nadace a nadační fondy** jsou samy neziskovými organizacemi, významně podporují činnosti jiných NNO. Nadace mají za úkol plnit účel, pro který byly založeny. Na základě tohoto tvrzení nemá smysl, aby NNO s posláním týkající se vzdělání žádala o grant nadaci zaměřující se na rozvoj kultury. „*Podpora nadací se zaměřuje takřka výhradně na projekty, nikoliv na běžnou činnost.*“ (Bačuvčík, 2011, s. 121) A to především z důvodu zlepšování kvality služeb organizace, potažmo zajištění většího prospěchu cílové skupiny. Většina nadací vypisuje granty v určité časové frekvenci. Vyhlášení grantu zpravidla obsahuje téma podpory, cílovou skupinu, profil potenciálního žadatele, disponibilní částku, možné účely jejího využití a upřesnění podání žádosti (náležitosti, uzávěrka). Na webových stránkách Neziskovky.cz lze stáhnout grantový kalendář.

Pod pojmem **individuální dárc** si lze představit jakoukoliv fyzickou osobu, která věnuje dar neziskové organizaci. Dar můžeme definovat jako něco hodnotného, co dárc dobrovolně převedl ze svého vlastnictví do vlastnictví obdarovaného bez nároku na přímou protihodnotu. Tato kategorie se na rozdíl od nadací či veřejné správy vyznačuje vysokou mírou emocionality (Boukal a kolektiv, 2013), proto je důležité budovat osobní vztah mezi těmito dárci a neziskovou organizací. Při zapojování individuálních dárců se jedná o jakýsi druh „směnného obchodu“, kdy jednotlivec poskytne dar, kterým podpoří chod organizace (potažmo naplnění poslání), a získá tak možnost participovat na dobré věci. Umí-li organizace zaujmout svým úsilím stovky jednotlivců, získá při správné komunikaci relativně stálý zdroj příjmů, které mohou pokrýt např. náklady na provoz organizace.

Dle Bačuvčíka (2011) tkví problém drobných dárců v tom, že zpravidla věnují jen malý příspěvek, avšak organizace vynaloží většinou nemalé náklady na jejich získání. Aby organizace obdržela větší částku je nucena oslovit větší skupinu lidí, což se může značně prodražit. Významná změna nastává v případě, že se z dárc jednorázového stane pravidelný, pak lze hovořit o relativně stálém zdroji příjmů. Vrchol budování vztahu mezi

organizací a jednotlivcem představuje závěť odkazující pozůstalost dárce organizaci (viz *Obrázek 1*). Dárcovskou pyramidu ve své knize použil také Šedivý a Medlíková. (Šedivý, Medlíková, 2012)

Obrázek 1 - Dárcovská pyramida



Vnější šipky na *Obrázek 1* označují dárce vstupujícího do pyramidy. Vnitřní šipky určují následný postup dárce a způsoby darování na jednotlivých úrovních. Získá-li organizace dar od nového dárce, je ho třeba přesvědčit a motivovat k opakovanému darování, v nejlepším případě ke zřízení trvalého příkazu ve prospěch organizace. Pokud má dárce s organizací velmi dobré vztahy, může se rozhodnout ji obdarovat významným darem. Na posledním stupínku pyramidy se nacházejí dárce, již se v poslední vůli rozhodnou něco organizaci odkázat. Každé úrovni pyramidy odpovídají jiné metody získání a udržení dárců. (Machálek, Nesrstová, 2011) Bachmann (2011) dále přidává ke každému patru pyramidy rozmezí finančních příspěvků. Např. u pravidelných dárců uvádí interval 1 000 – 5 000 Kč.

Fundraisingové metody se v rámci pyramidy používají, aby přesvědčily dárce ke vstupu a také aby docházelo k posunu mezi jednotlivými patry. Na dárcovskou pyramidu lze aplikovat tzv. Paretovo pravidlo, které v tomto případě říká, že 80 % dárců z dolní části pyramidy poskytne 20 % z celkové hodnoty darů a zároveň 20 % dárců z horní části poskytne 80 % z celkové hodnoty darů. Převedeme-li tyto hodnoty na množství úsilí a práce, dozvíme se, že 80 % úsilí přináší 20 % příjmů. I přesto, že by se mohlo zdát zbytečné vynakládat takové úsilí na získání relativně málo příjmů, nesmí organizace opomíjet dolní části pyramidy, protože právě zde startují pravidelní a významní dárce. (Šedivý, Medlíková, 2012) Bachmann (2011) se ve své publikaci odvolává na Sargeanta,

jenž sestavil seznam šesti základních faktů, o které by se NNO měla v souvislosti s trvalými dárci zajímat:

1. motiv k prvnímu darování,
2. hodnotu nejvyšší a poslední darované částky,
3. datum posledního daru,
4. četnost darů,
5. upřednostňovaný čas darování a
6. povaha požadovaného vztahu. (Bachmann, 2011)

Dle motivu vedoucího k prvnímu darování by se měla NNO (fundraiser) rozhodnout, jak bude s dárcem dále komunikovat. Jinak bude pracovat s osobou, která se rozhodne darovat peníze např. na podporu zdravotně postižených, protože má v rodině zdravotně postiženého (prvotní motiv) a důvod darování se tak shoduje s posláním organizace a jinak tomu bude v případě osoby, jejíž motiv je „pouze“ dobrý pocit z dobročinnosti. Hodnota nejvyšší a poslední darované částky poukazuje na intenzitu zájmu dárce. Obecně s prodlužujícím se intervalem částky klesají. Preferovaný čas darů ukazuje, kdy je nejvhodnější doba k oslovení daného dárce. Po zjištění požadované povahy vztahu ze strany dárce by se mu měla NNO přizpůsobit.

Nejlepší způsob, jak lidi motivovat k opakovanému darování, je za každý jakkoliv velký dar poděkovat. Organizace by neměly zapomínat informovat dárce o způsobu využití jejich daru. Dárce jistě uvítá otázku, jaký komunikační kanál pro sdělení informace preference. Stejně jako ne každý běžně využívá e-mail, nemusí každému vyhovovat klasická pošta. Aby se dárci na pyramidě pohybovali vzhůru, je třeba s nimi navázat osobní kontakt a prohlubovat vzájemný vztah. K tomu dobře slouží např. benefiční akce, kde se dárcům nabízí skloubení dobročinnosti se zábavou.

Mezi tradiční a hojně zastoupené poskytovatele zdrojů pro NNO patří **firmy**. Oproti USA, kde převládá dárcovství jednotlivců, se u nás setkáváme s významnou podporou právě ze strany firem. (Šedivý, Medlíková, 2012) Ty na rozdíl od individuálních dárců poskytují vyšší finanční částky. Zároveň si hlídají, kam přesně peníze putují, a proto mnohdy preferují placení vybraných faktur za neziskovou organizaci před vyplácením peněz v hotovosti. I přesto že by podpora ze strany firem neměla být čistě účelová, v mnohých případech se podnikatelské subjekty zapojují do dárcovství za účelem např. zlepšení image firmy. S tím souvisí také společenská odpovědnost firem, ke které se hlásí

stále více a více podniků. Formu pomoci ze strany firem představují též firemní dobrovolníci. V České republice se bohužel tento typ spolupráce podniků a NNO zatím příliš neujal.

Zajímavou možností je pomoc obchodních firem coby „externích fundraiserů“ neziskové organizace. Obchodní oddělení dané firmy pracuje na získávání nejen vlastních zakázek, ale také darů pro partnerskou neziskovou organizaci. (Bačuvčík, 2011)

U podpory ze strany podnikatelských subjektů je nutné rozlišovat, zda jde o dárcovství či **sponzoring**. Poskytuje-li firma NNO dar a neočekává za to žádnou protihodnotu, jedná se o dárcovství. Oproti tomu při sponzorování se předpokládá protiplnění ze strany NNO. Nejčastěji se jedná o zviditelnění sponzora pomocí reklamy (např. umístění loga sponzorské firmy na produkty NNO).

Poslední z výčtu možných zdrojů financování NNO představují **příjmy z vlastní činnosti**. Mezi ty řadíme příjmy např. z prodeje vlastních produktů a služeb, poskytování konzultačních a poradenských služeb atd. „*Dalšími příjmy, které může NNO získat, jsou příjmy z pronájmu dlouhodobého hmotného majetku, příjmy z nehmotného majetku a příjmy z úroků nebo jiných finančních aktivit.*“ (Boukal a kolektiv, 2013, s. 152)

2.2 Fundraiser

Aby fundraisingové činnosti správně fungovaly, musí být zaštitěné lidmi. V malých NNO vykonává funkci fundraisera vedoucí pracovník (ředitel) nebo orgány kompetentní k řízení. Velké NNO si zpravidla najímají specializovaného fundraisera, který může být jak interním tak externím pracovníkem. Fundraisera lze definovat jako člověka, jenž se profesionálně zabývá fundraisingem.

Zatím převažujícím modelem v České republice je **interní fundraiser**, který pracuje přímo pro NNO a zabývá se vyhledáváním využitelných grantů, shání firemní sponzory či oslovuje individuální dárcy. Internista seznámený s posláním a cílem organizace pracuje se zápallem pro věc. Interní model má i své nevýhody. Pokud je fundraiserem zároveň např. ředitelem (většinou v malých NNO), zaměstnávají ho obě pozice a nemůže se tak naplno věnovat ani jedné z nich. U samostatné funkce fundraisera hrozí při jeho neúspěšné práci situace, kdy organizace vydá na zaplacení fundraisera více prostředků, než jí on sám zajistí.

V poslední době se můžeme v praxi setkat i s **externími fundraisery**. Tímto organizaci odpadá problém s výše zmíněnou rozpolceností mezi pracovními pozicemi. Organizace se tak může plně zaměřit na svou vlastní činnost. Externista navíc nabízí zkušenosti v oblasti práce s dárci a projektového marketingu a přístup k dalším zdrojům. Správa a rozhodování i nadále zůstávají v rukou organizace. Nevýhodou zůstává možná absence zápalu pro poslání organizace vzhledem k tomu, že fundraiser není jejím přímým zaměstnancem.

Každá organizace musí sama posoudit, zda se jí finančně i pracovně více vyplatí věnovat fundraisingu vlastní síly či pověřit externího profesionála. Při rozhodování pomáhá provést analýzu vnitřních zdrojů a zhodnotit vlastnosti a kapacitu stávajících zaměstnanců, z jejichž řad by případně organizace mohla vybrat fundraiser. Za zvážení také stojí podíl času potřebného při strategické plánování fundraisingu a v poměru k času stráveného nad administrativou a koordinací. Mnohdy dochází k překrývání jednotlivých pracovních pozic, zaměstnanec pracuje jako fundraiser a zároveň má na starosti administraci projektů, propagaci, marketing i strategické plánování. Při plánování si nestačí stanovit jen samotné cíle, ale také časový horizont, ve kterém chce organizace cíle naplnit. Fundraisingový plán vychází především z finanční situace celé organizace. Organizace sestavují finanční rozpočty na rok dopředu proto, aby věděly, kolik financí budou muset získat na pokrytí veškerých nákladů. Na základě rozpočtového plánu lze sestavit zdrojový plán, který obsahuje informace o výši zdrojů a metodách jejich získání.

2.3 Zásady fundraisingu

Fundraising může být úspěšný jen při dodržování několika zásad. Boukal (2013) uvádí následující zásady:

- zásada komplexnosti;
- zásada začlenění;
- zásada aktivity;
- zásada strategičnosti;
- zásada vzdělávání okolí;
- zásada pravdivosti;
- zásada poděkování;
- zásada optimismu a
- zásada výsledku. (Boukal a kolektiv, 2013)

Zásada komplexnosti hovoří o tom, že na fundraising nelze pohlížet jen jako na získávání prostředků, jak už bylo mnohokrát řečeno, ale také jako na budování vztahů s dárci. Organizace musí věřit ve své poslání a při cestě k jeho naplnění být přesvědčena o správnosti svého jednání. Toto maximální přesvědčení (zápal) pak předává dál dárčům, kteří ho pak předají potenciálním dárčům. Je-li přesvědčení malé, nedojde ani k „rekrutování“ prvních dárců a řetězec se přeruší. Pro naplnění zásady komplexnosti se více hodí interní fundraiser, který organizaci dobře zná. (viz 2.2)

U **zásady začlenění** se v první řadě ptáme na otázky, proč fundraising probíhá a v jaké souvislosti ho používáme. Účelů fundraisingu je hned několik a člení se na následující:

- fundraising pro přežití;
- fundraising k rozšíření a rozvoji neziskové organizace (nové projekty);
- fundraising k omezení závislosti neziskové organizace na podporovatelích (vícezdrojové financování);
- fundraising k budování podpory (stabilní okruh podporovatelů);
- fundraising k vytvoření udržitelné NNO. (Boukal a kolektiv, 2013)

Fundraising pro přežití chápeme jako krizový finanční management. Využívá se při situaci, kdy má NNO větší náklady než výnosy. K tomu může dojít např. vlivem přírodních katastrof, při neobdržení očekávané dotace či grantu nebo nezajištěním vícezdrojového financování. V případě, že chce NNO inovovat své služby a vyslyšet přání potřebných, sahá po **fundraisingu k rozšíření a rozvoji NO**. Ten se opět opírá o poslání organizace, prostřednictvím kterého ukazuje potenciálním dárčům, kam budou jejich dary putovat. Na úplném začátku se NNO opírá jen o několik málo dárců. S růstem jejího záběru a poskytovaných služeb potřebuje NNO rozšířit základnu podporovatelů. K tomu využívá **fundraising k omezení závislosti NO na podporovatelích** neboli vícezdrojové financování.

Pomocí **fundraisingu k budování podpory** se zajišťuje jeden z hlavních cílů fundraisingu jako takového, a sice zajištění stálého okruhu poskytovatelů. Díky nim má organizace opakovaný a stabilní příjem, který pokrývá jak správu, tak poskytované služby naplňující poslání. Metody zaopatření opakované či stálé podpory se různí podle typu donátora. Významnými stálými podporovateli jsou zpravidla individuální dárci. Ti se na rozdíl od firemních dárců neodvrátí od organizace zády ani při ekonomických krizích. V období ekonomických komplikací bývají dary organizacím škrtnuty v rozpočtu jako

první. U individuálních dárců rozlišujeme několik skupin, z nichž každá vyžaduje jiný přístup, jak jsem již zmiňovala v souvislosti s dárcovskou pyramidou v kapitole 2.1.

Na předchozí typ fundraisingu navazuje **fundraising pro vytvoření udržitelné NNO**. Stabilní struktura příznivců a jejich darů představuje nezbytný předpoklad pro dlouhodobou udržitelnost NNO. Fundraiser analyzuje vývoji zdrojů v minulých letech. Na základě těchto informací pohotově reaguje na prudké snížení či zvýšení v určité skupině podporovatelů. Např. vypadne-li očekávaný zdroj, fundraiser se snaží získat náhradní nebo v případě neočekávaně vysokého daru komunikuje s dárcem, zjišťuje motivy jeho počínání a popř. se snaží zajistit trvalou přízeň.

Zásada aktivity funguje na bázi neustálé iniciativy. Představitelé organizace včetně fundraisera by při situaci, kdy jsou zajištěny stabilní zdroje pokrývající běžný chod i jednotlivé činnosti organizace, neměli začít usínat na vavřínech. Neustále je zapotřebí hledat nové příznivce, zkoušet nové metody jejich oslovení či nové postupy, jak je motivovat. Silné konkurenční prostředí neziskových organizací neponechává prostor pro zahálení. Pro tuto práci se hodí asertivní fundraiser, jehož rysy popisuje Boukal (2013) takto:

- umí otevřeně, upřímně a přiměřeně komunikovat s lidmi na všech úrovních;
- umí aktivně prosazovat svá přání a cíle;
- umí vyjádřit přiměřenou formou své city;
- umí požádat o to, co NNO potřebuje;
- umí neříkat „ano“, když chce říci „ne“;
- umí přijmout odmítnutí bez rozladění a pocitů urážky či ponížení;
- umí vyjádřit a zároveň přijmout kritiku či pochvalu;
- umí jednat vždy s plným nasazením. (Boukal a kolektiv, 2013)

Asertivní fundraiser uznává druhé lidi, respektuje jejich názory a přání, snaží se jim porozumět, ovládá své emoce, dává prostor kompromisům a nesnaží se mít za každou cenu pravdu. Člověk mající tyto vlastnosti je vhodným kandidátem na fundraisera.

Zásada strategičnosti vychází z tvrzení, že fundraising je součástí strategického řízení NNO. Na počátku fungování NNO se společně s posláním formuje také soupis potenciálních zdrojů financování. „*Strategické fundraisingové rozhodnutí závisí na více*

faktorech. Důležitým faktorem je uznání veřejné prospěšnosti poslání NNO a jejich aktivit, které z poslání NNO vyplývají.“ (Boukal a kolektiv, 2013, s. 53)

Má-li NNO veřejně prospěšný charakter, může při hledání zdrojů cílit i na veřejný rozpočet. Za další faktor považujeme zajištění nezávislosti NNO vzhledem ke svému okolí. Tento faktor se týká především ekologicky zaměřených organizací, které ze strategických důvodů nevyužívají prostředků z veřejného rozpočtu či podnikatelských subjektů. Zdroje takto zaměřených organizací tvoří především příspěvky členů a dary příznivců. *„Východiskem pro zpracování fundraisingové strategie je strategická fundraisingová analýza. Zahrnuje komplexní analýzu okolního prostředí včetně analýzy jeho kultury a očekávání všech předpokládaných zúčastněných subjektů. Strategická fundraisingová analýza zahrnuje následující okruhy činností:*

- *formulace poslání NNO;*
- *externí analýza makroprostředí;*
- *externí analýza mikrookolí;*
- *interní analýza NNO;*
- *syntéza výstupů z předchozích okruhů.*“ (Boukal a kolektiv, 2013, s. 54)

Zásada vzdělávání okolí spočívá v tom, že je zapotřebí neustále lidem připomínat, proč daná NNO existuje, jaké má poslání, jaké skupině lidí jsou určeny její aktivity, prostřednictvím kterých naplňuje poslání. Na dobré komunikaci závisí úspěšnost fundraisingu.

Zásada pravdivosti se zakládá na komplexní transparentnosti NNO. Fundraiser musí vždy uvádět pouze pravdivá sdělení a to i v případě, že se jedná o nepříjemnou informaci. Problém představuje vědomé neinformování, kdy dárci úmyslně zatajíme informaci, který by ho od darování odradila. Se zásadou pravdivosti se pojí také diskrétnost. Např. požádali dárce o anonymitu v rámci zveřejnění soupisu podporovatelů, musí NNO jeho přání respektovat. K informování široké veřejnosti nejlépe slouží výroční zprávy opatřené posudkem nezávislého auditora.

Zásada poděkování tkví, jak už z názvu vyplývá, v poděkování. Je nezbytné, aby fundraiser poděkoval každému donátorovi nehledě na to, jak velký dar poskytl. Poděkování i s informací o použití daru by mělo být posláno nejpozději do čtrnácti dnů od obdržení daru. K děkovnému dopisu se nejčastěji připojuje také potvrzení o daru (k

daňovým účelům). Fundraiser by neměl s dárci komunikovat jen po obdržení daru, ale i v rámci průběžného informování o aktivitách organizace.

Ne každá žádost o dar skončí úspěšně. V případě neúspěchu se vyplatí vzpomenout si na **zásadu optimismu**. Lépe totiž vypadá sklenice, na kterou nahlížíme jako na z poloviny plnou než na poloprázdnou. I fundraiser by měl při své práci na věc nahlížet optimisticky a držet se této zásady.

Zásada výsledku říká, že při zjišťování (ne)úspěšnosti fundraisingu NNO porovnává výši shromážděných prostředků s náklady na jejich získání. Tj. pořádá-li NNO sbírku, musí dopředu vědět, kolik peněz bude zapotřebí na realizaci této sbírky, a obstatat finanční prostředky, které pokud možno plně pokryjí náklady spojené s uskutečněním projektu. Veškeré prostředky ze sbírky pak mohou být využity přímo na předem stanovený účel.

PRAKTICKÁ ČÁST

Pro zpracování praktické části jsem si vybrala nestátní neziskovou organizaci s názvem Diecézní charita Plzeň. Pro podrobnější práci využiji jednotlivé chebské pobočky Diecézní charity Plzeň, u kterých vymezím jejich služby, cílovou skupinu a účel zařízení a poté se zaměřím na analýzu jejich nákladů a výnosů, ty posléze porovná s jinou nestátní neziskovou organizací stejného charakteru a nabízených služeb. Pro tento účel jsem zvolila Diakonii Západ. Na závěr praktické části navrhnu dvě fundraisingové aktivity, které představují pouze část celého fundraisingového plánu.

3 Diecézní charita Plzeň

Diecézní charita Plzeň (DCHP) je účelovým zařízením římskokatolické církve

Obrázek 2 – Logo DCHP



s vlastní právní subjektivitou. Charitu zřídilo Biskupství plzeňské, sídlící na adrese Náměstí Republiky 35, 301 00 Plzeň. Diecézní charita považuje za své hlavní poslání pomoc lidem v tísní, ohrožení a nouzi, bez rozdílu barvy pleti, náboženství či národnosti. DCHP poskytuje charitativní, sociální a zdravotní služby a humanitární pomoc. V čele Diecézní charity Plzeň stojí prezident monsignor Vladimír Born. Rada DCHP (poradní orgán ředitele) se sestává z předsedy – Ing. Jiří Lodr (též ředitel

DCHP) a členů – Mons. Vladimír Born, Bc. Ladislav Lego (též viceprezident a spirituál), Mgr. Pavel Janouškovec, Bc. Marie Malkusová, Ing. Alena Drlíková a Ing. Aleš Klůč. Revizní komisy tvoří Ing. Ludmila Čtvrtníková, Ing. Věra Flídrová a Marie Kojzarová. U projektů DCHP v Chebu zastupuje ředitele Pavel Barták. (webové stránky DCHP) Dle Mezinárodní klasifikace neziskových organizací ICNPO řadíme DCHP do kategorie Náboženství podoblasti Církve a náboženské společnosti (viz kapitola 1.1). (Diecézní charita Plzeň, 2016)

Co se týče služeb a činností „zastřešila DCHP v roce 2014 provoz 53 registrovaných sociálních služeb, 17 neregistrovaných služeb, 2 humanitárních projektů a 7 charitních šatníků. Na těchto projektech se podílelo celkem 465 zaměstnanců ve všech charitách a 314 dobrovolníků, v době Tříkrálové sbírky cca 3 500 dobrovolníků.“ (Výroční zpráva 2014 DCHP, 2016)

DCHP sdružila v roce 2014 celkem 23 Charit, mezi které patří i farní Charita Cheb s vlastní právní subjektivitou. V dalších kapitolách se podrobněji zaměřím na činnosti Diecézní charity v Chebu. Umístění jednotlivých Charit s i bez právní subjektivity znázorňuje Obrázek 3. (Výroční zpráva 2014 DCHP, 2016)

Obrázek 3 - Mapa pracovišť Diecéze plzeňské



3.1 Činnosti DCHP v Chebu

DCHP provozuje v rámci své činnosti v Chebu hned několik pracovišť, patří sem Azylový dům Betlém Cheb, Nízkoprahové denní centrum Cheb, Středisko sociální rehabilitace Cheb, Noclehárna Betlém Cheb, Krizová pomoc Cheb, Dluhová poradna Cheb a Poradna pro oběti trestných činů Cheb. (Diecézní charita Plzeň, 2016)

Azylový dům Betlém (ADB) Cheb (vznik v roce 2009) nabízí klientům základní sociální poradenství a možnost ubytování (za nízký poplatek) pro jednotlivce a rodiče s dětmi. Lidé využívající služeb ubytování mají dále k dispozici kromě pokoje společnou koupelnu, kulturní místnost, počítačovou místnost a kuchyň, kde si mohou uvařit. V případě zájmu si klienti mohou také vyprat prádlo. Azylový dům Betlém poskytuje své služby lidem bez přístřeší a osamělým rodičům s dětmi ohroženým sociálním vyloučením na základě:

- ekonomických důvodů;
- návratu z výkonu trestu;
- opuštění ústavní péče;
- sociální nepřizpůsobivosti;
- rozvodu či opuštění společné domácnosti a
- nesoběstačnosti v základních životních dovednostech.

Hlavní cíle azylového domu představuje pomoc klientům přestěhovat se do jiného typu ubytování a vylepšit tak jejich sociální situaci. V této oblasti má azylový dům na kontě významný úspěch v podobě čtyř malometrážních sociálních bytů (dále jen **Sociální byty Cheb**), kam se mohou klienti splňující podmínky nastěhovat. Podnájemní smlouva trvá jeden rok, během kterého se opět začleňují do společnosti a zvykají si na „normální“ život. Vše za podpory pracovníků DCHP.

Nízkoprahové denní centrum (NDC) Cheb poskytuje od roku 2007 tytéž služby jako Azylový dům Betlém ale zdarma. Služby jsou určeny osobám starším 18 let bez přístřeší a ze sociálně vyloučených lokalit s trvalým pobytem v celé ČR. Navíc nabízí pomoc při uplatňování práv a oprávněných zájmů. NDC má za cíl podporovat klienty při hledání bydlení či ubytování. NDC významně spolupracuje s farní Charitou Cheb, jejíž dobrovolníci pomáhali při přípravě Vánoc.

Středisko sociální rehabilitace (SSR) Cheb slouží již od roku 2008 osobám s absencí základních pracovních a psychosociálních návyků. S jejich opětovným získáním či obnovením jim pomáhají sociální pracovníci SSH. Pracovníci (klienti) musí dále splnit podmínku dočasného ubytování v Azylovém domě Betlém Cheb nebo musí mít doporučení od Úřadu práce Cheb. Klienti zaměstnaní SSH se starají o areál Krajinné výstav v Poohří, poutní objekt Maria Loreto v Hrozňatově, sídliště Skalka a další místa. Hlavním cílem SSH je pomoc klientům opět se postavit na vlastní nohy, najít si ubytování a zlepšit si svou sociální situaci.

Noclehárna Betlém (NB) Cheb vznikla v roce 2013. Klientům nabízí ubytování za 40 Kč / noc, možnost vykonání hygieny, praní prádla za 5 Kč, přípravu stravy a základní sociální poradenství. Noclehárna poskytuje své služby osobám starším 18 let bez přístřeší, především občanům Chebu a Karlovarského kraje. Hlavní cíl představuje pomoc klientům k nalezení nového stálého ubytování.

Dluhová poradna (DP) Cheb nabízí následující služby:

- odborné sociální poradenství v oblasti splátkového kalendáře, exekuce, insolvence;
- informace o možnostech využití veřejných služeb;
- případně zprostředkování prvního kontaktu s další institucí;
- odborné sociální poradenství v oblasti sociálně právní pomoci (dávky všeho druhu);
- odborné sociální poradenství v oblasti pracovně-právních vztahů a nezaměstnanosti;
- vzdělávání klientů v dluhové problematice;
- pomoc při uplatňování práv, oprávněných zájmů a při vyřizování osobních záležitostí.

Poradna pro oběti trestných činů (POTČ) Cheb poskytuje psychologické poradenství a právní pomoc osobám starším 18 let (mladším pouze se souhlasem zákonného zástupce), kterým se dlouhodobě nedaří vypořádat s psychickou újmou utrpěnou spácháním trestného činu na jejich osobě nebo na osobě jim blízké, příp. na majetku.

Krizová pomoc (KP) Cheb umožňuje klientům bezpečné bydlení v maximální délce 7 dnů, pomoc psychologa, podporu při hledání dalšího ubytování, možnost ošacení a praní prádla, pomoc se zajištěním stravy a podpora při kontaktu s úřady, policií atd. Veškeré služby slouží osobám, jež se dostaly do neočekávané životní situace ohrožující zdraví nebo život.

3.2 Náklady a výnosy DCHP

V této kapitole budu analyzovat výnosy a náklady chebské části DCHP (viz předchozí kapitola 3.1) od roku 2010 až do roku 2014. Všechny údaje uvedené v tabulkách pocházejí z Výročních zpráv DCHP v jednotlivých letech.

Tabulka 4 - Přehled nákladů jednotlivých pracovišť chebské části DCHP (2010 - 2014)

Rok	2010	2011	2012	2013	2014
NB Cheb	751 101	720 237	726 661	1 023 298	929 720
NDC Cheb	1 117 579	1 182 313	1 309 498	1 166 892	1 261 524
SSR Cheb	6 265 532	6 319 236	6 727 675	8 426 096	8 960 122
AD Cheb	3 039 588	3 515 756	3 611 091	4 021 930	5 091 965
Sociální byty Cheb	–	132 767	130 325	183 719	213 875
KP Cheb	–	–	–	1 162 357	1 103 740
DP Cheb	–	–	–	491 319	533 211
POTČ Cheb	–	–	–	–	187 209
Náklady celkem	11 173 800	11 870 309	12 505 250	16 475 611	18 281 366

Jak je možné vidět v *Tabulka 4*, stabilně nejvyšší náklady má Středisko sociální rehabilitace Cheb (vždy přes 6 milionů), jejichž služeb v roce 2014 paradoxně využilo nejméně klientů (27 klientů dle Výroční zprávy 2014 DCHP, 2016) ze všech chebských pracovišť DCHP.

Největšího meziročního nárůstu nákladů za sledované období dosáhly Sociální byty Cheb, které vykázaly v roce 2013 oproti roku 2012 navýšení 41 %. Ve stejném meziročním období se náklady Noclehárny Betlém Cheb zvýšily o 40,8 %. Po rapidním nárůstu nákladů v roce 2013 přišlo v roce 2014 mírné snížení (9,1 %). Rok 2013 oproti roku 2012 přináší také největší meziroční snížení v podobě 10,9 % u Nízkoprahového denního centra Cheb. Co se týče nejvyššího resp. nejnižšího průměrného ročního (rok 2010 - 2014) nárůstu nákladů došlo k nim u Nízkoprahového denního centra Cheb (3,5 %) – v důsledku největšího meziročního poklesu 10,9 % a u Sociálních bytů Cheb (18,5 %) – v důsledku nejvyššího meziročního navýšení 41 %. Dva (Sociální byty Cheb a KP) ze tří projektů zahájených během sledovaných pěti let evidovaly v druhém roce svého působení mírný pokles (1,8 a 5 %). Celkové náklady rostly spolu s rozšiřováním aktivit/pracovišť chebské části DCHP. Náklady jednotlivých poboček se odvíjí od počtu klientů a s tím souvisejících nákladů na služby.

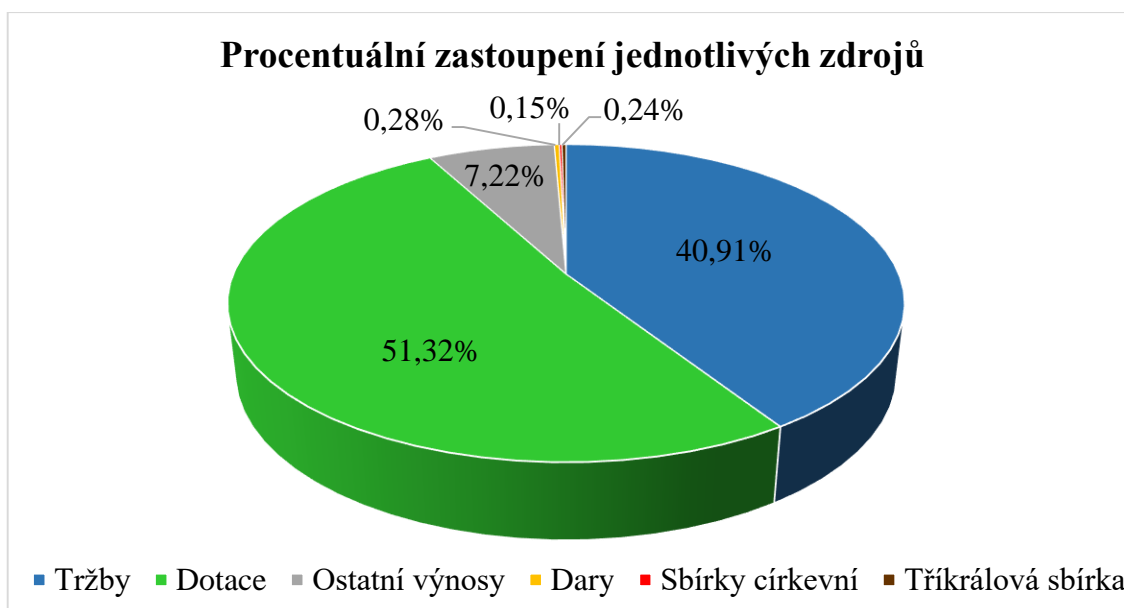
Tabulka 5 - Přehled výnosů jednotlivých pracovišť chebské části DCHP (2010 - 2014)

Rok	2010	2011	2012	2013	2014
NB Cheb	749 375	718 498	723 989	989 858	925 899
NDC Cheb	1 091 107	1 166 217	1 301 711	1 118 730	1 261 294
SSR Cheb	6 257 564	6 314 644	6 722 350	8 374 592	8 959 438
AD Cheb	3 037 277	3 511 154	3 607 893	3 961 591	5 091 026
Sociální byty Cheb	–	131 098	129 902	183 593	212 406
KP Cheb	–	–	–	1 132 592	1 099 007
DP Cheb	–	–	–	462 361	531 462
POTČ Cheb	–	–	–	–	185 911
Výnosy celkem	11 135 323	11 841 611	12 485 845	16 223 317	18 266 443

Z Tabulka 5 vyplývá, že za sledované období dosáhly největšího meziročního nárůstu výnosů Sociální byty Cheb (navýšení 41,3 % v roce 2013 oproti roku 2014). Stejně jako

v případě nákladové křivky Noclehárny Betlém Cheb i hodnoty její výnosové křivky v tomtéž meziročním srovnání prudce vzrostly a to o 36,7 %, další rok pak mírně klesly (o 6,5 %). Při porovnání dat uvedených v tabulce se ukázalo, že k největšímu poklesu (14,3 %) výnosů došlo mezi rokem 2012 a 2013. Toto snížení vykazalo Nízkoprahové denní centrum Cheb. Všechny tři nově vzniklé projekty dosáhly ve sledovaném období většího meziročního nárůstu výnosů než nákladů, resp. poklesu nákladů než výnosů. Zároveň je patrné, že ve druhém roce jejich činnosti s poklesem nákladů klesají výnosy, resp. s navýšením nákladů rostou výnosy. Tuto závislost lze pozorovat u všech pracovišť ve všech meziročních srovnáních, existuje zde přímá úměra. V případě DCHP se nejedná o žádné překvapení vzhledem k faktu, že jejím úkolem jako NNO je poskytnout získané prostředky vybrané cílové skupině. To znamená, že čím více NNO získá financí (růst výnosů), tím více předá potřebným, což se projeví navýšením hodnoty na straně nákladů.

Graf 1 - Podíl jednotlivých zdrojů na celkových výnosech (2010-2014)

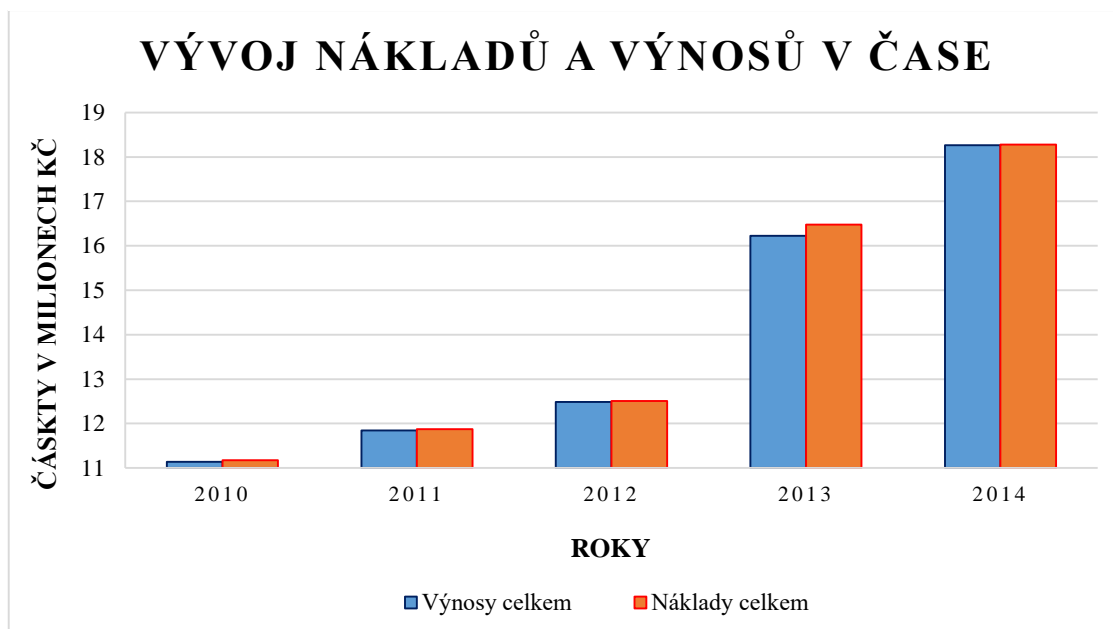


Graf 1 obsahuje procentuální hodnoty, které vyjadřují míru zastoupení jednotlivých článků na celkových výnosech. Uvedená procenta vychází z podílů součtů výnosů dílčích zdrojů napříč všemi pracovišti a sledovaným obdobím na součtu výnosů od roku 2010 do roku 2014. Pod souhrnný název tržby patří tržby za vlastní výkony a služby a tržby za služby v rámci individuálního projektu. Položka dotace zahrnuje dotace z ministerstva práce a sociálních věcí a z ostatních ministerstev, dále dotace kraje, obce a města a ostatní dotace (z úřadu práce a Evropské unie).

Celková suma dotací dosahuje 35 855 671 Kč a představuje tak největší podíl na celkových výnosech. Nejvýznamněji se na této částce podílí obec, město (60,4 %). Na

druhém místě se nacházejí celkové tržby, které činí 28 579 150 Kč. Výnosy z darů, církevních sbírek a Tříkrálové sbírky nepřesahují hranici 200 tisíc Kč. Sedmi procentní podíl ostatních výnosů mírně překračuje 5 milionů Kč.

Graf 2 - Vývoj celkových nákladů a výnosů v jednotlivých letech



V Graf 2 lze vidět, že největšího rozdílu nákladů a výnosů dosáhla chebská část DCHP ve sledovaném období v roce 2013 (ztráta 252 294 Kč), kterou způsobilo několikanásobné zvýšení nákladů oproti předcházejícímu roku. Přičemž nejvýznamnější měrou se na tom podílel Azylový dům Betlém Cheb, jehož náklady vzrostly téměř dvacetinásobně a to z důvodů značného navýšení odpisů a ostatních osobních nákladů. Nejmenší ztrátu vykázala chebská pracoviště DCHP v roce 2014 (- 14 923 Kč).

3.3 Tříkrálová sbírka

Tříkrálová sbírka se koná každoročně 6. ledna na den Tří králů již od roku 2001. Tato akce sdružuje veřejnost, dobrovolníky a Charitu při pomáhání lidem v nouzi. Příjmy ze sbírky se staly jedním z pravidelných a významných zdrojů podpory. Část výtěžku je využita při humanitární pomoci v zahraničí. V každém regionu, kde se sbírka uskuteční, se předem vyhlásí účel, na který se peníze vybírají.

Každá skupina koledníků má svého vedoucího, jenž je plnoletý a plně zodpovídá za přidělenou skupinu a kasičku. Vedoucí s sebou též nosí identifikační průkazku obsahující veškeré náležitosti. Dárci si mohou ověřit autentičnost skupiny pomocí čísla na pokladničce, které se musí shodovat s číslem na průkazce vedoucího.

„*Tříkrálová sbírka je rozdělena podle předem určeného klíče: 65 procent se vrací zpět do místa výběru, 15 procent podpoří charitní projekty Diecézní charity Plzeň (Domov pro matky s dětmi v tísní v Havlovicích u Domažlic, Domov pro seniory Bor, Domov pokojného stáří sv. Alžběty v Plzni, Noclehárnu Betlém Cheb, Terénní krizovou službu, Terénní sociální práci, Terénní sociální službu v Domažlicích, Středisko pracovní rehabilitace Plzeň, Charitní pečovatelskou službu, Poradnu pro cizince a uprchlíky, Adopci na dálku či Humanitární pomoc do zahraničí DCHP). Deset procent sbírky přispívá na podporu Humanitární a rozvojové pomoci v zahraničí Charity Česká republika (CHČR). Pět procent sbírky jde na podporu projektů CHČR a zbylých pět na režii sbírky.*“ (Diecézní charita Plzeň, 2016)

V roce 2014 se do 992 pokladniček celkem vybralo 3 596 165 Kč. Dle výše zmíněného klíče se vybrané peníze rozdělily následovně:

- zpět do center výběru → 2 337 507 Kč;
- charitní projekty DCHP → 539 425 Kč;
- fond humanitární pomoci → 359 617 Kč;
- koordinační činnost CHČR → 179 808 Kč;
- režie ve prospěch CHČR → 179 808 Kč. (Výroční zpráva 2014 DCHP, 2016)

Částka 539 425 Kč (15%) tentokrát putovalo na podporu sociálních projektů do Centra sociální rehabilitace sv. Vavřince a sociálně terapeutických dílen sv. Josefa, Domova sv. Zdislavy pro matky s dětmi v tísní v Havlovicích, Dmova pro seniory v Boru, SOS Domažlice. Více než polovina z 359 617 Kč konkrétně 200 000 Kč podpořila projekt Adopce na dálku v Bolívii, Paraguayi, Peru a Ekvádoru. Zbytek (152 280 Kč) byl věnován Středisku rozvojové spolupráce.

Obrázek 4 - Logo Tříkrálové sbírky



3.4 Srovnání financování DCHP a Diakonie Západ

Aby mělo porovnání finanční situace (výkaz zisku a ztráty) DCHP s jinou NNO určitou výpovědní hodnotu, bylo zapotřebí vybrat takovou organizaci, která má právní

formu nejlépe evidované právnické osoby, nabízí obdobné služby jako DCHP a vykazuje přibližně stejné náklady a výnosy. Pro tyto účely jsem zvolila Diakonii Západ.

Diakonie Západ (DZ) vznikla roku 2012 sloučením tří středisek (v Rokycanech, Plzni a Merklíně) v novou organizaci s názvem Diakonie českobratrské církve evangelické –

Obrázek 5 - Logo Diakonie Západ



středisko Západní Čechy. Mimo zmíněného oficiálního názvu se při vnější komunikaci používá zkrácený název Diakonie Západ. Jejím posláním je poskytovat sociální a duchovenské služby v západočeském regionu v oblasti péče a prevence.

Diakonie Západ nabízí mj. následující služby:

- Plus pro lidi v krizové situaci a
- Poradna pro občany v nesnázích;

Pracoviště **Plus pro lidi v krizové situaci** nabízí krizovou intervenci, psychosociální podporu ve zvládnání zátěžových situací, základní sociální poradenství, pastorační podporu, doprovod (např. při návštěvě úřadů) nebo zprostředkování kontaktu s dalšími

Obrázek 6 - Logo Plus pro lidi v krizové situaci



PLUS
PRO LIDI V KRIZOVÉ SITUACI

institucemi (službami). Posláním *Plus pro lidi v krizové situaci* je „poskytnout dětem od 6 let, dospívajícím, dospělým, párům či rodinám psychickou podporu a bezpečné provázení v situacích, které vnímají jako

naléhavé, nepříjemné či ohrožující a nedokáží je zvládnout vlastními silami.“ (Diakonie Západ, 2016) Tato služba se nachází v Plzni, Dobřanech, Domažlicích a Rokycanech.

Poradna pro občany v nesnázích nabízí poradenství např. v oblastech trestního práva, bydlení, pracovněprávních vztahů a náhrady škody, sociálních dávek a sociálních

Obrázek 7 - Logo Poradny pro občany v nesnázích



PORADNA
PRO OBČANY V NESNÁZÍCH

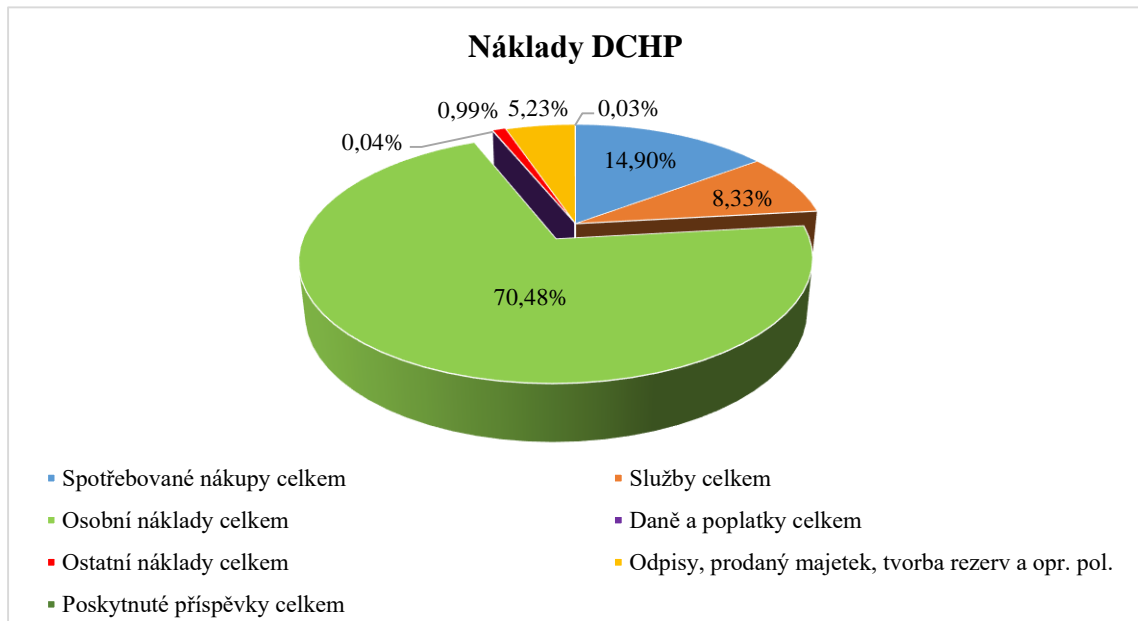
služeb, občanského soudního řízení, exekučního řízení apod. „*Jejím posláním je poskytovat rady, informace a pomoc všem, kteří se na ní obrátí v situacích, které*

spadají do oblastí její činnosti. Usiluje o to, aby občané znali svá práva a povinnosti, znali dostupné služby a uměli vyjádřit své potřeby či hájit své oprávněné zájmy.“ (Diakonie Západ, 2016) Tato služba se nachází v Plzni, Rokycanech a Klatovech.

3.4.1 Porovnání nákladů

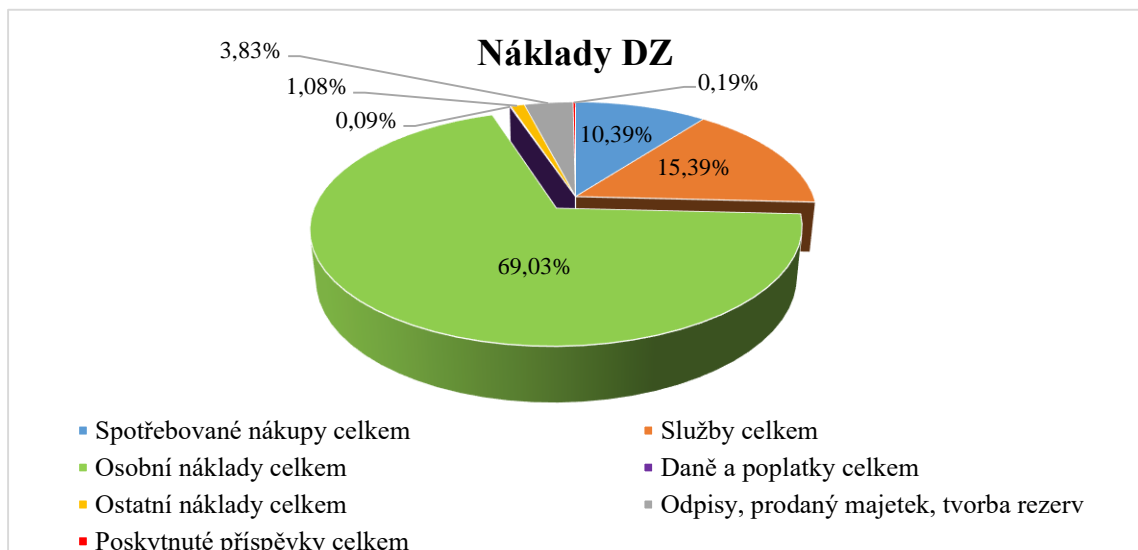
Pro porovnání nákladů využiji výkaz zisků a ztrát jak DCHP tak DZ. Lépe řečeno sumy jednotlivých složek přepočítám na jejich podíl na celkových nákladech. Pro větší přehlednost použiji pouze „hlavní oddíly“, kterou jsou součtem dílčích položek (viz Příloha 4, Příloha 5). Uvažuji pouze náklady v rámci hlavní činnosti.

Graf 3 - Podíl jednotlivých nákladů DCHP na jejich celkových nákladech



Z Graf 3 vyplývá, že největší položku nákladů tvoří osobní celkové náklady, které činí 43 726 000 Kč. Do osobních nákladů řadíme mzdové náklady, zákonné sociální pojištění, ostatní sociální pojištění a zákonné sociální náklady. Právě mzdové náklady představují téměř ¾ zmíněné sumy. DCHP aktuálně zaměstnává 465 zaměstnanců. (Výroční zpráva 2014 DCHP, 2016) Celkové náklady z hlavní činnosti DCHP dosáhly 62 037 000 Kč.

Graf 4 - Podíl jednotlivých nákladů DZ na jejich celkových nákladech



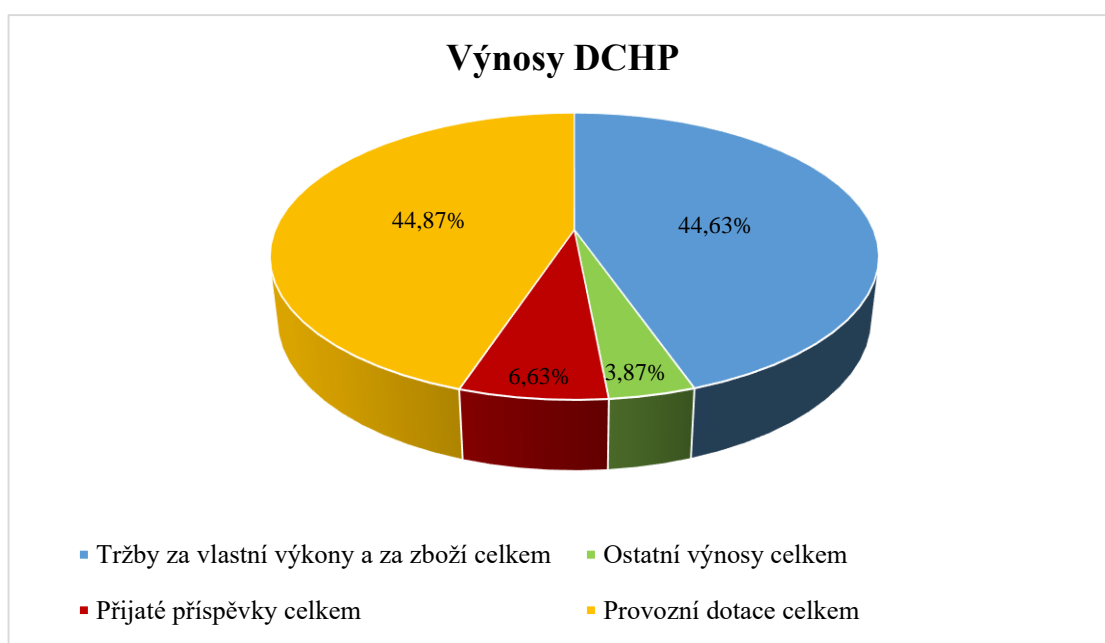
Největší plochu *Graf 4* zaujímají celkové osobní náklady, jejichž suma činí 40 372 000 Kč. Do osobních nákladů řadíme mzdové náklady, zákonné sociální pojištění, ostatní sociální pojištění a zákonné sociální náklady. Diakonie Západ zaměstnává více než 200 zaměstnanců. (Výroční zpráva 2014 DZ, 2016) Celkové náklady z hlavní činnosti Diakonie Západ představují 58 487 00 Kč.

DCHP má velmi podobné procentuální zastoupení jednotlivých položek nákladů. V případě obou organizací představují největší položku osobní náklady. Diakonie Západ vykazuje o necelých 6 % nižší celkové náklady než DCHP.

3.4.2 Porovnání výnosů

Pro porovnání výnosů využijí výkaz zisků a ztrát jak DCHP tak DZ, ze kterých vypočítám podíl jednotlivých položek výnosů na celkových výnosech. Uvažovat budu pouze výnosy v rámci hlavní činnosti. Pro větší přehlednost použiji pouze „hlavní oddíly“, kterou jsou součet dílčích položek (viz *Příloha 4, Příloha 5*).

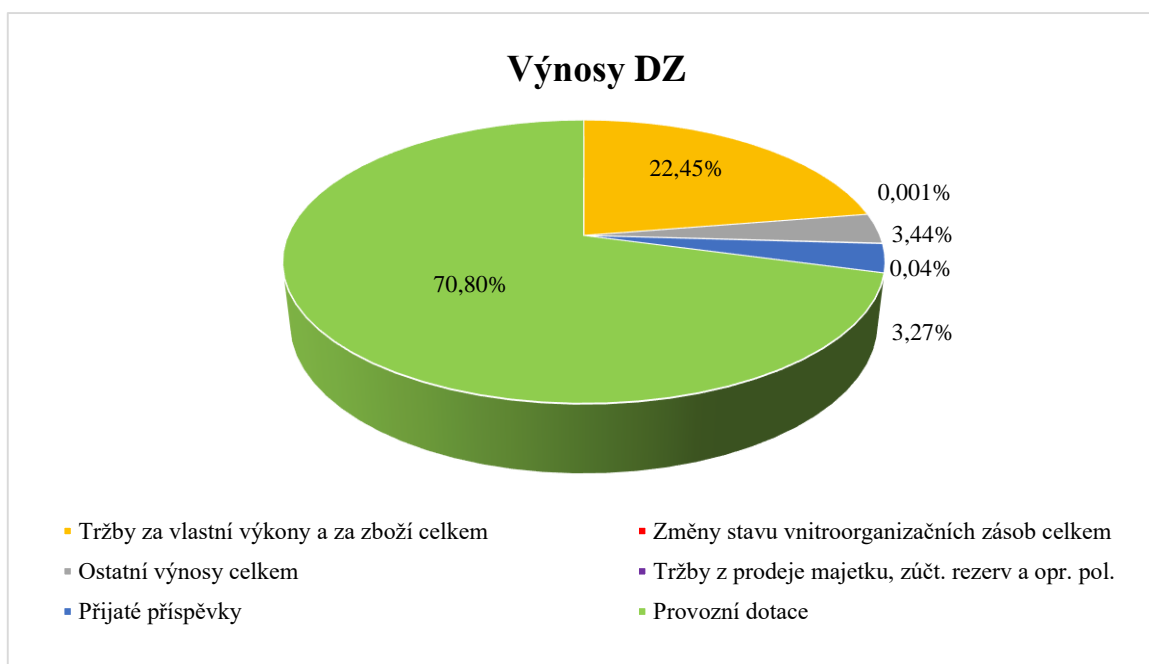
Graf 5 - Podíl jednotlivých výnosů DCHP na jejích celkových výnosech



Největší podíl na celkových výnosech z hlavní činnosti mají téměř shodně celkové tržby za vlastní výkony a za zboží a provozní dotace. Dle *Graf 5* splňuje DCHP základní pravidlo úspěšného chodu organizace – vícezdrojového financování, kdy ani jeden zdroj nesmí být dominantní (viz kapitola 2). Jedinou položkou z kategorie tržby za vlastní výkony a za zboží celkem jsou tržby z prodeje služeb, ty činí 27 474 000 Kč. Provozní dotace celkem dosahují částky 27 620 000 Kč. Zbylé dvě položky nejsou vzhledem

k jejich podílu na celkové výši výnosů zajímavé. Celkové výnosy DCHP z hlavní činnosti jsou 61 561 000 Kč.

Graf 6 - Podíl jednotlivých výnosů DZ na jejich celkových výnosech



Největší položkou celkových výnosů z hlavní činnosti Diakonie Západ jsou provozní dotace, které činí 41 784 000 Kč. Na Graf 6 lze vidět, že druhý největší zaujímají celkové tržby za vlastní výnosy a za zboží (13 252 000 Kč). Podíl zbylých položek na celkových výnosech je oproti dvěma zmiňovaným velmi malý. Celkové výnosy Diakonie Západ z hlavní činnosti činí 59 024 000 Kč.

Z porovnání Graf 5 s Graf 6 vyplývá, že provozní dotace DZ jsou o 34 % vyšší než provozní dotace DCHP. Ze zmíněných čísel lze usoudit, že DCHP nedostatečně využívá potenciálu dotačních programů určených na provoz organizace. Naopak v případě celkových tržeb za vlastní výnosy a za zboží získala DCHP dvakrát více než DZ. To naznačuje, že je DCHP na tomto zdroji financí značně závislá. Celkové výnosy DCHP a DZ vykazují rozdíl necelých 5 %.

3.5 Nové (dosud nevyužité) zdroje financování

Ve výročních zprávách DCHP se mezi výnosy neobjevily granty poskytnuté nadacemi a nadačními fondy. Po zvážení jejich absence představím v následujících podkapitolách několik existujících nadačních programů, kterých by DCHP mohlo využít.

3.5.1 Výbor dobré vůle – Nadace Olgy Havlové

Výbor dobré vůle založila paní Olga Havlová na počátku 90. let v návaznosti na tradici
Obrázek 8 - Logo Výboru Výboru na obranu nespravedlivě stíhaných a Charty 77.
dobré vůle



„Posláním Výboru dobré vůle – Nadace Olgy Havlové je pomáhat lidem, kteří se pro svůj nepříznivý zdravotní a sociální stav těžko včleňují do společnosti a nemohou se bez pomoci druhých sami o sebe postarat. Svým působením se nadace snaží o rozvoj duchovních hodnot, vzdělání, ochrany lidských práv a všeobecně uznávaných humanitárních hodnot.“ (Výbor dobré vůle – Nadace Olgy Havlové, 2014)

Program s názvem *Obyčejný život* podporuje sociální projekty NNO, které mají za cíl pomáhat navrátit do života lidi žijící mimo hranice „obyčejného života“ a které nabízejí sociální služby se záměrem dosáhnout jejich plného začlenění do společnosti. Do cílové skupiny spadají lidé bez domova a zaměstnání, děti ulice, ženy a děti jako oběti.

Žádosti o příspěvek mohou podávat NNO s právní formou:

- obecně prospěšná společnost,
- ústavy,
- občanská družení (spolky) a
- evidované právnické osoby (církevní).

Program *Obyčejný život* podporuje projekty sociální práce v azylových domech pro muže a pro matky s dětmi, projekty sociální práce v domovech na půli cesty a projekty sociální práce na ulici. (Program *Obyčejný život*, 2014) Grant tohoto programu by mohla DCHP využít např. jako podporu projektu Sociální byty Cheb či Azylového domu Betlém Cheb.

Aby se NNO mohla ucházet o příspěvek, musí zaslat následující dokumenty – žádost o poskytnutí nadačního příspěvku opatřenou podpisem statutárního zástupce organizace, doklad o registraci, platný statut, úplný rozpočet projektu s uvedením výše vlastních prostředků a prostředků získaných na projekt z jiných zdrojů a životopis osoby odpovědné za realizaci projektu.

3.5.2 Nadace Divoké husy

Nadace Divoké husy vznikla v roce 1997. Nadace podporuje NNO se zaměřením na sociální a zdravotní oblast v České republice a také



humanitární projekty po celém světě. Nadační příspěvky nejčastěji putují do stacionářů, chráněných dílen, hospiců, azylových domů či nízkoprahových klubů. (Nadace Divoké husy, 2016)

Nadace nabízí grantový program s názvem *Benefice s Divokými husami*. Ten spočívá ve zdvojnásobení výtěžků benefičních akcí, které NNO uspořádá (např. benefiční koncert, divadelní představení, sportovní utkání atd.). Zdvojnásobení je možné až do výše 60 000 Kč.

O grant může žádat NNO působící v sociální, zdravotní, charitativní a rozvojové oblasti. Formu podpory představuje zdvojnásobení výtěžku (viz výše) dobročinné akce ve prospěch příjemce grantu. Nabízí se několik účelů využití finančních prostředků:

- a) nadační příspěvek musí být použit jen na konkrétní záměr, který bude sloužit přímo klientům a podléhá závěrečnému vyúčtování;
- b) čistý výtěžek dobročinné akce není účelově vázán a nepodléhá závěrečnému vyúčtování;
- c) jestliže poskytnutý grant převyší částku potřebnou na pokrytí schváleného účelu, určí se na základě dohody s Nadací Divoké husy jiný způsob využití získaných finančních prostředků (nutno podat písemně žádost o rozšíření účelu);
- d) ke změně účelu dojde pouze po podání písemné žádosti a jejím schválení Nadací Divoké husy.

„Příjemcem grantu může být jedna organizace 1-2 krát za kalendářní rok. Příjemce může čerpat druhý grant v daném kalendářním roce až po řádném vyúčtování předchozího. Výnos dobročinné akce musí být použit na veřejně deklarovaný účel minimálně z 80 %. To znamená, že maximálně 20 % příjmu z dobročinné akce může být použito na pokrytí výdajů přímo spojených s realizací akce. Podmínkou udělení grantu je minimální čistý výtěžek dobročinné akce ve výši 5 000 Kč. Při nižším výtěžku je NDH oprávněna grantové řízení uzavřít a grant neudělit.“ (Benefice s Divokými husami, 2016)

DCHP by příspěvek z tohoto programu mohla využít na rekonstrukci Nízkoprahového denního centra. Charita by musela splnit podmínku uspořádání akce, jejíž realizace může být organizačně náročná. Na druhou stranu takovou akci představuje i obyčejný sběr papíru.

3.6 Fundraisingový plán pro chebskou část DCHP

Při popisování fundraisingového plánu chebské části DCHP se zaměřím pouze jeho část, konkrétně na dva projekty. Jedná se o přednášku na téma finanční gramotnost a turnaj ve stolním tenisu. Každá z akcí vyžaduje jiné postupy při organizování akce, osloví jinou cílovou skupinu účastníků i podporovatelů, proto jednotlivé projekty popíši zvlášť v následujících podkapitolách.

3.6.1 Přednáška o sociální gramotnosti

Přednáška o finanční gramotnosti, s názvem **Finanční gramotnost není samozřejmost**, je určena klientům všech chebských pracovišť DCHP (zejména Azylový dům Betlém, Středisko sociální rehabilitace Cheb a Dluhová poradna Cheb) i veřejnosti. Projekt slouží jednak jako prevence pro lidi, kteří by se mohli dostat do finanční tísně (rizikový okruh lidí) a také jako jakési „po(na)učení“ pro osoby, které se již do finančních problémů dostali, nyní začínají od začátku a nechtějí se znovu dostat do stejné situace.

Společným rysem cílové skupiny projektu je znatelný nedostatek finančních prostředků, zadluženost a nedostatečná finanční gramotnost. Protože lidí s těmito znaky stále přibývá, nebude přednáška pouze jednorázovou záležitostí, nýbrž se stane pravidelně pořádanou akcí.

Cíle projektu tvoří:

- obohacení účastníků přednášky o poznatky z oblasti finanční gramotnosti;
- získání správných návyků při manipulaci s financemi a
- zvýšení sebevědomí a motivace do dalšího života.

Po absolvování přednášky by účastník měl být schopen rozumně zacházet s osobními financemi, uvažovat o tvorbě finanční rezervy a prakticky aplikovat získané informace.

Přednáška se bude konat v bývalé vile Union (adresa Koželužská 19, Cheb), kterou město Cheb zdarma charitě poskytlo a která nyní nese nový název – Dům sociálních služeb Betlém. Vila byla v roce 2011 kompletně zrekonstruována. Náklady na rekonstrukci pokryly dotace z EU. V objektu se nachází místnost určená speciálně pro

přednášky a výukové programy. Její kapacita je 15 míst. Učebna disponuje osmi počítači plně připojenými k internetu, což nabízí prostor pro aktivní zapojení účastníků během přednášky. Vzhledem k faktu, že se do učebny vměstná patnácti lidí, kteří mají k dispozici pouze osm počítačů, budou pracovat dva jedinci u jednoho počítače, čímž se navíc naučí vzájemné kooperaci.

Aby bylo možné službu poskytnout co nejvíce zájemcům, budou se přednášky konat ve dvou dnech (sobota, neděle) jedna vždy dopoledne a druhá odpoledne. Časový harmonogram podrobněji popisuje *Tabulka 6*.

Tabulka 6 - Časový harmonogram projektu

ČAS	PROGRAM
1. přednáška	
8:00 – 9:30	Teoretická část přednášky
9:30 – 10:00	Přestávka
10:00 – 11:30	Praktická část přednášky
11:30 – 13:00	Obědová pauza
2. přednáška	
13:00 – 14:30	Teoretická část přednášky
14:30 – 15:00	Přestávka
15:00 – 16:30	Praktická část přednášky

O přestávkách je účastníkům nabídnuta káva, nealkoholické nápoje a drobné občerstvení. Přednášející navíc zdarma dostanou obědové menu (polévka, hlavní chod). Předpokládám-li plné naplnění všech nabízených termínů, akce se zúčastní celkem 60 lidí. Náklady spojené s občerstvením jednoho účastníka činí 50 Kč (káva, nealkoholický nápoj, drobné občerstvení) a obědové menu pro přednášejícího/den 90 Kč.

O pořádané přednášce informují letáky velikosti A4 vyvěšené po městě (na úřadu práce, městském úřadu, okresní správě sociálního zabezpečení, okresním úřadu, okresním soudu, v jednotlivých pracovištích chebské části DCHP a ve firmách sponzorů). Návrh pozvánky obsahuje základní údaje a loga sponzorů (viz *Příloha 1*). Cenu za tisk odhaduji na základě aktuálního ceníku tiskařské společnosti Apromotion. Cena za leták velikosti A4 (210 x 297 mm) při plnobarevném tisku padesáti kusů na papír gramáže 130 g/m² činí 5,90 Kč (Tisk & reklama, 2016). Přehled odhadovaných nákladů spojených s realizací

přednášky ukazuje *Tabulka 7*. Náklady spojené s provozem počítačů neuvažují vzhledem k jejich zanedbatelné hodnotě (v řádech desítek korun).

Tabulka 7 - Předpokládané náklady na realizaci přednášky

NÁKLADY	ČÁSTKA
Občerstvení 60-ti lidí	3 000 Kč
Přednášející (4x občerstvení + 2x oběd)	380 Kč
Letáky – pozvánky (50 výtisků)	360 Kč
CELKEM	3 740 Kč

Projekt bude financován ze sponzorský darů. Na základě tématu přednášky přichází v úvahu sponzoři z oblasti finančního poradenství a bank. Pro tyto účely oslovím Českou spořitelnu, která nabízí služby spojené mj. s osobními financemi. Banka sídlí v Chebu na strategické místě – pěší zóna, nedaleko autobusové zastávky. Dalším osloveným sponzorem je společnost Partners Financial Services, a.s., která se zabývá finančním poradenstvím. V úvahu přicházejí také další chebské bankovní instituty a finanční poradny jako např. Komerční banka, Fio banka, Abivia s.r.o. apod.

V následujícím textu předpokládám, že všichni oslovení sponzoři se rozhodli náš projekt podpořit. Česká spořitelna v reakci na žádost o sponzorský dar (viz *Příloha 2*) poskytne pro účely přednášky jednoho svého zaměstnance, odborníka s dlouholetou praxí v oblasti financí, který se stane jedním z přednášejících. Dále pak věnuje sponzorský dar ve výši 1 870 Kč. Jako protihodnotu Česká spořitelna obdrží reklamní plochu v přednáškové místnosti, kde bude moci umístit své logo, které bude též ve spodní části letáku – pozvánkách. V případě společnosti Partners se jedná o stejné sponzorské dary i protihodnoty. Finanční podpora pokryje náklady uvedené v *Tabulka 7*.

Příprava celého projektu zabere přibližně měsíc. Během této doby rozešleme žádosti o sponzorský dar, po obdržení odpovědi dojde k sepsání harmonogramu dne, tisk pozvánek a jejich následné umístění po městě. Samotná realizace proběhne ve dvou dnech, během kterých se uskuteční 4 přednášky. Po ukončení akce proběhne její následné

zhodnocení, to znamená vyčíslení nákladů a výnosů, porovnání předpokládaných a skutečně dosažených hodnot a sepsání zprávy (zpětná vazba).

Každý projekt i ten nejpropracovanější má svá rizika či překážky. Mezi případná „slabá místa“ tohoto projektu patří:

- nezájem o akci;
- lhostejnost oslovených sponzorů;
- špatné navržení nebo provedení jednotlivých kroků realizace projektu;
- absence přednášejícího;
- absence účastníka – zbytečně blokuje místo;
- podcenění propagace;
- konečný finanční výsledek akce – ztráta.

3.6.2 Turnaj ve stolním tenise

Turnaj ve stolním tenise je určen jak klientům všech chebských pracovišť DCHP, tak široké veřejnosti. Projekt má za úkol zábavnou formou pomoci začlenit sociálně vyloučené klienty do komunity lidí žijících běžný život. Uživatele služeb DCHP charakterizuje nejen nedostatečná finanční gramotnost a nezaměstnanost, ale také z toho vyplývající malé pracovní zkušenosti a návyky. Pro rozvíjení těchto atributů slouží hra v týmech, která učí a prohlubuje schopnost kolektivní spolupráce, kterou mnohdy (nejen) klienti postrádají. Cílem projektu je zajistit všem účastníkům příjemně strávený den a zároveň podpořit návrat lidí do běžného života. Výtěžek z akce bude věnován na pronájem (charita si byt pronajímá, nicméně nájemné si klient hradí sám) a vybavení dalšího malometrážního bytu (projekt Sociální byty Cheb – viz kapitola 3.1), díky kterému bude další člověk jen krok k plné soběstačnosti a návratu do společnosti ekonomicky aktivních obyvatel.

Akce se bude konat na levém břehu Krajinky v prostorách Sportovního areálu (Obrázek 10), kde se nachází jeden pingpongový stůl. Celý objekt patří do vlastnictví města Cheb (dále jen město). Vzhledem k dlouhodobé a intenzivní podpoře oblastních pracovišť DCHP ze

Obrázek 10 - Plánek sportovního areálu



strany města, předpokládám, že umožní a také podpoří realizaci projektu ve Sportovním areálu Krajinky.

Program bude trvat celé odpoledne (od 13⁰⁰ do 18⁰⁰ hod.). Podrobný časový harmonogram ukazuje

Tabulka 8. Účastníci turnaje platí zápisné ve výši 50 Kč za jednotlivce a 80 Kč za tým skládající se ze dvou lidí. Soutěžící budou rozděleni do čtyř kategorií:

1. Mládež do 18 let – jednotlivci,
2. Mládež do 18 let – týmy,
3. Dospělí – jednotlivci a
4. Dospělí – týmy.

Tabulka 8 - Časový harmonogram turnaje ve stolním tenise

ČAS	PROGRAM
13:00 – 13:30	Přivítání účastníků, informování o plánovaném průběhu akce a pravidlech hry
13:30 – 15:30	Turnaj mládeže
15:30 – 15:45	Vyhlášení výsledků
15:45 – 17:45	Turnaj dospělých
17:45 – 18:00	Vyhlášení výsledků a ukončení akce

Mimo jednoho pingpongového stolu, trvale umístěného ve sportovním areálu, bude k dispozici další stůl, který Dům sociálních služeb Betlém Cheb obdrží jako sponzorský dar. Na jednom budou hrát týmy a na druhém jednotlivci. Mimo hry řídící se klasickými pravidly bude finálová čtveřice hrát tzv. „kolotoč“, který spočívá v tom, že si soutěžící po odpálení míčku vymění místo s protihráčem. Pravidla budou podrobněji vysvětlena na místě. Trojice vítězů všech kategorií obdrží ceny v podobě drobných předmětů věnovaných společností Hervis sport a reklamními předměty rádia Egrensis. Veškeré vybavení potřebné ke hře bude k zapůjčení na místě (půjčovné za pátku – 10 Kč).

O připravovaném turnaji informuje pozvánka (leták – *Příloha 3*). O jeho vyvěšení požádáme všechny chebské základní školy, Základní uměleckou školu Cheb, TJ minigolf Cheb, Tenis klub Cheb, Dům dětí a mládeže Cheb, TJ Lokomotivu Cheb a také chebský fitness centra. Dále bude umístěna na webových stránkách města Cheb a ve výloze Hervis sportu, jednoho ze sponzorů, který sídlí v Obchodním centru Dragon v Chebu. Mediální podporu zajišťuje rádio Egrensis, které se také postará o hudební produkci při turnaji.

Finanční zajištění celé akce se skládá ze sponzorských darů, příspěvků (zápisné) a nadačních grantů. Přičemž náklady na realizaci projektu tvoří tisk letáků, zakoupení jednoho pingpongového stolu, čtyř pálek a sady míčků, služby moderátora, reprodukce hudby, ceny pro vítěze a provoz stánku s občerstvením. V souvislosti se sportovním tématem a širokou cílovou skupinou pro sponzoring oslovím firmy, které mají co dočinění se sportem, dále místní rádio Egrensis, jenž na svých webových stránkách nabízí mediální podporu. Navážu také na dlouhodobou spolupráci s městem Cheb a budu v ní pokračovat i v rámci tohoto projektu. Co se týče soukromých osob, úspěšnosti akce napomůže zapojení mediálně známé tváře, kterou zastoupí Vladimír Keblůšek. Na základě dlouholetých zkušeností s pohostinstvím a provozem stánkového prodeje je vhodným kandidátem pro zajištění stánku s nápoji a jídlem pan Milan Šukovský.

V následujícím textu předpokládám, že všechny oslovené subjekty (město, sponzoři, nadace) souhlasí se mnou zvoleným typem podporování a rozhodli se pro spolupráci na projektu. Město Cheb umožní realizaci akce na svém pozemku a povolí také provozování stánku s nápoji a občerstvením ve Sportovním areálu. Dále bude turnaj propagovat na svých www stránkách. Oslovený moderátor, Vladimír Keblůšek, se rozhodl účinkovat na akci bez nároku na honorář. Po zažádání o mediální partnerství na www stránkách Egrensisu se tak stalo. Rádio podpoří charitativní účel akce prostřednictvím mediální reklamy, hudební produkce, zajištění doprovodného programu a reklamních předmětů (součást výherních balíčků). Společnost Hervis sport věnuje sponzorský dav v podobě nového pingpongového stolu, čtyř pálek a sady míčků (celková cena 13 700 Kč – dle InSportline, 2016). Dále zajistí drobné předměty značky Hervis sport, které poslouží jako výherní předměty (za 2 500 Kč), a vyvěsí leták ve výloze.

Provoz stánku zaopatří Milan Šukovský (majitel restaurace U Krále Jiřího na chebském náměstí), který podniká dle živnostenského zákona v oblasti stravování v restauracích, u stánků a v mobilních zařízeních, a věnuje z ceny každého prodaného

nápoje a pokrmu 20 % na podporu rozšíření projektu Sociálních bytů Cheb. Jednotlivé subjekty, seznam jejich darů a následně získaných protihodnot shrnuje

Tabulka 9. Dále předpokládám přiznání dotací od Výboru dobré vůle – Nadace Olgy Havlové (program *Obyčejný život* – viz **3.5.1**) a od nadace Divoké husy (program *Benefice s Divokými husami* – viz **3.5.2**).

Tabulka 9 - Seznam subjektů, jejich darů a získaných protihodnot

SUBJEKT	DAR	PROTIHODNOTA
Město Cheb	Prostory, propagace akce	Logo na letáku, na akci, medializace v rádiu
Vladimír Keblůšek	Moderování	Uvedení jeho jména na všech propagačních materiálech
Rádio Egrensis	Mediální reklama, hudební produkce, doprovodný program, reklamní předměty	Uvedení loga na všech propagačních materiálech + vlastní banner na akci
Hervis sport	Pingpongový stůl včetně příslušenství, propagace akce, ceny pro vítěze	Uvedení loga na všech propagačních materiálech + vlastní banner na akci, logo na pingpongovém stole
Milan Šukovský	Provoz stánků, 20 % z každého prodaného produktu	Provoz stánku, uvedení jména provozovatele na všech propagačních materiálech

Logo města se objeví na všech propagačních materiálech, v rádiu zazní „za podpory města Cheb“. Rádiu Egrensis bude na akci vyhrazen prostor – zázemí pro zvukovou techniku a doprovodný program. Zde může umístit také reklamní banner. Hervis sport nechá na každou stranu nového pingpongového stolu nalepit své logo. Stejně tak jako Egrensis získá i Hervis předem vyhrazené místo pro umístění banneru. Dle dohody s městem pan Šukovský postaví na předem dohodnuté ploše jeden stánek s nápoji a jeden stánek s jídlem a zajistí jejich plynulý provoz. Mj. jsou vřele vítáni také zaměstnanci podporujících společností, kteří pro ještě větší zviditelnění sponzorů mohou mít na sobě trička s firemním logem).

Jak už bylo v úvodu této kapitoly řečeno, výtěžek půjde na pronájem (resp. jeho vybavení) dalšího bytu. Sociální byty Cheb fungují tak, že klient dostane možnost na jeden rok bydlet v plně vybaveném městském bytě (1+1) pronajímaném charitou. Do bytu si s sebou bere jen osobní věci, popř. drobné kusy nábytku nebo např. peřiny. Klient má čas jeden rok, během kterého si musí najít jiné vlastní bydlení.

„Nový“ byt se nachází na Zlatém vrchu na adrese K Viaduktu 5, Cheb. Jedná se o byt 1+1 s výměrou 35, 57 m² v 7. patře panelového domu (Pronájem bytu, 2016). Celkové měsíční náklady činí zhruba 4 500 Kč. V bytě zůstala pouze kuchyňská linka se dřezem, sporák a sociální zařízení, proto je nutné ho vybavit. Celková orientační cena základního vybavení bytu dosahuje částky 28 812 Kč. Podrobněji si lze jednotlivé položky a jejich ceny prohlédnout v *Příloha 6*. Cenu nábytku a bytových doplňků jsem stanovila na základě nejlevnějších položek z nabídky společnosti IKEA (2016), cena lednice a pračky odpovídá nejlevnější nabídce společnosti EURONICS (2016).

Dobu potřebnou pro naplánování celého projektu odhaduji na přibližně jeden měsíc. Zprvu oslovíme sponzory, na základě jejich rozhodnutí (ne)podpořit akci se budou odvíjet další kroky. Dále proběhne sestavení časového harmonogramu turnaje, tisk pozvánek a jejich následné umístění po městě. Samotný turnaj zabere jedno odpoledne. Po projektu se uskuteční analýza předpokládaných a skutečných nákladů a výnosů. Výsledky se zaznamenají ve zprávě o projektu, která bude doplněna o hodnotu celkového výtěžku a jeho využití a následně rozeslána všem podporovatelům akce.

Vzhledem k tomu, že je do akce zapojeno mnoho subjektů, vyplývá nejen ze spolupráce s nimi řada rizik či překážek, mezi které patří:

- nezájem o akci;
- lhostejnost oslovených sponzorů;
- špatná organizace nebo provedení jednotlivých kroků realizace projektu;
- nevhodně navržený harmonogram;
- odmítnutí podpory ze strany města;
- špatné počasí;
- nespokojenost lidí se stánky a jejich produkty;
- úraz soutěžícího;
- podcenění propagace;
- konečný finanční výsledek akce – ztráta.

4 Závěr

Náplní mé bakalářské práce bylo zpracovat teoretický úvod do oblasti fundraisingu, což čtenáři napomůže se v této problematice lépe orientovat. Pro následující účely práce jsem představila nevládní neziskovou organizaci – Diecézní charita Plzeň. Dalším úkolem bylo analyzovat dosavadní fundraisingové aktivity vybrané neziskové organizace. K rozboru jsem využila náklady a výnosy Diecézní charity Plzeň. Na základě výsledků analýzy výnosů jsem našla další zdroje financování a navrhla konkrétní fundraisingový plán, resp. dvě fundraisingové aktivity.

Rešerší odborné literatury jsem zpracovala teoretickou část týkající se neziskových organizací a fundraisingu. Na teoretickou část navazuje část praktická, ve které byla představena nevládní nezisková organizace s názvem Diecézní charita Plzeň (DCHP). V dalších kapitolách jsem se podrobněji zaměřila na chebská pracoviště DCHP, u kterých jsem analyzovala náklady a výnosy od roku 2010 do roku 2014. Aby bylo možné zhodnotit, jak efektivně DCHP využívá dostupných zdrojů financování, porovnála jsem její náklady a výnosy v roce 2014 s náklady a výnosy za rok 2014 organizace Diakonie Západ. Na konci bakalářské práce jsem se zabývala fundraisingovým plánem. Z důvodu jeho rozsáhlosti jsem se zaměřila pouze na dvě konkrétní aktivity.

Ve své práci jsem se také zabývala možnými zdroji financování a také tím, do jaké míry je chebská pracoviště Diecézní charity Plzeň využívají. Analýza jejich výnosů za rok 2010 až 2014 ukázala, že pobočky splňují pravidlo vícezdrojového financování. Nejvýznamnější zdroje financování zastupují dotace a tržby. Největší dotace pak proudí z města. Vysoké procento výnosů z tržeb svědčí o efektivním využití možnosti prodávat své služby (vedlejší činnost). Naopak v oblasti firemního a individuálního dárcovství naplno nevyužívají celkového potenciálu. Nicméně i v této kategorii nalezneme jednu úspěšně zvládnutou fundraisingovou aktivitu – Tříkrálová sbírka – která se stala pravidelným a významným zdrojem podpory.

Aby výsledky porovnání DCHP s jinou neziskovou organizací byly relevantní, zvolila jsem odpovídající organizaci – Diakonie Západ (DZ), která splňuje stanovené podmínky – stejná právní forma, stejné nebo podobné nabízené služby, přibližně stejná finanční situace. Z výsledků srovnání výnosů za rok 2014 DCHP a DZ vyplývají dvě zásadní informace, za prvé DCHP na rozdíl od DZ dodržela pravidlo diverzifikace zdrojů

financování a za druhé DZ je schopná čerpat více prostředků z dotačních programů určených na provoz. To znamená, že DCHP nedostatečně využívá jejich potenciálu.

Z důvodu obsáhlosti fundraisingového plánu, jsem se zaměřila jen na jeho část. První navrhovanou fundraisingovou aktivitou byla přednáška s názvem: Finanční gramotnost není samozřejmost. Akce je určena jak klientům chebské části DCHP, tak široké veřejnosti. Projekt si dává za úkol mj. obohatit účastníka o poznatky v oblasti finanční gramotnosti, naučit správným návykům při manipulaci s financemi apod.

Druhým fundraisingovým projektem je turnaj ve stolním tenise. Akce se mohou zúčastnit nejen klienti chebské části DCHP ale i široká veřejnost. Akce má za cíl zábavnou formou pomoci začlenit sociálně vyloučené klienty do komunity lidí žijících běžný život. Výtěžek akce poputuje na pronájem a vybavení dalšího malometrážního bytu, který se stane součástí projektu Sociální byty Cheb.

5 Seznam grafů, obrázků a tabulek

Seznam grafů

Graf 1 - Podíl jednotlivých zdrojů na celkových výnosech (2010-2014)	34
Graf 2 - Vývoj celkových nákladů a výnosů v jednotlivých letech	35
Graf 3 - Podíl jednotlivých nákladů DCHP na jejích celkových nákladech	38
Graf 4 - Podíl jednotlivých nákladů DZ na jejích celkových nákladech	38
Graf 5 - Podíl jednotlivých výnosů DCHP na jejích celkových výnosech	39
Graf 6 - Podíl jednotlivých výnosů DZ na jejích celkových výnosech.....	40

Seznam obrázků

Obrázek 1 - Dárčovská pyramida.....	21
Obrázek 2 – Logo DCHP	28
Obrázek 3 - Mapa pracovišť Diecéze plzeňské.....	29
Obrázek 4 - Logo Tříkrálové sbírky.....	36
Obrázek 5 - Logo Diakonie Západ.....	37
Obrázek 6 - Logo Plus pro lidi v krizové situaci	37
Obrázek 7 - Logo Poradny pro občany v nesnázích	37
Obrázek 8 - Logo Výboru dobré vůle	41
Obrázek 9 - Logo Nadace divoké husy	42
Obrázek 10 - Plánek sportovního areálu	46

Seznam tabulek

Tabulka 1 - Kategorie členění neziskových organizací	7
Tabulka 2 - Mezinárodní klasifikace neziskových organizací ICNPO	8
Tabulka 3 - Porovnání právních forem neziskových organizací před/po roce 2014..	10
Tabulka 4 - Přehled nákladů jednotlivých pracovišť chebské části DCHP (2010 - 2014)	32
Tabulka 5 - Přehled výnosů jednotlivých pracovišť chebské části DCHP (2010 - 2014)	33
Tabulka 6 - Časový harmonogram projektu.....	44
Tabulka 7 - Předpokládané náklady na realizaci přednášky	45
Tabulka 8 - Časový harmonogram turnaje ve stolním tenise.....	47
Tabulka 9 - Seznam subjektů, jejich darů a získaných protihodnot.....	49

6 Zdroje

Tištěné zdroje

ANGELOVSKÁ, Olga - FRÍČ, Pavol - GOULLI, Rochdi. *Revitalizace a konsolidace neziskového sektoru v ČR po roce 1989*. 1. vyd. Praha: AGNES, 2009. ISBN 978-80-903696-7-2.

BAČUVČÍK, Radim. *Marketing neziskových organizací*. 1. vyd. Zlín: VeRBuM, 2011. 190 s. ISBN 978-80-87500-01-9.

BACHMANN, Pavel. *Management neziskové organizace*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2011. ISBN 978-80-7435-130-3.

BOUKAL, Petr a kol. *Fundraising pro neziskové organizace*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013. 260 s. Expert. ISBN 978-80-247-4487-2.

ČEPELKA Oldřich. *Průvodce neziskovým sektorem Evropské unie, I. díl*. 1. vyd. Liberec: Omega, 2003. 135 s. ISBN 80-902376-3-0.

DRUCKER, Peter Ferdinand. *Řízení neziskových organizací: Praxe a principy*. 1. vyd. Praha: Management Press, 1994. 184 s. ISBN 80-85603-38-1.

HANNAGAN, Tim. *Marketing pro neziskový sektor*. 1. vyd. Praha: Management Press, 1996. 205 s. ISBN 80-85943-07-7.

KOTLER, Philip et al. *Moderní marketing*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007. 1041 s. ISBN 978-80-247-1545-2.

MACHÁLEK, Petr a NESRSTOVÁ, Jitka. *Základy fundraisingu a projektového managementu*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2011. 111 s. ISBN 978-80-210-5518-6.

MERLÍČKOVÁ RŮŽIČKOVÁ, Růžena. *Neziskové organizace: vznik, účetnictví, daně*. 7. aktualiz. vyd. Olomouc: ANAG, 2005. 214 s. Účetnictví. ISBN 80-7263-282-5.

REKTOŘÍK, Jaroslav a kol. *Organizace neziskového sektoru: základy ekonomiky, teorie a řízení*. 2., aktualiz. vyd. Praha: Ekopress, 2007. 187 s. ISBN 978-80-86929-25-5.

ŠEDIVÝ, Marek a MEDLÍKOVÁ, Olga. *Public relations, fundraising a lobbying: pro neziskové organizace*. 1. vyd. Praha: Grada, 2012. 138 s. Management. ISBN 978-80-247-4040-9.

ŠEDIVÝ, Marek a MEDLÍKOVÁ, Olga. *Úspěšná nezisková organizace. 2.*, aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2011. 155 s. Management. ISBN 978-80-247-4041-6.

ŠIMKOVÁ, Eva. *Management a marketing v praxi neziskových organizací*. Vyd. 5., upr. Hradec Králové: Gaudeamus, 2012. 173 s. ISBN 978-80-7435-230-0.

VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb: efektivně a moderně. 2.*, aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada Publishing, 2014. 268 s. ISBN 978-80-247-5037-8.

Internetové zdroje

Aktuální projekty [online]. Vsetín: Azylový dům pro ženy a matky s dětmi o.p.s., 2016 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: http://www.azylovydum.cz/projekty/aktualni/made_by

Benefice s Divokými husami [online]. Praha: Nadace Divoké husy, 2016 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.divokehusy.cz/potrebuji-pomoc/>

Diakonie západ [online]. Plzeň: Diakonie Západ, 2016 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.diakoniezapad.cz/>

Diecézní charita Plzeň [online]. Plzeň: Diecézní charita Plzeň, 2016 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.dchp.cz/dchplzen/>

EURONICS [online]. Praha: EURONICS, 2016 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <https://www.euronics.cz/>

Hervis CZ [online]. Praha: Hervis sport a móda, s.r.o., 2016 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.hervis.cz/store/>

IKEA [online]. Praha: IKEA, 2016 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.ikea.com/cz/cs/>

Informační systém NNO [online]. Praha: Ministerstvo vnitra, 2015 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.isnno.cz/EvidenceNNOV10001/DesignPages/SeznamNNO.aspx>

Inspornline [online]. Praha: SEVEN SPORT s.r.o, 2016 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <https://www.insportline.cz/1569/venkovni-pingpongovy-stul-insportline-outdoor-100>

Město Cheb - Turistické infocentrum [online]. Cheb: Město Cheb, 2016 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://tic.cheb.cz/>

Nadace Divoké husy [online]. Praha: Nadace Divoké husy, 2016 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.divokehusy.cz/>

Neziskovky v ČR [online]. Praha: Nadace Neziskovky, 2016 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: http://www.neziskovky.cz/clanky/511_538_540/fakta_neziskovky-v_co-to-je-neziskovy-sektor/

Nový Občanský zákoník [online]. Praha: Business Center, 2016 [cit. 2016-04-17]. Dostupné z: <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/obcansky-zakonik/>

Program Obyčejný život [online]. Praha: Výbor dobré vůle - Nadace Olgy Havlové, 2014 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.vdv.cz/programy/obycejny-zivot-nif/>

Projekty [online]. Jeseník: Boétheia - společenství křesťanské pomoci, z.s., 2016 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.boetheia.eu/603/turnaj-ve-stolnim-fotbale/>

Pronájem bytu [online]. Cheb: Město Cheb, 2016 [cit. 2016-04-17]. Dostupné z: <http://www.chebskenemovitosti.cz/nabidka/2330-5-12-byt-1-1-35-57-m>

Rádio Egrensis [online]. Cheb: Rádio Egrensis, 2015 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://radioegrensis.cz/>

Tisk & reklama [online]. Turnov: Apromotion, 2016 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: http://www.apromotion.cz/vytiskneme/letaky?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=letaky2016&gclid=Cj0KEQjwosK4BRCYhsngx4_SybcBEiQAowaCJUkk425G_4v86zXZln1nztwG-yJbGXRvnfe5Wp0Z27IaAgLC8P8HAQ

Výbor dobré vůle - Nadace Olgy Havlové [online]. Praha: Výbor dobré vůle - Nadace Olgy Havlové, 2014 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.vdv.cz/>

Výroční zpráva 2010 DCHP [online]. Plzeň: Diecézní charita Plzeň, 2016 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.dchp.cz/res/data/004/000628.pdf>

Výroční zpráva 2011 DCHP [online]. Plzeň: Diecézní charita Plzeň, 2016 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.dchp.cz/res/data/009/001172.pdf>

Výroční zpráva 2012 DCHP [online]. Plzeň: Diecézní charita Plzeň, 2016 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.dchp.cz/res/data/014/001709.pdf>

Výroční zpráva 2013 DCHP [online]. Plzeň: Diecézní charita Plzeň, 2016 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.dchp.cz/res/data/016/001976.pdf>

Výroční zpráva 2014 DCHP [online]. Plzeň: Diecézní charita Plzeň, 2016 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.dchp.cz/res/data/018/002231.pdf>

Výroční zpráva 2014 DZ [online]. Plzeň: Diakonie Západ, 2016 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.diakoniezapad.cz/o-diakonii-zapad/dokumenty-organizace/vyrocnizpravy/?download=38>

What is marketing [online]. Velká Británie: The Chartered Institute of Marketing, 2016 [cit. 2016-04-17]. Dostupné z: <http://www.cim.co.uk/more/getin2marketing/what-is-marketing/>

Zákon o církvích a náboženských společnostech [online]. Zlín: AION CS, 2016 [cit. 2016-04-17]. Dostupné z: <http://www.zakonyprolidi.cz/cs/2002-3#cast1>

Zdroje grafů

Graf 1 - Podíl jednotlivých zdrojů na celkových výnosech (2010-2014) – vlastní zpracování dle Výroční zprávy [online]. Plzeň: Diecézní charita Plzeň, 2016 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.dchp.cz/dchplzen/vyrocnizpravy/>

Graf 2 - Vývoj celkových nákladů a výnosů v jednotlivých letech – vlastní zpracování dle Výroční zprávy [online]. Plzeň: Diecézní charita Plzeň, 2016 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.dchp.cz/dchplzen/vyrocnizpravy/>

Graf 3 - Podíl jednotlivých nákladů DCHP na jejích celkových nákladech – vlastní zpracování dle *Výroční zpráva 2014 DCHP* [online]. Plzeň: Diecézní charita Plzeň, 2016 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.dchp.cz/res/data/018/002231.pdf>

Graf 4 - Podíl jednotlivých nákladů DZ na jejích celkových nákladech – vlastní zpracování dle *Výroční zpráva 2014 DZ* [online]. Plzeň: Diakonie Západ, 2016 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.diakoniezapad.cz/o-diakonii-zapad/dokumenty-organizace/vyrocnizpravy/?download=38>

Graf 5 - Podíl jednotlivých výnosů DCHP na jejích celkových výnosech – vlastní zpracování dle *Výroční zpráva 2014 DCHP* [online]. Plzeň: Diecézní charita Plzeň, 2016 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.dchp.cz/res/data/018/002231.pdf>

Graf 6 - Podíl jednotlivých výnosů DZ na jejích celkových výnosech – vlastní zpracování dle *Výroční zpráva 2014 DZ* [online]. Plzeň: Diakonie Západ, 2016 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.diakoniezapad.cz/o-diakonii-zapad/dokumenty-organizace/vyrocní-zpravy/?download=38>

Zdroje obrázků

Obrázek 1 - Dárcovská pyramida – MACHÁLEK, Petr a NESRSTOVÁ, Jitka. *Základy fundraisingu a projektového managementu*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2011. 111 s. ISBN 978-80-210-5518-6.

Obrázek 2 – Logo DCHP – *Diecézní charita Plzeň* [online]. Plzeň: Diecézní charita Plzeň, 2016 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.dchp.cz/dchplzen/>

Obrázek 3 - Mapa pracovišť Diecéze plzeňské – *Diecézní charita Plzeň* [online]. Plzeň: Diecézní charita Plzeň, 2016 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.dchp.cz/dchplzen/>

Obrázek 4 - Logo Tříkrálové sbírky – *Diecézní charita Plzeň* [online]. Plzeň: Diecézní charita Plzeň, 2016 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.dchp.cz/dchplzen/>

Obrázek 5 - Logo Diakonie Západ – *Diakonie západ* [online]. Plzeň: Diakonie Západ, 2016 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.diakoniezapad.cz/>

Obrázek 6 - Logo Plus pro lidi v krizové situaci – *Diakonie západ* [online]. Plzeň: Diakonie Západ, 2016 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.diakoniezapad.cz/>

Obrázek 7 - Logo Poradny pro občany v nesnázích – *Diakonie západ* [online]. Plzeň: Diakonie Západ, 2016 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.diakoniezapad.cz/>

Obrázek 8 - Logo Výboru dobré vůle – *Výbor dobré vůle - Nadace Olgy Havlové* [online]. Praha: Výbor dobré vůle - Nadace Olgy Havlové, 2014 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.vdv.cz/>

Obrázek 9 - Logo Nadace divoké husy – *Nadace Divoké husy* [online]. Praha: Nadace Divoké husy, 2016 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.divokehusy.cz/>

Obrázek 10 - Plánek sportovního areálu – *CHETES* [online]. Cheb: Chebské technické služby, 2016 [cit. 2016-04-19]. Dostupné z: <http://www.chetes.cz/sportovne-rekreacni-areal-krajinka>

Zdroje tabulek

Tabulka 1 - Kategorie členění neziskových organizací – vlastní zpracování dle BAČUVČÍK, Radim. *Marketing neziskových organizací*. 1. vyd. Zlín: VeRBuM, 2011. 190 s. ISBN 978-80-87500-01-9.

Tabulka 2 - Mezinárodní klasifikace neziskových organizací ICNPO – vlastní zpracování dle ANGELOVSKÁ, Olga - FRIČ, Pavol - GOULLI, Rochdi. *Revitalizace a konsolidace neziskového sektoru v ČR po roce 1989*. 1. vyd. Praha: AGNES, 2009. ISBN 978-80-903696-7-2.

Tabulka 3 - Porovnání právních forem neziskových organizací před/po roce 2014 – vlastní zpracování

Tabulka 4 - Přehled nákladů jednotlivých pracovišť chebské části DCHP (2010 - 2014) – vlastní zpracování dle *Výroční zprávy* [online]. Plzeň: Diecézní charita Plzeň, 2016 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.dchp.cz/dchplzen/vyrocnizpravy/>

Tabulka 5 - Přehled výnosů jednotlivých pracovišť chebské části DCHP (2010 - 2014) – vlastní zpracování dle *Výroční zprávy* [online]. Plzeň: Diecézní charita Plzeň, 2016 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.dchp.cz/dchplzen/vyrocnizpravy/>

Tabulka 6 - Časový harmonogram projektu – vlastní zpracování

Tabulka 7 - Předpokládané náklady na realizaci přednášky – vlastní zpracování

Tabulka 8 - Časový harmonogram turnaje ve stolním tenise – vlastní zpracování

Tabulka 9 - Seznam subjektů, jejich darů a získaných protihodnot – vlastní zpracování

Zdroje příloh

Příloha 1 - Pozvánka na přednášku – vlastní zpracování

Příloha 2 - Žádost o sponzorský dar – vlastní zpracování

Příloha 3 - Pozvánka na turnaj – vlastní zpracování

Příloha 4 - Výkaz zisku a ztráty 2014 DCHP – *Výroční zpráva 2014 DCHP* [online]. Plzeň: Diecézní charita Plzeň, 2016 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.dchp.cz/res/data/018/002231.pdf>

Příloha 5 - Výkaz zisku a ztráty 2014 DZ – *Výroční zpráva 2014 DZ* [online]. Plzeň: Diakonie Západ, 2016 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.diakoniezapad.cz/o-diakonii-zapad/dokumenty-organizace/vyrocní-zpravy/?download=38>

Příloha 6 - Seznam potřebného vybavení bytu včetně orientačních cen – vlastní zpracování

7 Přílohy

Příloha 1 - Pozvánka na přednášku



ČESKÁ
SPOŘITELNA

Partners
Finanční poradenství jinak

POZVÁNKA

Diecézní charita Plzeň, Česká spořitelna a společnost Partners

Vás srdečně zvou na přednášku s názvem:

Finanční gramotnost není samozřejmost.

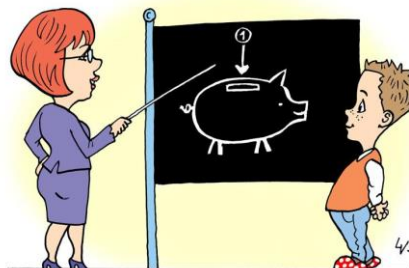
Akce je určena široké veřejnosti. Řeči se ujmu odborníci z oblasti financí (zaměstnanci České spořitelny a společnosti Partners). Přednáška se bude týkat mj. osobního bankrotu nebo plánování a správy (rodinného) rozpočtu.

Kdy: v sobotu 18. 6. 2016 – v 8⁰⁰ hod. nebo ve 13⁰⁰ hod.
nebo
v neděli 19. 6. 2016 – v 8⁰⁰ hod. nebo ve 13⁰⁰ hod.

Kde: bývalá vila Union – Koželužská 19, Cheb (areál Krajinnej výstavy – u sportovního hřiště)

Kapacita je omezená, proto prosíme případné zájemce, aby nás kontaktovali na tel. čísle 731 433 090 (Mgr. Alena Samuelová) nebo se osobně přihlásili v bývalé vile Union na výše zmíněné adrese.

Pozn.: Program obsahuje dvě hodinu a půl dlouhé přednášky, mezi kterými je půl hodinová pauza, během které si můžete dát zdarma kávu a drobné občerstvení.





DIECÉZNÍ CHARITA PLZEŇ

Oblastní pracoviště Diecézní charity Plzeň Cheb,

Koželužská 19, 350 02 Cheb

Žádost o sponzorský dar

Vážený/á pane/paní

Jsme Dům sociálních služeb Betlém Cheb, jedno z pracovišť Diecézní charity Plzeň. Mezi naše služby patří dluhová poradna či sociální rehabilitace. Máme k dispozici také čtyři malometrážní sociální byty, do nichž se klienti mohou při splnění stanovených podmínek nastěhovat na 1 rok. Snažíme se tímto projektem navracet klienty do běžného života.

Abychom napomohli co nejvíce lidem opět se zapojit do běžného života, chystáme projekt s názvem - *Finanční gramotnost není samozřejmost*. Ten se skládá celkem ze čtyř přednášek právě na téma finanční gramotnosti. Rádi bychom Vás touto cestou požádali o sponzorský dar v podobě dobrovolnické činnosti Vašich zaměstnanců a finanční částky 1 870 Kč, které uhradí náklady na realizaci projektu. Jeden vybraný zaměstnanec získá jedinečnou příležitost vést dvě přednášky pro celkem cca 30 lidí. Jako protihodnotu nabízíme reklamní plochu o velikosti 2 x 0,5 m a umístění loga Vaší společnosti na propagačních materiálech.

Jménem Domu sociálních služeb Betlém Cheb (oblastní pracoviště Diecézní charity Plzeň) děkujeme za čas věnovaný ve prospěch naší organizace. Za Vaši podporu budeme velmi vděční. Těšíme se na naši případnou spolupráci.

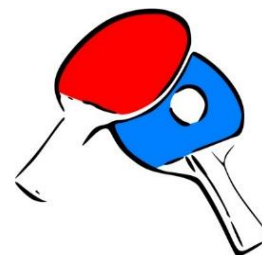
.....

Fundraiser

Domu sociálních služeb Betlém Cheb



POZVÁNKA



Dům sociálních služeb Betlém Cheb

Vás tímto srdečně zve na

Turnaj ve stolním tenise.

Akce je určena těm, kteří si chtějí užít zábavu a podpořit dobrou věc. Výtěžek z akce bude věnován na pronájem malometrážního bytu, jenž poslouží jako přestupní stanice lidem, kteří mají snahu a zájem opět se stát plnohodnotným členem společnosti.

Kdy: v sobotu od 13⁰⁰ hod. do 18⁰⁰ hod.

Kde: ve Sportovním areálu Krajinky (ulice Koželužská, Cheb)

Zápisné do turnaje: jednotlivec – 50 Kč

tým (2 osoby) – 80 Kč

Soutěžit se bude ve 4 skupinách:

Mládež (do 18 let) – jednotlivci, Mládež (do 18 let) – týmy

a

Dospělí – jednotlivci, Dospělí – týmy.

Celým odpolednem Vás provede Vladimír Koblůšek a hudební produkci zajistí rádio Egrensis, které je rovněž naším mediálním partnerem. Na místě budou prodejní stánky s nápoji a jídlem.



Priloha 4 - Výkaz zisku a ztráty 2014 DCHP

A. Náklady	Hlavní činnost	Hospodářská činnost	B. Výnosy	Hlavní činnost	Hospodářská činnost
	v tis. Kč	v tis. Kč		v tis. Kč	v tis. Kč
I. Spotřebované nákupy celkem	9 242	0	I. Tržby za vlastní výkony a za zboží celkem	27 474	24
Spotřeba materiálu, PHM	5 898	0	Tržby za vlastní výroby	0	0
Spotřeba energie	3 344	0	Tržby z prodeje služeb + veř. zakázka OPLZZ	27 474	24
Prodané zboží	0	0	Tržby za prodané zboží	0	0
II. Služby celkem	5 170	25	II. Změny stavu vnitroorganizačních zásob celkem	0	0
Opravy a udržování	1 516	0	III. Aktivace celkem	0	0
Cestovné	101	0	IV. Ostatní výnosy celkem	2 383	0
Náklady na reprezentaci	68	0	Úroky	28	0
Ostatní služby	3 485	25	Zúčtování fondů	31	0
III. Ostatní náklady celkem	43 726	0	Jiné ostatní výnosy	2 324	0
Mzdové náklady	32 007	0	V. Tržby z prodeje majetku, zúčt. rezerv a opr. pol.	0	250
Zákonné sociální pojištění	10 711	0	Tržby z prodeje dlouhodobého NM a HM	0	250
Ostatní sociální pojištění	129	0	Tržby z prodeje materiálu	0	0
Zákonné sociální náklady	879	0	VI. Přijaté příspěvky celkem	4 084	0
IV. Daně a poplatky celkem	27	0	Přijaté příspěvky zúčt. mezi organizačními složkami	0	0
Ostatní daně a poplatky	27	0	Přijaté příspěvky (dary, sbírky)	4 084	0
V. Ostatní náklady celkem	613	0	VII. Provozní dotace celkem	27 620	0
Ostatní pokuty a penále	3	0	Provozní dotace	27 620	0
Odpis nedobytné pohledávky	0	0	Výnosy celkem	61 561	274
Úroky	66	0	C. Výsledek hospodaření před zdaněním	-476	188
Kurové ztráty	0	0	Daň z příjmů	0	0
Dary - sociální výpomoci	4	0	D. Výsledek hospodaření po zdanění	-476	188
Jiné ostatní náklady	540	0			
VI. Odpisy, prodaný majetek, tvorba rezerv a opr. pol.	3 242	61			
Odpisy dlouhodobého nehm. a hmot. majetku	3 242	0			
Zůstatková cena prodaného dlouhodob. NM a HM	0	61			
VII. Poskytnuté příspěvky celkem	17	0			
Poskytnuté příspěvky zúčt. mezi org. složkami	13	0			
Poskytnuté členské příspěvky	4	0			
VIII. Daň z příjmů celkem	0	0			
Dodatečné odvody daně z příjmů	0	0			
Náklady celkem	62 037	86			

Priloha 5 - Výkaz zisku a ztráty 2014 DZ

Výkaz zisku a ztráty k 31. 12. 2014 (v tisících)	Hlavní	Hospodářská	Celkem
Spotřebované nákupy celkem	6 079	10	6 089
Služby celkem	9 000	35	9 035
Osobní náklady celkem	40 372	21	40 393
Daně a poplatky celkem	52	0	52
Ostatní náklady celkem	630	0	630
Odpisy, prodaný majetek	2 242	0	2 242
Poskytnuté příspěvky celkem	112	0	112
Náklady celkem	58 487	66	58 553
Tržby za vlastní výkony a zboží celkem	13 252	398	13 650
Změna stavu vnitroorg. zásob celkem	1	0	1
Úroky	13	0	13
Zúčtování fondů	477	0	477
Jiné ostatní výnosy	1 541	0	1 541
Tržby z prodeje dlouhodobého majetku	24	0	24
Přijaté příspěvky celkem	1 932	0	1 932
Provozní dotace celkem	41 784	0	41 784
Výnosy celkem	59 024	398	59 422
VÝSLEDEK HOSPODAŘENÍ	537	332	869

Příloha 6 - Seznam potřebného vybavení bytu včetně orientačních cen

Místnosti	Potřebné vybavení	Orientační cena
Ložnice	postel + noční stolek	6 999 + 299 Kč
	skříň	4 490 Kč
	peřina, polštář, povlečení 2 ks	499+ 149 + 2 x 249 Kč
	osvětlení	430 Kč
koupelna + WC	sprchový závěs, ručníky, sušák na prádlo	49 + 1 047 + 399 Kč
	osvětlení	1 598 Kč
	zrcadlo	149 Kč
	malá skříňka 2ks	1 198 Kč
	pračka	4 999 Kč
kuchyň + jídelna	nádobí, příbory, hrnce 2 ks	177 + 299 + 258 Kč
	lednice	3 599 Kč
	osvětlení	179 Kč
	Jídelní stůl + 2 židle	699 + 798 Kč
CELKOVÁ CENA		28 812 Kč

Abstrakt

Bakalářská práce obsahuje kapitolu věnovanou neziskovým organizacím, jejich typologii a právním formám. Z právních forem jsou zmíněny spolky, ústav, nadace a nadační fond, registrované církve a náboženské společnosti a sociální družstvo. Dále je zmíněn marketing neziskových organizací. Druhá kapitola se zabývá fundraisingem, úlohou dárců a fundraisera. Závěr teoretické části uvádí zásady fundraisingu. Praktická část obsahuje popis Diecézní charity Plzeň konkrétně její činnost v Chebu, rozebírá její náklady a výnosy a porovnává je s Diakonií Západ. Další kapitola shrnuje nové potenciální zdroje financování chebských poboček Diecézní charity Plzeň. Na závěr jsou navrženy dvě fundraisingové aktivity – přednáška o finanční gramotnosti a turnaj ve stolním tenise.

Abstract

The bachelor thesis contains a chapter regarding non-profit organizations, their typology and legal forms. There are associations, institute, foundation and endowment fund, registered churches and religious societies and social cooperative mentioned in terms of those legal forms. The marketing of non-profit organizations is also mentioned. The second chapter deals with fundraising, the role of a donor and a fundraiser. At its end, theoretical part describes principles of fundraising. The practical part of the thesis contains a description of the "Diecézní charita Plzeň", specifically its operations in Cheb. There is an analysis of costs and revenues, and their comparison with the "Diakonie Západ". The next chapter summarizes new potential sources of funding for the "Diecézní charita Plzeň" in Cheb. In conclusion, there are two fundraising activities suggested – a lecture on financial literacy and a table-tennis tournament.