



# MASARYKOVA UNIVERZITA

## SPR218:

### Financování NNO Fundraising

**Jakub Pejcal**  
**322799@mail.muni.cz**  
**ESF MU, Katedra veřejné ekonomie (kancelář č. 416)**  
**Centrum pro výzkum neziskového sektoru**  
**<http://cvns.econ.muni.cz/>**



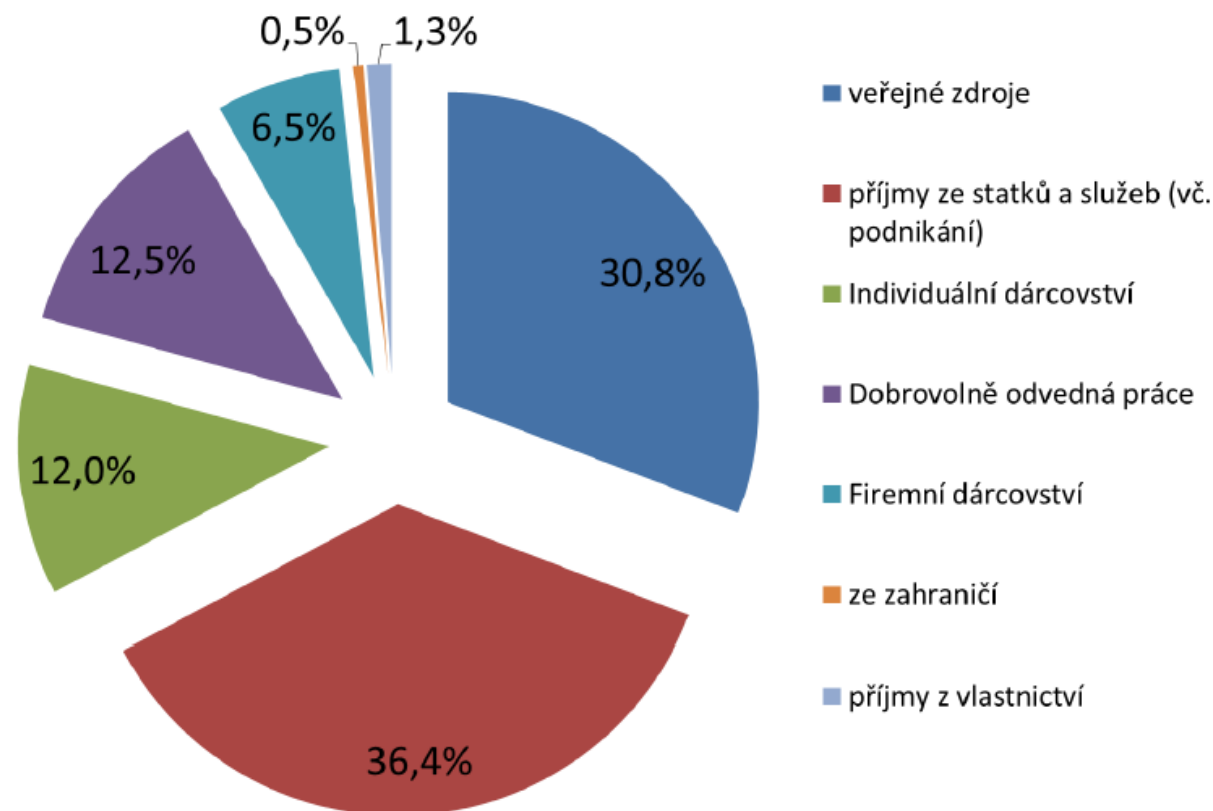
# OBSAH PŘEDNÁŠKY

- ❑ Přímá a nepřímá veřejná podpora
  - ❑ co je co?
  - ❑ kdo jakou podporu poskytuje?
  - ❑ aktuální data?
  
- ❑ Fundraising
  - ❑ co je to fundraising a k čemu slouží?
  - ❑ kdy a proč dávají lidé / firmy peníze?
  - ❑ jaké jsou základní metody fundraisingu?



# FINANCOVÁNÍ NNO V ČR

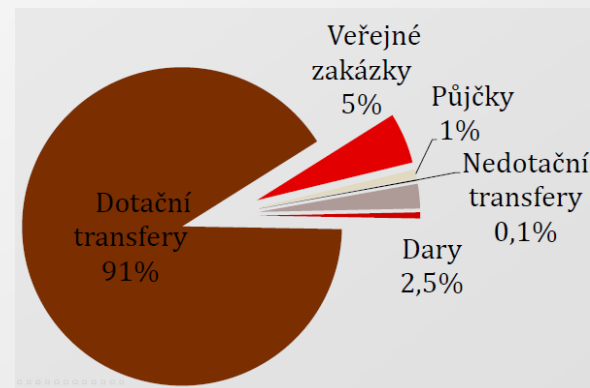
## ZDROJE NISD V ČR 2011 (V %)



# PŘÍMÁ PODPORA Z VEŘEJNÝCH ROZPOČTŮ

## □ Příímá podpora:

Financování - přímé	stát	kraje	obce
dotace	☑	☑	☑
veřejné zakázky	☑	☑	☑
dary: finanční a materiální			☑
půjčky (přímé i nepřímé)	☑	☑	☑



(Prouzová, Z.; 2008)

- nejčastěji ve formě dotací, realizováno veřejnými politikami (SDP)
- proč?
  - nejdůležitější (výhradní) poskytovatelé úzce specializovaných veřejných služeb (humanitární zahraniční pomoc, multikulturní činnosti, integrace romské populace, ekologická osvěta...) či marginálních segment veřejných služeb



# NEPŘÍMÁ PODPORA Z VEŘEJNÝCH ROZPOČTŮ

## ❑ Neřímá podpora:

Financování – nepřímé	stát	kraje	obce
slevy na daních	<input checked="" type="checkbox"/>		
úlevy od správních poplatků	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
úlevy od místních poplatků		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
prodej a pronájem majetku v symbolické či netržní ceně		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Odpuštění, snížení sankcí, splátek	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
pracovní čas zaměstnanců úřadu pro potřeby organizace.			<input checked="" type="checkbox"/>
využití komunikačních a propagačních kanálů úřadů	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

(Prouzová, Z.; 2008)

## ❑ Nejčastěji ve formě:

- ❑ 1) možnosti využít komunikační a propagační kanály (obecní rozhlas, nástěnka, webové stránky)
- ❑ 2) pronájem či zapůjčení majetku a zdrojů obce (pronájem, technické vybavení, pracovní čas)
- ❑ 3) věcné a finanční dary
- ❑ ...
- ❑ X) osvobození od místních poplatků, slevy na daních

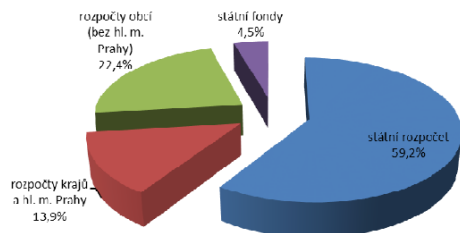


# ROZBOR FINANCOVÁNÍ NNO Z VEŘ. ROZPOČTŮ I.

## □ v roce 2015:

- 82.597 z.s. , 24.739 pobočných spolků, 2.710 o.p.s. 142 z.ú., 490 nadací, 1.331 nadačních fondů, 232 školských právnických zařízení, 1.000 zájmových sdružení p.o., 4.158 církevních právnických osob
- 16.480,4 mil. Kč poskytnutých dotací
  - 9.765,3 mil. Kč – státní rozpočet
  - 2.297,9 mil. Kč – rozpočty krajů a rozpočet hl. m. Prahy
  - 3.685,1 mil. Kč – rozpočty obcí
  - 737,1 mil. Kč – rozpočty státních fondů

Graf 41. Srovnání celkové výše dotací poskytnutých NNO z jednotlivých úrovní veřejných rozpočtů a státních fondů v roce 2015



Zdroj: Databáze kapitol státního rozpočtu, databáze krajů a hl. m. Prahy a MONITOR, upraveno

Tabulka 11. Vývoj objemu dotací poskytnutých NNO z jednotlivých veřejných rozpočtů a státních fondů v letech 2009 a 2015 dle úrovně rozpočtu (v tis. Kč)

Rozpočet	Součet dotací						
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
státní rozpočet	5 701 087	5 766 600	5 740 827	6 680 231	7 011 107	9 322 329	9 765 275
rozpočty krajů a hl. m. Prahy	1 577 857	1 418 528	1 612 069	1 523 182	1 684 538	1 863 571	2 297 863
rozpočty obcí (bez hl. m. Prahy)	2 672 417	2 578 671	2 727 343	2 889 148	3 263 485	3 337 649	3 685 142
státní fondy	225 265	573 991	781 735	677 965	775 284	842 028	737 097
<b>Celkem</b>	<b>10 176 626</b>	<b>10 337 790</b>	<b>10 861 974</b>	<b>11 770 526</b>	<b>12 734 414</b>	<b>15 365 577</b>	<b>16 485 378</b>

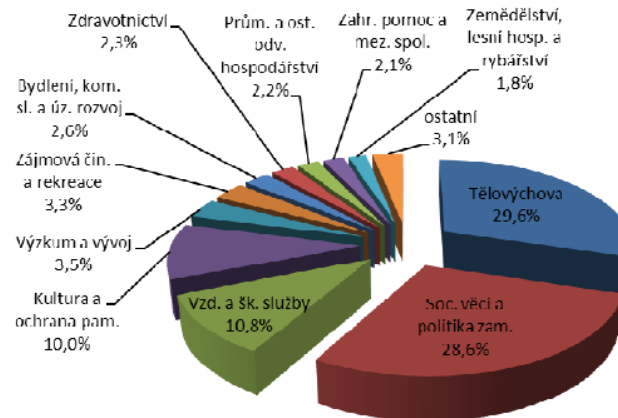
Zdroj: Rozbor 2009 až 2014, databáze kapitol státního rozpočtu, databáze krajů a hl. m. Prahy a MONITOR, upraveno

- 49,6 mil. Kč (státní rozpočet) a 226,8 mil. Kč (rozpočet krajů a hl.m. Prahy) na zadaných veřejných zakázkách



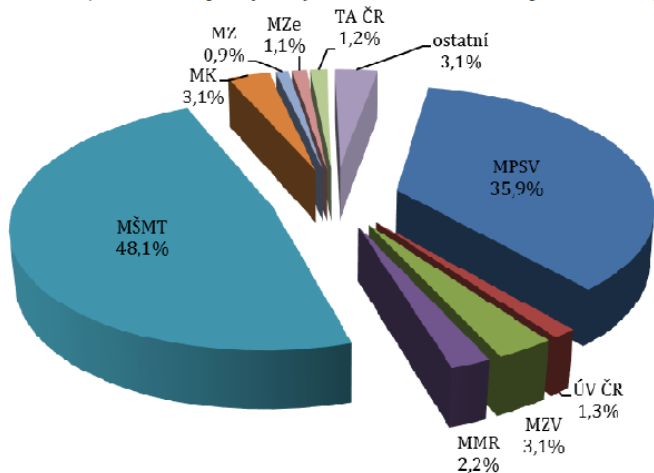
# ROZBOR FINANCOVÁNÍ NNO Z VEŘ. ROZPOČTŮ II.

Graf 42. Podíl dotací poskytnutých NNO dle podpořeného odvětví z veřejných rozpočtů a státních fondů



Zdroj: Databáze kapitol státního rozpočtu, databáze krajů a hl. m. Prahy a MONITOR, upraveno

Graf 1. Podíl objemu dotací poskytnutých NNO ze státního rozpočtu dle rozpočtu



Zdroj: Databáze kapitol státního rozpočtu, upraveno



# ROZBOR FINANCOVÁNÍ NNO Z VEŘ. ROZPOČTŮ III.

Tabulka P4\_1. NNO příjemci dotací ze státního rozpočtu v roce 2015 nad 50 mil. Kč (v tis. Kč)

Název NNO příjemce dotace	Součet dotací (v tis. Kč)	Podíl na celkovém objemu (v %)	Počet dotací
Fotbalová asociace České republiky	313 935	3,2%	8
CESNET, zájmové sdružení právnických osob	302 090	3,1%	4
Horská služba ČR, o.p.s.	171 199	1,8%	7
Český atletický svaz	147 651	1,5%	12
Člověk v tísni, o.p.s.	147 452	1,5%	68
Slezská diakonie	124 846	1,3%	29
NADĚJE	118 789	1,2%	23
Český svaz ledního hokeje z.s.	118 524	1,2%	7
Diecézní charita Brno	108 266	1,1%	58
ENKI, o.p.s.	98 046	1,0%	8
Autoklub České republiky	95 407	1,0%	27
Český tenisový svaz o. s.	94 056	1,0%	10
Český olympijský výbor	89 000	0,9%	6
Česká unie sportu, z.s.	87 676	0,9%	5
Česká obec sokolská	78 986	0,8%	5
Armáda spásy v České republice, z. s.	76 680	0,8%	19
FC Slovácko z.s.	70 000	0,7%	1
Česká basketbalová federace, z.s.	69 416	0,7%	7
Biskupské gymnázium J. N. Neumanna a Církevní z.škola	67 091	0,7%	27
Technologické centrum Akademie věd České republiky	67 046	0,7%	8
Svaz lyžařů České republiky z.s.	66 459	0,7%	8
Česká unie bojových umění z.s.	65 854	0,7%	6
Český volejbalový svaz	65 433	0,7%	6
Česká katolická charita	60 652	0,6%	1
Český svaz kanoistů, z.s.	59 891	0,6%	7
ČESKÝ SVAZ CYKLISTIKY z.s.	59 832	0,6%	9
Charita Česká republika	59 689	0,6%	30
Biskupské gymnázium Brno a mateřská škola	51 732	0,5%	16

Zdroj: Databáze kapitol státního rozpočtu, upraveno

- ❑ Největší objem dotací ze státního rozpočtu získala Fotbalová asociace ČR (314 mil. Kč)
- ❑ Nejvíce dotací ze státního rozpočtu získal Člověk v tísni (68)
- ❑ 16 % objemu dotací ze státního rozpočtu poskytnuto 10 NNO
- ❑ více [zde](#), či [zde](#)







# MASARYKOVA UNIVERZITA

## SPR218:

### **Financování NNO** **Fundraising**

**Jakub Pejcal**  
**322799@mail.muni.cz**  
**ESF MU, Katedra veřejné ekonomie (kancelář č. 416)**  
**Centrum pro výzkum neziskového sektoru**  
**<http://cvns.econ.muni.cz/>**



# FUNDRAISING

- ❑ jak úspěšně přesvědčit druhé, že by měli přispět právě Vaší organizaci
- ❑ zahrnuje různé postupy a metody, jak získat finanční a nefinanční prostředky na činnost organizace (resp. jak získat přátele?)
- ❑ jak na to?
  - ❑ přesvědčit druhé dokáže jen ten, kdo je sám přesvědčený
  - ❑ potřeba vytvořit pocit důvěry v naši efektivitu a vhodnost
- ❑ základem je otázka – proč by někdo dával?
  - ❑ kdy a proč jsem dával já?
  - ❑ kdy jsem řekl „ne“?
  - ❑ co jsou důvody, proč nám dát?
  - ❑ co je lákavé pro okruh mých známých? Dali by oni?



# HODNOTY A OBECNÁ MOTIVACE

- ❑ Žebříček hodnot:
  - ❑ Jaký je můj žebříček hodnot?
  - ❑ Jaký je žebříček hodnot lidí v mém okolí?
  
- ❑ Často uváděná motivace:
  - ❑ radost z dávání,
  - ❑ pocit užitečnosti,
  - ❑ vyjádření postojů, morálních hodnot a stanovisek,
  - ❑ osobní uspokojení,
  - ❑ chuť pomoci jiným,
  - ❑ snaha vyřešit problém.



# KDY LIDÉ DÁVAJÍ PENÍZE?

## □ **obecné vzorce:**

- když k tomu mají významný a neodkladný důvod;
- jsou osobně zainteresovaní na výsledku podpořené činnosti;
- vidí ostatní, jak přispívají na tutéž činnost svým časem a prostředky;
- vědí, že jim bude **poděkováno**;
- vědí, že budou pravidelně informováni o **rozvoji a činnosti organizace**;
- vědí přesně, na co budou jejich peníze použity, a že budou využity rozumně a šetrně;
- vědí, že podpořená organizace je prosycena nadšením a optimismem, a že jistě získá potřebné finance i od ostatních
- ...



# CO VÍME O INDIVIDUÁLNÍCH DÁRCÍCH

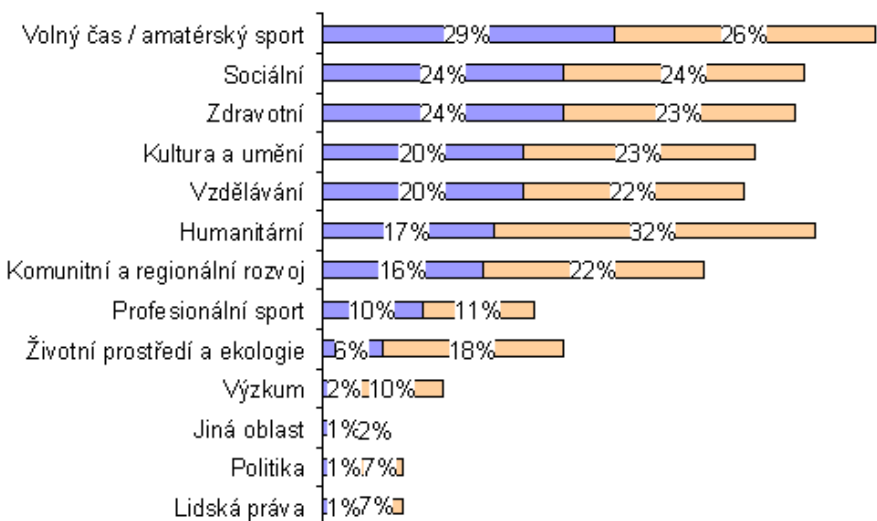
- ❑ průměrný roční dar se pohybuje okolo 2 % ročního příjmu dárce
- ❑ procento se snižuje s narůstajícím příjmem dárce!
- ❑ relativní roční výše daru se zvyšuje s věkem dárce
- ❑ lidé žijící v manželství mají tendence dávat více nežli svobodní
- ❑ členové různých NNO a věřící dávají v průměru více nežli lidé, kteří do těchto skupin nepatří
- ❑ lidé, kteří někdy dobrovolně vypomáhali v NNO dávají více než ti, kteří se dobrovolných prací neúčastní



# CO VÍME O FIREMNÍCH DÁRCÍCH

☐ opět, lze znalosti zobecnit:

Kterou oblast v České republice podporuje Vaše firma darem?  
N=384



Co především motivuje Vaši firmu k poskytování podpory - daru? N=384



## JAK SE HLEDÁ DÁRCE?

- ❑ je třeba hledat všude!
  - ❑ je třeba správně odhadovat potřeby
  - ❑ je třeba vhodně oslovit
  - ❑ je třeba komunikovat
  - ❑ je třeba nabídnout vhodnou protihodnotu
- 
- ❑ tři stupně žádosti organizace k dárci:
    - ❑ nemáme, co nabídnout – prosíme
    - ❑ nabízíme protihodnotu – nižší (kvazipartnerství)
    - ❑ nabízíme protihodnotu – srovnatelnou (obchodní jednání)



## CO NÁSLEDUJE?

### ❑ **otázky oslovených:**

- ❑ Proč je Vaše činnost důležitá a proč je důležitější než jiná?
- ❑ Proč na svou činnost potřebuje organizace peníze?
- ❑ Proč Vám mám dát zrovna já?
- ❑ Čeho chcete konkrétně za částku, kterou po mě žádáte, dosáhnout?
- ❑ Proč nepřijdete za měsíc? Proč jste nepřišli před rokem?
- ❑ Proč to neděláte jinak?
- ❑ Kolika lidem jste už pomohli?
- ❑ V čem jste lepší, než druzí?
- ❑ ...





# METODY FUNDRAISINGU I.

- ❑ Inzerce
  - ❑ nejméně účinná metoda (anonymní kontakt)
  - ❑ široké spektrum oslovených (tedy i možné zachycení dárců)
  
- ❑ Direct mail (tj. přímý poštovní styk)
  - ❑ hromadné adresné nebo neadresné oslovení
  - ❑ možná forma vyžádání odpovědi (poštovní poukázka?)
  
- ❑ Veřejná sbírka (výzva neurčitému okruhu dárců)
  - ❑ široké spektrum oslovených
  - ❑ nezbytná organizační příprava a následná propagace
  - ❑ zákon č. 117/2001 Sb., o veřejných sbírkách
  
- ❑ Kampaň
  - ❑ podobné veřejné sbírce pouze více agresivní



## METODY FUNDRAISINGU II.

- ❑ Benefiční akce
  - ❑ široký předem neznámý okruh oslovených
  - ❑ vyžaduje zajímavý program s přesným naplánováním
  - ❑ nezbytná dostatečná prezentace účelu celé akce
- ❑ „Od dveří ke dveřím“
  - ❑ vstupování do soukromí jiných – „vtíravým způsobem“ (podobné direct mailu)
- ❑ Osobní dopis / telefonický rozhovor
  - ❑ nezbytná předchozí znalost dárce (již poskytnul dar v minulosti?)
  - ❑ (žádost o obnovení předchozího daru?)
- ❑ Grantový fundraising
  - ❑ byrokratický přístup
  - ❑ možná vysoká návratnost s dlouhodobou spoluprací



## METODY FUNDRAISINGU III.

- ❑ Členství
  - ❑ dlouhodobý vztah s dárce
  - ❑ nezbytné udržovat pravidelný kontakt (dopis / telefonáty / výroční zprávy)
- ❑ Osobní setkání
  - ❑ nezbytná předchozí znalost dárce (?)
  - ❑ vhodné vytipování nového dárce
  - ❑ velmi účinný způsob (spolu s grantovým fundraisingem nejvýznamnější)
- ❑ Vlastní příjmy (samofinancování)
  - ❑ možná cesta k dlouhodobé stabilitě
- ❑ Ze závěti – testament fundraising
  - ❑ velmi citlivá avšak účinná metoda, v našem prostředí spíše nevyužívána (150 mil. Kč vs. 2 mld. GBP, resp. 20 mld. USD v roce 2012)
- ❑ online fundraising, DMS, vlastní činnost...



# FUNDRAISINGOVÝ KOLOBĚH

- ❑ identifikace poslání organizace (stručnost, jasnost, výstižnost – znalost členů organizace)
- ❑ stanovení konkrétních a měřitelných cílů (jasných a dosažitelných)
- ❑ vypracování realizačního časového plánu aktivit (podklad pro roční rozpočet)
- ❑ ověřit potřebnost naší organizace (skutečně reagujeme na potřeby?)
- ❑ zvážit personální možnosti organizace v rámci fundraisingové akce (dobrovolníci?)
- ❑ volba nejvhodnější fundraisingové metody
- ❑ ujasnění si skladby možných zdrojů
- ❑ ujasnění si možného okruhu dárců
- ❑ žádost
- ❑ udržování kontaktu (informovat o užití daru)

❑ nová žádost



# OVĚŘENÍ ÚSPĚŠNOSTI?

- ❑ čistý příjem (absolutně)
- ❑ návratnost investic (poměr mezi získaným a vynaloženým)
- ❑ návratnost (procento odpovědí)
- ❑ průměrný příspěvek
- ❑ náklady na získání dárce
- ❑ ...



# SHRNUTÍ

- ❑ odkud pochází hlavní zdroje financování českých NNO?
- ❑ co spadá do přímé a co do nepřímé veřejné podpory?
- ❑ kolik peněz české NNO získají každoročně z veřejných rozpočtů?
  
- ❑ co je to fundraising a k čemu slouží?
- ❑ kdy a proč dávají lidé / firmy peníze?
- ❑ jaké jsou základní metody fundraisingu?
  
- ❑ GRANTY TGM – PROSTUDO VAT!!
- ❑ <https://www.muni.cz/absolventi/spolek-absolventu-a-pratel-mu/granty-tgm/aktualni-rocnik>



## PÁR PŘÍKLADŮ?

- ❑ Tričko v akci za 50 korun? Nikdo si ho nekoupil...
- ❑ Follow the Frog
- ❑ Obuj se do toho
- ❑ Kühnův dětský sbor
- ❑ Cholera for Sale in New York! (Dirty Water Vending Machine)

