

MASARYKOVA UNIVERZITA
Ekonomicko – správní fakulta

Studijní obor: Veřejná ekonomie



Faktory ovlivňující dárcovské chování
Factors influencing donors behavior

Disertační práce

Školitel:

doc. Ing. Vladimír Hyánek, Ph.D.

Autorka:

Ing. Marie Hladká

Brno 2015

Abstrakt

Cílem disertační práce „Faktory ovlivňující dárcovské chování“ je identifikovat faktory ovlivňující dárcovství, na základě empirického šetření posoudit, které z nich mají vliv na dárcovské chování u vybraného vzorku obyvatel v České republice, analyzovat tyto faktory ve vzájemných vztazích a předložit aplikační závěry pro teorii a praxi. Za tímto účelem je provedena nejprve deskripce ekonomických modelů prostřednictvím ekonomického aparátu, dále jsou v návaznosti postulována teoretická východiska pro identifikaci nejvýznamnějších proměnných vztahujících se k dárcovství. K naplnění cíle práce byl realizován empirický výzkum, který je založen na kvantitativním přístupu získávání dat, na jehož základě jsou vyhodnoceny jednotlivé faktory determinující darování jedince neziskovým organizacím. Hlavním přínosem předložené disertační práce je nalezení vzájemných vztahů a souvislostí identifikovaných proměnných ve vztahu k ochotě, míře a frekvenci darování.

Abstract

The aim of the thesis „Factors affecting donors behavior“ is to identify the most significant factors influencing individual donation. Further based on the empirical method working with a sample selected from residents of the Czech Republic to assess which of them affect donor behavior, finally to analyze these factors in interrelationship and propose application conclusions for both theory and practice. For this purpose at first a description of economic models through mathematical and microeconomic system is performed, consequently theoretical assumptions for identifying the most important variables are made. To meet the objective of the thesis empirical research was performed and was based on quantitative approach to data gathering and based on the results individual factors determining individual donations to non-profitable organization are evaluated. The main benefit of the presented thesis is the revelation of relationships and connections between identified variables concerning willingness, volume and frequency of donation.

Klíčová slova

Altruismus, dárcovství, motiv, prosociální chování

Keywords

Altruism, giving, motivation, prosocial behavior

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem disertační práci *Faktory ovlivňující dárcovské chování* vypracovala samostatně pod vedením doc. Ing. Vladimíra Hyánka, Ph.D. a uvedla v ní všechny použité literární zdroje a jiné odborné zdroje v souladu s právními předpisy, vnitřními předpisy Masarykovy univerzity a vnitřními akty řízení Masarykovy univerzity a Ekonomicko-správní fakulty Masarykovy univerzity.

V Brně dne

Poděkování

Chtěla bych poděkovat vedoucímu disertační práce a doufám, že mohu napsat i přáteli, doc. Ing. Vladimíru Hyánkovi, Ph.D, za jeho odbornost, se kterou na mou práci dohlížel, dlouholetou podporu, kterou mě provázel, za čas, který mi při společných konzultacích věnoval a za snahu mi být nápomocen po celou dobu doktorského studia.

Upřímné poděkování patří rovněž doc. PhDr. Růženě Lukášové, CSc. a doc. Ing. Františku Svobodovi, Ph.D. za jejich rady, postřehy a doporučení při přípravě dotazníkového šetření, Mgr. et Mgr. Jiřímu Navrátilovi, Ph.D. a Ing. Mgr. Markétě Matulové Ph.D. za možnost konzultace statistického zpracování dat. Dále děkuji PhDr. Miroslavu Pospíšilovi, kolegům z Centra pro výzkum neziskového sektoru a Katedry veřejné ekonomie, kteří ve mně vzbudili zájem o studium neziskového sektoru, poskytli kvalitní zázemí pro dlouholetou výzkumnou činnost a přispěli pomocí, radou, nebo příkladem k vytvoření disertační práce.

Poslední, ale neméně významné „děkuji“, je věnováno celé mé rodině za jejich povzbuzení, důvěru, nekončící podporu a značnou trpělivost, kterou se mnou měli, když jsem se intenzívně věnovala „svým“ motivacím a měla o to méně času na ně samotné.

Věnuji tuto práci Ondřejovi

spláčeje jeho vytrvalou podporu.

Elence a Štěpánkovi věnuji, co sama teď vím:

Cesty vedou kraji,

kde cíl se ztrácí, až zmizí.....

Dojde ten, koho odpovědnost vede.

OBSAH

ÚVOD	8
1 TEORETICKO - METODOLOGICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE	13
1.1 RACIONALITA	13
1.1.1 Neoklasické pojetí racionality	14
1.1.2 Paradigma subjektivní racionality	16
1.1.3 Hodnotový model založený na Teorii vyhlídek (Prospektivní teorie)	18
1.2 TEORIE PROSOCIÁLNÍHO CHOVÁNÍ	20
1.2.1 Altruismus a egoismus v lidském chování	21
1.2.2 Teoretické modely prosociálního chování	27
1.3 DÁRCOVSTVÍ	29
1.3.1 Význam a chápání dárcovství	30
1.3.2 Ekonomické podoby dárcovství	32
1.3.3 Modelový proces dárcovství	34
2 EKONOMICKÁ INTERPRETACE DÁRCOVSTVÍ	38
2.1 ROZHODOVÁNÍ DLE DÁRCOVSKÉ PREFERENCE	39
2.1.1 Preference egoisty	39
2.1.2 Preference altruisty	40
2.1.3 Preference E-over-A pluralisty	41
2.1.4 Preference A-over-E pluralisty	41
2.2 ROZHODOVÁNÍ DLE TEORIE UŽITKU	42
2.2.1 Public Goods Model	43
2.2.2 Private Consumption Model	46
2.2.3 Investment Model	48
2.2.4 Impure Altruism Model	50
3 IDENTIFIKACE PROMĚNNÝCH OVLIVŇUJÍCÍCH DÁRCOVSTVÍ	53
3.1 IDENTIFIKACE A CHARAKTERISTIKA VNITŘNÍCH PROMĚNNÝCH – MOTIVŮ	55
3.1.1 Altruismus	56
3.1.2 Egoismus	57
3.1.3 Investice	58
3.2 IDENTIFIKACE A CHARAKTERISTIKA VNĚJŠÍCH PROMĚNNÝCH - DETERMINANTŮ	58
3.2.1 Ekonomické proměnné	59
3.2.2 Demografické proměnné	62
3.2.3 Sociální proměnné	66
3.2.4 Situační proměnné	67
4 VÝZKUMNÉ ŠETŘENÍ	71
4.1 METODIKA VÝZKUMU	71
4.2 CHARAKTERISTIKA VÝZKUMNÉHO VZORKU	85
4.3 POPISNÁ ANALÝZA A KORELAČNÍ ANALÝZA FAKTORŮ A JEJICH VZÁJEMNÝCH VAZEB	88
4.3.1 Co motivuje jednotlivce v České republice k poskytnutí daru? (VO1)	89
4.3.2 Jak jsou motivy na sobě navzájem závislé? (VO2)	92
4.3.3 Jaký je vztah mezi motivy a výší poskytnutého daru? (VO3)	93
4.3.4 Jaký je vztah mezi motivy a frekvencí poskytnutého daru? (VO4)	95
4.3.5 Které determinanty mají vliv na poskytnutí daru? (VO5)	97
4.3.6 Jsou determinanty na sobě navzájem závislé? (VO6)	99
4.3.7 Jaký je vztah mezi determinanty a výší poskytnutého daru? (VO7)	100
4.3.8 Jaký je vztah mezi determinanty a frekvencí darování? (VO8)	101
4.3.9 Do jaké míry jsou motivy a determinanty na sobě navzájem závislé? (VO9)	101
4.3.10 Jak lze charakterizovat dárcovské chování u řady socio-demografických skupin? (VO10)	104
4.3.11 Mají některé socio-demografické skupiny vliv na motivy? (VO11)	113
4.3.12 Mají některé socio-demografické skupiny vliv na determinanty? (VO12)	114
4.3.13 Jaký je vztah vybraných socio-demografických skupin a výše poskytnutého daru? (VO13)	116
4.3.14 Jaký je vztah vybraných socio-demografických skupin a frekvence darování? (VO14)	119

5	DISKUSE TEORETICKÝCH VÝCHODISEK PRÁCE A VÝSLEDKŮ EMPIRICKÉHO ŠETŘENÍ	124
5.1	TEORETICKÁ REFLEXE	125
5.2	EMPIRICKÁ REFLEXE	128
5.3.1	<i>Explorační faktorová analýza</i>	130
5.3.2	<i>Mnohonásobná lineární regresní analýza</i>	135
5.3.3	<i>Binární logistická regresní analýza</i>	138
5.3	NÁVRHY NA DALŠÍ VÝZKUM	142
	ZÁVĚR.....	143
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	148
	RESUMÉ.....	158
	SEZNAMY	159
	SEZNAM ZKRATEK.....	159
	SEZNAM GRAFŮ	159
	SEZNAM SCHÉMAT	159
	SEZNAM TABULEK.....	159
	SEZNAM PŘÍLOH.....	160
	PŘÍLOHY	161

ÚVOD

„The noblest question in the world is what good may I do in it?“

Benjamin Franklin, 1737

Motivace je ústředním pojmem jak pro psychologii, pro sociologii, tak také pro ekonomii. Definování ekonomie jako společensko-vědní disciplíny doznalo postupem času významných změn. Současné vymezení vychází z tzv. neoklasické syntézy neoklasické mikroekonomie a keynesiánské makroekonomie z poloviny 70. let 19. stol. Ekonomie je chápána jako věda, která se zabývá lidským jednáním ve světě omezených zdrojů a neomezených potřeb, jako „*věda o optimální alokaci vzácných zdrojů mezi alternativní použití*“ (HOLMAN, 2005, s. 202). Standardní ekonomie pracuje s předpokladem homo oeconomicus, tedy člověka, který je dokonale informován, všechny informace umí dokonale zpracovat a řídí se pouze svým vlastním zájmem. Jedná se o koncept, který nám poskytuje logický smysl a který prostřednictvím svých neoklasických modelů graficky či matematicky zachycuje rozhodování lidí v nejrůznějších situacích. Můžeme však slyšet kritiku neoklasické ekonomie (např. MELZOCHOVÁ, 2013; HORKÝ, 2011; GOČEV, 2005) jakožto matematického aparátu¹, který nemá se skutečným chováním jednotlivce nic společného, nebere v úvahu individuální lidské jednání a neumožňuje vytvářet dostatečně přesné prognózy. Ve snaze lépe pochopit lidské jednání se proto moderní ekonomie snaží spolupracovat i s jinými vědními obory jako jsou například psychologie, antropologie, či sociologie. Daří se jí tak doplnit ekonomické analýzy lidského chování plné předpokladů o nové metody. Lidské chování tak můžeme sledovat například prostřednictvím experimentální ekonomie (např. averze k riziku, smysl pro spravedlnost) či ekonomie chování (behavioral economics), která sjednocuje ekonomii s prvky psychologie a umožňuje nám tak pochopit dříve velmi těžko pochopitelné lidské jednání a rozhodování. DIAMOND a VARTIANEN (2007) vyzdvihují proto schopnosti behaviorální ekonomie, která hledá způsob, jak rozšířit rámec standardní ekonomie a zasazuje do něho znaky lidského chování, které ve standardních ekonomických teoriích scházejí. Prostřednictvím behaviorální ekonomie je možné sestavit preciznější ekonomické modely a uskutečňovat přesnější predikci.

¹ „*Neoklasická ekonomie totiž neupřesňuje tvar a obsah užitkových funkcí, ačkoliv na nich často staví svou teorii. Proto také dochází k častému zjednodušování, že maximalizace užítku je pouhou maximalizací zisku, a k redukci lidských preferencí pouze na ty čistě sobecké.*“ (ŘÍKOVSKÝ, 2011, s. 10)

Autorka si je vědoma nutnosti interdisciplinárního charakteru a přístupu k dané problematice. Lidské chování je determinováno nespočetným množstvím faktorů, přesto se autorka domnívá, že má smysl se modelování reálného rozhodování alespoň přiblížit. Práce předkládá komplexnější náhled na lidské motivy vedoucí k dárcovství, než dovoluje předpoklad homo oeconomicus se svou maximalizací užitku na straně teoretické, či dosud provedené výzkumy v oblasti dárcovství v České republice na straně praktické.

Fenomén dárcovství a s ním spojený altruismus můžeme v lidské společnosti pozorovat napříč staletími i kulturami. Věnují se mu různé vědní disciplíny (psychologie, sociologie, sociobiologie, filosofie, antropologie aj.) a od začátku 60. let 20. století rovněž ekonomie. Dárcovství se nabízí jako dobrá základna pro bádání v oblasti, která je průnikem právě několika společenskovedních disciplín. Altruismus² a neziskový sektor³ nabírá v posledních desetiletích neustále na významu. Není v tom zájem pouze teoretický, ale také praktický, který je veden snahou nalézt výhody těchto fenoménů a dále využívat poznatky získané v rámci neziskového sektoru, které jsou založeny na vztahu dárce – příjemce. Téma dárcovství je úzce spjaté s hospodářskou politikou a dotýká se otázky občanské společnosti prostřednictvím financování třetího sektoru (neziskových organizací). Přestože nalezneme v České republice výzkumy (např. FRIČ, 2001; HLADKÁ, ŠINKYŘÍKOVÁ, 2009), které se snaží identifikovat proměnné mající vliv na dárcovské rozhodování, přičemž většina z nich je zaměřena na definování vnějších vlivů nikoli těch vnitřních, nevíme doposud nic o míře jejich vlivu na vysvětlující proměnnou, tedy o stanovení závislosti prostřednictvím funkčního předpisu, ani o síle této závislosti.

Předmětem práce je zkoumání proměnných stojících v pozadí rozhodnutí jednotlivce darovat peníze neziskové organizaci (ontologická rovina) a zkoumání jejich vlivu na rozhodnutí darovat (gnoseologická rovina). Dané proměnné jsou v textu rozděleny na proměnné endogenní, vnitřní (motivы) a proměnné exogenní, vnější (determinanty). Identifikované proměnné (faktory) představují reprezentativní výčet, nemohou být vnímány jako výčet úplný.

² Altruismus je definován např. v Geistově psychologickém slovníku jako myšlení, cítění, jednání, které bere ohled na ostatní lidi, nezištný, neprospěchářský a nesobecký vztah k lidem. (GEIST, 2000).

³ Pojem neziskový sektor je dále v práci chápán v souladu s mezinárodně uznávanou strukturálně-operaciální definicí Salamona a Anheiera (SALOMON, ANHEIER, 1997).

Předkládaná práce se zaměřuje na hledání odpovědí na dosud nezodpovězené otázky prostřednictvím naplnění následujícího cíle.

Cílem disertační práce je identifikovat faktory ovlivňující dárcovství, na základě empirického šetření posoudit, které z nich mají vliv na dárcovské chování u vybraného vzorku obyvatel v České republice, analyzovat tyto faktory ve vzájemných vztazích a z daných poznatků vyvodit závěry pro teorii a praxi.

Daného cíle bude dosaženo prostřednictvím následujících čtyř dílčích cílů.

Dílčí cíl 1: Provést deskripci ekonomických modelů vztahujících se k dárcovství a na jejich základě nalézt teoreticky odůvodněnou sadu proměnných determinujících dárcovství.

Dílčí cíl 2: Provést identifikaci a systematizaci motivů a determinantů, které mohou mít vliv na rozhodnutí jednotlivce darovat peníze a provést jejich vlastní kategorizaci.

Dílčí cíl 3: Výstupy kategorizace operacionalizovat a přeformulovat do dotazníkového šetření a na základě jeho výsledků identifikovat proměnné, které mají u vybraného vzorku obyvatel vliv na rozhodnutí darovat peníze neziskovým organizacím a analyzovat tyto proměnné ve vzájemných vztazích.

Dílčí cíl 4: Provést reflexi poznatků vyplývajících z teoreticko-metodologických východisek práce a výsledků empirického testování.

Disertační práce si klade ve své empirické části **výzkumné otázky** se zaměřením na dvě oblasti: MOTIVY DÁRCE a DETERMINANTY. Motivy a determinanty jsou analyzovány v rámci jednotlivců a v rámci skupiny (tzv. SOCIO-DEMOGRAFICKÁ SKUPINA).

JEDNOTLIVEC

MOTIVY (vnitřní proměnné)

1. Co motivuje jednotlivce v České republice k poskytnutí daru? (významnost motivů)
2. Jak jsou tyto motivy na sobě navzájem závislé? (těsnost motivů)
3. Jaký je vztah mezi motivy jednotlivce a výší poskytnutého daru?
4. Jaký je vztah mezi motivy jednotlivce a frekvencí darování?

DETERMINANTY (vnější proměnné)

5. Které determinanty mají vliv na poskytnutí daru? (významnost determinantů)
 6. Jsou tyto determinanty na sobě navzájem závislé? (těsnost determinantů)
 7. Jaký je vztah mezi determinanty a výší poskytnutého daru?
 8. Jaký je vztah mezi determinanty a frekvencí darování?
-

MOTIVY X DETERMINANTY

9. Do jaké míry jsou motivy a determinanty na sobě navzájem závislé? (těsnost motivů a determinantů)

SOCIO-DEMOGRAFICKÁ SKUPINA

10. Jak lze charakterizovat dárcovské chování u řady socio-demografických skupin (skupiny definované věkem, vzděláním, rodem, povoláním, velikostí bydliště aj.)?
11. Mají některé socio-demografické skupiny vliv na motivy?
12. Mají některé socio-demografické skupiny vliv na determinanty?
13. Jaký je vztah vybraných socio-demografických skupin a výše poskytnutého daru?
14. Jaký je vztah vybraných socio-demografických skupin a frekvence darování?

Struktura práce je následující: První kapitola nastiňuje teoretická východiska, ze kterých práce vychází a která jsou důležitá pro správné uchopení celé problematiky. Jedná se o teoretickou analýzu založenou na studiu odborné literatury. Vzhledem k tomu, že motivace lidského chování představuje komplikovanou a rozsáhlou oblast, omezila autorka svoji pozornost pouze na vymezení racionality z pohledu ekonomie, dále pak na prosociální chování, altruismus a egoismus jakožto stěžejní hnací síly lidského chování. Předkládá základní informace o významu, definicích a chápání pojmu dárcovství. Druhá kapitola představuje deskripci ekonomických modelů dle rozhodování dárce v návaznosti na jeho preference či jeho užitek, na jejichž základě identifikuje teoretická východiska pro následující empirické šetření. Třetí kapitola zpracovává a předkládá utříděné výsledky již provedených zahraničních výzkumů a studií a na jejich základě nově identifikuje, dle vlastního uvážení systematizuje a nově kategorizuje nejvýznamnější proměnné vztahující se k dárcovství. Čtvrtá kapitola nejprve předkládá podklady a metodologické zázemí pro výzkumné šetření, dále pak analýzu zjištěných výsledků definujících význam a vzájemnou závislost jednotlivých identifikovaných proměnných (motivů, determinantů). Kapitola nabízí odpovědi na stanovené výzkumné otázky, interpretuje výsledky ve vzájemných souvislostech a nabízí vlastní domněnky vysvětlující některé ze zjištěných poznatků o chování jednotlivce v procesu darování. V páté kapitole práce autorka předkládá teoretickou i empirickou reflexi vycházející z teoreticko-metodologických východisek práce a výsledků empirického šetření.

Vzhledem k charakteru předmětu zkoumání práce bude autorka vycházet zejména z *pozitivistické metodologie*, v závěru bude autorka využívat *normativní metodologii*.

Práce dále vychází z *metodologického individualismu*, kdy rozhodování o poskytnutí daru je analyzováno na úrovni jednotlivce.

Téma disertační práce a jeho cíle do značné míry předurčují také výběr vhodných **metod**, jak obecně vědních, tak specificky vědních, které umožní naplnění cílů práce a nalezení odpovědí na výzkumné otázky. Disertační práci lze rozdělit na část teoretickou a část empirickou, což znamená, že má povahu základního teoretického výzkumu i výzkumu aplikovaného. Tomuto dělení odpovídají také použité metody.

V části teoretické se jedná především o obecně vědní metody, k nimž patří metoda *deskriptivní* (popis daného jevu, např. altruismu, či racionality). Pro část práce věnující se ekonomickým modelům vysvětlujícím dárcovství bylo využito metod obsahové *analýzy* relevantních dokumentů a odborné literatury a *syntézy*. Analýze a syntéze jsou podrobena teoretická a metodologická východiska zkoumané problematiky. Ke zjištění a identifikování možných proměnných byla využita *metodologická triangulace* (kombinace různých metod/zdrojů dat k získání co největšího množství perspektiv). Daný postup byl zvolen vzhledem k interdisciplinaritě tématu.

V části empirické nejsou opomenuty metody zásadní pro každý výzkum, a to metoda, *analogie* (jedná se o přímé porovnávání podobných faktů nebo situací vycházejících ze zahraničních výzkumů) a také kvantitativní metoda založená na *dotazníkovém šetření*, která tvoří základ předposlední části práce. Práce dále využívá metodu *vědecké abstrakce*, kdy odhlíží od nepodstatných aspektů, v konkrétní situaci se může jednat o dodatečné proměnné vstupující sekundárně do rozhodovacího procesu dárce. Přestože tak může dojít k částečnému zkreslení reality, autorka tuto metodu považuje vzhledem k popisu sociálního jevu za jedinou možnou. Na sběr dat navazují specifické vědní metody. Data byla analyzována prostřednictvím 1) ukazatelů pro deskriptivní analýzu (rozložení, četnost - absolutní, relativní, kumulovaná, míry centrální tendence - průměr, modus, medián, směrodatná odchylka, směrodatná chyba průměru), 2) korelační analýzy (Pearsonův korelační koeficient, metoda ANOVA založená na F testu), 3) explorační faktorové analýzy, 4) regresní analýzy (mnohonásobná lineární regrese, binární logistická regrese).

1 TEORETICKO - METODOLOGICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE

1.1 RACIONALITA

„Nabádejte své děti, aby se staly dobrými lidmi. Ne proto, že to je náročné a záslužné, ale proto, že se jim to nakonec vyplatí.“

Matt Ridley, Původ ctnosti

Neoklasické paradigma⁴ racionality patří mezi převládající směry ekonomického učení. Přesto lze však tvrdit, že tento koncept nedokáže uspokojivě vysvětlit mnohé chování jednotlivce ve společnosti, v optice této práce například dárcovství. Lze pozorovat velké disparity mezi reálně pozorovaným a teoreticky předpokládaným chováním, zejména co se týká filantropického chování (např. MELZOCHOVÁ, 2013; HORKÝ, 2011; GOČEV, 2005). Následující kapitola předkládá teoretická východiska, na kterých je vystavěna neoklasická ekonomie v souvislosti s rozhodováním jednotlivce a rozšiřuje je o nové koncepty především z oblasti behaviorální ekonomie, jejichž prostřednictvím lze podat realističtější vysvětlení lidského rozhodnutí. Jedná se především o koncept subjektivní racionality, kterou lze zjednodušeně charakterizovat jako hledání vhodných důvodů stojících za jednotlivými rozhodnutími. Cílem kapitoly není odsouzení neoklasického konceptu, ale jeho obohacení o behaviorální prvky tak, aby bylo možné zkoumat lidské chování z pohledu ekonomie.

Při zkoumání reálné tváře současné ekonomie vědci věnují stále větší pozornost problematice prosociálního chování. Ekonomové se již několik desetiletí ptají, jak to, že např. altruismus vůbec existuje, čím je altruistické chování motivováno? Je možné sladit altruismus s neoklasickým paradigmatem „homo oeconomicus“? Při bedlivém pátrání nalezneme několik teorií, které více či méně vysvětlují motivy altruistického chování. Nalezneme ale také teorie, které dokládají, že rozhodování jednotlivce na poli dobročinnosti nelze vždy vysvětlit jen prostřednictvím altruismu. Problematice prosociálního chování a altruismu je věnována druhá část této teoretické kapitoly.

Pojem „racionalita“ je v ekonomické teorii velmi širokým a často užívaným pojmem. Nelze samozřejmě exaktně uvést, co racionalita je a co není, lze vymežit pouze její

⁴ Podle široce přijímané koncepce T. S. Kuhna je paradigma souhrn základních domněnek, předpokladů, představ dané skupiny vědců. Ke každému paradigmatu patří i metodická pravidla řešení, intuitivní postoje a hodnocení problémů. Proměna vědeckého paradigmatu se děje zvraty (tzv. vědeckými revolucemi).

základní rámec. Pro standardní ekonomickou teorii je předpokladem pro racionalitu vhodnost zvoleného postupu vůči současným podmínkám, ve kterých se jednotlivec nachází. Východiskem pro takovou racionalitu je přítomnost maximalizace případně optimalizace. SEN (2002) uvádí dva základní směry, kterými ekonomická teorie přistupuje k chápání racionality. Prvním je **vnitřní konzistence** při rozhodování, která spočívá v souladu cíle cesty vybrané k jeho dosažení. Další směr upřednostňuje **maximalizaci vlastního zájmu**. „Jedná se v podstatě o koncept, jehož základem je požadavek vnější korespondence mezi volbou, pro niž se člověk rozhoduje, a jeho vlastním zájmem“ (SEN, 2002, s. 23-24). Daný směr předpokládá pouze sobecké uspokojování zájmů jedince, ostatní alternativy jsou zcela vyloučeny (např. etické hledisko).

1.1.1 Neoklasické pojetí racionality

V ekonomii převládá neoklasický pohled na dokonale racionálního člověka, který má dokonalé informace, ví, co je pro něj nejlepší a jak má daného cíle dosáhnout. Neoklasické pojetí racionality dokládá např. BLAUG (1992, s. 229) svojí definicí: „výběr nejlepší alternativy v souladu s uspořádáním preferencí na základě dokonalých a bezplatných informací.“ Racionální chování dle neoklasické ekonomie bylo vtěleno do známého konceptu „homo oeconomicus“.

„Homo oeconomicus“ představuje základní koncept standardní ekonomie. Jedná se o koncept, který je vysoce abstraktní a který je založený na následujících předpokladech (HLAVÁČEK, 1999, s. 48-49):

- *Axiom maximalizace vlastního užitku:* Snahou jedince je maximalizace užitkové funkce tvořené kvalitou a kvantitou spotřebovávaných statků stejně jako maximalizace množství peněz, jejichž prostřednictvím může statky nakoupit.
- *Axiom úplnosti:* Zajišťuje schopnost porovnat s nulovými náklady jakékoliv dva soubory komodit.
- *Axiom chamtivosti:* Dodatečné získání libovolné komodity je pocíťováno ceteris paribus jako zvýšení užitku.
- *Axiom tranzitivity:* Axiom vylučuje případy, kdy subjekt, který se rozhoduje mezi soubory komodit A, B, C preferuje soubor A před souborem B, soubor B před souborem C a zároveň soubor C před souborem A.

- *Axiom konvexity:* Jednotlivec preferuje kombinovaný soubor před souborem A i souborem B. Dává přednost pestrosti před jednostranností.
- *Axiom kontinuity:* Dva minimálně se lišící soubory komodit si budou dle daného axiomu velmi blízké v preferenčním řazení.⁵

Homo oeconomicus je sobecký individualista, který jedná čistě logicky a neustále porovnává náklady a užitky svého jednání. Je dokonale informován a zná všechny možnosti svého rozhodnutí, které dokáže seřadit podle míry získaného užitku. Tato sobecká podstata jedince může být dle SEN (2002) nahlížena v různých rysech. Jsou jimi:

- *Egocentrický blahobyť:* užitek je výsledkem vlastní spotřeby bez ohledu na spotřebu někoho dalšího.
- *Cíle zaměřené na vlastní blahobyť:* jsou pro jednotlivce klíčové. Nikdy není kalkulováno s blahobytem ostatních lidí.
- *Volba motivovaná vlastními cíli:* představuje každou ze spotřebitelových voleb. Žádná z těchto voleb není ovlivněna cíli, které naplňují někoho jiného.

HLAVÁČEK (1999) uvádí, že lze na člověka hledět s důrazem na různé vnitřní či vnější aspekty. Myšlením 20. století se dle Hlaváčka prolínají následující archetypy člověka: *homo oeconomicus* (člověk hospodárný), *homo spectatus* (člověk zakládající si na cti)⁶, *homo instinctivus* (člověk pudový)⁷, *homo multitudinis* (člověk davový)⁸. Hlaváček dále uvádí rozdíl mezi maximalizovanými veličinami mezi *homo oeconomicus* a *homo spectatus* na dvou formách daru. První typ daru se zakládá na prohloubení vztahů ve společnosti na základě vděčnosti, druhý typ daru je založen na konkurenci a představuje společenskou povinnost odplaty darem ještě hodnotnějším. Uvedená Hlaváčková typologie tak dokládá celou šíři motivů, které mohou stát v pozadí jednání člověka.

Souhrnně lze tedy racionalitu dle neoklasického pojetí definovat jako maximalizaci vlastního užitku. Deskripce chování jednotlivce je vysvětlována pomocí pojmu užitek. Jednotlivec je popisován jako dokonale kalkulující, egoistický a utilitaristický, jeho

⁵ Všechny z uvedených axiomů byly již napadeny a lze nalézt nemalé množství empirických dat potvrzujících tato zpochybnění.

⁶ Člověk nedbající vlastních zájmů, ale podporující čest společenství, do kterého náleží a tím i svoji čest. Jedná se o typického představitele stavovské společnosti založené na tradici.

⁷ Člověk, jenž je ovlivňován vnitřními pohnutkami, které stojí mimo jeho vědomou kontrolu.

⁸ Člověk jednající pod vlivem vymezených pohnutek, které skrze ideologie, davové sugesce apod. přeměňuje v motivace jeho jednání.

chování je vhodné pro matematickou modelaci. Jednání takového člověka lze vymezit jako konkávní funkci s extrémem v nejvýše dosažitelném výstupu.

1.1.2 Paradigma subjektivní racionality

Výše uvedené chápání racionality umožnilo matematické modelování, avšak nedokázalo přiměřeně popsat skutečnou realitu. Přestože každý matematický model vyžaduje odhlédnutí od řady faktorů, zejména co se týká lidského chování, dosáhla zjednodušení takové velikosti, že se teoretické vysvětlení podstatnou měrou oddálilo od skutečného lidského chování. K zásadnímu otřesu neoklasického paradigmatu dochází od poloviny 20. století v souvislosti s tzv. kognitivní revolucí, která dala vzniknout behaviorální ekonomii. Do ekonomie byly zapojeny koncepty psychologické a vznikla tak potřeba: „posuzovat racionalitu určitého jednání s ohledem na kontext nebo situaci, ve které se subjekt nachází – tzv. rámec“ (SIMON, 1987, s. 367). Simon uvádí, že neracionální (mimorozumové) procesy, kterými jsou např. emoce či intuice, ovlivňují danou situaci a tyto je člověk schopen racionálně zpracovat a vyhodnotit. Simon dále uvádí: „Lidské chování nemůže být predikováno z optimálního chování v daném prostředí [homo oeconomicus]. Chování závisí na tom, jak ekonomičtí aktéři vnímají a obrazují prostředí, která fakta znají nebo předpokládají, jaké cíle si definují a jaké metody k dosažení těchto cílů používají.“ (s. 271)

Paradigma subjektivní racionality je chápáno jako souhrnný pojem všech behaviorálních kritik. Dle Boudona⁹ je možné konstatovat, že: „subjektivně racionální jednání je takové, které je v souladu s aktuální motivací (v kontextu dané situace)“. Takto vymezené jednání směřuje k naplnění daných potřeb jednotlivce či jeho jiných zdrojů motivace. Boudon¹⁰ uvádí, že se jedná o: „nalezení dobrých důvodů stojících v pozadí daného rozhodnutí“. Racionalita je v daném paradigmatu tedy chápána jako vědomá reakce člověka vycházející z veškerých podnětů, kterými mohou být například city, emoce, hodnoty, různé myšlenkové pochody či stimuly vnějšího prostředí. Racionalita vymezená daným způsobem umožňuje uchopit všechny druhy chování, které je ovlivněno vůlí.¹¹ Výsledek našeho rozhodování je odvislý na celé řadě vnitřních či vnějších faktorů. Subjektivně racionální jedinec se tedy rozhoduje tak, aby uspokojil pocíťované potřeby, které se člověk od člověka liší. Autorka ve své práci vychází z paradigmatu subjektivní

⁹ In: SIMON (1987, s. 123)

¹⁰ Tamtéž, s. 135

¹¹ Nevztahuje se tedy na pudové reakce a reflexy, které jednatel nemůže ovlivnit.

racionality, snaží se nalézt motivy a determinanty ovlivňující lidské chování ve vymezené situaci. Cílem autorky není zkoumat, zda chování představující poskytnutí daru lze označit jako racionální.

Velkým kritikem racionality vymezené neoklasickou ekonomikou se stal také sociální psycholog a sociolog Amitai Etzioni. Etzioni se zabývá podrobně ve své knize Morální dimenze ekonomiky ekonomickými motivacemi a dokládá, že hybnou silou ekonomického chování není pouze maximalizace užitku, ale také morální závazky (ETZIONI, 1995). Etzioni koncept homo oeconomicus nevyvrací, pouze poukazuje na nutnost obohatit popis ekonomického chování také o druhou neméně významnou motivaci – dostání morálním závazkům. Racionalitu je třeba chápat jako sociálně a kulturně podmíněný proces. *„Jestliže nemáme jiné produktivní paradigma, je proti neoklasickému paradigmatu těžko něco namítat, a to i tehdy, když se objevují některá fakta, která teorii odporují....Ve skutečnosti je běžné pokusit se opřít, zvětšit nebo kodifikovat paradigma tak, aby teorie, které jsou na něm postaveny, absorbovaly tyto podněty v naději, že se podaří vyhnout se změně paradigmatu.“* (ETZIONI, 1995, s. 12) Etzioni rovněž zdůrazňuje podstatný vliv emocí na rozhodování jedince.

Jestliže tedy racionalita v tradičním pojetí není tím jediným východiskem v modelování lidského chování, je třeba uvést, kde nalezneme náhradní alternativy k racionalitě. Možné čtyři směry nastiňuje LEA (1994):

- Lze vycházet z předpokladu, že každé lidské chování je náhodné, tudíž jej nelze modelovat. Z tohoto důvodu bývá často při posuzování lidského jednání ponechán určitý prostor pro nevysvětlitelnou část.
- Lze vycházet rovněž z přístupů, které se objevují v psychologii. Jsou jimi například instrumentální podmiňování (používané např. při analýze spotřebitelského chování) či aplikace zvykového chování (používané v modelech konstruovaných v rámci marketingové teorie).
- Třetí přístup přisuzuje racionalitu procesům, jimiž je jednání konstituováno. Mezi nejznámější zástupce principu satisfakce plynoucího z omezení lidských mentálních kapacit patří Herbert Simon. Jeho základním východiskem je přesvědčení, že jednotlivci používají rozum na základě svých specifických motivací, aby dosáhli svých cílů. Racionalitu je třeba vnímat v určitém kontextu (viz. Boudon výše). SIMON (1986) vymezuje dva základní typy racionality.

- Substanční racionalita (typická pro neoklasickou ekonomii) – nezabývá se obsahem hodnot a cílů, předpokládá konzistentnost chování a univerzální funkci užitku.
- Procedurální racionalita (typická pro ostatní sociální vědy) - určuje individuální i sociální procesy, z nichž vychází vnímání reality. Zkoumá a popisuje cesty, kterými neracionální procesy (např. emoce) ovlivňují chování. Racionalita je vnímána skrze procesy, které probíhají v jejím rámci.
- Poslední přístup vnímá rozpory mezi různými protipóly, které v rámci odlišných přístupů k lidskému jednání existují. Jsou jimi např. racionalita/iracionalita, užitek/satisfakce, zvyk/řešení problému aj. Ve snaze o jejich překonání se vyhází z přístupu založeného na maximalizaci nějaké funkce. Úkolem vědců je zjistit, co je předmětem této maximalizace. Významným přispěvatelem na tomto poli se stal Gary Becker (např. BECKER, 1974).

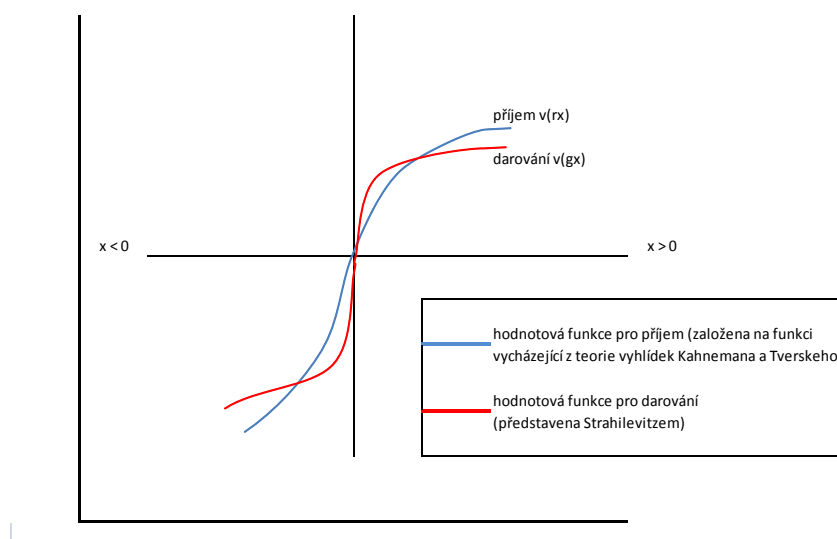
1.1.3 Hodnotový model založený na Teorii vyhlídek (Prospektivní teorie)

Lidé většinou vyvozují a poměřují určité přínosy získané buď z poskytnutí daru či ze zvýšení vlastního bohatství. Jinak řečeno nejsou ochotni investovat své zdroje za každou cenu. Jak poskytnutí daru, tak získání více zdrojů pro vlastní spotřebu v sobě zahrnuje vzdání se něčeho (peněz, práce, času, úsilí aj.) Pokud budeme předpokládat, že jednotlivec chce danou celkovou hodnotu přínosu maximalizovat, je jeho rozhodnutí, zda poskytne dar či nikoli, založeno na porovnání transakčních nákladů a získanou pozitivní hodnotou. V následující části autorka porovnává odlišnosti a podobnosti mezi hodnotou, kterou lidé získávají z aktu darování ostatním a hodnotou, která pochází z přijetí něčeho pro ně samé. Autorka vše znázorňuje prostřednictvím modelu, který je založen na Teorii vyhlídek¹² (orig. Prospect theory), jež navrhli KAHNEMAN a TVERSKY (1979). Teorie vyhlídek vychází z poznání, že lidské rozhodnutí je založeno na

¹² Teorie vyhlídek předpokládá, že lidé, než se rozhodnou, odhadují, jak by se výsledek rozhodnutí mohl odchýlit od nějakého referenčního bodu nebo od toho, o co mají zájem, po čem touží, nikoli podle toho, jaký by byl jejich „čistý zisk“. V porovnání s tím, co nevládní, lidé přeceňují to, co vlastní. Bolest spjatá se ztrátou nějaké částky nebo statku je pro lidi významnější, než je radost spjatá se ziskem stejné částky nebo statku. Hrozí-li ztráta, lidé riskují, zatímco v případě možného zisku neriskují. Lidé dávají přednost jistotě před pravděpodobností, jinak řečeno dávají přednost jistému, než jen pravděpodobnému vyústění. Lidé přeceňují události, které nastávají s nízkou pravděpodobností, a nedoceňují události, které nastávají s pravděpodobností vysokou (KOUKOLÍK, 2007).

hodnocení potenciálních zisků a ztrát, které z jejich rozhodnutí pramení. Autoři¹³ teorie vyhlídek proto doporučují: Chceme-li porozumět tvorbě rozhodnutí, studovat kognitivní procesy, které těmto rozhodnutím předcházejí. Je nutno zjistit, jak lidé daný problém prezentují, jak komplexní obraz vytvářejí a jaké duševní modely využívají při tvorbě konkrétních rozhodnutí. Teorie je založena na *hodnotové funkci* jednotlivce. Hodnota funkce je myšlena jako psycho-fyzická funkce, která odráží očekávání potěšení nebo bolesti spojené s konkrétním výsledkem rozhodnutí (Strahilevitz podle OPPENHEIMER a OLIVOLA, 2011).

Graf 1: Hodnotové funkce pro příjem a darování



Zdroj: STRAHILEVITZ podle OPPENHEIMER a OLIVOLA (2011)

Daná funkce má tři vlastnosti:

- Hodnota funkce je definována z hlediska zisků a ztrát z určitého referenčního bodu.
- Hodnota funkce je konkávní pro zisky a konvexní pro ztráty [$v'(x) < 0, x > 0; v'(x) > 0, x < 0$].
- Hodnota funkce je strmější pro ztráty než pro zisky [$v(x) < -v(-x)$]. Což předpokládá, že bolest ze ztráty x je větší než bolest, pokud x vůbec nevlastníme.

Získání vlastního majetku či bohatství není jediná pozitivní hodnota či výsledek transakce. Existuje mnoho jiných výhod, které jednotlivec získává, pokud pomáhá ostatním. Následující model proto osahuje dvě hodnotové funkce. $v(rx)$ ¹⁴ je originální

¹³ Dle ŠPALEK (2011).

¹⁴ V originále nazváno *Value function for receiving*.

funkce podle Kahnemana a Tverskyho, která charakterizuje hodnotu pro jednotlivce danou změnami v osobním bohatství. Křivka je uvedena jako *hodnotová funkce pro příjem*. Druhá funkce, kterou představuje Strahilevitz, znázorňuje hodnotu, kterou jednotlivec získává při darování ostatním, $v(gx)$ ¹⁵. Je označena jako *hodnotová funkce pro darování*.

Model je založen na názoru, že na akt dárcovství lze nahlížet jako na pozitivní hodnotu, kterou dárci získává. Model rovněž předpokládá, že hodnota daná darováním je rozdílná oproti hodnotě nabyté při zvýšení vlastního majetku. To je důvod, proč graf zachycuje dvě rozdílné křivky. Křivky jsou si podobné, nikoli však totožné. Podstatná je horní pravá část grafu, která zachycuje pozitivní stránku dárcovství a příjmu. Spodní levý kvadrant charakterizuje negativní výstupy: ztrátu vlastního bohatství $v(-rx)$ a darování na dobročinné účely $v(-gx)$. Model zachycuje tři důležité charakteristiky pozitivních hodnot:

- Tvar: Obě křivky jsou konkávní, což předpokládá klesající mezní míru hodnoty jak pro dárcovství, tak pro příjem.
- Oddělenost: Křivky hodnot jsou odlišné, takže je nelze navzájem považovat za substituty.
- Sklon: Hodnotová funkce pro příjem je strmější než hodnotová funkce pro darování. To značí, že relativně větší potěchu z darování na charitu získáme u menších částek než u větších.

1.2 TEORIE PROSOCIÁLNÍHO CHOVÁNÍ

Disertační práce je vystavěna na analýze chování, které je často označeno jako prosociální. Nejedná se však o doménu pouze psychologie, jeho různé definice jsou odvozeny od vědního oboru, který z něj pochází. Prosociální chování představuje téma, které přesahuje rámec sociální psychologie. Mnoho psychologů (např. BAR-TAL, 1976) se shoduje na tom, že aby chování mohlo být považováno za prosociální, musí:

- být konáno dobrovolně,
- představovat zisk pro ostatní,
- být konáno bez očekávání zisku.

¹⁵ V originále nazváno *Value function for giving*.

Prosociální chování je rovněž chápáno jako chování, které svými důsledky pomáhá jinému jednotlivci. FELDMAN (1985) uplatňuje termín prosociálního chování jako synonymum k „pomáhání“ (orig. helping) a uvádí, že: „*se oboje vztahuje k chování, které přináší užitek jiným lidem*“ (s. 232). Stejně tak NAKONEČNÝ (1999) ztotožňuje prosociální chování s termínem „helping behavior“, poznamenává ale také, že toto chování bývá označováno též jako altruismus.

Podle WISPÉHO (1972) je prosociální chování tvořeno pěti základními elementy. Těmi jsou altruismus, solidarita (soucit, účast), spolupráce, dobročinnost a pomáhání.¹⁶ Altruismus, pomáhání a dobročinnost jsou podle Wispeho orientovány na adresáta tohoto chování, kterému přináší i užitek, zatímco vykonavatel nemá z příslušného chování užitek žádný nebo malý. Spolupráce přináší užitek oběma aktérům. Ve své práci se budu držet Wispeho rozdělení a považovat prosociální chování jako veškeré chování, které je vědomě konáno, aby přineslo užitek druhým. Pokud sám vykonavatel daného jednání bude mít sám nějaký prospěch, není to důvodem k tomu, aby toto jednání nebylo považováno za prosociální.

1.2.1 Altruismus a egoismus v lidském chování

Altruismus je nahlížen a definován z pohledu mnoha vědních disciplín. Jsou jimi například: etika, filosofie (altruismus je spjat s mravností), psychologie (souvisí s láskou), sociologie (vidí altruismus jako mravní a morální princip), biologie a etologie (je zdůrazněn moment sebeobětování), sociobiologie (sleduje motivy jedince k altruistickému chování) aj. Rozsah, v němž lze využít neoklasické paradigma pro vysvětlení altruismu, je velice omezený, a proto je lze ignorovat (ETZIONI, 1995). Z uvedeného výčtu plyne, že nalezneme několik významných rozdílů v chápání altruismu. Různé definice zdůrazňují různé momenty.

Slovo altruismus zavedl francouzsky sociolog a zakladatel pozitivismu Auguste Comte jakožto chování, které se zaměřuje na druhé. Dle Comteho¹⁷ se jedná o: „*nacházení smyslu a naplnění v životě pro druhé.*“ Altruismus je často definován jako jakékoliv prosociální chování, které je uskutečněno ve prospěch jiných bez očekávání odměny. Různé teorie se na toto jednání nedívají jednotně a různě ho interpretují. RUTHERFORD (2008) uvádí, že koncept altruismu zachycuje starost o jiné, která není spojena se

¹⁶ V anglickém originále: altruism, sympathy, cooperation, donating, helping.

¹⁷ In: BLECHA, I. a kol (1998), s. 20.

zájmem o sebe samého. Jedná se o vnitřní stav, který není přímo zjistitelný, viditelný. Ptá se tedy: Můžeme vlastně odvodit altruismus od pozorovatelného altruistického chování?¹⁸ Pokud tedy nazveme darování či pozorovatelné altruistické chování štědrostí, vidíme, že je významný rozdíl mezi štědrostí a vnitřním altruismem.

Vyjdeme-li z definice laureáta Nobelovy ceny za ekonomii H. A. SIMONA (1993), můžeme definovat altruismus jako takové chování a jednání, které redukuje (částečně) schopnost člověka prosazovat sebe na úkor druhých. HLAVÁČEK (1999) uvádí například tyto faktory, které komplikují takové vymezení ekonomického altruismu. Jsou jimi tyto skutečnosti:

- Lidé se nechovají podle neoklasického principu maximalizace užitku a minimalizace nákladů proto, že v daný okamžik nevědí, zda jsou či nejsou v optimu. Rozhodovatel neví, zda a nakolik přispívá sobě, druhým a celému společenství, a tedy zda se chová altruisticky nebo egoisticky.
- V rodině nebo jiném společenství, kde se projevuje právo veta, je nutné brát vzájemné ohledy na ostatní, tedy chování může být spíše důsledkem slabosti než altruismu.
- Empiricky bylo zjištěno HLAVÁČEK (1999), že altruistické ekonomické chování se objevuje častěji u inteligentnějších jedinců. Porovnáme-li tedy dva členy společnosti, z nichž jeden vykazuje větší míru altruismu než druhý, nemusí jít o důsledek altruistických preferencí prvního člena, ale jen o jeho lepší orientaci v problému.

Ekonomicky vyjádřeno (LEA, 1994) může být altruismus vymezen jako starost o ekonomické souhrny dobra někoho jiného vedle vlastního souhrnu dobra. WILSON (1993) ve své knize uvádí, že: „*Šlechtnost bez naděje na oplátku je nejvzácnější a nejhýčkanější lidské chování, křehké a těžko definovatelné...obklopené rituály a ceremoniemi a emocionálními proslovy*“ (s. 145).

Při analýze altruistického jednání se ukázalo podstatné rozlišovat dvě základní altruistické tendence, které uvádí např. WILSON (1993).

Čistý altruismus (pure altruism): Čistý altruismus vystihuje situace, kdy jednáme nesobecky bez nejmenší naděje na oplacení. Takové jednání, které je naprosto nezištné,

¹⁸ Například bohatý filantrop může darovat značný obnos bez skutečného zájmu o ty, kterým je tato částka určena.

plynoucí z „iracionální“ motivace, se ve společnosti vyskytuje velmi zřídka. Oba výše uvedené požadavky (úplná nezištnost a žádné očekávání zisků) lze však jednoduše zpochybnit. Za prvé nelze nikdy jednat nezištně, neboť nelze oddělit cit a rozum v chování normálního člověka, a proto i absolutní nezištnost prostě není možná, protože v pozadí působí vždy emocionální i racionální motivace současně. Za druhé, i kdybychom uměli jednat čistě emocionálně, nelze se zcela vyhnout jakýmkoliv ziskům a tím pádem ani jejich povědomému očekávání. FRIČ (2001) poukazuje na paradoxní poznatek, že skutečný altruista by ani dobročinný dar nikdy neposkytl, protože ví, že odměna za jeho čin ho nemine.¹⁹

Nečistý altruismus (impure altruism): Jedna ze základních otázek vztahujících se ke zkoumání altruistického chování zní, zda je možné, aby altruista za svůj čin skutečně nic nezískával. Je zřejmé, že můžeme pomoci někomu druhému či ho obdarovat bez nároku na odměnu, avšak toto ještě neznamena, že se nám nějaké formy odměny nakonec nedostane. Získáváme například dobrý pocit, uspokojení, ale také prestiž, popřípadě užitečné kontakty v případě dárcovství. Někteří zastánci nečistého altruismu dokonce zpochybňují samotnou existenci altruismu a tvrdí, že za každý čin se nám dostane odměny a není tedy možné hovořit o altruismu.

Řada psychologů, sociologů, ale také ekonomů si klade dlouhou dobu otázku, co vlastně vede lidi k nezištné pomoci druhým. Můžeme nalézt mnoho znaků a příčin, které ať již přímo či nepřímo ovlivňují prosociální chování. Můžeme mezi ně například řadit: citové vyladění jedince – jeho nálada²⁰, výchovné postoje z dětství, cena pomoci²¹, počet účastníků dané situace²², empatie, norma sociální odpovědnosti, norma pro spravedlnost aj.

Altruistické chování mnozí sociologové vysvětlují také mírou genetické příbuznosti mezi tím, kdo pomáhá a tím komu je pomoc poskytnuta. Pomoc jedince by se dala podle genetické příslušnosti seřadit hierarchicky následovně (HUBINKOVÁ, 2008):

¹⁹ Podle RIDLEYHO (2010) skutečný altruista nikdy nic nedaruje, protože ví, že jej motivuje touha po uznání nebo očekávání protidárku. Když skutečný altruista dárek dostane, neurazí dárci protidárkem, jímž by zadlužil sebe a dárci dokázal, že ten nejednal zcela nezištně.

²⁰ Výzkumy ukázaly (ISEN, LEVIN, 1972), že lidé v dobré náladě jsou více připraveni věnovat peníze či jinak pomoci.

²¹ Mnoho výzkumů (např. PALIAVIN, CHARNG, 1990) potvrdilo, že mechanismus pomáhání je nepřímo úměrný stupni obtěžování či ceny, kterou představuje. Tzn., že pomoc se významně redukuje, jestliže z ní vyplývá nějaká další zaangažovanost, nebo jestliže přináší nějaké bezprostřední komplikace.

²² Čím více je kolemjdoucích, tím méně pomoci je poskytnuto, což je dáno třemi souběžnými procesy (LEA, 1994): inhibicí před diváky, sociálním vlivem a rozptýlením odpovědnosti.

- příbuzní se společnými geny;
- lidé v nepříbuzenském vztahu opačného pohlaví, kteří by mohli poslat genetickou informaci dál;
- lidé v nepříbuzenském vztahu obou pohlaví, kteří můžou pomoc oplatit;
- zásadně se nepomáhá těm, kteří by mohli ohrozit jedincovo postavení.

Zajímavé upřesnění definice altruismu podává MONROE (1994, s. 862), který uvádí, že definici „*chování plánované pro prospěch druhých, dokonce i když může mít za následek obětování prospěchu toho, kdo ho provádí*“ je třeba doplnit o několik kritických bodů:

- altruismus musí být provázen akcí, myšlenka bez akce není altruismem;
- primárním cílem altruismu musí být blaho druhého, altruismem není jednání, které přináší primárně blaho vykonavateli činu a teprve sekundárně někomu jinému;
- záměr je důležitější než výsledek;
- akt altruismu v sobě musí zahrnovat nějaké snížení prospěchu vykonavatele, jednání, které přinese prospěch i vykonavateli není altruismem.

RUSHTON (1982, s. 425) uvádí, že „*Altruismus – zájem o ostatní – je ve skutečnosti univerzální hodnota ve všech lidských společnostech a formuje základní principy většiny velkých světových náboženství, reformátorů a revolučních hnutí.*“ Rovněž BATSON (1987) se zamýšlí nad tím, co motivuje člověka k tomu, aby pomáhal ostatním. Podle autora se jedná o altruistickou motivaci v případě, že je snahou zvýšit užitek druhého člověka. Pokud jednotlivec chce zvýšit užitek vlastní, jedná se o motivaci egoistickou. Na Batsona navazuje GRANT (2008), který nerozděluje motivaci pouze na altruistickou a egoistickou, ale uvažuje o rozdělení mezi vnitřní motivací a prosociální motivací (altruistickou). Obě uvedené motivace vychází zevnitř člověka, vnitřní motivace je determinována zájmem o činnost, kterou jednotlivec vykonává a která ho těší (pomáhá, neboť jej to vnitřně uspokojuje). Prosociální motivace vychází z touhy pomoci druhému člověku (pomáhá, aby druhému nějak pomohl, došel k nějakému výsledku). Altruismus představuje podle VÝROSTA a SLAMĚNÍKA (1997) „ryzí formu prosociálního chování“ a

tvoří tak jeho podstatnou součást. U altruistického chování předpokládá pouze vnitřní uspokojení jako jedinou možnou odměnu.²³

[1] Sociobiologický²⁴ přístup vysvětluje altruistické chování snahou o zachování a rozšíření vlastních genů tzv. **příbuzenský altruismus**. WILSON (1993)²⁵, jakožto nejvýznamnější představitel, označuje altruismus jako chování, které slouží k prospěchu druhých, avšak ze své podstaty je sebedestruktivní.²⁶ Sociobiologové uvádí, že altruismus a egoismus se navzájem nevylučují, neboť existuje tzv. **reciproční altruismus** (jednotlivec pomáhá v očekávání, že mu takové chování bude v budoucnu oplaceno). Základním kamenem recipročního altruismu je tzv. teorie her s nenulovými součty. Reciprocita však nemusí kalkulovat s oplácením „stejnou mincí“, jak výstižně uvádí ZRZAVÝ (2004): Pozváním ženy na večeři muž nechce dosáhnout toho, že ho žena příště pozve také. V mnoha případech je možné altruistický čin chápat jako investici, která se zúročí až časem.

[2] Proti sociobiologickému přístupu se zvedla vlna kritiky, která poukazuje na to, že naše pomoc jinému člověku nemůže být determinována pouze našimi geny. Jedná se o **přístup sociální psychologie**, která prostřednictvím **teorie sociálního učení** tvrdí (např. RUSHTON, 1982), že člověk se chová altruisticky proto, že se to naučil od svého okolí. Od Rushtona pochází definice altruismu, která uvádí, že: „*Sociální chování vykonávané ve prospěch druhého nežli ve svůj vlastní prospěch*“ (RUSHTON, 1982, s. 427-428). Teorie sociálního učení předpokládá tři druhy odměn motivující prosociální chování. První je materiální odměna, následuje společenská odměna a také sebeodměna. Přítomností odměny se člověk podobně jako přítomností trestů učí. Odměna či hrozba trestu může zvýšit respektive snížit šanci na opakování stejného chování v budoucnosti. Protože společnost odměňuje chování, které jí pomáhá a trestá naopak to, které ji ohrožuje, je prostřednictvím těchto odměn a trestů člověk motivován a veden chovat se altruisticky. Podle Rushtona jsou altruismu přisuzovány tři druhy standardů – standardy společenské odpovědnosti, rovnosti a reciprocity, které v budoucnosti ovlivňují jednání člověka, který se jim nechce zpronevěřit (RUSHTON, 1982).

²³ Oproti prosociálnímu chování uvažuje též „odměnu“ formou očekávání opakování tohoto chování s výměnou rolí pomáhajícího s tím, komu byla pomoc poskytnuta.

²⁴ Sociobiologie je hraniční disciplínou, která se snaží překlenout rozpor mezi přírodními vědami a společenskými vědami, a to z hlediska forem sociálního chování.

²⁵ In: PALIAVIN, CHARNG, 1990.

²⁶ Jednání jeho vykonavatelů nepřináší žádný užitek, a je naopak spojeno s nějakou další obětí. Pokud tedy jednotlivec pomáhá k prosazení cizí genetické výbavy, činí tak na úkor své vlastní výbavy a snižuje své šance na úspěch.

[3] Intrapersonální přístup vysvětluje altruismus prostřednictvím dvou kritérií, kterými jsou **nálady** a **osobnostní charakteristiky** (HEWSTONE, STROEBE, 2006). Jedná se o determinanty objasňující altruismus. Lepší nálada podněcuje altruismus, jednotlivci se špatnou náladou vznikají větší náklady investované do altruistického chování. Osobnostní kritérium se projevuje převážně v dlouhodobých vztazích. Chování ovlivňují rysy prosociální osobnosti, mezi které Hewstone řadí sociální odpovědnost, empatii a vnitřní místo kontroly.

[4] Interpersonální přístup pozoruje reciproční vztahy mezi lidmi přesahující jejich osobu. Podmínkou pro tento přístup je závislost jednoho člověka na druhém. Dle **teorie výměny** se lidé v sociálních situacích snaží maximalizovat pro sebe klady (SEN, 2002). Výměna probíhá mezi jednotlivci, pokud zisk přesahuje vložené náklady do pomoci (VÝROST, SLAMĚNÍK, 1997). **Teorie vzájemné závislosti** je pro jednotlivce užitečná a umožňuje vznik tzv. prosociální transformace (jednotlivec nejedná ve vlastním zájmu, ale v zájmu druhé osoby).

[5] Významnou teorií přispívající k objasnění altruistického chování je **transpersonální přístup** nazývaný též jako náboženský či spirituální, vychází z předpokladu, že mimo hmotný svět existuje i svět nadpřirozený. Nejvýznamnějším zástupcem tohoto přístupu je křesťanské náboženství založené na existenci trojjediného Boha. V altruistické činnosti se před námi otevírá pole pro setkávání člověka s druhým člověkem, a také pro setkávání člověka s Bohem.

V předchozím textu bylo uvedeno mnoho faktorů, které dle rozdílných přístupů determinují altruismus. Bergius²⁷ je shrnuje následovně:

- situační činitelé (přítomnost jiných osob);
- znaky osobnosti poskytující nebo neposkytující pomoc;
- minulé zkušenosti ze situací vyžadujících pomoc;
- socializační zkušenosti;
- charakteristika situace z hlediska osobní odpovědnosti;
- znaky „oběti“ (vnější vzhled, atributované vlastnosti);
- reaktance (odpor proti omezení svobody).

Z výše uvedeného textu vyplývá, že existují různá chápání altruismu. Společným základem těchto definic je vymezení altruismu v protikladu vůči egoismu. Pokud tedy

²⁷ Dle: NAKONEČNÝ (1999).

jednotlivec vykoná čin, který je pro druhé prospěšný, ale jeho důvodem je získání lásky, odměny, vděčnosti či respektu, nejedná se o altruistický čin ale o čin sobecký. Nezáleží na tom, zda se jedná o užitek, který má psychologickou, citovou, intelektuální či materiální povahu. V egoistickém chápání je cílem či motivem lidského jednání dobro pro jednajícího. Egoismus má samozřejmě mnoho tváří a proto můžeme rozlišovat (MAŘÍKOVÁ, 1996) např.:

- **egoismus rozumný** – podle kterého: „je správně pojatý osobní zájem a rozumná sebeláska základní ctností“ (MAŘÍKOVÁ, 1996, s. 237);
- **egoismus psychologický** – předpokládá, že každý jednotlivec je egoista, neboť všechny naše činy jsou motivovány našim zájmem;
- **egoismus etický** – uvádí, že morální požadavky jsou platné, pokud směřují k vlastnímu dobru.

Nejčastěji je egoismus chápán ve smyslu slova jako upřednostňování vlastních zájmů před zájmy ostatních. Samozřejmě stěžejní úlohu sehrává právě míra prosazování vlastních zájmů, která je do určitého bodu akceptována, avšak přesáhne-li určitý standard, je takové jednání považováno za nepřijatelné.

1.2.2 Teoretické modely prosociálního chování

V posledních letech bylo navrženo několik modelů, které se snaží vysvětlit altruistické pohnutky prostřednictvím prosociálního chování. HLAVÁČEK (1999) uvádí pět základních teoretických a modelových koncepcí, které se snaží uchopit fenomén altruismu. Jedná se o *Altruismus jako výsledek individuální kalkulace* (za přínos altruisty se považují psychologické zisky, které kompenzují ekonomické náklady, přičemž zisky mohou být jak uvědomělé tak neuvědomělé), *Altruismus jako výslednice sociální interakce* (altruismus je chápán jako odvozená veličina, interakci lze modelovat pomocí matematického aparátu teorie her, popřípadě pomocí Edgeworthovy krabice), *Koncept empatie a sympatie* (možnost vzniku altruistického chování výrazně souvisí jak s mírou sympatie k obdarovanému, tak se schopností empatie u dárce), *Evoluční vysvětlení altruismu* (evoluční teorie chápe altruismus jako přirozenost, danou evolučním eliminačním procesem) a *Altruismus jako výsledek pocíťovaných morálních závazků* (jedním ze zdrojů altruismu jsou morální povinnosti individua ke společenství).

Při revizi teorií se můžeme setkat se třemi dominantními modely, kterými jsou prosociální preference, reciprocita a institucionální prostředí.

1) Prosociální preference: udávají, že užitek jednotlivce přímo závisí na užtku jiných lidí, neboli užtkové funkce lidí jsou vzájemně závislé. Lidé se nestarají pouze o sebe, ale berou v úvahu také dobro jiných. Nejvýstižněji jsou tyto teorie prezentovány formulacemi, že užitek ostatních 1) ovlivňuje užitek jednotlivce přímo (tzv. *pure altruism* – *čistý altruismus*), 2) ovlivňuje užitek jednotlivce pouze částečně, protože pomoc ostatním způsobuje také dodatečný efekt, kterým je tzv. „*warm-glow*“ (*impure altruism* – *nečistý altruismus*), 3) má vliv na užitek jednotlivce, který závisí na rozdílnosti mezi tím, co získává jednatel a tím, jak dobře se mají ostatní (*inequality aversion*).

Pure altruismus: model tzv. čistého altruismu předpokládá, že potřeba ostatních a jejich užitek vstupuje do užtkové funkce jednotlivce (COLLARD, 1979). Lidé přispívají na veřejný statek (dobročinnost), protože je těší, že ostatní se mají dobře. Altruistické preference se často využívají k vysvětlení široké škály prosociálního chování: dárcovství (SMITH, 1995) a dobrovolnictví (UNGER, 1991) aj. Teorie čistého altruismu se nestará o zdroj blaha ostatních. Například pokud stoupá užitek kteréhokoliv jednotlivce ve společnosti, roste také užitek altruisty. V rámci uvedeného však teorie naráží na problém vytěsnění - crowding-out efekt²⁸ (ANDREONI, 1988).

Impure altruismus: ANDREONI (1989) doplnil model čistého altruismu o motiv „warm-glow“. Lidé se nestarají pouze o užitek ostatních, ale získávají také něco na oplátku za své prosociální chování. Nejedná se však o privátní statky (jako v modelech založených na sobeckosti), jedná se o vnitřní pocit.

Odpor k nerovnosti: Lidé nemají rádi nerovnost (FEHR, SCHMIDT, 1999). Tato teorie vysvětluje, proč se lidé chovají altruisticky a finančně přispívají lidem, jejichž platební schopnost je menší, ale přitom se chovají závistivě k těm, kteří jsou na tom lépe.

2) Reciprocita: vyjadřuje očekávání, že lidé splácí dobro dobrem a že nepomáhají těm, kteří je poškodili (VÝROST, SLAMĚNÍK, 1997). Teorie reciprocity se na rozdíl od teorií prosociálního chování zabývají také tím, co vede lidi k tomu, aby se chovali altruisticky. V teorii nalezneme velké množství prací, které se tímto okruhem zabývají. Tvrdí, že život ve společnosti vždy generuje reciprocitu, že reciprocita je významná součást prosociálního chování (GOULDNER, 1960), odrazuje od černého pasažérství (FEHR,

²⁸ Pojem vysvětlen dále v textu.

SCHMIDT, 1999). V případě dárcovství je však reciprocita mnohdy méně významná, záleží na dané situaci.²⁹

3) Institucionální prostředí: neméně důležité je také institucionální prostředí, ve kterém se lidé rozhodují, zda darují peníze či čas. Institucionální prostředí je definováno (MEIER, 2006) jako souhrn základních politických, sociálních a právních pravidel, na jejichž základě dochází k produkci, směně a distribuci. Institucionální prostředí má vliv na motivy jednotlivce jako je například altruismus či reciprocita.³⁰ V oblasti institucionálního prostředí nalezneme tři významné příklady, které nemalou měrou ovlivňují prosociální chování. Jsou jimi vlastnická práva, skupinový efekt (lidé se chovají více prosociálně ve chvíli, kdy se nachází uvnitř jim blízké skupiny, např. jsou jejími členy) a komunikace (komunikace je základ každého jednání, pokud lidé vědí, že ostatní nebudou černými pasažéry, jejich ochota přispět stoupá).

1.3 DÁRCOVSTVÍ

Nejen v oblasti neziskového sektoru se často používá pojmů filantropie, dárcovství či dobročinnost. Na těchto pojmech je zajímavé to, že svojí podstatou jsou témata průřezovými. Snažíme-li se definovat na teoretické úrovni fenomén dárcovství, narazíme na řadu nezcela přesných vymezení. Tyto rozdílnosti³¹ se neprojevují pouze v teoriích, ale rovněž v myšlení veřejnosti. Nehledě na tato rozdílná vymezení, většinou používáme slovo dárcovství jako synonymum ke slovu filantropie. Filantropie však pokrývá široké spektrum způsobů, jak mohou lidé vyjádřit svoji dobrou vůli podílet se na věcech veřejných, přispět k rozvoji společnosti. Dle LLOID (2004) je filantropie v

²⁹ Např. je velmi obtížné si představit, že oběti živelných katastrof ve světě nám někdy náš dar vrátí.

³⁰ V situaci, kdy existují mechanismy potlačující černé pasažerství, je reciprocita mnohem důležitější než dané prostředí, ve kterém se jednotlivec nachází.

³¹ Ve společnosti se střetáváme s výrazy, které jsou na první pohled zřejmé a nepotřebují vysvětlení. Přestože intuitivně cítíme, že každý z výrazů označuje a vystihuje právě jednu z mnohých podob dobročinnosti, jejich přesná interpretace může být nelehká. Výstižně rozlišuje mezi těmito pojmy např. STREČANSKÝ (2000). Podle něj:

Dobročinnost: je všeobecný pojem označující různé aktivity motivované láskou k bližnímu a snahou pomoci člověku, lidstvu, světu – zkrátka konání dobra.

Dárcovství: představuje jednu z možných podob dobročinnosti. Může mít formu materiální (věcné dary), finanční (peněžní dary) nebo časovou (darování času prostřednictvím dobrovolné práce, rady či pomoci).

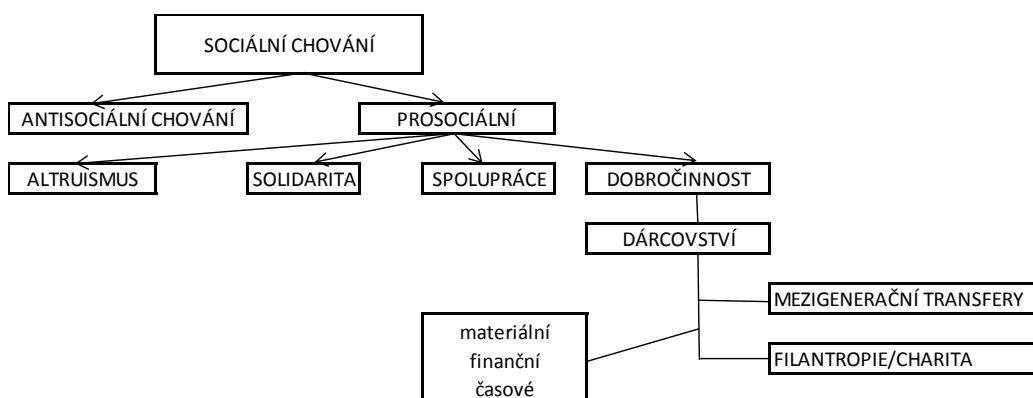
Charita: tradiční pojmenování dárcovství a dobročinnosti zdůrazňující pomoc bližnímu a pomoc v nouzi. V běžném vnímání se snaží zmírňovat okamžité utrpení, bídu a nouzi lidí.

Mecenášství: archaické pojmenování podpory především umění a literatury bohatými jednotlivci bez omezování tvořivé svobody umělců.

Filantropie označuje rozvojový typ dávání, který vychází z principu „nedávej rybu, ale nauč rybu chytat“ nebo „pomáhej těm, kteří jsou schopni a ochotni pomoci“ (STREČANSKÝ, 2000). Jedná se o modernější formu dárcovství. Označuje dárcovství, které se snaží řešit problémy společnosti podporou vzdělávání, inovací a rozvojem schopnosti lidí, aby si byli schopni sami pomoci a nebyli odkázáni na almužny.

podstatě mechanismus, jehož prostřednictvím mohou lidé vyjádřit své humanitární impulzy a potvrdit své členství v širší společnosti. Chceme-li provést výzkum v oblasti dárcovství, je nezbytné si všechny tyto pojmy správně interpretovat. Následující schéma zachycuje postavení filantropie a dárcovství v kontextu sociálního chování, tak jak bylo uvedeno v předešlé kapitole.

Schéma 1: Vzájemný vztah sociálního chování a dárcovství



Zdroj: autorka dle WISPÉ (1972), upraveno

1.3.1 Význam a chápání dárcovství

Téma dárcovství je nerozlučně spjato s představou konání dobra pro jiné bez nároku na odměnu nebo zisk (FRIČ, 2001). Patrně nejvíce se přiblížíme k jeho podstatě, budeme-li ji chápat jako: „souhrn činností a chování, které vedou k vědomé podpoře třetích osob (jednotlivců, skupin, organizací) za účelem dosažení vyšší kvality života jednotlivce a společnosti.“ (BERGEROVÁ, 2002, s. 101). Dárcovství je neustále v nekonečném vývoji a je obtížné ho uchopit tak, aby nebyly opomenuty všechny jeho možné aspekty, otázky a přístupy, které mohou vést každého jednotlivce k jeho odlišnému významovému chápání. Dárcovství nelze spojovat pouze s prací nadací, ale rovněž i ostatních neziskových organizací, ziskových firem (institucionalizovaná - firemní filantropie) a samozřejmě jednotlivců ve společnosti (individuální filantropie).

Souběžně s rozvojem dárcovství (a částí neziskového sektoru jako jeho obrazu) se rozvíjí také vztah státních orgánů k němu. Tento vztah je možné nazvat jako „partnerský“, i když forma tohoto partnerství je závislá na konkrétních podmínkách daného státu. Obě strany se navzájem potřebují a jsou na aktivitách protistran závislé. Přestože nebyla v České republice doposud vypracována studie na toto téma, je možné zjednodušeně konstatovat, že filantropické organizace potřebují ke své kvalitní činnosti

prostředky z veřejných rozpočtů, zatímco stát potřebuje jejich kreativitu a flexibilitu při řešení společenských problémů (TAUSIGGOVÁ, 2005). Neziskový sektor však v tomto duchu nelze pojímat jako odvozeninu trhu či státu, neboť altruismus historicky předcházela existenci trhu a organizovaná dobročinnost státní intervenci (SALAMON, 1987). Logika výše uvedeného nám dává možnost chápat existenci trhu a státu jako výsledek selhání neziskových organizací. Bez neziskových organizací by však dobročinnost nemohla mít ten masový charakter, který je typický pro dnešní vyspělé společnosti.

Problematika dárcovství je na mezinárodním poli v centru zájmu výzkumníků již několik desítek let. Stejně jako ostatní problémové okruhy související s fenoménem neziskovosti, je i tato oblast nazírána a zkoumána z pohledu různých disciplín, mezi kterými samozřejmě nechybí ekonomie. Důkazem pro toto tvrzení může být celá řada významných autorů a jejich publikací (např. SIMON, 1993; MEIER, 2006; ANDREONI, 1989; WILSON, 1993 aj.), které dokládají významnost dané problematiky jak v průběhu historického vývoje jednotlivých států, tak v moderní občanské společnosti.

Pokud chceme vymezit hlavní myšlenku toho, co je to vlastně dárcovství, musíme se rovněž zabývat jak vnějšími znaky filantropických aktivit, tak motivací dárců. Pokud bychom tak neudělali, mohlo by se stát, že za filantropické aktivity budeme považovat i takové činy, které lze charakterizovat sice jako altruistické, nikoli však filantropické např. nadstandardní péče rodičů o děti, pomoc státu sociálně slabým skupinám obyvatelstva, vyhození odpadku osoby nedbající na životní prostředí nikoli na zem, ale do koše aj.

Abychom se těmto rozporuplným tvrzením vyhnuli, je třeba si připomenout často zmiňovanou definici dárcovství jako dobrovolného aktivně vynaloženého úsilí ve prospěch druhého. Předmětem každého činu je konání, které vychází z lidské morálky. Ta může být buď negativní (povinnost nikomu nezpůsobit škodu) nebo pozitivní (povinnost pomáhat svému bližnímu). Předmětem filantropického činu je pouze pozitivní konání, tedy nikoli zdržení se nějakého činu, ale iniciativní konání, na které je potřeba vynaložit určité úsilí. Filantropický čin může mít rovněž povahu vzdání se práva (strpení něčeho), ale musí být opět spojeno s vynaložením úsilí.

Jak již bylo řečeno, dárcovství nelze chápat pouze jako darování peněz. Peníze tvoří dary podstatné nikoli však jediné. Formy dárcovství jsou velmi rozmanité. Jedná se

především o poskytnutí volného času tzv. dobrovolnou práci, která je při určitých projektech zcela nezbytná a mnohdy důležitější než „pouhé“ poskytnutí finančních prostředků. Jednotlivci dále mohou poskytovat své vědomosti, odbornost, znalosti, předat neziskové organizaci svoje know-how. Nemálo důležitá je také morální podpora známých osob, které požívají v očích veřejnosti dostatečný morální kredit na to, aby dodaly konkrétním projektům a organizacím punc vážnosti a naléhavosti. Umění kombinovat všechny tyto možnosti podstatnou měrou ovlivňuje efektivnost a účinnost dárcovství.

BERGEROVÁ (2002, s. 104) popisuje dárcovství jako vztah dotčených subjektů a uvádí, jak může dárcův svým filantropickým chováním obohatit vlastní život. *„Je-li filantropie formulována jako vztah, měl by to být vztah se silnou zpětnou vazbou, který koriguje dárcův, ověřuje reálnost, adekvátnost jeho úmyslů a jeho pomoci. A je opravdu tento vztah nezištný? Neobohacuje dárcův, nedává mu pocit tvořivé spoluúčasti na společenském dění? Nerozšiřuje jeho znalosti a zkušenosti, nedává mu proniknout do nových témat a problémů, neumožňuje mu vstupovat do nových sociálních a společenských skupin? To je zisk, který vnímatelmu dárcův filantropie nabízí“.*

1.3.2 Ekonomické podoby dárcovství

Ne všechny ekonomické systémy jsou založeny na maximalizaci osobních zisků. Některé jsou založeny na principu daru. HYDE (1983) rozlišuje dva druhy ekonomických systémů. Výměnnou ekonomiku, ve které je ceněn v největší míře ten, kdo vlastní nejvíce majetku a ekonomiku daru, ve které je nejvíce ceněn ten, kdo nejvíce daruje ostatním. Hyde přirovnává ekonomiku daru ke světu vědy. Uvádí, že ve vědě není nejvíce ceněn ten, kdo má nejvíce znalostí, ale ten, kdo nejvíce obohacuje vědění ostatních. Nelze se tedy domnívat, že základní principy ekonomiky daru fungují pouze v primitivních společnostech. V literatuře nalézáme mnoho příkladů, které akcentují skutečnost, že v rámci ekonomiky, zvané též jako „ekonomika zásluh“, nezávisí na materiální hodnotě daru, ale na jiných skutečnostech např. čistotě srdce jak darujícího tak obdarovaného.

Ekonomii daru se věnují různé sociální teorie, některé z nich považují dar za určitou formu recipročního altruismu, jiné zdůrazňují získání vyššího sociálního statusu na oplátku za poskytnutí daru. Ekonomii daru nalezneme v jejím největším rozmachu ještě před nástupem tržní ekonomiky. Jak uvádí SVOBODA (2010, s. 105): *„ekonomie daru byla natolik komplexním jevem, že se stala společným východiskem pro několik různých*

institucí, trhem a úvěrem počínaje, zdaněním a almužnou (resp. sociální pomocí) konče.“ Některé z forem přetrvaly až do současné moderní doby, avšak žádná z nich není čistě strukturována jako ekonomika daru. MAUSS (1999) ve své knize *Esej o Daru, podobě a důvodech směny v archaických společnostech* zkoumá, jak probíhá ekonomie daru v archaických či primitivních společnostech. Lidé v daných společnostech neuměli rozlišovat mezi pojmy dar, půjčka, koupě či prodej. I přesto zde docházelo ke směně prostřednictvím nabízení a přijímání darů. Daná směna, ovlivněna rituály, kouzly, mýty či zvyky, zastupovala trh. Podle Mause probíhala výměna formou totálních závazků, které fungovaly na principu dobrovolnosti, avšak ve skutečnosti byly povinné a jejich porušení bylo tvrdě trestáno. Totální závazek obsahuje tři prvky: prvky cti a prestiže, bezpodmínečnou povinnost oplácet dary, prvek soupeření, rivality, ničení. SVOBODA (2010) upřesňuje, že smyslem daru bylo posílit vztah mezi dárcem a obdarovaným, jednalo se především o smlouvu. Nepřijmout či neposkytnout dar bylo totéž jako vyhlásit válku či odmítnout přátelství. Ekonomika daru tak byla dle autora předpokladem ekonomiky barterové, resp. tržní.

System totálních závazků zkoumá MAUSS (1999) ve dvou formách:

- **Frátrie** – nachází se u severoamerických indiánů či australských domorodců, kmen je rozdělen na dvě poloviny, které si navzájem projevují úctu a vzájemně spolupracují.
- **Potlač** – nachází se v Malanésii (Nová Kaledonie, Trobriandské ostrovy), Aljašce aj. u bohatých kmenů, které jsou uspořádány hierarchicky. Potlač představuje systém veřejného vyměňování darů. Dary se rozdávají s vědomím, že skrze budoucí opětovné obdarování bude vráceno vše ještě i s úrokem.

Darování daru v archaických společnostech vždy v sobě nese prvek reciprocity, která však není zjevná, je skrytá, ale přitom vždy očekávaná. V dnešní společnosti se základem ekonomiky daru stává rovněž reciprocity, ale také přiměřenost. MURPHY (2004, s. 138) si představuje: *„reciproční transakce jako druh ekonomické směny, ale také jako osobní záležitosti; dochází k nim mezi dvěma lidmi, mezi nimiž existuje vzájemná vazba, a slouží k posílení tohoto vztahu. V tomto smyslu má dávání darů ekonomickou hodnotu a význam, ale symbolizuje také vztah mezi dárcem a příjemcem.“* Murphy v tomto svém výroku výstižně dokládá, že ekonomie daru není pouze záležitostí psychologickou či sociologickou, ale rovněž ekonomickou.

Ays (podle RIEGEL, 2007, s. 84) ve své Teorii daru dokládá několik slovníkových definic daru. Darem je:

- schopnost, talent, držení (vlastnictví),
- něco dobrovolně transferovaného jednou osobou druhé bez kompenzace,
- něco dobrovolně poskytnuté jednou osobou druhé pro její užitek nebo radost,
- něco, vlastnictví čehož je přeneseno na druhou osobu bez očekávání nebo obdržení ekvivalentu.

Na dar lze nahlížet v několika rovinách, podle toho, kdo dar přijímá (jednotlivec, právnická osoba,...), jaký má dar charakter (hmotný, finanční, duchovní,...), či podle toho jakou mají funkci. Moles (podle LEA, a kol., 1994) vidí funkce daru v následujících podobách³²:

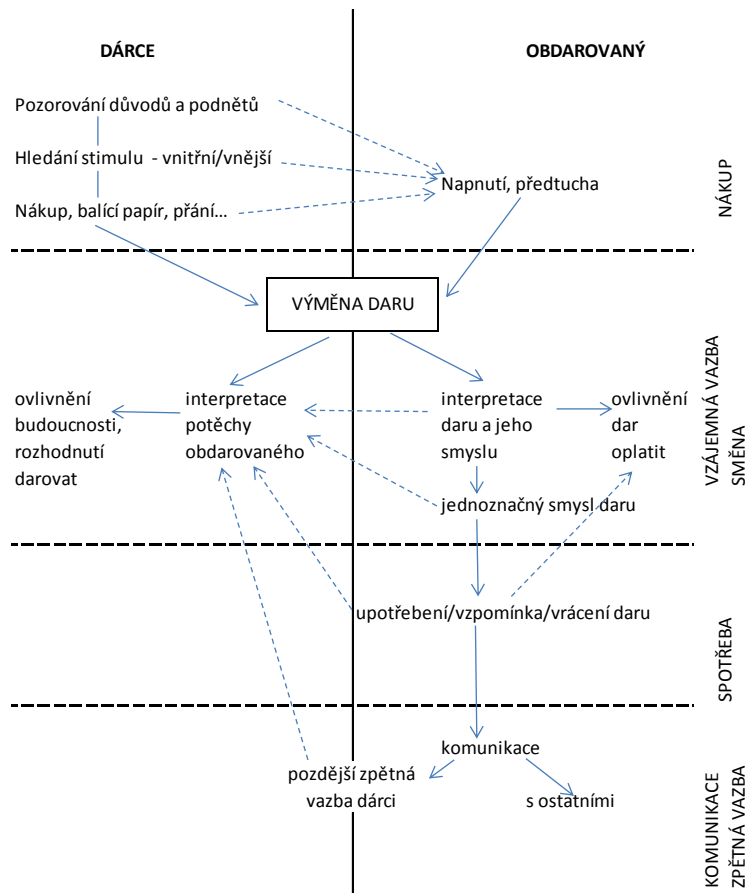
- **Platba** – dar představuje dohodu o splacení náhrady za poskytnuté služby, v určitých případech se platba darem může jevit/stát úplatkem.
- **Rituál** – dar představuje součást nějakého rituálu, jako jsou oslavy, svatby, pohřby, státní návštěvy aj.
- **Symbol** – dar může být rovněž chápán jako symbol, např. symbol vděčnosti za něco, co již bylo dříve poskytnuto (květiny učitelům na konci školního roku).
- **Obchod** – obchodní dary představují samostatnou kapitolu, vhodnost či velikost takového daru je řešena v rámci podnikatelské etiky.

1.3.3 Modelový proces dárcovství

Dárcovství představuje bohatou oblast, která je často zkoumána v rámci chování spotřebitele. BANKS (1979) předkládá model, který na čtyřech úrovních popisuje celý proces poskytnutí daru právě z pohledu spotřebního chování jednotlivce. Jsou jimi: nákup, směna, spotřeba a zpětná vazba. Model pohlíží na poskytnutí darů nejen v optice dárce ale rovněž obdarovaného. Výměna darů je dle autora proces, který je dvoustranný, dárce se může stát obdarovaným či obráceně, a to ve stejném okamžiku.

³² Belk (podle SHERRY, 1983, s. 157) ve svém přehledu rovněž připisuje daru čtyři funkce. Jsou jimi: komunikace, sociální směna, ekonomická směna a socializace. Každá z těchto funkcí v sobě odráží funkci jinou a především zdůrazňuje důležitost směny.

Schéma 2: Banksův interaktivní model dávání darů



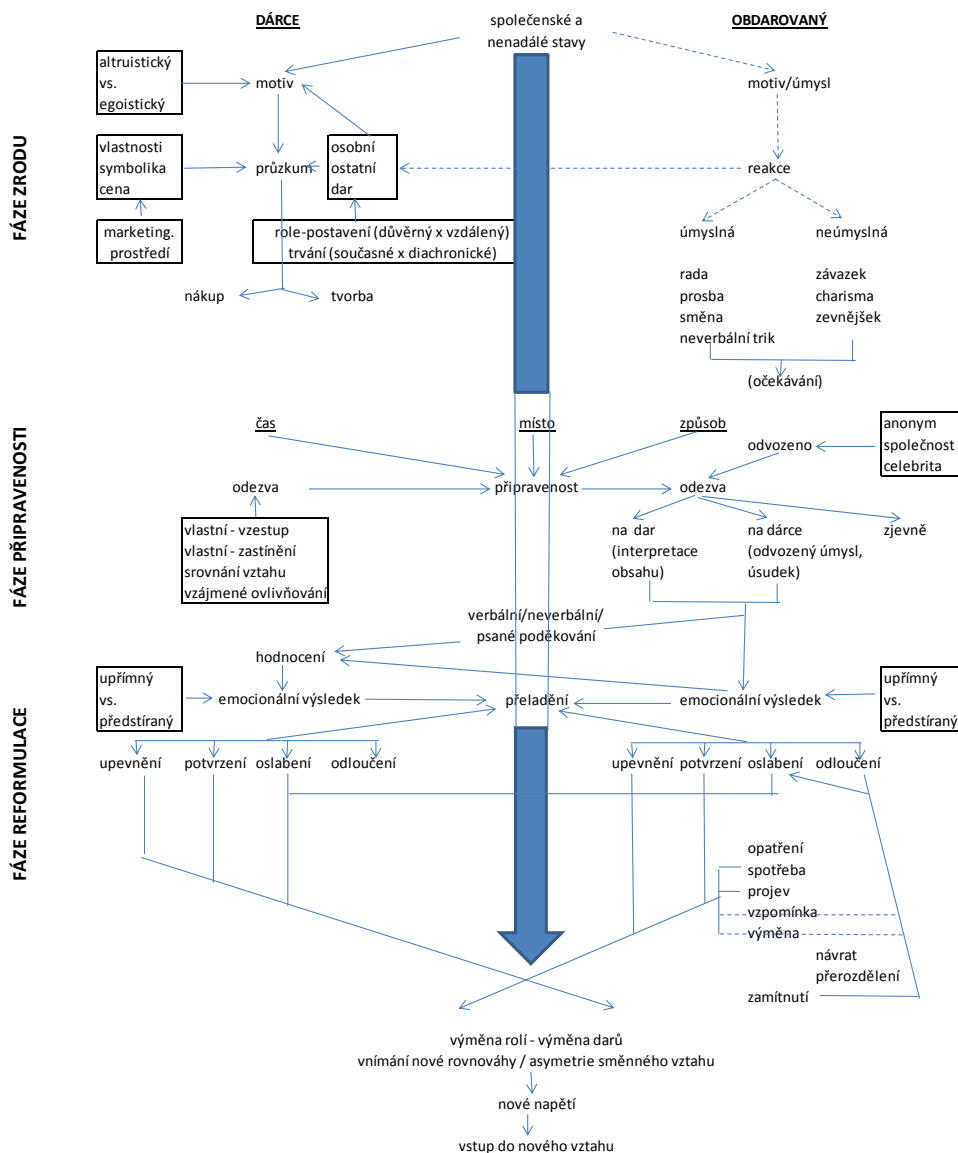
Zdroj: BANKS (1979)

Fáze nákupu vychází z pozorování dárce, tedy zkoumání toho, zda existují nějaké důvody či podněty k poskytnutí daru. Toto zkoumání může vycházet z vnitřních či vnějších stimulů. Model předkládá dárce, který si je vědom blížících se příležitostí, které jsou obecně spojeny s dáváním darů. Nákup v sobě obnáší rovněž přidružené aktivity (např. zabalení daru). V průběhu celé této fáze je postupně budováno napětí obdarovaného a očekávání daru, přičemž obdarovaný rovněž může dárci předkládat návrhy daru. Celý model je založen na komplexní problematice dávání darů, nikoli pouze dávání dobrovolných peněžních příspěvků na dobročinné účely.

Následuje *fáze směny* a vzájemné vazby, dochází k výměně daru. V rámci této fáze obdarovaný interpretuje dar, jeho smysl, jeho důvod a mínění a dárce interpretuje míru potěchy obdarovaného. Obě tyto interpretace významným způsobem ovlivňují budoucí poskytnutí daru a oplacení darování. Obdarovaný by rovněž měl ihned doložit smysl daru a dar použít (nosit, užít aj.), což poskytne další podklady pro příští rozhodování dárce. Na *fázi spotřeby* lze jednoduše nahlížet jako na období upotřebení daru, jeho spotřebu, uchování si v paměti, což má v budoucnu vliv na opětovné oplacení daru a

dárcevu interpretaci míry potěchy obdarovaného. Konečně *fáze zpětné vazby* dokládá komunikaci mezi obdarovaným a dalšími jednotlivci ve společnosti, či komunikaci mezi obdarovaným a dárce o spokojenosti či nespokojenosti z přijatého daru. Uvedený Banksův model je díky své komplexnosti jednoznačně přínosný a předkládá řadu zajímavých otázek. Jeho interpretace je však omezena (SHERRY, 1983) vzhledem k danému členění do uvedených čtyř fází.³³ Na Bankse navázal Sherry, který prezentuje modifikovaný model dávání darů (schéma 3).

Schéma 3: Sherryho interaktivní model dávání darů³⁴



Zdroj: SHERRY (1983)

³³ Např. „Vzájemná vazba“ a „komunikace“ se prolínají celou transakcí a nelze je uvádět pouze jako oddělené fáze. „Nákup“ by měl být chápán jako vyvrcholení celého procesu popisovaného ve schématu, současné označení není proto adekvátní.

³⁴ Poznámky: středová šipka označuje dárcovský směnný vztah, přerušovaná šipka ukazuje na snížený význam aktu daru, závorky znázorňují potenciální myšlenky, pocity a akce, přerušované čáry poukazují na možné předchozí vlivy mající vliv na současné myšlenky, pocity či akce.

Proces se skládá ze tří fází: fáze zrodu, fáze připravenosti a fáze reformulace, které specifikují danou transakci prostřednictvím procesu probíhajícího jak na straně dárce, tak obdarovaného. Středová šipka procházející celým schématem ilustruje partnerství mezi oběma stranami. Přerušená šipka značí, že akt dávání má sekundární funkci a stojí v pozadí, ve fázi připravenosti lze chápat dárcovství jako rituální akt. Výsledkem celého procesu je obvykle výměna rolí, dárce se stane příjemcem a opačně. Přestože daný model je spíše popisný a není určený k vytváření konkrétních výzkumných hypotéz, lze jeho prostřednictvím definovat hranice různých oblastí vhodných ke zkoumání.

2 EKONOMICKÁ INTERPRETACE DÁRCOVSTVÍ

*„Alteri vivas oportet, si vis tibi vivere.“
„Třeba žít pro jiné, chceš-li žít pro sebe.“
Lucius Annaeus Seneca*

Jeden z nejznámějších a nejvíce citovaných ekonomických textů pochází od otce ekonomů, Adama Smithe. Spis *Teorie mravních citů* představuje určitou psychologii mravních citů, první kapitola začíná slovy (SMITH, 2005, s. 5): *„Ať již je dovoleno pokládat člověka za jakkoli sobeckého, přesto v jeho přirozenosti evidentně existují určité principy, které způsobují, že je zainteresován na osudu jiných lidí a že jejich štěstí je pro něj nezbytné, i když z něj nemá nic jiného kromě radosti, že je jeho svědkem.“* Uvedená slova Smithe významným způsobem ovlivnila smýšlení pozdějších ekonomů, kteří je vyjádřili prostřednictvím ekonomicko-matematického mikroekonomického aparátu.

Podle FRANKA (1995) obnáší jakékoliv rozhodování poměrování nákladu a prospěchu, v případě racionálního jednání prospěch převyšuje náklady daného chování. Frank rozděluje racionalitu dle dvou druhů standardu:

- Standard racionality zájmu o sebe sama: předpokládá, že chování jednotlivce je motivováno pouze materiálními zájmy a zvažuje při svém jednání pouze náklady a prospěchy, které se týkají jich samých. Zcela jsou vyloučeny zájmy o ostatní, zájmy filantropické apod.
- Standard racionality momentálního cíle: lidé se chovají racionálně, pokud v daném okamžiku jednají v souladu se stanoveným cílem. Dané chování může být motivováno dobročinností, povinnostmi aj. Jak uvádí HYÁNEK (2011), daný přístup nehodnotí racionalitu samotného cíle a lze jej aplikovat i na naprosto absurdní situace.

Prostřednictvím standardu momentálního cíle mohou ekonomové uspokojivým způsobem zahrnout nesobecké motivy do jednoduchého mikroekonomického aparátu vycházejícího z neoklasického rámce. Hyánek se domnívá, že reálnému světu odpovídá tento model preferencí rozšířený o prvek altruismu, o úroveň blahobytu ostatních subjektů apod. Abychom mohli dle autora koncept racionálního chování obohatit o altruistické preference, musíme přijmout předpoklad, že *„lidé pocítují uspokojení také z některých aktivit, které nejsou v souladu se striktně vymezeným zájmem o sebe sama“* (HYÁNEK, 2011, s. 21).

2.1 ROZHODOVÁNÍ DLE DÁRCOVSKÉ PREFERENCE

Modelování života ve společnosti ukazuje, že ani čistě altruistické, ani čistě egoistické chování není evolučně stabilní. Protože altruistické chování přináší pravděpodobně vždy jeho aktérovi určité „zisky“, jeho činy jsou v souladu s člověkem homo oeconomicus, který je chápán jako prototyp egoisty. V teoriích je často porovnáváno chování altruisty a egoisty. Následující část má za cíl ukázat, že i oportunist, který má čistě egoistické preference, může mít motivy, které ho povedou k altruistickému chování, poskytnutí altruistického příspěvku.

Abychom správně interpretovali myšlenku altruismu, je třeba správně porozumět konfliktům, které se objevují mezi zájmem o sebe sama na jedné straně a zájmem o blaho ostatních na druhé straně. SOBER a WILSON (1998) předkládají v úvahu následující příklad: Představme si situaci, kdy si listujeme svým oblíbeným časopisem a narazíme na výzvu poslat DMS hladovějícím dětem. Protože částka není příliš vysoká, není důvod nepřispět. Pokud se zamyslíme, co nás vedlo k tomuto činu, musíme rozlišit mezi motivem altruistickým (přispějeme ke zlepšení životní úrovně malých dětí) a motivem sobeckým (spokojenost sama se sebou, snaha vyhnout se pocitu viny). Kdy se tedy člověk chová jako pravý altruista a kdy jako egoista (člověk ekonomicky racionální)? Mohou nastat určité situace, které výstižně Sober a Wilson popisují. To, zda se chováme altruisticky nebo egoisticky určují naše preference. Uvedení autoři předkládají následující členění.

2.1.1 Preference egoisty

Schéma 1 nejprve názorně popisuje chování egoisty, který se zaměřuje jen sám na sebe, jde mu především o jeho vlastní prospěch. Čísla ve schématu (absolutní hodnoty nemají žádný význam) představují jednotlivé preference. Preference s vyšším číslem jsou preferovány před preferencemi s nižším číslem. Egoistovi jde především o to, aby co nejvíce získal a co nejméně tratil. Nelze o něm říci, že by byl vyloženě dobročinný či egoistický. Je mu jedno, zda na tom budou ostatní lépe (+) nebo hůře (-). Položme si otázku, zda egoista přispěje na dobročinnost nebo ne? Pokud by přispěl, měla by podpora dva efekty: egoista bude mít dobrý pocit sám ze sebe, děti se budou mít lépe (skóre 4). Pokud by dar neposkytl, nastanou opět dva efekty: egoista se ochudí o dobrý

pocit, děti na tom nebudou lépe (1). Ze schématu je tedy paradoxně zřejmé, že egoista patrně na charitu přispěje, přestože to jistě nebyl jeho původní záměr.³⁵

2.1.2 Preference altruisty

Nyní se podívejme na preference altruisty. Tomu jde především o blaho ostatních. Pokud by se stejně jako egoista rozhodoval, zda přispět či nikoli, rozhodoval by se mezi situacemi uvedenými v levém horním rohu a pravém dolním rohu schématu. První možnost přinese prospěch jak ostatním, tak jemu samému, druhá možnost nebude přínosná pro nikoho. Jeho rozhodování je tedy logicky jednoduché, rozhodne se přispět. Efekty z takového jednání budou dva, přičemž dobrý pocit z vykonaného činu je vedlejším efektem a není hlavním motivem vedoucím k podpoře.

Schéma 4: Znázornění preferencí pro altruistické a egoistické chování

		ČISTÝ EGOISTA		E-OVER A PLURALISTA	
		ostatní		ostatní	
		+	-	+	-
já	+	4	4	4	3
	-	1	1	2	1
		ostatní		ostatní	
		+	-	+	-
já	+	4	1	4	2
	-	4	1	3	1
		ČISTÝ ALTRUISTA		A-OVER E PLURALISTA	

Zdroj: SOBER, E., WILSON, D. S. (1999)

³⁵ Předpokladem pro takové chování je situace, kdy základním motivem pro egoistu je dobrý pocit ze sebe sama.

2.1.3 Preference E-over-A pluralisty

V běžném životě se velmi zřídka setkáme s čistým egoistou nebo altruistou, kteří mají přesně vyhraněné preference. E-over-A pluralista³⁶ je takový člověk, který preferuje situaci, když je na tom lépe on ($4 > 2$ a $3 > 1$), ale zároveň se snaží o blahobyt ostatních před jejich chudobou ($4 > 3$ a $2 > 1$). Následující schéma jasně dokládá, jak se zachová tento pluralista, když se jeho zájem o sebe sama dostane do protikladu se zájmem ostatních.

V případě protikladu preferencí má pluralista dvě možnosti, jak se zachovat. První možnost je znázorněna v pravém horním rohu (získává jedinec na úkor ostatních), druhá možnost je v levém dolním rohu (zisk ostatních na úkor blahobytu jedince). Pokud se vlastní zájem pluralisty dostane do konfliktu se zájmem ostatních, upřednostní vždy E-over-A pluralista svůj vlastní zájem ($3 > 2$) před zájmem ostatních. Egoistické preference hrají významnější roli, proto mají na jeho rozhodování zásadnější vliv.

Tento závěr nás jistě nepřekvapí a přijde nám logický. Podívejme se ale zpět na rozhodování čistého egoisty. Egoista má zájem jen a jen o sebe, zatímco E-over-A pluralistu zajímá také blaho ostatních. Oba tyto typy se rozhodly pouze ve vlastním zájmu, avšak čistý egoista na charitu přispěl, zatímco pluralista nikoli.

2.1.4 Preference A-over-E pluralisty

Druhým typem pluralistů mohou být A-over-E pluralisté. Tito pluralisté přisuzují odlišné váhy svému vlastnímu prospěchu a prospěchu ostatních. Opět jako v předchozím případě se jim jedná o blaho své i o blaho ostatních. Pokud by se tyto zájmy dostaly do konfliktu a jedinec by se musel mezi těmito zájmy rozhodnout, jeho preference budou směřovat k podpoře blahobytu ostatních ($3 > 2$).

Čtyři výše uvedené příklady dokládají, že pouze jeden případ je konzistentní s hypotézou egoismu (egoista vždy upřednostní svůj zájem před zájmy ostatních a dar neposkytne), ve třech případech by jedinci poslali peníze na dobročinnost, bez ohledu na to, zda to dělají ve svém vlastním zájmu či nikoli. Tyto příklady dokládají, že lidé pocítují potřebu pomáhat ostatním, stejně jako potvrzuje často mylné chápání altruismu jako snahy člověka pomáhat ostatním, protože jeho preference jsou zaměřeny pouze na ostatní. Příklady jednoduše a čistě dokládají, že altruistická pomoc je někdy provázena

³⁶ Zkrácené označení pro egoist-over-altruist.

motivy, které mohou být čistě egoistické a být v souladu s principem homo oeconomicus.³⁷

2.2 ROZHODOVÁNÍ DLE TEORIE UŽITKU

Kapitola předkládá stěžejní modely, jejichž prostřednictvím lze interpretovat dárcovství v souladu s ekonomickým aparátem. Modely pracují s úrovní užitku jednotlivce, který poskytuje příspěvky, a to na základě motivů sobeckých (altruistických) i nesobeckých (egoistických). ŠPALEK (2011, s. 68) uvádí, že příspěvek může nabývat různých forem, nejedná se pouze o peněžní příspěvek, ale také „investici volného času do přípravy či realizace charitativní akce (dobrovolnická práce v neziskové organizaci, pomoc při hlídání dětí, starých lidí apod.), podpora vědy a výzkumu soukromou firmou (finance, prostory, pracovní podmínky), mezinárodní pomoc při řešení krizových situací apod.“ Dárcovství vychází z různých pohnutek, přímých či nepřímých, zjevných či skrytých a přináší jednotlivci rozdílné prospěchy. Pro další potřebu uvádí následující tabulka kategorizaci tří základních přínosů pro dárce, tak jak uvádí ZIEMEK (2003) a na kterých jsou dále vystavěny čtyři mikroekonomické modely.

Tabulka 1: Možné přínosy z aktu dárcovství

Přínos	Zdroj přínosu
Altruistický přínos	Prospěch je založen na zlepšení stavu obdarovaného. Dárce se zajímá o rostoucí užitek ostatních lidí.
Osobní přínos	Dárce získává vlastní užitek z aktu dárcovství (warm-glow, sociální integrace apod.)
Směnný přínos	Dárce získává výměnou přínosy, jako jsou zkušenost, vliv, informace aj.

Zdroj: Autorka, upraveno dle ZIEMEK (2003)

Ekonomové pokládají dané zdroje prospěchu/užitku za klíčové při výkladu dárcovského chování. Na základě definování těchto tří přínosů můžeme vystavět čtyři mikroekonomické modely zachycující proces rozhodování dárce. V rámci České republiky se danými modely zabývají např. HYÁNEK (2001), HYÁNEK (2011), ŠPALEK (2011). Dané modely a jejich základní motivy jsou uvedeny v následující tabulce.

³⁷ I ekonomický člověk může obsahovat prvky altruismu. Nelze tedy striktně oddělovat altruistické jednání od pocitu satisfakce. „Mravní čin je zpravidla doprovázen pocitem uspokojení, tato emoce je s ním u většiny lidí propojena. Nelze pokládat morálku za něco, co je v rozporu s emotivní složkou osobnosti“ (KREJČÍ, 2004, s. 167).

Tabulka 2: Modely vysvětlující akt dárcovství

Model	Přínos	Rámcový motiv
Public Goods Model / Model charity jako veřejného statku	Altruistický přínos	Zvýšit nabídku veřejných statků
Private Consumption Model / Model soukromé spotřeby	Osobní přínos	Mít radost z aktu dárcovství, „warm-glow“ užitek
Investment Model / Investiční model	Směnný přínos	Získat zkušenosti, vědomosti a kontakty na trhu práce
Impure Altruism Model / Model nečistého altruismu	Altruistický/osobní přínos	Sloučení prvního a druhého modelu

Zdroj: Autorka, upraveno dle ZIEMEK (2003)

Zatímco první tři modely reprezentují modely srovnávací a odkazují pouze na jeden zmíněný přínos či motivaci, model nečistého altruismu reprezentuje syntézu motivů zastoupených v modelu charity jako veřejného statku a modelu soukromé spotřeby. Při výkladu dárcovství prostřednictvím mixu rozlišných zájmů nám model nečistého altruismu předkládá nejvíce realistický pohled na rozhodovací principy dárce. V následujících čtyřech oddílech jsou dané modely formalizovány prostřednictvím mikroekonomického aparátu a dále charakterizovány.

2.2.1 Public Goods Model

Public goods model (model charity jako veřejného statku) vychází z předpokladu, že jednotlivec poskytuje dar, aby zvýšil celkovou nabídku poskytovaných veřejných statků či služeb. Přijmeme-li předpoklad, že veřejné statky jsou charakterizovány prostřednictvím nerivality a nevyločitelnosti, získává dárce prospěch (užitek) prostřednictvím rostoucího užtku ostatních, kteří veřejné statky spotřebovávají. Dané chování, kdy jednotlivec daruje a zvyšuje užitek ostatních, aniž by na oplátku něco získal, je definováno jako altruistické. Existence uvedených pozitivních sociálních citů v rámci lidské interakce, zejména altruismu, byla uznána většinou významných ekonomů např. Smithe, Milla, Walrase či Pareta. Altruistické jednání je nejčastěji zobrazováno prostřednictvím užitkových funkcí, preference altruisty nejsou definovány prostřednictvím úrovně vlastní spotřeby, nýbrž spotřeby druhých (např. KOLM, 2000 aj.). Boulding a Vickrey (ZIEMEK, 2003) patřili mezi první moderní ekonomy, kteří provedli racionalizaci dárcovství. Na ně navázal BECKER (1974), který vytvořil formální model takového jednání a použil ho k odvození některých empirických důsledků. Různé varianty daného modelu předkládají též SCHWARTZ (1970), HOOD, MARTIN a OSBERG (1977), COLLARD (1979). Daný model se opírá dle SUGDEN (1983) o tři základní předpoklady:

- *Předpoklad veřejného prostoru*: zbavení se chudoby, či poskytování zdravotní péče je v mnohých případech součástí užitkových funkcí jednotlivce, a proto lze takové statky či služby z teoretického pohledu nazvat veřejnými statky (SAMUELSON, 1954). V určitých příkladech soukromého dárcovství je nesporné, že charitativní aktivity představují veřejné statky, ze kterých jednotlivci mají užitek.
- *Předpoklad maximalizace užítku*: každé rozhodování jednotlivce týkající se jeho filantropických aktivit je determinováno cílem maximalizovat jeho užitek.
- *Předpoklad Nashovy rovnováhy*: každý jednatel, pokud se rozhoduje, kolik daruje (a zda vůbec) na veřejné statky, bere příspěvky ostatních jednotlivců jako dané.

Uvedené tři předpoklady poskytují základ teoretického modelu, ve kterém dochází vzhledem k přítomnosti černého pasažérství (free-rider problem) k nedostatečnému poskytování charitativních aktivit.

Beckerův model je založen na preferencích altruistického dárce. Pro zjednodušení předpokládá ekonomiku s jedním veřejným statkem a jedním soukromým statkem. Sektor se skládá z $n - 1$ jednotlivců, každý jednatel i je vybaven bohatstvím w_i , které může alokovat mezi soukromý statek x_i nebo soukromý příspěvek na veřejný statek g_i . Celková nabídka veřejných statků G^{38} je dána sumou soukromých příspěvků všech jednotlivců $n - 1$ a zdrojů z veřejných rozpočtů, tedy $G = \sum_{i=1}^n g_i$. Model vychází z předpokladu, že soukromé příspěvky ostatních a zdroje z veřejných rozpočtů jsou perfektní substituty, jejich suma je dána G_i .

$G_{-i} = \sum_{j \neq i}^n g_j$ vyjadřuje celkové příspěvky na veřejný statek ze zdrojů soukromých i veřejných, kromě jednatelce i .

Preference altruistického dárce jsou vyjádřeny v následující užitkové funkci:

$$(1.1) \quad U_i = U_i(x_i, G)^{39}$$

$$x_i + g_i = w_i$$

$$g_i > 0$$

³⁸ BECKER (1974) ve svém modelu předpokládá, že relativní ceny statků (x_i a G) jsou konstantní, nikterak je neměří. Oproti tomu SUGDEN (1983) množství statků měří, a to ve stejných jednotkách.

³⁹ Předpoklad: užitková funkce je kvazi-konkávní a rostoucí ve všech proměnných.

Je třeba vyzdvihnout, že příspěvek jednotlivce g_i vstupuje do užitkové funkce ne skrze vlastní darování *per se*, ale prostřednictvím celkové nabídky veřejných statků. Při řešení tohoto maximalizačního problému každý jednotlivec uvažuje o optimální úrovni svého příspěvku. Budeme-li substituovat $g_i = G - G_{-i}$ v rozpočtovém omezení a vztáhneme-li to do užitkové funkce, získáme, za předpokladu Nashovy rovnováhy, následující maximalizační problém:

$$(1.2) \max_G U_i(w_i + G_{-i} - G, G)$$

Jednotlivec i považuje osobní bohatství w_i a příspěvky ostatních na veřejný statek G_{-i} za **perfektní substituty**.⁴⁰ Jednotlivec i je tedy indiferentní mezi situacím, kdy dárcovství ostatních je vysoké, zatímco jeho osobní bohatství je nízké, či opačnou situacím, kdy dárcovství ostatních je nízké a jeho osobní bohatství vysoké, a to do té doby, dokud celková nabídka veřejných statků zůstává nezměněna. V důsledku toho se altruistický jednotlivec zajímá pouze o souhrnné množství poskytovaných veřejných statků. V případě zvýšení příspěvků od ostatních, výše jeho daru klesne a naopak, hodnota jeho daru vzroste, pokud příspěvky od ostatních se sníží. KINGMA (1989) se domnívá, že ostatní dárci svoji úroveň příspěvku nemění, svůj užitek odvozují od úrovně výstupu, nikoli od úrovně vstupu.

Tato perfektní substituce mezi soukromým dárcovstvím a dárcovstvím ostatních poskytuje základ pro vyslovení *neutrální hypotézy*, která uvádí, že: Čistě altruistický individualista sníží (zvýší) hodnotu svých vlastních darů g_i , pokud dary ostatních G_{-i} vzrostou (poklesnou), a to jedna ku jedné.⁴¹

Uvedená neutrální hypotéza, která uvádí, že altruista se stará pouze o celkovou nabídku veřejných statků a nikoli o to, zda sám na nabídce participuje, naznačuje, že zvyšující se vládní výdaje na veřejné statky, na které chtěl dárci rovněž přispět, tyto dobrovolné příspěvky vytěsňují (crowd-out) (WARR, 1982; ROBERTS, 1984 aj.) Vzhledem k důležitosti takových předpokladů dal uvedený model vzniknout mnohým empirickým

⁴⁰ BECKER (1974) nazývá $w_i + G_{-i}$ „sociálním bohatstvím“. Koncept sociálního bohatství vyjadřuje, že jednotlivec není zainteresován pouze na maximalizaci vlastního bohatství či příjmů, ale také *na hodnotách jeho sociálního prostředí*.

⁴¹ Barro aplikuje tuto ideu do konceptu *Ricardiánské ekvivalence* mezi daněmi a veřejným dluhem (dle ZIEMEK, 2003). Podle tohoto konceptu se lidé vyrovnají s veřejným deficitním utrácením, pokud stoupají jejich vlastní úspory prostřednictvím snížení daní. Vychází z přesvědčení, že domácnosti se snaží stabilizovat svoji spotřebu, tudíž nereagují na snížení daní zvýšenou spotřebou.

studiím, které testují platnost uvedené **crowding-out hypotézy**.⁴² Tato hypotéza vešla do povědomí jako Barroova-Ricardova hypotéza. V souvislosti s výzkumnou oblastí této práce, odpovídá crowding-out efekt na otázku, zda poskytnutí veřejných financí (dotací) vytěsňuje individuální dary jednotlivců ve společnosti. Jedná se o jednu ze základních otázek v oblasti veřejného financování.

2.2.2 Private Consumption Model

Na rozdíl od předchozího modelu jsou dárci dle následujícího modelu soukromé spotřeby motivováni přímo prostřednictvím aktu poskytnutí daru. Olson, Becker a jiní ekonomové předpokládají, že lidé *mají k dárcovství chuť*, neboť jeho prostřednictvím získávají určitý status či chválu, zkušenosti či warm-glow (ANDREONI, 1989). Tedy celková potřeba produkce veřejných statků či služeb neovlivňuje rozhodnutí jednotlivce, zda bude darovat. BADELTA (1985) klasifikuje všechny tyto komponenty, které vstupují do užitkové funkce jednotlivce, nazývá je „vlastní-hodnoty“ (orig. Eigenvalue).

Preference dárce jsou v modelu osobní spotřeby vyjádřeny pomocí obdobného rámce jako v modelu charity jako veřejného statku. Užitková funkce má následující formu (ANDREONI, 1989):

$$(1.3) \quad U_i = U_i(x_i, g_i)$$

$$x_i + g_i = w_i$$

$$g_i > 0$$

Užitek závisí na soukromé spotřebě x_i , na dobrovolném příspěvku jednotlivce i na veřejné statky g_i . V rámci daného vztahu vstupuje soukromý příspěvek g_i přímo do užitkové funkce jednotlivce a může být považován za normální spotřebované zboží. Na druhé straně celková nabídka veřejných statků G do užitkové funkce nevstupuje. Rozhodovací proces jednotlivce – dárce je tedy nezávislý na celkové úrovni

⁴² Z ekonomického pohledu závisí prosociální chování na jeho nákladech: čím dražší je prosociální chování, tím méně k němu dochází. Tedy dle standardní ekonomické teorie platí, že čím méně je dárcovství peněz a času na dobročinné účely drahé, tím více těchto aktivit budou lidé provozovat. V oblasti dárcovství jsou dvě možnosti, jak prosociální chování podpořit: lidé dostanou slevu za poskytnutý dar (např. slevu na dani), lidé mezi sebou ve výši daru soutěží (např. v USA soutěží zaměstnanci jedné firmy v tom, kdo daruje víc). Samozřejmě, že tyto peněžní pobídky mohou být implementovány v různých oblastech: v dobrovolnictví, občanském spolčování, apod. MEIER (2006) představuje dva efekty vyplývající z těchto peněžních pobídek: relative price effect (efekt relativních cen) a crowding-out effect (vytěšňovací efekt). Efekt relativních cen musíme brát v úvahu ve třech rovinách: 1) cena dárcovství hraje podstatnou roli (v případě zrušení daňových úlev dobročinné dary poklesnou), 2) musíme uvažovat také o substitutech a komplementech (dobročinnost můžeme uskutečnit prostřednictvím daru peněžního nebo darováním času), 3) dobročinnost závisí na nákladech obětované příležitosti.

poskytovaných statků. Odvození změny v chování dárce při změně přispívání ostatních lze provést obdobně jako v předchozím modelu. Provedeme substituci: $g_i = G - G_{-i}$ v rozpočtovém omezení a vztáhneme-li to do užitkové funkce, získáme následující maximalizační problém:

$$(1.4) \max_G U_i(w_i + G_{-i} - G, G - G_{-i})$$

Rovnice předpokládá oproti předchozímu modelu, že dary poskytnuté ostatními G_{-i} nelze charakterizovat jako perfektní substitut pro bohatství jednotlivce w_i . Odtud plyne, že rozhodnutí jednotlivce, zda poskytne dar je nezávislé na úrovni poskytnutých příspěvků ostatními jednotlivci a vlastní příspěvek jednotlivce i již nelze ztotožňovat (substituovat) za dary ostatních.⁴³ Proto tedy změny v nabídce služeb nemají vliv na rozhodnutí dárce, v jaké výši poskytne dar.

Následkem toho, že změny v celkové nabídce neovlivňují rozhodnutí jednotlivce, kolik přispěje, nelze spojovat tento model s dříve uvedeným crowding-out efektem. Rovněž uvedený model, který se opírá o užitek ze samotného aktu dárcovství a procesu darování, významným způsobem omezuje existenci černého pasažérství.

Uvedený model ekonomové vyjadřují nejen prostřednictvím rovnic, ale rovněž graficky. SCHWARTZ (1970) zavádí následující označení:

$$U^A = U^A(C^A, C^B, \dots),$$

$$U^B = U^B(C^B),$$

U^A a U^B představuje užitek dvou osob, A a B. C^A a C^B označuje množství zboží spotřebovávané jednotlivci. Za předpokladu jednotné ceny za dárcovství pro oba jednotlivce, Schwartz uvádí:

$$C^B = (y^A + y^B) - C^A,$$

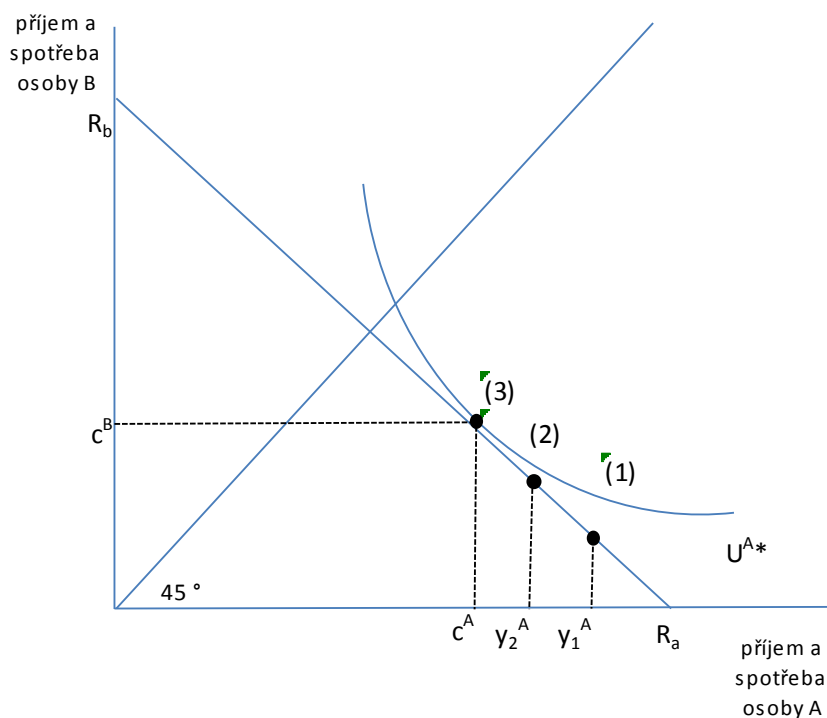
kde y^A je příjem jednotlivce A před poskytnutím daru a y^B příjem jednotlivce B před poskytnutím daru. V modelu dvou osob představuje D^{AB} situaci, kdy A daruje osobě B, označíme:

$$D^{AB} = y^A - C^A = C^B - y^B.$$

⁴³ Taktéž bezvýznamnost G a následně G_{-i} v procesu rozhodování dárce je u daného modelu zřejmá, pokud derivujeme první podmínku z rovnice (1.3).

Následující graf zachycuje geometrické znázornění rovnováhy, které vychází z předpokladu, že užitek jednotlivce A je funkcí jeho osobní spotřeby a spotřeby osoby B. U^A představuje nejvyšší indifferenční křivku, kterou A dosahuje, $R_a R_b$ jsou body rozpočtového omezení osob A a B. Bod (1) určuje situaci, kdy příjem osoby A činí Y_1^A či příjem osoby B činí Y_1^B . Bod (3) představuje distribuci, jejímž prostřednictvím osoba A maximalizuje svůj užitek (spotřebává C^A a daruje $Y_1^A - C^A$). Bod (2) protikladně bodu (1) naznačuje, že příjem osoby B se relativně zvýšil oproti osobě A, A daruje B méně. Oproti výchozímu bodu (3), osoba A by na tom byla lépe, dostala-li by dar od osoby B. Postoj osoby A k osobě B lze nazvat filantropický, pokud $\partial U^A / \partial C^B > 0$, zatímco $\partial U^A / \partial C^B < 0$ předpokládá diskriminující postoj (SCHWARTZ, 1970).

Graf 2: Grafické znázornění užitku dárce



Zdroj: SCHWARTZ (1970)

2.2.3 Investment Model

Další prospěch vycházející z aktu dárcovství je přínos ze směny (orig. exchange value benefit). Lze ho přirovnat k *quid pro quo* neboli poskytnutí služby za službu. Přestože tento přínos je charakteristický převážně pro jednu podskupinu dárcovství, kterou je dárcovství času (dobrovolná práce), je možné jej teoreticky vztáhnout k celému konceptu dárcovství. Dle daného modelu dárcovství poskytuje rovněž přínosy v podobě zvýšení naší hodnoty na trhu práce prostřednictvím akumulace lidského kapitálu,

tréninku a získání nových dovedností, získání nových kontaktů či možností prezentovat naši způsobilost budoucím zaměstnavatelům (DUNCAN, 1999). Protože se zřikáme současných výnosů ve prospěch výnosů budoucích, lze dárcovství založené na směně považovat za investiční chování (BADEL, 1985).

Model založený na investičním chování dárce vyvinul MENCHIK a WEISBROD (1987). Jejich model se zaměřuje na takové směnné hodnoty, které v budoucnu přináší dárci výdělky. Jednotlivec je motivován k dárcovství, pokud očekává, že hodnota budoucích příjmů generovaná ze získaných zkušeností bude pozitivní. ZIEMEK (2003) však upozorňuje na omezení daného modelu, které vyplývá z opomenutí odvozených proměnných. Jsou jimi například: množství příspěvků z ostatních zdrojů (nezáleží na tom, zda soukromých či veřejných). Autoři zkoumají substituční vztah mezi soukromými příspěvky jednotlivce a úrovní veřejných příspěvků, přičemž tento vztah není dle Ziemeka integrován do teoretického rámce modelu. Soukromé příspěvky od ostatních a úroveň veřejných příspěvků na veřejné statky hypoteticky ovlivňují úroveň příspěvků dárce. V tomto smyslu lze identifikovat dva možné efekty:

- *Signalizační efekt* (orig. signaling effect): pozitivní závislost mezi soukromými příspěvky dárce a příspěvky ostatních osob lze odvodit intuitivně. V prostředí, které je charakteristické soutěživostí na trhu práce a nejistotou o kvalifikaci ostatních uchazečů o práci, je cílem dárce získat dobrou vyjednávací pozici vzhledem k ostatním.
- *Efekt pracovní příležitosti* (orig. job-opportunity effect): lze rovněž odvodit pozitivní vliv příspěvků ostatních osob na dárce. Vysoká úroveň příspěvků z veřejných rozpočtů v určitých specifických oblastech (např. vzdělávací sektor), vede k expanzi pracovních příležitostí a pracovní poptávky. V prostředí charakteristickém vysokou úrovní veřejných výdajů nabývají významu dovednosti a kontakty specifické pro danou oblast, na rozdíl od prostředí, ve kterém jsou pracovní příležitosti omezené.

Vydeme-li z tohoto pozitivního vztahu mezi ostatními příspěvky (soukromými či veřejnými) a příspěvky dárce, můžeme opět modelovat investiční motivaci dárce v analogickém rámci, jako dva předešlé případy.

Preference investičních motivací dárce jsou vyjádřeny v rovnici:

$$(1.5) \quad U_i = U_i(x_i, g_i(G))$$

$$\partial g_i / \partial G > 0$$

$$x_i + g_i = w_i$$

$$g_i > 0$$

Užitek dárce je dán osobní spotřebou statků x_i a vlastními příspěvky na veřejné statky g_i , které jsou funkcí celkových příspěvků na veřejné statky G . Dárce i alokuje své bohatství w_i mezi osobní spotřebu a dobrovolné příspěvky. Podle daného omezení každý dárce volí takovou úroveň svého daru, aby maximalizoval svůj užitek.

2.2.4 Impure Altruism Model

Poslední model nečistého altruismu se liší od zmíněných tří modelů, neboť nepracuje pouze s jedním charakteristickým motivem dárcovství, ale s mixem různých motivů. Dané sloučení motivů prezentuje realističtější pohled na racionalitu dárcovství. Při procesu dárcovství ovlivňuje rozhodování dárce mnoho faktorů. Jak Olson (podle ANDREONI, 1990) poznamenává, lidé jsou často motivováni snahou získat prestiž, respekt, přátelství a jiné sociální či psychologické výhody. BECKER (1974) poznamenává, že dárcovské chování může být také motivováno snahou vyhnout se opovržení ostatních či být chválen. Dle HYÁNKY (2011) je zřejmé, že dárce nemusí mít užitek pouze z celkového objemu veřejného statku, ale že jeho užitek může být vázán také přímo na jeho vlastní příspěvky, užitek tak plyne i z vlastního aktu dárcovství, z vlastní přímé participace, nikoliv pouze z konečného výsledku.

Teoreticky je model nečistého altruismu založen na standardním modelu charity jako veřejného statku, ale zahrnuje v sobě také motivy modelu osobní spotřeby. Model vyvinuli a dále rozvinuli autoři Feldstein, Cornes a Sandler, Steinberg (podle KINGMA, 1989) a byl nazván modelem nečistého altruismu podle ANDREONIHO (1989).⁴⁴

V rámci daného modelu je užitek dárce vymezen nejen celkovým množstvím příspěvků na veřejné statky, ale také vlastním příspěvkem. Užiteková funkce má následující formu:

$$(1.6) \quad U_i = U_i(x_i, G, g_i)$$

$$\partial g_i / \partial G > 0$$

⁴⁴ Jiné přístupy, které uvádí i jiný motiv, než je altruismus, pracují s morálním nebo skupinovým motivem (COLLARD, 1979). Aktéři se v těchto modelech chovají v souladu s morálním omezením či dle principu reciprocity.

$$x_i + g_i = w_i$$

$$g_i > 0$$

Užitek dárce je dán vlastní spotřebou x_i , celkovou nabídkou veřejných statků G a vlastními příspěvky na veřejné statky g_i . V daném modelu vstupují vlastní příspěvky g_i do užitkové funkce dvakrát. Jednou jako součást veřejných statků G jednou jako soukromý statek g_i . V souladu s uvedeným má tedy dárce dva druhy motivace: motivaci plynoucí ze zvýšení nabídky veřejných statků a motivaci vycházející ze samotného aktu dárcovství. Analogicky k dříve uvedeným postupům, provedeme substituci: $g_i = G - G_{-i}$ v rozpočtovém omezení a vztáhneme to do užitkové funkce, získáme následující maximalizační problém:

$$(1.7) \quad \max_G U_i(w_i + G_{-i} - G, G, G - G_{-i})$$

Je zřejmé, že rovnice je identická s rovnicí vycházející z modelu soukromé spotřeby. Toto zjištění jistě není překvapivé, neboť u obou modelů není dárce lhostejný mezi substitucí vlastního příspěvku a příspěvku ostatních jednotlivců. V kontextu nečistého altruismu můžeme hovořit o částečném crowding - out efektu, zvýšení příspěvků ostatními (př. vládní výdaje) nesníží příspěvek dárce jedna ku jedné, neboť dárce v daném modelu získává rovněž dobrý pocit (warm-glow) ze svého aktu darování (ANDREONI, 1990).

Ve snaze alespoň částečně změřit tyto motivy zkonstruoval ANDREONI (1989, 1990) tzv. „altruistický index“ α_i . V rovnici nalezneme dva parametry, první vychází z altruistické části užitkové funkce a reprezentuje dokonalou substituci mezi vlastním bohatstvím a dárcovstvím ostatních, druhý parametr vychází ze spotřební části užitkové funkce a dokládá, že tato dokonalá substituce neplatí. Andreoniho index vyjadřuje podíl mezi altruistickým a spotřebním motivem. Rozpětí tohoto podílu se pohybuje mezi nulou a jednou v závislosti na převaze daného motivu. Extrémní hodnota, kdy $\alpha_i = 1$ (resp. $\alpha_i = 0$), značí převahu altruistického motivu (resp. spotřebního motivu).

HYÁNEK (2011, s. 27) uvádí důležitý dílčí závěr, že: „nehledě na celkovou úroveň objemu daného veřejného statku na něj bude jednotlivec přispívat, neboť mu plyne užitek ze samotného aktu či procesu darování, přispívání. To je zřetelně odlišné od předpokladu, že s růstem počtu přispívajících se budou příspěvky jednotlivce snižovat, a to možná až na nulu, a jednotlivce se stane černým pasažérem užívajícím si díky příspěvků ostatních..... Model postavený na užitku plynoucím ze samotného aktu či procesu darování tak omezuje působení efektu černého pasažéra.“ Daný předpoklad lze dle ŠPALKA (2011, s. 73)

pozorovat i v běžných situacích, kdy autor uvádí: „Charitativní sbírka či jiná akce je obvykle rozsáhlá a její výtěžek směřuje k subjektům, které jedinec osobně nezná a nikdy nepozná. Stejně tak jedinec ví, že jím odevzdaný příspěvek je zanedbatelný ve srovnání s celkovým objemem peněz vybraných v rámci sbírky.“

SVOBODA (2010) považuje řešení otázky možného vytěsnění soukromé spotřeby (crowding-out efektu⁴⁵) za důležité, neboť nám dává odpověď na otázku, zda lze podporu neziskových organizací z veřejných rozpočtů považovat za efektivní, či zda je tato podpora fiskálně neutrální. Při svých úvahách Svoboda vychází z ekonomických modelů, které byly rovněž prezentovány v této práci a v souladu s ECKEL, GROSSMAN (2004) předkládá následující varianty různých dopadů vládních příspěvků na soukromou dobročinnost. Vliv sehrává motivace dárce a existence fiskální iluze⁴⁶.

Tabulka 3: Teoretické predikce dopadu vládních příspěvků na vytěsnění soukromých darů

Motivace k dávání	Předpoklad existence fiskální iluze	Předpoklad neexistence fiskální iluze
Altruismus*	Plné vytěsnění	Plné vytěsnění
Pocit vnitřního uspokojení**	Částečné/žádné vytěsnění	Plné vytěsnění
Nedokonalý altruismus***	Částečné vytěsnění	Plné vytěsnění

Zdroj: SVOBODA (2010), upraveno

V návaznosti na disertační práci lze ztotožnit s * Public goods model **Private consumption model ***Impure altruism model.

Svoboda uvádí, že pokud dochází k fiskální iluzi, kdy daňový poplatníci nejsou schopni rozpoznat zdroje projektů, které jsou z jejich financí hrazeny, dochází ke zmírnění vytěsnění. Z tabulky je patrné, že odpověď na existenci vytěsňování soukromých příspěvků je značně složitá, neboť zpravidla nemáme informaci o převažujícím motivu dárcovského chování ani o míře fiskální iluze.

Uvedené modely členící motivy na altruistické, egoistické a investiční tvoří teoreticko-metodologické východisko následné empirické analýzy.

⁴⁵ Otázkou crowding-out efektu se rovněž zabýval ANDREONI (1993) v rámci experimentu na dvou výzkumných vzorcích. Výzkum prokázal, že nedochází k úplnému vytěsnění, které by mělo nastat při placení daní.

⁴⁶ Fiskální iluzi lze definovat jako: „systematické nesprávné pochopení klíčových fiskálních parametrů, které může významně zkreslit fiskální volbu voliče“ (SVOBODA, 2010, s. 125).

3 IDENTIFIKACE PROMĚNNÝCH OVLIVŇUJÍCÍCH DÁRCOVSTVÍ

One spin on motivation theory is that you cannot motivate people: they are already motivated, and your job is to find out what motivates them and construct the right environment in which their motivation will flourish.

Kay Sprinkel Grace

Dárcovství se těší stoupajícímu zájmu behaviorálních věd, psychologie, ekonomie, marketingu, fundraiserů i politiků. Mnozí výzkumníci se snaží zodpovědět si na otázku, jak zvýšit podíl financování neziskových organizací prostřednictvím soukromých zdrojů. Centrální otázka tak zní (SCHERVISH, 1997; SARGEANT, 1999; BEKKERS, WIEPKING, 2006, GITTELL, TEBALDI, 2006 aj.): jaké proměnné mají pozitivní popř. negativní vliv na dárcovské chování? Jak lze charakterizovat štědrého dárce?

Současná literatura zachycující faktory vedoucí k dárcovství je rozsáhlá (uvedeno dále v textu). Při hlubším studiu těchto pramenů lze pozorovat zcela odlišné pohledy autorů dle jejich oborového zaměření, dle druhu motivačního faktoru, ale také dle povahy empirického šetření apod. Nemnoho pramenů však zachycuje názor na příčiny a důvody vedoucí k dárcovství komplexně, studie se věnují a zkoumají vždy jen určité specifické proměnné. Dané proměnné jsou v relevantních výzkumech děleny a tříděny odlišně. Autorka proto předkládá v následující kapitole identifikaci a vlastní kategorizaci nejvýznamnějších proměnných, se kterými se můžeme v odborné literatuře setkat. Přínos této kapitoly spočívá jednak **v sumarizaci proměnných**, které se napříč různými výzkumy překrývají, doplňují či mnohdy absentují, za druhé **v jejich kategorizaci**, která vychází z teoretických ekonomických modelů. **Daná kategorizace tak následně vytváří teoreticko-metodologická východiska následného empirického testování**

Proměnné, které mohou vstupovat do rozhodovacího procesu dárce, autorka rozdělila na proměnné vnitřní a proměnné vnější. Vnitřní proměnné nazvala **motivy** dárcovství, vnější proměnné **determinanty**. Již samotné rozdělení na motivy a determinanty je dle autorky důležitým krokem, neboť mnoho výzkumů právě toto dělení opomíjí, jednotlivé proměnné navzájem propojuje a vytváří tak ne zcela čistý pohled na důvody a příčiny dárcovského rozhodování. Dle autorky je nezbytné rozlišovat mezi proměnnými, které stojí v pozadí dárcovství a které vychází z nitra člověka, tvoří jeho přirozenost a osobnost, ale také mezi proměnnými, které jsou dané a jednotlivce ovlivňují zvnějšku.

Všechny tyto proměnné ovlivňují proces dárcovského chování, nelze izolovat určité proměnné od těch ostatních a pokoušet se vyjádřit jejich vliv absolutně, neboť nikdy nebudeme moci jakkoliv otestovat fakultativně danou množinu proměnných, které mají vliv na chování člověka. Je ale možné pokusit se alespoň identifikovat relativní vliv konkrétních proměnných vůči sobě navzájem.

Přestože teoretické modely dárcovství pracují převážně s otázkou, jaké motivy stojí v pozadí dárcovského chování, nelze z případného empirického testování vyjmout vnější proměnné – determinanty. Determinanty mohou mít na dárcovské chování větší vliv než motivy a bylo by tedy chybné v tomto případě mluvit o některém z motivů jako o nejvýznamnějším faktoru ovlivňujícím chování. Determinanty mohou rovněž velmi významně ovlivňovat některé z motivů a je tedy žádoucí hledat jejich vzájemné vazby.

Abychom ověřili platnost vlivu všech předpokládaných faktorů, je nezbytné provést výzkum a definovat podstatu vztahu mezi jednotlivými faktory. Protože **neznáme absolutně všechny možné proměnné**, které vstupují do rozhodovacího procesu dárce, **autorka pracuje dále v textu a v provedeném výzkumu pouze s těmi, které byly identifikovány v nejvýznamnějších studiích.**

Následující tabulka předkládá výzkumy vztahující se k těm motivům a determinantům, které byly v rámci content analysis vyhodnoceny autorkou jako nejvýznamnější a nejčastěji testované. Dané faktory jsou následně v textu rozčleněny na motivy či determinanty a dále kategorizovány. Jedná se o následující:

Tabulka 4: Faktory dárcovství identifikované ve vybraných výzkumech

Faktor	Výzkum
Altruistické motivy	BATSON (1987), WILSON (1993), SARGEANT (1999), KOLM (2000), BENNETT (2003), KOTTASZ (2004), SMITH (2005), RANGANATHAN, HENLEY (2008), BEKKERS, WIEPKING (2010), MARX, CARTER (2014).
Egoistické motivy	BECKER (1974), ARROW (1974), COLLARD (1978), BATSON (1987), ANDREONI (1989), ANDREONI (1990), SHAW (1991), WILSON (1993), SCHERVISH (1997), LLOYD (2004), ZRZAVÝ (2004), BEKKERS, WIEPKING (2010).
Finanční dostupnost	KITCHEN (1992), SCHERVISH (1997), SARGEANT (1999), TIEHEN (2001), SCHERVISH (2002), CARROLL (2005), NCVO (2006), BEKKERS, WIEPKING (2006), GITTEL,TEBALDI (2006), WILHELM, ROONEY, TEMPEL (2007), JAMES, SHARPE, et al. (2007), JAMES, JONES (2007), BAKINA, HEIM (2008), SHOWERS et al. (2011), MARX, CARTER (2014).
Daňová politika	STEEL (2005), ŠPETLA (2008), DEHNE et al. (2008), PELOZA, LAMMAM, GABLER (2012).
Velikost veřejného sektoru	ANDREONI (1989), BECKER, LINDSAY (1994), BROOKS, YUEN (2000), ANDREONI et al. (2003), ANDREONI, PAYNE (2011), LAMMAM, GABLER (2012).
Jiné EP: počet dětí,	BANKS, TANNER (1999), TIEHEN (2001), BROOKS (2002), YEN (2002),

členů domácnosti	HRUNG (2004), OKTEN, OSILI (2004), CARROLL (2005), BEKKERS, WIEPKING (2006), BROWN, FERRIS (2007), JAMES, WIEPKING (2008), MARX, CARTER (2014).
Věk	SCHERVISH (1997), SARGEANT (1999), SCHERVISH (2002), SRNKA (2003), KOTTASZ (2004), BEKKERS, WIEPKING (2006), NCVO (2006), JAMES, JONES (2007), OPOKU (2012), MARX, CARTER (2014).
Pohlaví	FELDMAN (1985), SCHERVISH (1997), SARGEANT (1999), FREY, MEIER (2005), MESCH et al. (2006), NCVO (2006), WILHELM, ROONEY, TEMPEL (2007), BEKKERS, WIEPKING (2006), BROWN, FERRIS (2007), BEKKERS, SCHUYT (2008), WIEPKING, MAAS (2009), CROSON, GNEEZY (2009), SNIPES, OSWALD (2010), MARX, CARTER (2014).
Vzdělání	LANKFORD (1992), SCHERVISH (1997), BANKS, TANNER (1999), TIEHEN (2001), GITTELL, TEBALDI (2006), SHARPE, et al (2007), JAMES, BROWN, WILHELM, et al. (2008), BEKKERS, SCHUYT (2008), SHOWERS et al (2011).
Socio-ekonomický status	FRIEDRICHSE (1960), SARGEANT (1999), SCHERVISH (2002), CARROLL (2005), NCVO (2006), MARX, CARTER (2014).
Náboženská orientace	SCHERVISH (1997), SARGEANT (1999), ECKEL, GROSSMAN (2004), CATHERINE, GROSSMAN (2004), BROOKS (2005), BERGER (2006), GITTELL, TEBALDI (2006), BROWN, FERRIS (2007), BEKKERS, SCHUYT (2008), SHOWERS et al. (2011), MARX, CARTER (2014).
Rodinný stav	SCHERVISH (1997), SCHERVISH (2002), ANDREONI, BROWN, RISCHAL (2003), HRUNG (2004), ROONEY et al. (2005), MESCH et al. (2006), JAMES, SHARPE, et al. (2007), HUGHES, LUKSETICH (2007), WIEPKING, MAAS (2009), MARX, CARTER (2014).
Bydliště	HOLAHAN (1977), SCHERVISH (1997), MARX, CARTER (2014).
Modely a zkušenosti z mládí	SCHERVISH (1997), INDEPENDENT SECTOR (2000), LUNN, et al. (2001), SIMMONS (2004), BEKKERS, WIEPKING (2006), WILHELM (2008).
Vztahy dárce k organizaci, obdarovanému	SCHERVISH (1997), SARGEANT (1999), SNIPES, OSWALD (2010), BEKKERS, WIEPKING (2010), MICHEL, RIEUNIER (2012), LLOYD (2004).
Charakter situace	ISEN a LEVIN (1972), PALIAVIN a CHARNG (1990), LEA (1994), SCHERVISH (1997), KOTTASZ (2004), HEWSTONE a STROEBE (2006), BEKKERS, WIEPKING (2010).

Zdroj: autorka

3.1 IDENTIFIKACE A CHARAKTERISTIKA VNITŘNÍCH PROMĚNNÝCH - MOTIVŮ

Způsoby, jak myslíme, co cítíme, tvoří nedílnou součást proměnných, které ovlivňují naše rozhodování o poskytnutí daru. Naše politická ideologie, náboženská víra, společenské zájmy a jiné hodnoty tvoří zdroje různých motivů.

Dle teoretických poznatků z předchozí kapitoly autorka identifikuje na základě předložených ekonomických modelů tři základní skupiny motivů, které stojí v pozadí dárcovského rozhodování, jsou jimi **altruismus**, **egoismus** a **investice**. Jednotlivé motivy v rámci skupin nelze považovat za výčet úplný. Content analysis předložila velmi omezené množství jednotlivých potenciálních motivů, jedná se tedy spíše o motivy, které jsou předkládány v rámci teoretických modelů jakožto možné příčiny dárcovského chování.

Tabulka 5: Kategorizace vnitřních proměnných

ALTRUISMUS	EGOISMUS	INVESTICE
empatie, sympatie	příležitost zisku, odměny	osobní kontakty
náklonnost, zalíbení	touha po moci	dovednosti
soucit, solidarita	sebestřednost	socio-ekonomický status
slitování, lítost	ocenění	pracovní příležitosti
úcta, vděčnost, láska	politický vliv	
společenská pravidla	pocit nenahraditelnosti	
víra ve spravedlnost	strach, obava	
přesvědčení	dobry pocit (warm-glow)	
sociální odpovědnost	substituce, reciprocita	
morální povinnost	svědomí	
náboženská povinnost	touha po sebeobětování	
	reputace	
	psychologické užitky	
	oplátka společnosti	
	potřeba pomoci	
	potřeba někam patřit	

Zdroj: autorka

3.1.1 Altruismus

Altruismus⁴⁷ stojí v pozadí prosociálního chování, jak bylo prezentováno v předešlých kapitolách. Jeho nejvýznamnější charakteristikou je upřednostňování prospěchu ostatních. Komplikovanost úvah nad původem takového chování vystihuje KOLM (2000).

Tabulka 6: Struktura možných motivací vycházejících z altruismu

		<i>emoce/postoje</i>		<i>aplikace</i>
Altruismus	přirozený	emocionální		<i>potřebnost, utrpení (příbuzní, přátelé)</i>
		hédonistický		
		morálně hédonistický		
	normativní	hodnoty a normy		<i>potřebnost, utrpení, komunita, záslužnost</i>
		racionální	sobecký	
		sociálně-racionální		
		substituce	<i>potřebnost, utrpení, záslužnost, sociální spravedlnost</i>	
		zdánlivá reciprocita		
		spravedlnost		
		universalismus		

Zdroj: KOLM (2000)

⁴⁷ Vzhledem k obsáhlému vymezení altruismu v první kapitole neobsahuje následující část další teoretické vymezení pojmu.

Člení altruismus na dvě základní kategorie – normativní altruismus a přirozený altruismus, které následně větví do několika podkategorií v závislosti na postojích či emocích, které vedou k jeho spuštění.

Jak uvádí KOLM (2000) všechny typy altruismu mohou stát v pozadí aktu dárcovství: hedonistický (přirozený) altruismus, či normativní altruismus.

SMITH (2005) ve svém díle upozorňuje na *soucit, lítost, empatii*⁴⁸, dále *sympatii*, kterou dnes spíše používáme ve smyslu zalíbení či lásky. BATSON (1987) a jeho kolegové v mnohých výzkumech dokládají, že lidé, kteří při určitých situacích jsou více empatičtí k pocitům ostatních, jsou více ochotni pomáhat druhým. Tento fakt může být umocněn, pokud je jednotlivec přímo vystaven utrpení obdarovaného (efekt oběti), např. je konfrontován s fotografií trpícího jednotlivce.

Všechny tyto vyvolané emoce mohou být rozdílné povahy či intenzity, představují zástupce přirozeného altruismu. Smith uvádí, že pokud si přejeme vykonávat dobro pro ostatní, protože to umocňuje naše potěšení (či zmenšuje nelibost vůči něčemu, někomu), nejedná se o morální důvod, či motiv někomu pomáhat. Přesto existuje morálka, která rovněž vyvolává naši starost o druhé, jedná se např. o morální *sociální normy, společenská pravidla* aj., které tvoří základ normativního altruismu.

3.1.2 Egoismus

Dárcovství představuje dobrovolný vznik nákladů pro blaho někoho druhého, avšak u dárce takový akt může vyvolat *sebeuspokojení, chválu, úctu a obdiv, sympatie* či *obdiv od druhých*. Někteří dárce získávají hmatatelné výhody, jako jsou určité odměny od obdarované organizace (*veřejné uznání a poděkování, členství, přístup na plánové akce, exklusivní pozvání na večeri či oběd s významnou osobností*), *politické výhody, nepřímé tržní výhody* atd. V některých případech můžeme dárcovství považovat jako ekvivalent za platbu „členského příspěvku“. Jednotlivci v některých případech také darují v očekávání obdrženého daru v rámci *reciprocity* (KOLM, 2000), očekávají vlastní prospěch. Jak uvádí BECKER (1974), některé motivy jsou však mnohem méně patrné než jiné, např. strach z pohrdání ostatními v případě neposkytnutí daru.

⁴⁸ Schopnost spolucítit je podle Maxe Schelera vlastní každému jednotlivci. Nejdůležitější pro pochopení obtížné situace člověka je tedy cit, který je důležitější než kognitivní aspekty. Pojem empatie má poměrně bohatou historii, prvním kdo popsal moderní chápání empatie, byl americký psycholog Carl Rogers. Spolu s Abrahamem Maslowem položili základy humanistické psychologie.

Osobní prospěch z aktu dárcovství může být ovlivňován vnitřními motivy. Jak uvádí ARROW (1974, s. 17): „*The welfare of each individual depends not only on the utilities of himself and others but also on his contributions to the utilities of others.*“ ANDREONI (1989, 1990) předpokládá, že lidé prožívají pocit uspokojení „*warm-glow*“, pokud poskytnou dar. Je zřejmé, že fundraiseri udělají vše proto, aby efekt *warm-glow* maximalizovali.

Pokud jednotlivec daruje peníze, čas či svoje služby, cítí se lépe. Uspokojuje ve větší či menší míře své *svědomí* (LLOYD, 2004). To však nemá co dočinění s pocitem, že jednotlivec neprávem nabyl nějaké bohatství. Finanční podporu těch, kteří na tom nejsou tak dobře, lze podle Lloyd charakterizovat jako součást „zodpovědnosti bohatých“ a často se také stává určitou filantropickou tradicí ve vybraných rodinách. Pro ty, kteří něco zdělili, či zbohatli, nebo pro lidi s náboženským přesvědčením vyúsťuje očekávání lidí ve *smysl pro povinnost*. Darování může některým jednotlivcům přinášet *psychologické užitky*, často ve výzkumech označených jako „*empathic joy*“ (BATSON, SHAW, 1991).

3.1.3 Investice

Výzkumy dokládají (např. LLOYD, 2004), že mnoho filantropických aktivit vzniká v souvislosti s určitou fází našeho života. Je nepravděpodobné, že jednotlivec např. poskytne dar, pokud sám má nedostatek. Některé dary však můžeme nazvat investicí, přestože v daném momentu nám mohou způsobovat spíše újmu, užitky z nich plynoucí jsou menší než náklady. Setkáváme se např. s mnoha lidmi, kteří poskytují své profesní vědomosti a um, aby pomohli (např. v oblasti financí, či práva). Na oplátku získávají *kontakty*, které jim mohou pomoci v jejich profesním životě, či *dovednosti*, prostřednictvím kterých se stávají odborníky ve svém oboru, zvyšují si osobní *socio-ekonomický status* a získávají tak lepší *pracovní příležitosti*.

3.2 IDENTIFIKACE A CHARAKTERISTIKA VNĚJŠÍCH PROMĚNNÝCH - DETERMINANTŮ

Dárcovství ovlivňuje celá škála faktorů (dále v textu nazývány determinanty), které tvoří různé kombinace mezi jednotlivými proměnnými. Autorka vybrala nejčastěji identifikované a testované proměnné, které dále rozdělila do čtyř skupin na determinanty ekonomické, demografické, sociální a situační.

Tabulka 7: Kategorizace vnějších proměnných

EKONOMICKÉ	DEMOGRAFICKÉ	SOCIÁLNÍ	SITUAČNÍ
finanční dostupnost (výše příjmu, vlastnictví nemovitostí, velikost úspor, aj.)	věk	dobrovolnictví a občanská participace	efekt přihlížejících
daňová politika	pohlaví	rodinné prostředí	pozvání k účasti
velikost veřejného sektoru	vzdělání	modely a zkušenosti z mládí	vztahy <ul style="list-style-type: none"> ▪ k organizaci, zaměstnancům ▪ ke konečnému příjemci ▪ k ostatním dárčům
jiné (např. počet ekonomicky aktivních členů domácnosti)	socio-ekonomický profil	jiné (např. životní styl)	charakter situace
	náboženská orientace		fundraisingové metody
	rodinný stav		jiné (např. nálada dárce, zvyk dárce, vliv médií)
	bydliště		
	jiné (např. politická orientace)		

Zdroj: autorka

Na teoretické i empirické úrovni bylo provedeno nespočet různorodých výzkumů, které se zaměřovaly na potvrzení či vyvrácení vlivu nepřeborného množství různých determinantů. V rámci rešerše těchto výzkumů nelze k jednotlivým determinantům zaujmout ucelené stanovisko o jejich případném vlivu. Některé studie jejich vzájemnou vazbu na akt darování potvrzují, jiné nikoli, výzkumy se zaměřují rovněž na společný vliv několika faktorů zároveň aj. U následujících proměnných jsou tedy uvedeny jen některé zjištěné poznatky, které byly převažující v rámci daných výzkumů, či které byly jistým způsobem zajímavé.

3.2.1 Ekonomické proměnné

Jednotlivec je ve svém rozhodování o poskytnutí daru ovlivňován celou řadou faktorů, některé ovlivňují dárce méně, některé více. Ekonomické proměnné představují pravděpodobně základní faktory, které mohou ovlivňovat jak relativní počet dárců (procentní zastoupení dárců mezi populací), tak také výši jejich poskytnutého daru. Mezi ekonomické proměnné byly v následujícím textu a posléze v rámci empirického šetření

zahrnuty: výše příjmu jednotlivce, výše příjmu domácnosti, daňová politika, velikost veřejného sektoru a počet členů domácnosti.

Finanční dostupnost (výše příjmu, vlastnictví nemovitostí, velikost úspor, aj.)

Pozitivní vztah mezi výší příjmu a mírou dárcovství potvrzuje celá řada výzkumů (př. KITCHEN, 1992; TIEHEN, 2001; BAKINA a HEIM, 2008). GITTEL a TEBALDI (2006) dokládají, že růst příjmů na hlavu v dané zemi rovněž zvyšuje průměrnou míru dárcovství na hlavu. Vztah mezi výší příjmu a úrovní dárcovství je pozitivní (NCVO, 2006), příjem významným způsobem ovlivňuje míru dárcovství. Výší příjmová část obyvatel většinou daruje ve větší míře, než jiné skupiny obyvatelstva, jako jsou ženy, starší lidé či jednotlivci s vyšším socio-ekonomickým profilem.⁴⁹ Lidé s vyššími příjmy jsou zastoupeny ve všech věkových skupinách, ale jejich nejpočetnější zastoupení nalezneme ve skupině 35-65 let.

Většina domácností s vyšším příjmem daruje vyšší částky než nízkopříjmové domácnosti (BEKKERS, WIEPKING, 2006). Určité výzkumy se zabývaly vztahem příjmu a darování skrze jiný úhel pohledu. Jedním z často diskutovaných konceptů je tzv. U-křivka, která znázorňuje vztah mezi velikostí příjmu jednotlivce či domácnosti a procentem z příjmu, které tato domácnost daruje neziskovým organizacím. Dle U-křivky darují největší procento ze svého příjmu jednotlivci s nejnižšími a nejvyššími příjmy, jednotlivci s průměrnými příjmy darují v porovnání nejméně. Takto znázorněná křivka však není všemi výzkumníky plně akceptována. Někteří pokoušejí např. na možnost ovlivnění dalšími proměnnými, které křivka nebere v potaz.

V souvislosti s příjmem bylo také zkoumáno, zda dárcovství ovlivňuje vnímání vlastní finanční situace. SCHERVISH (2002) konstatuje, že dárcovství je ovlivněno tím, jak lidé vnímají svou finanční situaci, zda hodnotí svoji finanční pozici jako jistou. Uvádí, že čím větší finanční jistotu lidé pociťují, tím více darují nejen v absolutní výši, ale rovněž v relativní výši k jejich příjmu.

Kromě finanční situace je v souvislosti s příjmem někdy zkoumáno také bohatství jednotlivce a jeho vztah k dárcovství. Bohatství je ve výzkumech měřeno například prostřednictvím vlastnictví domu či bytu. Výzkumy uvádí (CARROLL, 2005), že

⁴⁹ Úroveň příjmu je v úzkém spojení s dalšími demografickými kategoriemi, jako je věk, pohlaví, bydliště, socio-ekonomická třída atp. (např. muži vydělávají v průměru více než ženy, platy profesionálů a manažerů jsou vyšší než u jiných typů povolání, průměrný příjem se liší podle regionů uvnitř dané země).

jednotlivci, kteří vlastní dům, jsou ochotnější darovat peníze neziskovým organizacím, než ti, kteří si dům/byt pouze pronajímají, nebo splácí hypotéku.

Daňová politika

Daňovou politikou země je myšleno zdanění nákladů při poskytnutí daru. Většina zemí poskytuje daňové výhody či úlevy dárčům. Tyto daňové úlevy umožňují dárčům snížit své daňové zatížení. Čím více daňové zvýhodnění nabízí příležitost snížit placené daně jednotlivcem, tím více mají jednotlivci a domácnosti tendenci přispívat na dobročinnost (LAMMAM, GABLER, 2012).

Pro efektivní veřejnou politiku by velikost dané výhody⁵⁰ (v České republice odpočitatelné položky⁵¹) pro stát na ušlé dani měla být menší než výše daru, o kterou poplatník zvýší v důsledku daňové motivace původně zamýšlený dar. Efektivita je v daném případě měřítkem, které slouží k podpoře nebo upuštění od dané formy podpory neziskového sektoru. Cílem správného nastavení je vytvoření příznivého poměru, tj. poměru většího než 1 mezi zvýšením daru a jednou jednotkou nevybrané daně. Za předpokladu, že výše vládních dotací se odvíjí od velikosti daru (dané formy financování jsou substituovatelné), a že každá koruna z výnosu daně je přerozdělena mezi neziskové organizace, lze předpokládat, že každé zvýšení daru v důsledku dárcovské motivace o více jak jednu korunu při snížení výnosu daně (tj. o částku poskytnuté daňové výhody) o jednu korunu, deklaruje, že daná motivace je účinná a pro stát levnější, než v případě přímých dotací do neziskového sektoru. Pokud je daný poměr menší než jedna, jedná se o méně účinnou formu financování, poskytnutá dotace by vyšla pro stát levněji. Pokud je poměr přesně roven jedné, pak je jedno, jakou formou bude neziskový sektor financován (ŠPETLA, 2008).

Cenová elasticita byla již mnohokrát testována v rámci výzkumů, výsledky však dosahují rozdílných hodnot. Hodnota by logicky měla být záporná, neboť při zvyšující se ceně daru (snižující se daňové pobídce) by ochota poplatníka darovat měla klesat. Přehled nejdůležitějších výzkumů a jejich výsledků je uveden v příloze 1.

⁵⁰ Daňový systém disponuje několika možnostmi, jak může ovlivnit darování jednotlivce. Jedná se o výši sazby, konstrukci daňového základu, slevou na dani, odpočitatelnými položkami apod.

⁵¹ Hodnotu darů lze od základu daně odečíst v případě jejich poskytnutí na veřejně prospěšné účely vymezené v § 15 a § 20 Zákona č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů, ve znění pozdějších předpisů. Fyzické osoby si mohou poskytnuté dary odečíst od základu daně, pokud jejich úhrnná hodnota ve zdaňovacím období přesáhne 2 % ze základu daně nebo činí alespoň 1000 Kč. V úhrnu lze odečíst nejvýše 10 % ze základu daně.

Velikost veřejného sektoru

Veřejné financování neziskových organizací rovněž ovlivňuje míru dárcovství. Výzkumy potvrzují, že veřejné dotace mohou vytěsnit „crowd-out“ soukromé dary. Nicméně význam tohoto vlivu se ve výzkumech odlišuje (ANDREONI, PAYNE, 2011). Crowding-out efekt se vyskytuje ze dvou příčin (LAMMAM, GABLER, 2012). Tak jak veřejný sektor poskytuje čím dál tím vyšší finanční prostředky neziskovým organizacím získané z daňových příjmů, dárci soukromého sektoru začínají o to více pocítovat, že jejich povinnost, či osobní touha přispět, byla splněna. Tento výsledek je definován jako klasické vytěsnění („classic crowding out“). K tomuto jevu dochází v situaci, kdy neziskové organizace při získávání veřejné podpory snižují množství zdrojů (finančních či lidských) potřebných k získávání finančních prostředků od soukromých dárců. Čím více veřejných finančních prostředků nezisková organizace získá, tím méně je organizace motivována pokusit se získat soukromé finanční zdroje.⁵²

Jiné ekonomické proměnné: Počet dětí/členů domácnosti

BEKKERS a WIEPKING (2006) dokládají pozitivní vliv dětí na dárcovství ve většině provedených výzkumů. Rovněž BANKS a TANNER (1999) potvrzují, že počet dětí v domácnosti má vliv na ochotu darovat, avšak nepodařilo se jim potvrdit vliv počtu dětí na velikost daru. Některé výzkumy se nezaměřovaly na vliv počtu dětí v domácnosti, ale počtu osob v domácnosti. BROOKS (2002) však uvádí, že žádný vzájemný vztah mezi dárcovstvím a počtem členů v domácnosti nelze identifikovat.

3.2.2 Demografické proměnné

Demografické proměnné představují osobní charakteristiky jednotlivce. Odpovídají spíše na otázku „kdo“ daruje/nedaruje, než „proč“ daruje/nedaruje. Některé z proměnných mohou určitým způsobem mít vliv na rozhodování jednotlivce pouze nepatrně, u jiných najdeme konkrétní kauzální vztahy.

Věk

Věk dárce a jeho výše příjmu je úzce provázána. Lze proto nalézt rovněž vztah mezi věkem dárce a mírou dárcovské podpory. Dle výzkumu NCVO (2006) nejmladší a

⁵² Prostřednictvím dat získaných v letech 1985 až 2002 od 8 tis. neziskových organizací ve Spojených státech se ekonomové ANDREONI a PAYNE (2011) pokusili zachytit velikost a příčiny vytěšňovacího efektu. Odhadli průměrný celkový vytěšňovací efekt okolo 73 %, což znamená, že \$ 1,000 veřejných prostředků sniží soukromé dary o \$ 727. Výzkumníci došli k závěru, že většinu vytěsnění způsobilo snížení fundraisingové aktivity organizace.

nejstarší skupiny dárců poskytují dary v menší míře (co se týká výše daru). Dle některých výzkumů (KITCHEN, 1992) je míra dárcovství závislá především na věku hlavy rodiny. Domácnosti se starší hlavou rodiny darují více, neboť tato osoba dosahuje většinou vyššího kariérního postu, z čehož lze usuzovat rovněž vyšší příjmy. BEKKERS a WIEPKING (2006) potvrzují, že většina výzkumů o dárcovství zachycuje skutečnost, že s rostoucím věkem roste rovněž ochota jednotlivce darovat peníze a roste také výše daru. Tento fakt některé výzkumy přisuzují rostoucímu příjmu ve vyšším věku. Od určitého věku však dochází k poklesu (stanovení věkové hranice se liší). SCHERVISH (2002) udává, že se velikost daru postupně zvyšuje do věku 65 let, poté začíná klesat. SRNKA (2003) k uvedenému dodává, že s rostoucím věkem také roste četnost dárcovských příspěvků.

Pohlaví

Výzkumné zprávy ze sociálních a behaviorálních věd (SNIPES, OSWALD, 2010) dlouhodobě potvrzují stereotyp, že muži jsou zaměřeni více individualisticky (jak předpokládají tradiční hospodářské teorie) a tudíž je méně pravděpodobné, že budou přispívat na charitativní účely, zatímco ženy jsou orientovány více sociálně, a proto jsou více ochotny přispívat. Rovněž FELDMAN (1985) zastává názor, že ženy mají větší tendenci k pomáhajícímu chování a jsou více všímavé ke svému okolí. NAKONEČNÝ (1999) charakterizuje dárcovské chování žen jako instinktivní záležitost, která je spjata s mateřstvím.

Dle výzkumů je zastoupení žen mezi dárci dominantnější (61 % žen, 53 % z nich daruje průměrně každý měsíc (NCVO, 2006)). Mírná převaha žen v dárcovství je dlouhodobý trend pozorovatelný například v Anglii či jiných rozvinutých zemích. Daný rozdíl mezi ženami a muži může být rovněž důsledkem nerovnosti v odměňování, životního stylu aj.

Nalezneme mnoho výzkumů, které se zaměřují i na výši daru dle pohlaví dárce, avšak jejich výsledky nejsou totožné. BEKKERS a WIEPKING (2006) se domnívají, že většina dospělých jedinců jsou manželé a ti o rodinných příjmech, včetně dárcovství, rozhodují společně. Dané odpovědi při průzkumech tedy mohou deklarovat nikoli rozhodnutí jednotlivce, ale společné rozhodnutí manželů.

Vzdělání

Dle výzkumů (TIEHEN, 2001; GITTELL,TEBALDI, 2006) existuje vztah mezi vzděláním a dárcovstvím. Jednotlivci, kteří získali akademický titul, většinou získávají na trhu práce

vyšší příjmy, a v důsledku toho mohou více přispívat na charitativní účely, mohou být více sociálně uvědomělí, či se mohou cítit povinni přispívat. GITTELL a TEBALDI (2006) v rámci jurisdikční analýzy (prostřednictvím daňových příznání) zjistili, že státy s vyšším podílem populace s magisterskými či doktorskými tituly darují více peněz neziskovým organizacím. BANKS a TANNER (1999) zjistili, že vysokoškolsky vzdělaný jedinec přispívá o 80 % větší výší daru, než jedinec, který absolvoval povinnou školní docházku.

Socio-ekonomický status

Socio-ekonomický status výrazně ovlivňuje dle FRIEDRICHSE (1960) míru altruismu jednotlivce. Vysoký status člověka snižuje altruistické cítění. Proti tomuto názoru však stojí fakt, že socio-ekonomický profil⁵³ dárce je úzce spojen s výší jeho příjmu. Dle NCVO (2006) nalezneme nejštedřejší dárce v tzv. první skupině (manažerské a odborné pozice), kdy daná skupina darovala 57 % všech poskytnutých darů a tvořila 38 % všech dárců.

SCHERVISH (2002) se svým výzkumu potvrzuje, že zaměstnané osoby jsou ochotnější darovat a také darují více peněz než osoby nezaměstnané, a to vzhledem k svému vyššímu příjmu a vyšší finanční jistotě. Avšak tento vztah dle Schervishe neplatí pro darované procento z příjmu. CARROLL (2005) ve svém výzkumu rozdělil respondenty na ekonomicky aktivní (dle kategorií zaměstnanosti podle odvětví činnosti), ekonomicky neaktivní a osoby samostatně výdělečně činné. Pouze u poslední skupiny respondentů zjistil menší ochotu k dárcovství než u ostatních skupin, vzhledem k velikosti daru rozdíl mezi skupinami nepozoroval.

Náboženská orientace

Důležitým faktorem ovlivňujícím dárcovství je náboženská orientace. Mnoho náboženství považuje dárcovství a přispívání na charitu jako morální povinnost jednotlivce, některá náboženství dokonce nařizují, že jednotlivci musí darovat určitou částku z jejich ročního příjmu (tzv. desátek). V důsledku toho je náboženské vyznání chápáno jako významný ukazatel toho, zda lidé budou darovat na dobročinné účely. Výzkum GITTELLA a TEBALDIHO (2006) ukázal, že státy s vyšším podílem populace

⁵³ Socio-ekonomický profil dle Office for National Statistics je klasifikace zaměstnání, která pokrývá všechny druhy práce dospělé populace. Bere v úvahu odpovědnost v práci. Zjednodušená verze má tři klasifikace: manažerské a odborné profese, zprostředkující povolání a rutinní a manuální povolání.

hlásící se k určitému náboženství vykazují vyšší úroveň charitativního dárcovství. Je podstatné však rozlišovat, o jakou náboženskou příslušnost se jedná. Zatímco některá náboženství mají pozitivní vztah k dárcovství, některá nikoli.

Určité výzkumy (např. ECKEL, GROSSMAN, 2004) zkoumali, zda se štědrost věřících dárců vztahuje pouze na náboženské organizace, nebo jsou tito dárci rovněž ochotni přispívat i nenáboženským organizacím. Při jejich experimentu se 168 účastníky potvrdili, že věřící jsou sice více ochotni přispívat než nevěřící, avšak v případě darování peněz na nenáboženské účely není mezi ochotou obou skupin dárců rozdíl.

Rodinný stav

Řada výzkumů se zaměřuje na rozdíly v dárcovství dle rodinného stavu. Cílem výzkumů (ANDREONI, BROWN, RISCHAL, 2003) byla snaha zjistit, zda se v manželství lidé rozhodují stejně jako osoby svobodné, rozvedené či ovdovělé, nebo se jedná spíše o společné rozhodnutí. Autoři došli k závěru, že manželé mezi sebou o dárcovství vedou vyjednávání a jejich společné rozhodnutí je kompromisem, který respektuje z 68 % manžellovy preference a z 26 % manželčiny preference. V uvedeném výzkumu se rovněž autoři snaží postihnout hodnotu nákladů na toto vyjednávání, udávají, že jeho hodnota snižuje darované množství přibližně o 6 %.

SCHERVISH (2002) ve svém výzkumu uvádí, že americké domácnosti s manželskými páry mají větší ochotu darovat, a také poskytují větší dary, než domácnosti s vdovci, rozvedenými či svobodnými jedinci. Dle autora jsou tyto výsledky dány tím, že společný příjem manželů je o 35 % vyšší než příjem dvou svobodných osob.

Bydliště

Podle HOLAHA (1977) je dárcovské rozhodování ovlivněno urbanizační tendencí. Podle něj jsou lidé žijící ve městě více sobečtí a individualističtí, zatímco na vesnici, kde jsou lidé zvyklí budovat a udržovat sociální vazby, nalezneme větší tendence lidí k altruistickému chování, ze kterého může dárcovství vycházet. Na druhé straně se lze domnívat, že lidé na vesnici čelí menšímu množství výzev a žádostí o poskytnutí daru (např. prostřednictvím veřejných sbírek probíhajících na ulicích) a mají tak méně možností se k dárcovství připojit.

Jiné demografické proměnné: Politická orientace

Vliv politické orientaci či angažovanosti na dárcovství zkoumal např. BROOKS (2002) prostřednictvím dotazníkových dat, ve kterých se respondenti sami klasifikovali, zda jsou politicky konzervativní nebo liberální. Autor se na základě výsledků domnívá, že konzervativní jednotlivci více přispívají na církevní účely než liberálové, jiné rozdíly autor nenašel. Brooks rovněž zkoumal vliv politické angažovanosti (návštěva politické schůze nebo shromáždění, podepsání petice, členství v politické straně či hnutí, účast na demonstraci v posledních letech) na dárcovství. Autor zjistil, že politická angažovanost má pouze malý vliv na dárcovství, na rozdíl od občanské angažovanosti v neziskových organizacích.

3.2.3 Sociální proměnné

Rozhodování jedince, zda poskytne dar, je ovlivňováno rovněž vnějšími vlivy a prostředím, ve kterém člověk vyrůstá, žije a pracuje. Tyto vlivy jsou v práci označeny jako sociální proměnné, jedná se o dobrovolnickou činnost a angažovanost ve společnosti, rodinné prostředí, modely a zkušenosti z mládí aj.

Dobrovolnictví a občanská participace

Účast v komunitě je tvořena vztahy jak formálními (např. v organizacích regionálního charakteru – sportovní kluby), tak neformálními (např. rodinné návštěvy, starost o přestárlé rodiče aj.) (SCHERVISH, 1997). Některé participace (jako např. v politických stranách) vyžadují nepatrnou dobrovolnickou účast, zatímco jiné (např. práce v domech pro seniory) vyžadují konkrétní účast jednotlivce. Některé druhy občanské participace vychází z dobrovolné vlastní vůle (např. práce dobrovolného hasiče, poradenství pro týrané ženy), jiné vychází z určité konkrétní situace (např. rodiče školou povinných dětí automaticky participují na různých školních, mimoškolních či sportovních projektech, a to buď prostřednictvím poskytnutí peněz či svého času).

Dobrovolnictví je důležitým aspektem dárcovství, větší míra participace jednotlivce ve společnosti je spojena s vyšší mírou dárcovství (SCHERVISH, 1997). Lidé, kteří jsou zapojeni do sociálních aktivit, dávají také dvakrát až čtyřikrát větší příspěvky než ostatní jednotlivci (SCHERVISH, 2002).

Autor potvrzuje také pozitivní vztah dobrovolnictví na dárcovství, potvrzuje větší pravděpodobnost, že se dobrovolník zapojí do procesu darování než člověk, který jako

dobrovolník nepůsobí. Důvodem je dle autora větší znalost organizace a jejich potřeb, dobrovolníci se více identifikují s posláním organizace, a proto jsou ochotni přispívat nejen svým časem, ale také financemi. Významný je také fakt, že pokud dobrovolníci přispívají organizaci, ve které sami působí, mají lepší možnost využití peněz zkontrolovat, což zvyšuje jejich důvěru v organizaci.

Rodinné prostředí

Na míru dárcovství má nepochybně vliv i rodinné prostředí, člověk je ovlivňován svým dětstvím, přístupem rodičů k výchově a jejich vzory. Podle FRIEDRICHSE (1960) představuje určitý vliv také sourozenecké prostředí, neboť člověk, který vyrůstal s více sourozenci má větší potenciál chovat se altruisticky a kooperativně. Daná proměnná však není zcela jednoznačná a je velmi obtížné ji testovat.

Modely a zkušenosti z mládí

Modely a zkušenosti z mládí mají vliv na „modely“ chování v dospělosti (zda jsme přátelští, jsme tržně-podnikatelsky zaměřeni, máme přátele na pozicích ředitelů organizací, jsme věřící a mnoho dalšího).

Rodičovský vzor (vliv postoje rodičů k dárcovství na dárcovství jejich dětí) zkoumalo velmi málo studií (BEKKERS, WIEPKING, 2006). Podle autorů je však pravděpodobné, že rodičovský vzor svoji roli sehrává a určitým způsobem dárcovství dětí ovlivňuje. Dárcovství představuje jednu z podob prosociálního chování, a které se aktem darování přenáší dále na děti a ti jsou ovlivňovány prosociálním chováním i v rámci vlastního konání. Velmi silnou závislost mezi darováním rodičů a darováním jejich dětí potvrdil WILHELM (2008), který odhalil závislost u darování na náboženské účely (darování na jiné než náboženské účely mají dle něj slabší závislost).

3.2.4 Situační proměnné

Situační proměnné shrnují vnější vlivy, které přímo ovlivňují akt darování. Jedná se o efekt přihlížejících, pozvání jednotlivce k účasti na aktu darování, vztahy dárce k obdarované organizaci, jejím zaměstnancům, ke konečnému příjemci, charakter situace i zvolené fundraisingové metody.

Efekt přihlížejících

Rozsáhlý počet experimentů potvrzuje, že připravenost člověka pomoci je ovlivněna velikostí skupiny, ve které se právě nachází. Se vzrůstající velikostí skupiny, je

jednotlivec méně ochoten pomoci druhému, který se ocitá v nouzi. Člověk v přítomnosti druhých cítí nejistotu a úzkost, protože je druhým na očích. Jestliže zasáhne, budou to všichni vidět. „Se vzrůstajícím počtem přítomných osob se snižuje pravděpodobnost zaznamenání události, její vyhodnocení jako tíšňové či nebezpečné a zároveň se snižuje míra přijímané odpovědnosti k zásahu do situace.“ (VÝROST, SLAMĚNÍK, 1997, s. 291). Efekt přihlížejících může mít ale také opačný efekt. Tomu, kdo byl požádán, aby poskytl dar, může být nepříjemné žádost před ostatními odmítnout a dar neposkytnout.

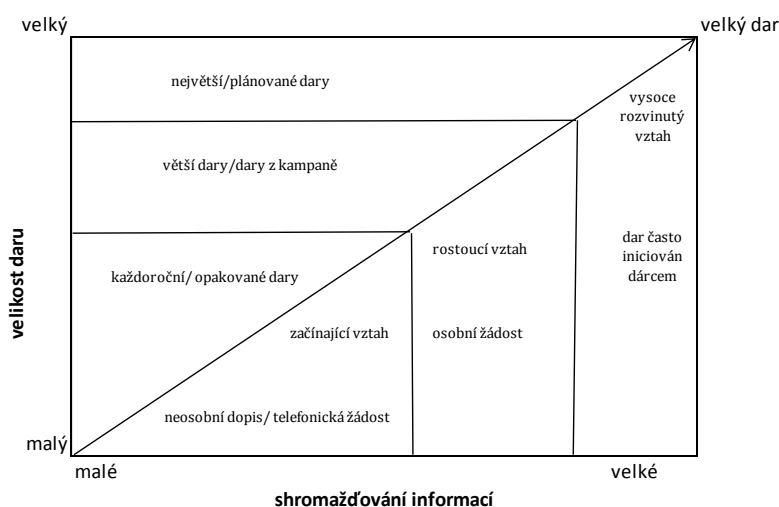
Pozvání k účasti

Přímá žádost o pomoc je častým jevem, který vyvolává dárcovský akt. Pro většinu dárců, je konkrétní žádost o pomoc hlavním důvodem jejich charitativního činu (SCHERVISH, 1997). Pokud je jednotlivec přímo požádán někým, koho zná, či reprezentantem dané neziskové organizace, je jeho ochota darovat silnější, než pokud je vyzván k účasti jinými neosobními metodami.

Vztahy dárce

Nemalý podíl na výsledku dárcovského rozhodování mají také vztahy potenciálního dárce k určitým skupinám, konkrétně k: obdarovávané organizaci a jejím zaměstnancům, ke konečnému příjemci, popř. k ostatním dárcům. Mnoho dárců si k obdarovávaným organizacím vytváří vědomě či nevědomě určité pouto a mnoho neziskových organizací vědoma si potenciálu tohoto vztahu cíleně pracuje na budování a udržování si tohoto vztahu, jedná se o součást fundraisingové strategie organizace.

Schéma 5: Vztah mezi velikostí daru a množstvím shromážděných informací



Zdroj: ROSSO, H. A. (2003)

ROSSO (2003) uvádí, že čím větší dar chce organizace získat, tím hlubší by měl být její vztah s dárcem. Vztah mezi dárcem a nashromážděnými informacemi o dárci jsou zřejmé z následujícího obrázku.

- **K organizaci, zaměstnancům**

SNIPES a OSWALD (2010) provedli rešerši výzkumů a identifikovali ve své práci 6 významných faktorů, které ovlivňují dárcovo rozhodování a které vychází ze vztahu dárce k určité organizaci či jejím zaměstnancům. Jedná se o (1) doporučení zaměstnavatele⁵⁴, (2) předchozí pomoc či zkušenosti s danou organizací⁵⁵, (3) rozsah poskytovaných služeb organizace, (4) povědomí o organizaci, (5) reputace organizace⁵⁶, (6) reklama a fundraisingová činnost organizace⁵⁷.

- **Ke konečnému příjemci**

Pro mnoho dárců sehrává klíčovou roli zaujetí a zainteresování se nad určitým projektem. Mnoho dárců (LLOYD, 2004) deklaruje přání mít vliv na život vybraného jednotlivce, nehledě na to, zda se jedná o znevýhodněné mladé lidi, talentované umělce či nemocné. Jiní pociťují zadostiučinění, pokud mohou pozorovat důsledky svého filantropického jednání – vidí, jak se obdarovanému daří, jak napomáhají vytvářet lepší společnost.

Charakter situace

Výzvy neziskových organizací se ve chvílích naléhavosti⁵⁸ setkávají s pozitivní odezvou. Mimořádné události, které potřebují okamžitou reakci, jako je nemoc, úmrtí, požár a jiné tragédie, které postihují naše známé, či široký okruh lidí, mohou být jak lokálního, regionálního, národního i nadnárodního charakteru. Úspěch naléhavých výzev demonstruje vysokou úroveň povědomí jednotlivců o globálních problémech a jejich

⁵⁴ Mnoho zaměstnavatelů přináší konkrétní doporučení svým zaměstnancům, které organizaci mají poskytnout dar. V mnohých firmách jsou také zaměstnanci hromadně požádáni, aby věnovali peníze na charitu, neboť mnoho fundraiserů se domnívá, že hromadné přispívání vede k častějším a větším finančním darům.

⁵⁵ Vlastní zkušenosti buď z pozice příjemce či dárce, přímé či nepřímé (jednotlivec je spjat s neziskovou organizací, protože ve svém životě se setkává s obdobou situací, problémem, který organizace řeší). Mnoho lidí podporuje např. nemocnici, ve které se léčilo jejich dítě.

⁵⁶ Organizace, která vystupuje efektivně a profesionálně, vzbuzuje u dárců důvěru. Často se jedná o velké známé organizace s náležitou reputací, které nejúspěšněji oslovují dárce (KOTTASZ, 2004). Dané organizace jsou také často spojeny se známými osobnostmi.

⁵⁷ GUY a PATTEN (1989) předpokládají, že rozhodovací proces dárce má sekvenční charakter a navrhuje postupovat dle následujících tří fází. (1) potenciální dárce si nejprve musí uvědomit, že jiní lidé potřebují pomoci a zaslouží si, aby se jim pomohlo (2) přínosy daru musí být explicitně definovány (3) potenciální dárce musí přijmout svoji odpovědnost za řešení daného problému a příjemci pomoci.

⁵⁸ Příklady nevidané lidské angažovanosti byly evidentní v případech bombardování Londýna, hurikánu Katrina, zemětřesení v Pakistánu aj. (NCVO, 2006).

ochotu angažovat se pozitivním způsobem na jejich řešení. Je však důležité, abychom rovněž vnímali spojitost mezi zvýšenou mírou dárcovství v naléhavých situacích s mírou dárcovství na právě nekatastrofální projekty neziskových organizací. Literatura dokládá (KOTTASZ, 2004), že jednotlivci nedarují peníze na určité důvody, ale darují lidem na určité důvody. Nezisková organizace musí umět požádat o dar na správnou věc, správným způsobem, ve správnou chvíli.

Fundraisingové metody

Metody⁵⁹, které využívají neziskové organizace k získávání finančních prostředků od dárců, hrají podstatnou roli v míře dárcovství. Určité metody, které přímo oslovují potenciální dárce (např. členství v organizacích, osobní setkání) můžeme charakterizovat jako efektivnější než metody nepřímé (např. inzerce, poštovní kampaň aj.)

⁵⁹ Teorie (např. ŠOBÁŇOVÁ, 2010) dělí fundraisingové metody do tří základních skupin. (1) individuální práce s dárce, (2) grantové žádosti a projekty, (3) fundraising na místní úrovni.

4 VÝZKUMNÉ ŠETŘENÍ

V úvodu empirické části se autorka nejprve zaměří na metodologii provedeného výzkumného šetření. Jsou představeny cíle a účel výzkumného šetření, vymezeny výzkumné otázky, jejichž zodpovězení předurčilo strukturu a náplň výzkumného šetření. Dále jsou představeny kroky operacionalizace proměnných pro potřeby dotazníkového šetření a následný postup realizace výzkumu. Rovněž jsou prezentovány základní informace k sběru dat a metodám analýzy dat. Stěžejní podíl na empirické části práce tvoří představení výsledků výzkumného šetření, analýza výsledků dle zvolené metody a v závěrečné fázi práce též interpretace a diskuze získaných výsledků.

4.1 METODIKA VÝZKUMU

V České republice byla do současnosti na téma dárcovství jednotlivců neziskovým organizacím provedena tři výzkumná šetření FRIČ (2001), HLADKÁ, ŠINKYŘÍKOVÁ (2009), ŘEŽUCHOVÁ (2011) s předem daným výzkumným designem, výzkumnými otázkami, která nepředstavovala pouze marketingovou sondu postrádající vědecký potenciál.⁶⁰ Nedostatkem těchto dat je však neexistence statistického testování jejich vzájemné závislosti.

Výzkumné šetření provedené v rámci disertační práce z těchto výzkumů vychází. Autorka zahrnuje uvedené faktory do empirického testování, **přidanou hodnotou by měl být rozbor nových, aktuálních dat vztažených k roku 2013, komplexní pohled na problematiku determinujících faktorů** (tj. paralelní testování jak motivů, tak determinantů, vycházejících z teoretických ekonomických modelů), **hlubší analýza získaných dat, stanovení statistické závislosti indikovaných faktorů ovlivňujících dárcovství a rozbor vzájemných vazeb mezi vnitřními a vnějšími proměnnými.**

Vzhledem k předmětu výzkumného šetření, tj. zjišťování jak vnitřních tak vnějších faktorů, nebylo možné vycházet ze sekundárních dat, jejichž výzkumný předmět je

⁶⁰ Lze identifikovat i jiná výzkumná šetření, např. (1) Češi a dobročinnost: Výzkumu Market Vision pro Spiralis z roku 2003, (2) Občanská společnost: Výzkum STEM pro NROS, duben 2004, (3) Povědomí o UNICEF a ochota Čechů přispívat: Průzkum Factum Invenio pro UNICEF z roku 2005, (4) Středisko empirických výzkumů STEM dlouhodobě podporuje sbírkový projekt POMOZTE DĚTEM, pro který provádí od roku 2004 zdarma výzkumy veřejného mínění (poslední 2011), (5) Analýza dlouhodobého sbírkového projektu Pomozte dětem: Ivan Gabal Analysis & Consulting, 2010, (6) Aktuálního průzkumu GE Money Bank: Darování charitě o vánocích, 2014, (7) Pravidelné dárcovství v ČR: Průzkum humanitární organizace ADRA realizován společností STEM/MARK v roce 2012.

odlišný. Jedná se např. o European Values Study, SILC EU (European Union – Statistics on Income and Living Conditions), SRÚ (Statistika rodinných účtů), Český sociální vědní datový archiv aj.

Cíl výzkumu, výzkumné otázky

Empirická část práce je metodologicky ukotvena v již zmiňovaných Public Goods Model, Private Consumption Model, Investment Model a Impure Altruism model, které byly diskutovány v předešlé kapitole práce. Uvedené modely přináší na teoretické bázi více či méně dostatečné vysvětlení lidského chování v procesu dárcovství.

Cílem výzkumného šetření provedeného v rámci zpracování disertační práce bylo identifikovat faktory, které mají vliv u vybraného vzorku obyvatel České republiky na rozhodnutí darovat finanční prostředky neziskovým organizacím a analyzovat tyto faktory ve vzájemných vztazích.

Vzhledem k riziku širokého vymezení výzkumného problému byly výzkumné otázky a v návaznosti na ně zaměření celého výzkumu vztaženo pouze na faktory ovlivňující dárcovství (motivy a determinanty). Do výzkumu nebyly zahrnuty otázky vztahující se např. k oblastem dárcovské podpory, způsobu poskytnutého daru, typu neziskové organizace aj. Dané problémové okruhy by učinily výzkum velmi široký a mohly by tak být na úkor detailního zaměření se právě a pouze na ovlivňující faktory.

Náplň dotazníkového šetření byla předurčena stanovením výzkumných okruhů a **jednotlivých výzkumných otázek:**

JEDNOTLIVEC

MOTIVY (vnitřní proměnné)

- VO1.** Co motivuje jednotlivce v České republice k poskytnutí daru? (významnost motivů)
- VO2.** Jak jsou tyto motivy na sobě navzájem závislé? (těsnost motivů)
- VO3.** Jaký je vztah mezi motivy jednotlivce a výší poskytnutého daru?
- VO4.** Jaký je vztah mezi motivy jednotlivce a frekvencí darování?

DETERMINANTY (vnější proměnné)

- VO5.** Které determinanty mají vliv na poskytnutí daru? (významnost determinantů)
- VO6.** Jsou tyto determinanty na sobě navzájem závislé? (těsnost determinantů)
- VO7.** Jaký je vztah mezi determinanty a výší poskytnutého daru?
- VO8.** Jaký je vztah mezi determinanty a frekvencí darování?

MOTIVY X DETERMINANTY

VO9. Do jaké míry jsou motivy a determinanty na sobě navzájem závislé? (těsnost motivů a determinantů)

SOCIO-DEMOGRAFICKÁ SKUPINA

VO10. Jak lze charakterizovat dárcovské chování u řady socio-demografických skupin (skupiny definované věkem, vzděláním, rodem, povoláním, velikostí bydliště aj.)?

VO11. Mají některé socio-demografické skupiny vliv na motivy?

VO12. Mají některé socio-demografické skupiny vliv na determinanty?

VO13. Jaký je vztah vybraných socio-demografických skupin a výše poskytnutého daru?

VO14. Jaký je vztah vybraných socio-demografických skupin a frekvence darování?

Mezi stěžejní **výzkumné problémy** v dané oblasti lze zahrnout: nedostatek dat, definiční problém, přítomnost nehmatatelného a neměřitelného fenoménu, přítomnost několika stupňů vzájemných vazeb mezi proměnnými aj.

Empirický výzkum provedený v disertační práci je kvantitativní. Jeho největší slabinu autorka vidí v nemožnosti získat data prostřednictvím reprezentativního sběru dat. Reprezentativní šetření prováděné na vzorku celé populace není v realizačních možnostech disertační práce. Jakékoliv omezení na vybranou skupinu respondentů tzv. skupinový výběr (např. dotazování se pouze studentů Masarykovy univerzity apod.) vnímá autorka jako klíčový faktor nemožnosti předložit ucelený pohled na dárcovství v České republice. Cílem výzkumu je předložit odpovědi na výzkumné otázky vztahující se k neomezenému vzorku obyvatel (třebaže budou vycházet z nereprezentativního šetření). **Výzkumné šetření tak bylo pojato jako předběžný průzkum či pilotní studie, která se používá k sondování v prostředí, o kterém máme málo poznatků a potřebujeme se v něm předběžně zorientovat.** Na nevelkém a nahodile vybraném vzorku, se pokouší autorka zjistit, jaké charakteristiky mohou mít jednotky, které je třeba zkoumat.

Vědoma si nereprezentativnosti výzkumného souboru nebude předkládat autorka v práci závěry charakterizující českou společnost a její chování, ale závěry charakterizující pouze vybraný výzkumný vzorek. Výsledky výzkumu nejsou zobecnitelné. Pokud výzkum předloží závažná zjištění v podobě významného potenciálu některých faktorů, které lze určitým chováním ať již státu, neziskových organizací či jednotlivce ovlivňovat, může být toto výzkumné šetření chápáno právě jako předvýzkum

toho, zda lze zvolenými postupy vlivy klíčových faktorů vůbec zkoumat, popřípadě jaké oblasti vlivu lze (bylo by žádoucí) nahlížet podrobněji.

Konceptualizace

Dárcovství představuje oblast rozličných výzkumných témat, problémů a otázek. Z toho důvodu také nalezneme mnoho výzkumných šetření, převážně zahraničních, které se dárcovstvím zabývají a předkládají zajímavá data a výsledky. Vzhledem k heterogenitě pojmů v dané oblasti bylo základním úkolem při přípravě výzkumného šetření definování vybraných pojmů a jejich konceptualizace, prostřednictvím které bylo specifikováno, co měla autorka na mysli, když použila konkrétní pojem (např. co je míněno aktem darování).

V dotazníkovém šetření pro účely této disertační práce musela autorka přistoupit k jednotlivým omezením, tak, aby předmět výzkumu byl předem jasně dán. S daným omezením byli rovněž seznámeni respondenti v instruktážním dopise. **Omezení výzkumu bylo trojího druhu.**

Faktory ovlivňující dárcovství v České republice se vztahovaly pouze na dárcovství:

- Nestátním neziskovým organizacím⁶¹: respondenti byli seznámeni s vymezením pojmu nestátní nezisková organizace, s jeho definicí a s příkladem typických právních forem, které tyto organizace nabývají. V rámci uvedeného omezení, tj. pouze formálního a institucionalizovaného darování, tak bylo vyňato darování peněz přátelům, v rámci rodiny, darování mimo institut neziskové organizace (např. darování žebračkovi) apod. Respondenti byli rovněž upozorněni, že pro jejich odpovědi je zcela nedůležité, zda poskytnuté prostředky budou dle deklarovaného účelu sloužit přímo neziskové organizaci (např. oprava krovů kostela), či jsou dále přerozdělovány potřebným (např. udělení stipendia sociálně slabým studentům).
- Individuální: výzkum se vztahoval pouze na darování jednotlivci ve společnosti. Do výzkumu nebylo zahrnuto darování firemní.
- Peněžní: respondenti brali v potaz pouze darování finančních prostředků, nikoli např. darování svého volného času, materiálních věcí (např. oblečení), svého umu apod.

⁶¹ Pojem nestátní nezisková organizace je v práci chápán v souladu s mezinárodně uznávanou strukturálně-operaciální definicí Salamona a Anheiera (SALOMON, ANHEIER, 1997).

V rámci dotazníkového šetření nebylo podstatné, jakým způsobem byly finanční prostředky darovány, zda v rámci vyhlášení veřejné sbírky, trvalou podporou provozu neziskové organizace apod.

Příprava a postup výzkumu

Příprava a následný postup výzkum byly realizovány dle předem určeného harmonogramu. Postupné kroky byly následující:

1. Vymezení pilířů výzkumu: tj. design výzkumu, stanovení cíle výzkumu, výzkumných otázek, časová náročnost, zvolení vhodných metod, počet respondentů aj.
2. Sestavení seznamu relevantních položek - proměnných: na základě teoretických východisek uvedených v disertační práci byly identifikovány nejvýznamnější proměnné, které vstupují do procesu dárcovského chování a podílejí se na rozhodnutí jednotlivce poskytnout dar.
3. Operacionalizace proměnných: vzhledem k nemožnosti měřit dané proměnné přímo, byla provedena operacionalizace, tj. převedení proměnných na měřitelné znaky. Jednotlivé proměnné byly převedeny do otevřených a uzavřených otázek, či výroků. V rámci 51 proměnných bylo vytvořeno 69 ukazatelů (otázek).
4. Posouzení expertní validity: byla vytvořena první verze dotazníku a byla posouzena jeho validita prostřednictvím techniky založené na obsahu (na mínění expertů). Současně byla první verze dotazníku předložena k posouzení statistikovi a metodologovi.
5. Pilotáž: po navrnutých úpravách expertů byla první verze dotazníku přepracována a předložena k ověření srozumitelnosti položek pilotnímu vzorku respondentů (8 respondentů).
6. Hodnocení pilotáže: na základě výsledků pilotního sběru dat byla potvrzena struktura dotazníku a jednotlivé položkové vymezení.
7. Příprava sběru dat: konečná verze dotazníku byla předložena tazatelům.
8. Provedení výzkumného šetření: tazatelé získali v rámci dotazníkového šetření vyplněné dotazníky od respondentů a předložili je k následné analýze.
9. Zpracování dat: data byla elektronicky zpracována a následně analyzována.

Autorka se podílela jakožto jediný realizátor na provedení výzkumu a jeho zpracování ve všech bodech, kromě bodu 8.

Struktura dotazníku

Dotazník byl strukturován do tří částí. Jeho znění společně s pokyny pro zpracování jsou uvedeny v příloze 2 a 3 této práce. V první části byl respondent dotázán, zda v roce 2013 daroval, či nedaroval peníze neziskovým organizacím, a co ho k danému chování vedlo. Ve druhé části dotazníku byly zkoumány motivy, názory a postoje ovlivňující akt dárcovství prostřednictvím hodnotící škály. Mezi jednotlivé výroky byly řazeny jak motivy, tak determinanty. Respondenti mohli názor vyjádřit na škále čísel 1 až 5 (udávajících míru ztotožnění se s výrokem) pomocí křížku na daném čísle. Výroky tvořily jádro dotazníku. Formulace otázek byla nastavena tak, aby otázky zněly neutrálně a respondenti nebyli ovlivňováni předjímat „správná“ rozhodnutí. Otázky byly seříděny tak, aby respondenti neupadli do setrvačnosti při odpovídání, otázky byly kladeny v kladném i záporném znění. Třetí část dotazníku zjišťovala socio-demografický profil respondenta.

Přestože ovlivňující faktory byly zjišťovány prostřednictvím uzavřených otázek, respondentovi byla ponechána nejprve možnost v rámci otevřené otázky dle vlastního uvážení identifikovat tyto faktory, tj. mohl uvést důvod, proč daroval či nedaroval peníze. Následné odpovědi byly v rámci provedené analýzy vzájemně porovnány.

V dotazníku byly využívány znaky nominální, znaky ordinální i znaky intervalové. Všechny údaje v dotazníku jsou vztaženy k chování respondenta v roce 2013.

Operacionalizace

Výsledkem operacionalizace v práci bylo:

- a) stanovení takových kritérií a ukazatelů, pomocí nichž bylo možné specifikovat a popsat zkoumaný jev,
- b) vymezení možností měření těchto proměnných na základě jednotlivých ukazatelů,
- c) stanovení základních postupů, kterými byly tyto proměnné pozorovány a měřeny.

Identifikace a kategorizace proměnných byla provedena v předešlých kapitolách disertační práce na základě znalostí z nastudované literatury. Měření jednotlivých proměnných bylo provedeno jednak prostřednictvím bodovací škály, která je vhodná pro znaky (vlastnosti), které nelze měřit exaktně, ale také prostřednictvím dalších otevřených a uzavřených otázek. Konkrétní ukazatele v rámci měření jednotlivých

proměnných a jejich kódy přináší následující tabulka v pořadí, které bylo uvedeno v rámci předešlé kategorizace. Pokud je jedna proměnná vyjádřena prostřednictvím vícero ukazatelů, je to v důsledku jiného úhlu pohledu na danou proměnnou. Tyto rozdílné aspekty v chápání proměnné jsou blíže vysvětleny v poznámkách pod čarou.

Tabulka 8: Operacionalizace proměnných v dotazníku

Proměnná	Kód	Operacionalizace/ukazatel
Altruistické motivy	empatie	A_emp 1. Daruji, protože sám bych nechtěl/nechtěla být na místě potřebných.
	náklonost, sympatie	A_nákl 2. Daruji, abych tak vyjádřil/vyjádřila svoji náklonost a sympatii k potřebným.
	soucit, solidarita	A_ss 3. Daruji ze solidarity k chudým a slabým.
	slitování, lítost	A_slit 4. Daruji, protože je mi potřebných líto.
	úcta	A_úct 5. Daruji z úcty k těm, kterým pomáhám.
	vděčnost	A_vdě 6. Daruji těm, kterým jsem sám/sama za něco vděčný/vděčná.
	společenská pravidla*	A_sp 7. Daruji, protože to vyžadují daná společenská pravidla (zvyklosti).
	víra ve spravedlnost⁶²	A_visp_1 8. Musíme si navzájem pomáhat, protože k některým byl život nespravedlivý. Daruji, abych potlačil/potlačila bezpráví ve společnosti.
		A_visp_2 9.
	přesvědčení⁶³	A_přes_1 10. Činnost neziskových organizací je pro společnost potřebná, proto je správné je finančně podporovat.
		A_přes_2 11. Víím, že darováním mohu danou věc/situaci/stav změnit.
	sociální odpovědnost⁶⁴	A_socod_1 12. Neziskové organizace dělají záslužnou práci, ale financovat by je měli firmy a podnikatelé.
		A_socod_2 13. Daruji, protože lidé by k sobě měli mít vzájemnou odpovědnost a starat se o blaho ostatních.
	morální povinnost⁶⁵	A_mopo_1 14. Darovat peníze potřebným je morálně správné.
		A_mopo_2 15. Darování považuji za morální povinnost.
	náboženská povinnost	A_nábp 16. Daruji, protože to vyplývá z mého náboženského přesvědčení.
Egoistické motivy	příležitost zisku, odměny	E_zisk 17. Daruji, protože mi z toho plynou ekonomické výhody.
	touha po moci	E_moc 18. Pokud daruji, získávám moc a převahu nad těmi, kterým jsem pomohl/ pomohla.
	sebestřednost	E_sebe 19. Daruji jen ti, kteří si to mohou dovolit.
	ocenění	E_oc 20. Daruji, protože od toho očekávám zviditelnění se, nebo ocenění společnosti.
	politický vliv	E_polv 21. Prostřednictvím darování peněz neziskovým organizacím mohu ovlivňovat rozhodování politické reprezentace.
	pocit nenahraditelnosti	E_pocne 22. Darování ve mně vyvolává pocit nenahraditelnosti.
	strach, obava	E_str 23. Daruji, protože i já jednou třeba budu potřebovat pomoci.
	dobrý pocit (warm-glow)⁶⁶	E_warm_1 24. Daruji, protože mě to těší a mám z toho dobrý pocit.
	reciprocita	E_warm_2 25. Darování mi přináší určité zadostiučinění.
	svědomí	E_reci 26. Nepodporuji projekty, ze kterých pro mne neplyne materiální, finanční ani jiný užitek.
	touha po sebeobětování	E_sv 27. Pokud nepomohu, cítím se vinen/vinna.
reputace	E_sebeob 28. Každý člověk by se měl umět obětovat a pomoci ostatním.	
oplátka společnosti⁶⁷	E_repu 29. Pokud daruji, ostatní lidé si mě budou více vážit.	
	E_oplsp_1 30. Daruji, protože i mně již bylo pomoheno.	
	E_oplsp_2 31. Daruji, protože mně samému se daří dobře.	
potřeba pomoci	E_pp 32. Společnost vyžaduje, abychom potřebným pomáhali.	
potřeba někam patřit	E_pnk 33. Prostřednictvím darování cítím příslušnost k určité skupině lidí, kterou něco spojuje.	
Investiční motivy	osobní kontakty	I_osko 34. Daruji, protože v obdarované neziskové organizaci tak mohu získat osobní kontakty využitelné v mém pracovním či osobním životě.
	dovednosti	I_dov 35. Daruji, protože mi to umožňuje získávat nové dovednosti (např. efektivně rozdělovat své finance,...)
	socio-ekonomický status	I_ses 36. Daruji, protože mi to umožňuje zvyšovat mé postavení ve společnosti.
	I_prpř 37. Daruji, protože z toho může pro mne vyplynout obchodní poptávka či nabídka zaměstnání.	

⁶² U motivu *víra ve spravedlnost* je ukazatel č. 8 vztažen k nespravedlnosti způsobené „životem“ (např. ochrnutí člověka po nehodě), ukazatel č. 9 je vztažen k bezpráví, tzn. k systémovému příkoří, kdy jsou např. aktivně porušována lidská práva.

⁶³ U motivu *přesvědčení* je ukazatel č. 10 vztažen k neziskovým organizacím a jejich potřebnosti, ukazatel č. 11 je vztažen k potřebnosti poskytovat dary.

⁶⁴ U motivu *sociální odpovědnost* je ukazatel č. 12 vztažen k odpovědnosti právnických firem a podnikatelů, ukazatel č. 13 je vztažen k odpovědnosti jednotlivců ve společnosti.

⁶⁵ U motivu *morální povinnost* je ukazatel č. 14 a č. 15 odlišně vnímán dle optiky toho, co je morálně správné a co je morálně povinné činit.

⁶⁶ U motivu *dobrý pocit (warm-glow)* mají ukazatele č. 24 a č. 25 stejný význam, pouze jsou vymezeny pomocí jiného vyjádření: dobrý pocit vs. zadostiučinění.

⁶⁷ U motivu *oplátka společnosti* je rozdílné chápání odvozeno od toho, zda oplácím za to, že i mně bylo pomoheno (ukazatel č. 30), nebo oplácím za to, že já se mám dobře (ukazatel č. 31).

Ekonomické determinanty	finanční dostupnost	Ep_fin_1	38.	Výše Vašeho čistého měsíčního příjmu.
	daňová politika⁶⁸	Ep_fin_2	39.	Čistý měsíční příjem celé domácnosti.
		Ep_dapo_1	40.	Daruji, protože si tak můžu snížit odvody svých daní.
	velikost veřejného sektoru⁶⁹	Ep_dapo_2	41.	Daruji, ale nikdy bych si dar neuplatnil ve svém daňovém přiznání.
		Ep_vvs_1	42.	Daruji peníze, nehledě na to, které neziskové organizace jsou podporovány z veřejných dotací.
jiné ekonomické proměnné	Ep_vvs_2	43.	Neziskové organizace by měly být podporovány vládou, nikoli jednotlivci ve společnosti.	
		EP_jine	44.	Počet členů v domácnosti
Demografické determinanty	věk	Dp_vek	45.	Rok narození
	pohlaví	Dp_pohl	46.	Pohlaví
	vzdělání	Dp_vzd	47.	Nejvyšší ukončené vzdělání
	socio-ekonomický profil	Dp_sep	48.	Zaměstnání
	náboženská orientace	Dp_náb	49.	Náboženská víra
	bydliště	DP_bydl	50.	Počet obyvatel obce/města, ve kterém respondent žije.
	rodinný stav	Dp_rodst	51.	Současný rodinný stav.
Politická orientace		DP_polor	52.	Jakou stranu respondent volil v posledních parlamentních volbách v roce 2013
	dobrovolnictví a občanská participace	Sop_dobr_1	53.	Pracuji v neziskové organizaci ANO/NE. Pokud ano, jakou právní formu organizace má. Dobrovolně se angažuji v neziskové organizaci ANO/NE. Pokud ano, jakou právní formu organizace má.
Sociální determinanty		Sop_dobr_2	54.	
	modely a zkušenosti z mládí	Sop_mladi	55.	Jeden nebo oba rodiče jsou/byli dobrovolníky, či pracovali v neziskové organizaci.
Situáční determinanty	efekt přihlížejících⁷⁰	Sip_efpř_1	56.	Chci pomoci, když vidím, jak pomáhají ostatní.
		Sip_efpř_2	57.	Cítím se někdy povinen pomoci, pokud někdo (např. soused, kolega,...) sleduje, zda pomohu.
	pozvání k účasti⁷¹	Sip_učast_1	58.	Pokud nejsem požádán/ požádána pomoci, žádné peníze nedaruji.
		Sip_učast_2	59.	Daruji peníze, protože je mi nepříjemné aktuální žádost odmítnout.
	vztahy k organizaci, zaměstnancům⁷²	Sip_vzoz_1	60.	Daruji peníze pouze neziskové organizaci, které důvěřuji.
		Sip_vzoz_2	61.	Existují určité neziskové organizace a jejich kampaně, o které mám specifický zájem, a proto je podpořím.
			62.	Daruji neziskové organizaci, kterou osobně znám, nebo znám její zaměstnance.
	vztahy ke konečnému příjemci⁷³	Sip_vzoz_3		
		Sip_vzokp_1	63.	Daruji finance na ty projekty neziskových organizací, které jsou realizovány v mém okolí.
		Sip_vzokp_2	64.	Podpořím spíše organizace, ve kterých znám lidi, kteří měli, mají či budou mít z dárcovství prospěch.
	vztahy k ostatním dárcům charakter situace⁷⁴	Sip_vzod	65.	Daruji, pokud znám i někoho jiného, kdo poskytuje peníze na stejný účel.
		Sip_chas_1	66.	Jsem-li osloven/oslovena s žádostí o pomoc, potřebuji delší čas, abych se mohl/mohla rozhodnout, zda pomohu.
	fundraisingové metody⁷⁵	Sip_chas_2	67.	Nejčastěji přispívám na projekty, které řeší nenadálé a naléhavé události.
Sip_fund_1		68.	Daruji, pokud jsem přímo osloven/ oslovena.	
Sip_fund_2		69.	Pokud chci darovat, nezáleží mi na tom, jakým způsobem jsem požádán/ požádána a poskytnout dar.	

**(ve smyslu: zvyklosti, které jsou rozšířeny mezi vrstvami obyvatel)*

Kód A: altruistický motiv, kód E: egoistický motiv, kód I: investiční motiv, kód Ep: ekonomický determinant, kód Dp: demografický determinant, kód Sop: sociální determinant, kód Sip: situační determinant.

Zdroj: autorka

⁶⁸ U determinantu *daňová politika* ukazatel č. 40 dokládá přímý vztah mezi daňovou politikou a ochotou darovat, ukazatel č. 41 zjišťuje, zda rozhodnutí dárců je neovlivnitelné danou daňovou politikou, např. z morálních důvodů.

⁶⁹ U determinantu *velikost veřejného sektoru* je ukazatel č. 42 vztažen k výši veřejných dotací směřujících do neziskového sektoru, popř. ke konkrétní organizaci, ukazatel č. 43 je vztažen k zodpovědnosti veřejné správy financovat neziskové organizace.

⁷⁰ U determinantu *efekt přihlížejících* je ukazatel č. 56 předkládán jako pozitivní pohnutka vedoucí k darování, ukazatel č. 57 zase jako negativní pohnutku.

⁷¹ U determinantu *pozvání k účasti* představuje ukazatel č. 58 stimul k darování, ukazatel č. 59 negativní ad-hoc pohnutku.

⁷² U determinantu *vztahy k organizaci, zaměstnancům* je ukazatel č. 60 vztažen k organizaci, které respondent důvěřuje, ukazatel č. 61 k organizaci, pro kterou je respondent osobně zainteresován a ukazatel č. 62 k organizaci, kterou respondent osobně zná.

⁷³ U determinantu *vztahy ke konečnému příjemci* je ukazatel č. vztažen k podpoře neziskových organizací s místním dosahem působnosti, ukazatel č. 64 je vztažen k podpoře konkrétního příjemce, kterého respondent zná.

⁷⁴ U determinantu *charakter situace* je pozornost zaměřena na rychlost a aktuálnost s jakou je třeba se rozhodnout (ukazatel č. 67) a k vymezení doby potřebné k rozhodnutí se (ukazatel č. 66).

⁷⁵ U determinantu *fundraisingové metody* ukazatel č. 68 vyzdvihuje způsob přímého oslovení při žádosti o dar, ukazatel č. 69 předpokládá nulovou závislost na fundraisingové metodě.

Posouzení reliability

U části dotazníku vztahující se k motivům respondentů byla vypočtena reliability. Jedná se o statistickou veličinu, která udává spolehlivost testu, který měří lidské vlastnosti. Je vyjádřena jako relativní nepřítomnost chyby při měření. Podle klasické testové teorie reliability nabývá hodnoty 0 (žádná) až 1 (100 %) a lze ji přibližně chápat jako procentuální nepřítomnost chyby měření. Pokud by bylo možné test opakovat (což možné není, protože samotné měření mění vlastnosti pozorovaného subjektu), pak by korelace výsledků těchto opakovaných měření byla rovna nebo větší odhadnuté reliability. V praxi se většinou používá Klineovo pravidlo říkající, že by reliability metody měla být alespoň 0,7 (Kline, 1993).

Jde o jednu z nejčastěji používaných druhů reliability, udávanou nejčastěji koeficientem Cronbachovo alfa. Tato reliability vychází z předpokladu, že by všechny položky měřící jednu vlastnost měly mít mezi sebou kladné, dostatečně vysoké korelace.

Cronbachovo alfa má následující vzorec:
$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^k \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right)$$

kde k je počet položek, σ_i^2 je rozptyl i -té položky a σ_t^2 je rozptyl celého testu.

Cronbachovo alfa vybraných položek testu:

Cronbach's Alpha	N of Items
,905	37

Sběr dat

Tazatelé

Primárním zdrojem dat výzkumu se stalo dotazníkové šetření, které bylo realizováno s pomocí studentů prezenční a kombinované formy studia předmětu Ekonomika a řízení nestátních neziskových organizací na Ekonomicko-správní fakultě Masarykovy univerzity. Celkový počet tazatelů byl 89.

Respondenti

Terénní šetření probíhalo v měsících březem a duben 2014, získáno bylo 442 vyplněných dotazníků. Tazatelé oslovili respondenty s žádostí o vyplnění dotazníku. Respondenti vyplňovali dotazník samostatně, k dispozici měli pokyny ke zpracování (viz. Příloha 2).

Základní soubor tvořili obyvatelé, kteří žijí na území České republiky a jsou starší osmnácti let. Autorka dále pracovala s tzv. **dostupným** (příležitostným) **výběrem**, kdy do souboru (vzorku) jsou vybrány osoby, které jsou „po ruce“. Závěry vyplývající z analýzy jsou tedy vztaženy pouze k tomuto výběrovému souboru.

Metody analýzy dat

Na sběr dat navazovala jejich analýza. Některé otázky musely být dle zvoleného dělení nejprve rozklíčovány a okódovány. Získaná data byla zapisována do aplikace Microsoft Excel a IBM SPSS, ve který byla data analyzována pomocí matematicko-statistických metod.

K analýze byly využity:

1. Funkce pro **deskriptivní analýzu**/statistiku: rozložení, četnost absolutní, relativní a kumulovaná, míry centrální tendence (průměr, modus, medián), směrodatná odchylka, směrodatná chyba průměru.
2. **Korelační analýza: Pearsonův korelační koeficient**, metoda **ANOVA** založená na F-testu.
3. Explorační **faktorová analýza**.
4. **Mnohonásobná lineární regrese**.
5. **Binární logistická regrese**

Korelační analýza: Pearsonův korelační koeficient

Při použití korelační analýzy je důraz kladen především na intenzitu (sílu) vzájemného vztahu než na zkoumání veličin ve směru příčina – následek. Vzájemná závislost byla posuzována na základě vypočteného Pearsonova korelačního koeficientu⁷⁶.

Korelační koeficient⁷⁷ je dán vztahem:

$$r = \frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sqrt{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2 \sum_{i=1}^n (y_i - \bar{y})^2}}$$

⁷⁶ Zvolení právě Pearsonova korelačního koeficientu je založeno na předpokladu normálního rozložení proměnných (vzhledem k počtu znaků) a linearitě vztahu.

⁷⁷ Je nezávislý na jednotkách původních proměnných, je bezrozměrný. Při změně pořadí proměnných se výše korelačního koeficientu nemění. Korelační koeficient je platný pouze v rozmezí daném použitými daty. Korelační koeficient výrazně odlišný od nuly není důkazem funkčního vztahu proměnných.

Korelační koeficient nabývá hodnot od -1 do +1, krajní hodnoty označují perfektní lineární vztah (záporný či kladný). V případě kladné korelace hodnoty obou proměnných zároveň stoupají. V případě záporné korelace hodnota jedné proměnné stoupá a druhé klesá. V případě neexistence lineárního vztahu $r = 0$. Hodnocení výše korelačního koeficientu a z něho vyplývající efekt (účinek) bylo následující: $r \in (0,1; 0,3)$ malý, $r \in (0,3; 0,5)$ střední, $r \geq 0,5$ velký účinek/těsnota vztahu.

Jednofaktorová analýza rozptylu, tzn. ANOVA (Analysis of Variance)

V rámci této disertační práce byla analýza rozptylu využita pro svou schopnost posoudit souvislost mezi kvantitativní proměnnou a jednou či více kvalitativními proměnnými. V těchto případech hraje analýza rozptylu nezastupitelnou úlohu, jedná se o vhodný statistický postup, kterým lze ohodnotit vztah dvou veličin co do relace příčina – následek, přičemž veličina příčina nemusí obsahovat číselné hodnoty. V ekonomických aplikacích se ANOVA využívá k posouzení vlivu různých faktorů na sledovanou veličinu - hospodářské procesy/jevy, hodnotí účinky různých opatření apod.

Tato metoda je založena na hodnocení vztahů mezi rozptyly porovnávaných výběrových souborů (testování shody středních hodnot se převádí na testování shody dvou rozptylů (F-test)). Předpoklady pro validní použití metody analýzy rozptylu pro testování rozdílu více středních hodnot jsou: nezávislost měření (uvnitř skupin i mezi skupinami), normalita dat v každé skupině, homogenita rozptylů uvnitř skupin (alespoň přibližná shoda rozptylů uvnitř skupin).

Cílem, k němuž ANOVA směřuje, je buď přijmout nulovou hypotézu H_0 , nebo H_0 zamítnout (na zvolené hladině významnosti). Jedná se tedy o běžný statistický postup nazývaný testování statistických hypotéz. F-testem (test rozdílu dvou rozptylů) testujeme nulovou hypotézu:

$$H_0: \sigma_1^2 = \sigma_2^2$$

Výpočet F-statistiky v Analýze rozptylu (ANOVA) můžeme zapsat v obecné formě:

$$F = \frac{\text{rozpyl „mezi skupinami“}}{\text{rozpyl „uvnitř skupin“}}$$

Explorační faktorová analýza

Faktorová analýza slouží k tomu, aby vysvětlila rozptyl pozorovaných proměnných pomocí menšího počtu latentních proměnných – tzv. faktorů. Faktorová analýza se snaží popsat každou pozorovanou proměnnou jako kombinaci vlivů jednotlivých faktorů. Počet použitých faktorů může být různý; čím více faktorů se vypočítá, tím větší procento rozptylu proměnných je vysvětleno. Postup faktorové analýzy je založen na výběrových korelačních a parciálních korelačních koeficientech.

Proto posouzení vhodnosti faktorové analýzy byly použity dva ukazatele: **Kaiser-Meyer-Olkinova míra (KMO)**. Koeficient KMO^{78} může teoreticky nabývat hodnot mezi 0 a 1. To proto, že je dán podílem součtu druhých mocnin korelačních koeficientů ku součtu druhých mocnin korelačních a parciálních koeficientů.

Vhodnost dat pro faktorovou analýzu byla dále testována prostřednictvím nulové hypotézy, že korelační matice daných proměnných je jednotková (tj. na diagonále má jedničky, jinde nuly). To znamená, že korelační koeficienty mezi proměnnými jsou nulové, není tedy splněn základní předpoklad pro použití faktorové analýzy. Pokud tuto nulovou hypotézu zamítneme, má faktorová analýza smysl. Pro test této nulové hypotézy byl použit **Bartlettův test sféricity**.

Matematicky lze postup faktorové analýzy popsat jako vyjádření zkoumaných standardizovaných proměnných X_i pomocí lineární kombinace menšího počtu hypotetických faktorů F_j následovně:

$$X_i = a_{i1} F_1 + a_{i2} F_2 + a_{i3} F_3 + \dots + a_{im} F_m + e_i,$$

pro $i = 1, 2, 3, \dots, k$, kde k je počet manifestních proměnných, m počet faktorů a e_i specifická (jedinečná, chybová, reziduální) část proměnné X_i , o níž předpokládáme, že její korelace se všemi faktory je nulová.

Konstanty a_{ij} se nazývají **faktorové zátěže**. Nabývají hodnot mezi -1 a +1 a lze je interpretovat jako korelační koeficienty mezi pozorovanými proměnnými a faktory.

⁷⁸ KMO pro jednotlivé proměnné je možné nalézt v tzv. Anti-image matici, tj. v matici záporných parciálních korelačních koeficientů. KMO jednotlivých proměnných jsou uvedeny na diagonále této matice.

Metoda extrakce faktorů: Pro stanovení počtu proměnných byla **použita Metoda hlavních komponent** (orig. Principal component), která uvádí nekorelované faktory, které jsou navíc uspořádány podle svého rozptylu, a to tak, že první faktor má rozptyl největší a poslední nejmenší.

Volba počtu faktorů:

- **Kaiserovo pravidlo** – vlastní číslo faktoru vyšší než 1
- **„Scree plot“ metoda** – rozhodování pomocí grafu vlastních čísel faktorů
- **A priori daný počet** – předem známe počet faktorů
- **Interpretační smysluplnost** – přijímáme řešení, kterému rozumíme a které dává smysl.

Rotace faktorů: Bez ohledu na metodu extrakce faktorů existuje nekonečně mnoho faktorových řešení. Znamená to, že ke každému odhadu faktorových zátěží existuje nekonečně mnoho dalších alternativ, které vystihují data stejně dobře. Proto se ve druhé fázi faktorové analýzy faktory transformují tak, abychom je mohli co nejlépe interpretovat. Praxe přitom ukázala, že nejlépe se interpretují takové faktory, jejichž faktorové zátěže nabývají hodnot blízkých buď jedné, nebo nule. To znamená, že každá manifestní proměnná je silně korelována jen s některými faktory a s ostatními faktory je korelována slabě. Faktorová analýza v disertační práci využívá ortogonální rotace *Varimax*, která minimalizuje počet proměnných, které mají vysoké zátěže s každým společným faktorem. Lze o ní mluvit jako o metodě zjednodušující faktory. Simplicítní funkce tu je dána součtem rozptylů čtverců faktorových zátěží v jednotlivých sloupcích. Tato metoda má tendenci nevytvářet jeden všeobecný faktor.

Mnohonásobná lineární regrese

Prostřednictvím analýzy založené na vícenásobné regresi byly hledány hodnoty závisle proměnné z lineární kombinace hodnot více nezávislých proměnných. Cílem regresní analýzy je popsat tuto závislost pomocí vhodného (matematického) modelu, který má tvar:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + E$$

Kde Y je závislá proměnná a X je nezávislá proměnná. Parametr, který určuje polohu přímky, zde značíme jako b_0 , E reprezentuje náhodnou chybu modelu.

Cílem provedené lineární regrese bylo:

- Vysvětlit rozptyl v závisle proměnné Y prostřednictvím statistiky R^2 .
- Odhadnout vliv každé z nezávisle proměnných X na proměnnou závislou prostřednictvím nestandardizovaných regresních koeficientů b , a to za kontroly působení ostatních nezávisle proměnných, které vstupují do modelu.
- Určit relativní sílu vlivu jednotlivých proměnných na proměnnou závislou prostřednictvím standardizovaných regresních koeficientů $beta$.
- S pomocí sestavené regresní rovnice predikovat pro jednotlivé případy hodnoty závisle proměnné.

Předpoklady pro provedení regresní analýzy (předpoklady byly ověřeny prostřednictvím reziduální analýzy): 1) závisle proměnná musí být proměnná metrická, 2) nezávisle proměnné jsou měřeny na intervalové úrovni, 3) nezávisle proměnné by mezi sebou neměly být příliš vysoce korelovány (absence multikolinearity), 4) v datech se nevyskytují odlehle hodnoty, 5) proměnné jsou v lineárním vztahu, 6) proměnné jsou normálně rozloženy, 7) vztahy mezi proměnnými vykazují homoskedasticitu (tj. homogenitu rozptylu).

V mnohonásobné regresi byly do výpočtu vkládány proměnné metodou *Stepwise* (Metoda postupného vkládání), podle předem zadaných matematických kritérií. Metoda *Stepwise* byla použita vzhledem k cíli maximalizovat predikci s co nejmenším počtem relevantních proměnných.

Binární logistická regrese

Vzhledem k tomu, že závislá proměnná nebyla vždy spojitá, byla provedena rovněž logistická regrese. Nezávisle proměnná (*poskytnutí daru*) nabývala pouze dvou hodnot (0 – dar neposkytl, 1 – dar poskytl), jednalo se tedy o binární logistickou regresi.

V logistické regresi odhadujeme **pravděpodobnost výskytu jevu** $p = P(Y=1)$. Pravděpodobnost, že jev nastane/nenastane se nazývá **šance jevu**. Logarismus šance jevu se nazývá **logit**.

Vícenásobný model lze zapsat následovně:

$$\text{logit} = \ln\left(\frac{p}{1-p}\right) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 \dots + \beta_k X_k.$$

V logistickém regresním modelu se koeficienty odhadují pomocí metody maximální věrohodnosti (maximum-likelihood). Data využitá pro logistickou regresi musí splňovat následující požadavky: 1) nekorelovanost nezávislých proměnných, 2) závisle proměnná je dichotomická.

Výsledkem procedury je: logistická regresní rovnice, otestování významnosti regresního modelu a jednotlivých parametrů. Při analýze byla využita metoda **forward** (dopředná metoda): postup kdy od modelu konstanty (bez nezávislých proměnných) přecházíme k "optimálnímu" modelu postupným zařazováním proměnných.

4.2 CHARAKTERISTIKA VÝZKUMNÉHO VZORKU

Podkapitola 4.2 předkládá základní charakteristiky výzkumného vzorku. Vzhledem ke statistické nereprezentativnosti vzorku je u některých klíčových charakteristik provedena komparace procentuálního rozložení jak u výzkumného vzorku, tak u základního vzorku. Údaje vztahující se k základnímu vzorku byly čerpány z údajů Statistického úřadu a to ze Statistické ročenky České republiky 2013 a z výsledků Sčítání lidu, domů a bytů 2011. Aktuálnější data nebyla k dispozici.

Výzkumný vzorek představoval celkem 442 respondentů, jejich členění dle vybraných socio-demografických charakteristik je následující.

Ve výzkumném vzorku byli přibližně stejným procentem zastoupeni jednotlivci ve společnosti, kteří v roce 2013 darovali peníze neziskové organizaci (51,6 %) a kteří peníze nedarovali (48,4 %). Tento vyrovnaný poměr přibližně koresponduje s výsledky výzkumné sondy Dárcovství v číslech (ŘEŽUCHOVÁ, 2011), podle jehož výsledků v České republice v roce 2010 darovalo peněžní dar neziskové organizaci 55 % z výzkumného vzorku a 44 % dar neposkytlo.

Pohlaví

Procentní zastoupení mužů a žen v základním a výzkumném vzorku je obdobné, rozdíl činí pouze 2,1 %. Ve výzkumu byly větší mírou zastoupeny ženy (52,9 %) oproti mužům (47,1 %).

Věk

Největší zastoupení ve výzkumném vzorku má věková skupina 25-34 let (29,9 %) a skupina 35-54 (28,1 %). Minimální hodnota daného znaku byla předem stanovena, tj. 18

let, maximální hodnota znaku činila 89 let, průměrná hodnota 37,5 let. Medián výzkumného vzorku (31 let) byl o sedm let větší než modus (24 let). Modus znaku se však nenacházel v nejčetnější skupině (25-34 let).

Největší záporný rozdíl oproti základnímu vzorku nalezneme u věkové skupiny 55-69 let (-13,6 procentních bodů), největší kladný rozdíl u skupiny 18-24 let (15,1 procentních bodů). Tento poměrně značný rozdíl převážně u nejmladší skupiny 18-24 let byl způsoben pravděpodobně tím, že tazatelé oslovovali respondenty své věkové kategorie. U starších věkových skupin je možné pozorovat relativně stejný trend v jednotlivém zastoupení jak v základním, tak výzkumném vzorku.

Rodinný stav

Rozložení výzkumného vzorku podle rodinného stavu respondenta prezentuje jako nejpočetnější skupinu respondenty svobodné (54,1 %) a ženaté/vdané (34,4 %). Největší kladný rozdíl procentuálního zastoupení v základním a výzkumném vzorku lze pozorovat rovněž u skupiny svobodný/svobodná (14,1 procentních bodů), což jistě úzce souvisí s početnější věkovou skupinou 18-24 a 25-34 let zastoupenou ve výzkumném vzorku, jak bylo uvedeno výše. Největší záporný rozdíl lze pozorovat ve skupině ženatý/vdaná, tj. -8,0 procentních bodů. Oba největší rozdíly, kladný i záporný, tak korelují s nejméně zastoupenými skupinami ve výzkumném vzorku.

Nejvyšší dosažené vzdělání

Nejpočetnější kategorii tvořila skupina vyučen s maturitou/středoškolské vzdělání s 43,2 % a skupina vysokoškolské vzdělání s 40,7 %. Zastoupení dalších skupin se nachází pod hranicí 10% podílu. To, že ve výzkumném vzorku mají převahu velmi mladí lidé, se projevuje i u komparace procentního zastoupení podle nejvyššího dosaženého vzdělání. Tzn., největší záporný rozdíl představuje skupina vyučen (-25,8 procentních bodů), největší kladný rozdíl skupina vysokoškolské vzdělání (19,6 procentních bodů).

Velikost bydliště

Ve výzkumném vzorku byla nejpočetněji zastoupena skupina největší velikosti bydliště respondenta tj. 100 tis. obyvatel a více s 41,4 %. Nejmenší zastoupení představovala o řád menší skupina, tj. s počtem obyvatel 50.000-99.999, přibližně 5 % výzkumného

Velikost čistého příjmu

Velikost příjmu u respondenta byla měřena prostřednictvím jeho čistého příjmu. Vzhledem ke skutečnosti, že do příjmu měl respondent zahrnout všechny sociální dávky,

kteřé pobírá (např. příspěvek na dítě, rodičovské příspěvek, příspěvek na bydlení, dávky pěstounské péče, důchod aj.) a které nepodléhají dalšímu zdanění, bylo nutné příjem z výdělečné činnosti zachytit již oprostěně o zdanění, neboť dle položené otázky nebylo možné klíčovat zdroj a charakter příjmu.

Rozložení respondentů ve výzkumném vzorku je charakterizováno klesající křivkou vzhledem k výši čistého příjmu. Více než třetinu výzkumného vzorku tvoří skupina s čistým příjmem 0 - 9.999 Kč. Tento fakt odráží již uvedenou charakteristiku výzkumného vzorku, tj. mladé lidi s vysokoškolským vzděláním. Může se jednat o studenty ukončeného bakalářského stupně (tj. vysokoškoláky), kteří však nastoupili do pokračujícího magisterského stupně a nejsou tedy výdělečně činní. Druhou nejpočetnější kategorii tvoří skupina obsahující jednotlivce s průměrnou výší mzdy v České republice, tj. skupina 20.000 - 29.999 Kč s podílem 17,9 %.

Velikost čistého příjmu domácnosti

Domácnost byla vymezena prostřednictvím fyzických osob, které spolu trvale žijí a společně uhrazují náklady na své potřeby. Oproti předchozí charakteristice je kategorie velikost čistého příjmu celé domácnosti ve svém procentuálním zastoupení jednotlivých skupin více nerovnoměrná. Největší zastoupení zaujímá skupina 41.000-60.000 (22,6 %) a skupina 21.000-30.000 (22,2 %). Nejmenší zastoupení nalezneme u dvou krajních skupin, tj. 80.000 a více (2,3 %) a skupina 0-10.000 (3,2 %). Respondenti uváděli čistý příjem celé domácnosti v číselných hodnotách. Pokud hodnota byla respondentem uvedena v rámci intervalu, byl do údajů dále zanesen průměr těchto minimální a maximální hodnoty, a poté byla hodnota kategorizována. Průměrný příjem domácnosti výzkumného vzorku činil 38 390 Kč a byl shodný s modusem vzorku, který činil 38 000 Kč. Medián vzorku činil 35 000 Kč. U dané otázky nalezneme největší podíl (13,1 %) skupiny neuvedeno, což mohlo být způsobeno nevědomostí o dané výši, nebo neochotou výši alespoň přibližně spočítat. Vzhledem k tomu, že u otázky na výši čistého příjmu respondenta bylo zaznamenáno pouze 7 neuvedených odpovědí, nelze předpokládat, že by důvodem nezodpovězení na danou otázku u celé domácnosti byla neochota výši sdělit vzhledem k citlivosti její povahy.

Počet členů v domácnosti

Výzkumný vzorek je charakteristický zastoupením domácností převážně se čtyřmi členy (28,5 %), dvěma členy (26,2 %) a třemi členy (22,6 %). Ve výzkumném vzorku se nachází pouze 10 % respondentů žijících samostatně. Průměrný počet členů domácnosti

je 3,07, modus počtu členů v domácnosti je 4 a medián 3, osob mladších osmnácti let v domácnosti je průměrně pouze 0,41, modus a medián je roven nule, osob s vlastním příjmem průměrně 1,89 na každou domácnost, medián a modus je roven 2.

Náboženská víra

Ve výzkumném vzorku nalezneme více než třetinu respondentů, kteří se považují za věřící. 18,8 % respondentů je věřících nehlásících se k žádné církvi, 17 % věřících hlásících se k církvi. Více než polovina respondentů je bez vyznání.

Zajímavé poznatky přináší komparace procentuálního zastoupení v základním a výzkumném vzorku. Téměř minimální rozdíl nalezneme u věřících hlásících se k církvi (2,9 procentních bodů), u věřících nehlásících se k žádné církvi je to již 12 procentních bodů. U výzkumného vzorku se většina zbývajících respondentů rozhodla pro možnost bez vyznání (58,4 %), avšak u základního vzorku lidé spíše uvedli odpověď nevím/neuvedeno (44,7 %).

Účast v parlamentních volbách v roce 2013

Účast respondenta v posledních parlamentních volbách v roce 2013 tvoří poslední z předkládaných charakteristik výzkumného vzorku. Téměř 57 % potvrzuje svoji přítomnost u voleb, o něco méně než třetina respondentů u voleb nebyla (31,7 %). Desetina respondentů již neví, zda u voleb byla či nikoli.

4.3 POPISNÁ ANALÝZA A KORELAČNÍ ANALÝZA FAKTORŮ A JEJICH VZÁJEMNÝCH VAZEB

V rámci následující podkapitoly 4.3 bude provedena analýza zjištěných dat z dotazníkového šetření dle jednotlivých výzkumných otázek, které lze zkráceně vystihnout následovně: analýza motivů (analýza motivů u dárců a nedárců, analýza vzájemné závislosti motivů, analýza vzájemné závislosti motivů a výše poskytnutého daru či frekvence darování), analýza determinantů (analýza determinantů u dárců a nedárců, analýza vzájemné závislosti determinantů, analýza vzájemné závislosti determinantů na výši poskytnutého daru a frekvenci darování, analýza vzájemné závislosti motivů a determinantů) a analýza dle socio-demografických skupin (analýza dárců a nedárců dle socio-demografických skupin, analýza motivů u jednotlivých socio-demografických skupin, analýza determinantů u jednotlivých socio-demografických

skupin a analýza rozdílu u jednotlivých socio-demografických skupin ve výši daru a frekvenci darování).

Vzhledem k tomu, že některé údaje z dotazníkového šetření reprezentují celý zkoumaný vzorek, některé se vztahují pouze k odpovědím dárců či nedárců, předkládá následující tabulka shrnutí, k jakému vzorku se daná analýza vztahuje.

Tabulka 9: Výběr zkoumaného vzorku dle jednotlivých analýz

		Vzorek pro zpracování dat
I. Analýza motivů	Analýza motivů u dárců a nedárců	Zvlášť dárci, zvlášť nedárci
	Analýza vzájemné závislosti motivů	Dárci i nedárci společně
	Analýza vzájemné závislosti motivu a výše daru či frekvence darování	Pouze dárci
II. Analýza determinantů	Analýza determinantů u dárců a nedárců	Zvlášť dárci, zvlášť nedárci
	Analýza vzájemné závislosti determinantů	Dárci i nedárci společně
	Analýza závislosti determinantů na výši daru a frekvenci darování	Pouze dárci
	Analýza vzájemné závislosti motivů a determinantů	Dárci i nedárci společně
III. Analýza dle socio-demografických skupin	Analýza dárců a nedárců dle socio-demografických skupin	Zvlášť dárci, zvlášť nedárci
	Analýza motivů u jednotlivých socio-demografických skupin	Dárci i nedárci společně
	Analýza determinantů u jednotlivých socio-demografických skupin	Dárci i nedárci společně
	Analýza rozdílu u jednotlivých socio-demografických skupin ve výši daru a frekvenci darování	Pouze dárci

Zdroj: autorka

I. ANALÝZA MOTIVŮ

4.3.1 Co motivuje jednotlivce v České republice k poskytnutí daru? (VO1)

Motivy dárcovství byly analyzovány prostřednictvím hodnot označených na bodovací škále. Hodnota 1 byla přiřazena odpovědi „zcela souhlasím“, hodnota 2 odpovědi „spíše souhlasím“, hodnota 3 „nevím“, hodnota 4 „spíše nesouhlasím“ a hodnota 5 „zcela nesouhlasím“. Tzn. čím nižší je průměrná hodnota, tím více byli respondenti ztotožnění s daným výrokem, čím vyšší je průměrná hodnota, tím méně byli respondenti ztotožnění s daným výrokem.

Interpretace dat je rozdílná pro skupinu dárců a pro skupinu nedárců. Za nedárce jsou v disertační práci označeni respondenti, kteří neposkytli dar v roce 2013. Neznamena to, že tito respondenti dary neposkytují, v roce 2012 např. dar poskytnout mohli. Je tedy

účelné analyzovat, co ovlivňuje jejich chování, jaké motivy u nich mají roli, na které motivy by měl být dán důraz v případě ovlivnění dárcovského chování ze strany neziskových organizací. Z odpovědí nedárců můžeme rovněž usuzovat, proč dar neposkytli. Např. u otázky vztahující se k reciprocitě („*Nepodporuji projekty, ze kterých pro mne nic neplyne*“).

U dárců mají nejvýznamnější vliv motivy: *dobrá pocit (průměrná hodnota 1,7), morální povinnost (1,8), touha po sebeobětování (1,9), přesvědčení (1,9)*. Nejméně se dárce ztotožňují s motivy: *touha po moci, příležitost zisku, ocenění, reciprocita*. Mezi motivy, jejichž vliv dárce neuměli identifikovat, patří *víra ve spravedlnost* (potlačení bezpráví) či *sociální odpovědnost* podnikatelů a firem. Dárce se jednoznačně neztotožňují s jakýmkoliv investičním motivem. Výpočty jsou uvedeny v příloze 4 této práce.

U nedárců hrají nejvýznamnější roli motivy: *morální povinnost (2,2), touha po sebeobětování (2,3), přesvědčení (2,4), dobrý pocit (2,4)*. Jedná se tedy o zcela totožné motivy jako u dárců, míra jejich vlivu je však nižší. Nejméně se nedárce ztotožňují s motivy: *náboženská povinnost, touha po moci, ocenění*. **U nedárců je možné zachytit mnohem více nezodpovězených otázek.** Nedárce nemají tak jasný názor na to, co ovlivňuje jejich postoje či názory na darování. Tím, že minimálně v posledním roce dar neposkytli, mohli v menší míře přemýšlet o aktu darování než dárce. Kauzalita by mohla být ale také opačná. Vzhledem k tomu, že nedárce nemají jednoznačný názor na to, co by mělo stát v pozadí aktu darování, jsou méně odhodláni dar poskytnout.

Následující tabulka předkládá výsledky vzájemného porovnání jednak rozdílu mezi procentním podílem jednotlivých odpovědí, který získali dárce a nedárce, ale také vzájemné porovnání průměrných hodnot označených na bodovací škále.

První polovina tabulky zachycující rozdíl procentních bodů mezi dárce a nedárce zřetelně dokládá, že **dárce se ztotožňují (v případě altruistických motivů) či neztotožňují (v případě některých egoistických či investičních motivů) s danými výroky ve větší míře než nedárce**. Dokládají to kladné rozdíly převyšující deset i dvacet procentních bodů. Nejrozporuplnější (optikou dárců vs. nedárců) v deklarování postoje se jevil ukazatel č. 15 (*Darování považují za morální povinnost*), na kterou jednoznačně kladně (ztotožnili se) odpovídali dárce a záporně (neztotožnili se) nedárce.

Tabulka 10: Porovnání vlivu jednotlivých motivů u dárců a nedárců

Proměnná		Zcela souhlasím	Spíše souhlasím	Nevím	Spíše nesouhlasím	Zcela nesouhlasím	DÁRCI	NEDÁRCI	CELKEM				
		Rozdíl procentního zastoupení mezi dárci a nedárci							Průměrná hodnota označení na škále	X'	medián	modus	SD
empatie	1.	14,3	0,3	-12,6	-0,8	0,1	2,4	2,7	2,56	2	2	1,20	0,06
náklonost, sympatie	2.	16,3	2,7	-5,2	-3,2	-9,3	2,3	2,9	2,61	2	2	1,19	0,06
soucit, solidarita	3.	12,2	0,0	-5,4	-4,0	-1,1	2,2	2,5	2,36	2	2	1,11	0,05
slitování, lítost	4.	11,3	5,3	-5,3	-4,0	-5,5	2,2	2,7	2,46	2	2	1,17	0,06
úcta	5.	21,3	-0,6	-7,8	-6,1	-6,0	2,0	2,5	2,26	2	2	1,16	0,06
vděčnost	6.	-2,7	-18,3	2,3	10,1	9,8	3,4	2,8	3,08	3	2	1,36	0,07
společenská pravidla	7.	1,9	5,5	-4,6	-1,8	0,3	3,9	4,0	3,93	4	4	1,01	0,05
víra ve spravedlnost	8.	14,5	5,7	-5,0	-6,5	-6,1	2,0	2,6	2,30	2	2	1,07	0,05
	9.	5,8	4,6	-1,7	1,3	-7,9	3,1	3,4	3,27	3	4	1,19	0,06
přesvědčení	10.	16,6	1,5	-9,8	-2,3	-4,2	1,9	2,4	2,18	2	2	1,05	0,05
	11.	7,9	13,2	-7,4	-6,5	-6,0	2,2	2,6	2,41	2	2	1,07	0,05
sociální odpovědnost	12.	-4,7	-9,1	-0,2	10,0	5,7	3,1	2,7	2,94	3	2	1,21	0,06
	13.	17,8	13,5	-11,0	-14,3	-4,7	2,1	2,9	2,52	2	2	1,11	0,05
morální povinnost	14.	18,8	-5,9	-2,3	-5,1	-3,8	1,8	2,2	2,03	2	2	1,02	0,05
	15.	21,8	16,2	-8,9	-17,3	-11,0	2,4	3,4	2,92	3	2	1,29	0,06
náboženská povinnost	16.	6,6	5,8	-2,6	0,5	-10,0	4,1	4,5	4,29	5	5	1,15	0,06
příležitost zisku, odměny	17.	2,4	-6,0	-6,3	-11,2	21,5	4,5	4,2	4,35	5	5	1,01	0,05
touha po moci	18.	0,5	-4,3	-2,7	-6,5	14,3	4,6	4,4	4,50	5	5	0,88	0,04
sebestřednost	19.	-6,4	-14,3	0,2	6,5	14,9	3,6	2,9	3,23	4	4	1,36	0,06
ocenění	20.	0,5	2,6	-3,1	-9,8	11,6	4,4	4,4	4,41	5	5	0,91	0,04
politický vliv	21.	-1,7	-0,5	-6,0	-3,7	13,7	4,2	4,0	4,09	5	5	1,02	0,05
pocit nenahraditelnosti	22.	2,4	0,8	-6,3	-6,3	12,0	4,2	4,1	4,14	4	5	1,01	0,05
strach, obava	23.	8,1	-5,2	-0,6	0,9	-1,9	2,8	2,9	2,86	3	2	1,26	0,06
dobrý pocit (warm-glow)	24.	21,6	4,1	-11,1	-7,2	-6,5	1,7	2,4	2,06	2	2	1,07	0,05
	25.	7,8	13,1	-5,0	-5,0	-7,5	2,3	2,8	2,57	2	2	1,22	0,06
reciprocita	26.	-0,7	-0,6	-7,5	-9,9	19,5	4,4	4,1	4,27	5	5	1,06	0,05
svědomí	27.	-0,7	0,8	9,1	2,4	-10,7	3,8	4,0	3,91	4	5	1,14	0,05
touha po sebeobětování	28.	17,3	-3,7	-3,4	-6,2	-2,6	1,9	2,3	2,13	2	2	1,02	0,05
reputace	29.	0,6	2,7	-7,6	-3,0	9,0	3,7	3,6	3,70	4	4	1,10	0,05
	30.	-2,5	-4,3	-1,7	1,9	7,9	4,2	3,9	4,05	4	5	1,13	0,05
potřeba pomoci	31.	2,6	7,9	0,9	-2,5	-6,3	2,8	3,1	2,99	3	2	1,30	0,06
	32.	6,7	-0,4	2,8	-5,3	-2,1	2,6	2,8	2,74	2	2	1,17	0,06
potřeba někam patřit	33.	3,3	2,8	-2,4	5,3	-8,2	3,2	3,4	3,27	3	4	1,27	0,06
osobní kontakty	34.	2,9	-2,2	-7,3	-9,3	16,8	4,2	4,0	4,14	5	5	1,08	0,05
dovednosti	35.	-1,3	1,5	3,6	-2,5	0,0	4,1	4,1	4,07	4	5	1,03	0,05
socio-ekonomický status	36.	1,5	-0,9	-5,3	-3,0	9,0	4,1	4,0	4,05	4	5	1,05	0,05
pracovní příležitosti	37.	0,1	-1,0	-9,6	-9,7	22,9	4,4	4,1	4,25	5	5	1,00	0,05

Tabulka pro zajímavost předkládá i výsledky popisné statistiky pro jednotlivé motivy. Jedná se o výpočet průměru/střední hodnoty (X'), mediánu, modusu, směrodatné odchylky (SD) a směrodatné chyby průměru (SE).

Zdroj: autorka

Zajímavé poznatky přinesl i ukazatel č. 6 (*Daruji těm, kterým jsem sám/sama za něco vděčný/vděčná*). Přestože se jedná o altruistický motiv, ztotožnili se s ním nedárci, kdežto dárci odpovídali spíše záporně. Důležitým poznatkem je dále fakt, že u nedárců

nehraje *svědomí* (*Pokud nepomohu, cítím se vinen/vinna*) moc velkou roli. Na otázku odpovědělo o 10 % nedárců více než dárců prostřednictvím označení „Zcela nesouhlasím“. Nedárci mnohem výrazněji (co do procentního zastoupení) než dárci nesouhlasí také s motivy: *morální povinnost*, *náboženská povinnost*. Z egoistických motivů sehrávají větší roli u dárců než nedárců motivy, jako jsou *dobrý pocit*, či *touha po sebeobětování se*.

Druhá část tabulky vzájemně porovnává průměrné hodnoty, které byly na škále respondentem zvoleny. Předkládají podobné výsledky jako první část tabulky, jsou pouze prezentovány jiným způsobem. Zelená políčka zvýrazňují vyšší průměrnou hodnotu, oranžová značí nižší průměrnou hodnotu. Stejně průměrné hodnoty dosahují dárci i nedárci u dvou motivů: *ocenění* a *získání dovedností*. Nejvýznamnější rozdíl průměrných hodnot dosahuje ukazatel motivu *morální povinnost*, jeho velikost je jeden procentní bod.

4.3.2 Jak jsou motivy na sobě navzájem závislé? (VO2)

Vzájemná závislost jednotlivých motivů byla posuzována prostřednictvím korelační analýzy s využitím Pearsonova korelačního koeficientu. Hodnocení výše korelačního koeficientu a z něho vyplývající efekt (účinek) bylo následující: $r \in (0,1; 0,3)$ malý, $r \in (0,3; 0,5)$ střední, $r \geq 0,5$ velký účinek/těsnost vztahu. Hodnoty Pearsonových korelačních koeficientů a jejich statistické významnosti u jednotlivých dvojic motivů jsou doloženy v příloze 5 této práce. Vysokou hodnotu vzájemné závislosti lze identifikovat mezi následujícími dvojicemi motivů (altruistické motivy jsou značeny zeleně, egoistické červeně a investiční černě):

- Pracovní příležitosti – **příležitost zisku, odměny** (.634)
- **Ocenění** – **příležitost zisku, odměny** (.595)
- Pracovní příležitosti - osobní kontakty (.586)
- Osobní kontakty – **příležitost zisku, odměny** (.569)
- Socio-ekonomický status – osobní kontakty (.554)
- Pracovní příležitosti – **ocenění** (.541)
- Socio-ekonomický status – **ocenění** (.508)
- **Strach, obava** – **empatie** (.505)
- Pracovní příležitosti – socio-ekonomický status (.504)
- Socio-ekonomický status - **příležitost zisku, odměny** (.503)

- **Morální povinnost – sociální odpovědnost (.502)**

Shrneme-li výsledky deklarující vysokou vzájemnou závislost mezi motivy, vidíme, že převážnou většinu těchto motivů představují proměnné zařazené pod skupinu Investice. Investiční motivy jsou dále významně propojeny s motivy egoistickými. Jedná se tedy spíše o motivy, se kterými vyjádřili respondenti nesouhlas. Mezi altruistickými motivy byl zastoupen motiv *morální povinnost* (1x), *empatie* (1x), *sociální odpovědnost* (1x), mezi egoistickými motivy se jednalo o *příležitost zisku* (4x), *ocenění* (3x), *strach a obava* (1x). Nejčteněji na sebe vázaly vysokou statistickou závislost investiční motivy: *osobní kontakty* (3x), *socio-ekonomický status* (4x), *pracovní příležitosti* (4x).

Tučně jsou vyznačeny hodnoty závislosti motivů, se kterými se respondenti ztotožnili mimimálně. Z uvedeného tedy vyplývá, že největší míru vzájemné korelace nalezneme mezi motivy, které mají na darování jednotlivce minimální vliv.

Střední závislost mezi motivy je ve výsledcích zastoupena velkou měrou. Souhrnně lze uvést, že dvojice motivů spadají z převážné části do altruistických motivů, další dvojice představují páry, kdy jedním z motivů je *dobrý pocit* (warm-glow). Malá míra závislosti je zřejmá například u dvojic, kdy jedním z motivů je *náboženská povinnost*, *oplátka společnosti*, *potřeba pomoci* či *potřeba někam patřit*.

4.3.3 Jaký je vztah mezi motivy a výší poskytnutého daru? (V03)

Zajímavé poznatky získáme při posouzení, zda má určitý motiv a míra ztotožnění se s ním vliv na výši poskytnutého daru. K určení, zda nějaké takové vazby existují, byl zvolen následující přístup. Nejprve byla data s odpověďmi u jednotlivých motivů očištěna o odpovědi respondentů, kteří dar neposkytli. Ve výzkumném vzorku bylo zahrnuto 214 odpovědí, pokud data očistíme o respondenty, kteří neuvedli výši svého daru, získáme průměrnou hodnotu daru ve výši 4 418 Kč. Tato zjištěná výše daru je mnohem nižší než průměrná výše daru uváděná v daňových přiznáních za rok 2013, která dosahovala výše necelých 11 000 Kč.⁷⁹ Nejčastěji uváděná hodnota daru spadala do velikostní kategorie 201 – 500 Kč. Uvedené porovnání může být důsledkem toho, že **do výzkumného šetření se nepodařilo začlenit také pravidelné dárce, kteří darují velkou část finančních prostředků neziskovým organizacím a tyto své dary si uplatňují v daňových přiznáních. Průměrná výše daru v daňových přiznáních není**

⁷⁹ Finanční správa: Počet daňových subjektů, kteří uplatnili v DAP k dani z příjmu za zdaňovací období roků 2000 až 2013 odčitatelnou položku "hodnota daru/darů".

rovněž ponížena zahrnutím malých darů, které se do přiznání neuvádí. Je pravděpodobné, že do výzkumu byli začleněni spíše menší dárci, přestože mohou patřit mezi dárcce pravidelné či obětavé (jejich frekvence a ochota darovat je zřejmá).

Vzhledem k tomu, že hodnoty poskytnutých darů dosahovaly značného nerovnoměrného variačního rozpětí, nebylo možné posuzovat vliv jednotlivých motivů vzhledem k průměrné výši poskytnutého daru. Ve vzájemném srovnávání se tak pracuje s průměrnou hodnotou čísla kategorie. Výše daru tak není posuzována ve své absolutní výši, ale své relativní výši, která je dána číslem kategorie. Desátá kategorie nebyla do výpočtu zahrnuta.

Výše poskytnutého daru uvedená v dotaznících byla roztríděna do kategorií, které byly zvoleny následovně:

Tabulka 11: Kategorizace odpovědí dle výše poskytnutého daru

Kategorie	Výše daru v Kč	Počet odpovědí
1	0-100	29
2	101-200	36
3	201-500	41
4	501-1000	29
5	1001-2000	27
6	2001-5000	26
7	5001-10000	12
8	10001-50000	9
9	>50000	3
10	neuveдено	2
	celkem	214

Zdroj: autorka

Prostřednictvím kontingenčních tabulek byl zaznačen u každého motivu zvláště počet znaků v jednotlivých kategoriích výše daru a počet znaků v jednotlivých kategoriích odpovědí na otázku (tedy počet znaků u odpovědí zcela souhlasím, až zcela nesouhlasím). Tyto dva počty byly navzájem poděleny a byla získána průměrná hodnota výše daru dle jednotlivých motivů. Tabulka předkládající výsledné shrnutí vypočtených hodnot je uvedena v příloze 6 této práce.

Největší vliv na výši poskytnutého daru sehrály motivy investiční (*osobní kontakty, socio-ekonomický status a pracovní příležitosti*) a motivy egoistické (*příležitost zisku či odměny, reciprocita, reputace*). Respondenti, kteří se ztotožňovali s těmito motivy, poskytli vyšší částky darů. Mezi altruistickými motivy nalezneme pouze jeden motiv –

náboženská povinnost, jehož potvrzení mezi dárci sehrává kladnou roli ve výši poskytnutého příspěvku. Nečekané výsledky přináší motivy *soucit a solidarita* či *potřeba pomoci*. Vyšší částky darů poskytli respondenti, kteří se s danými motivy neztotožňují. Nejnižší průměrné částky darů poskytli respondenti, kteří projevili nesouhlas s motivy: *víra ve spravedlnost, přesvědčení či dobrý pocit z aktu darování*.

Výsledky tedy dokládají, že **nejštedřejší dárci jsou motivováni spíše egoistickými či investičními pohnutkami**. Ve srovnání s průměrnou mírou ztotožnění se s daným motivem (ochotou darovat) všech dárců, nikoli jen těch nejštedřejších, je zřejmé, že se jedná o motivy, se kterými většina dárců vyjádřila v průměru mnohem menší míru ztotožnění se. **Přestože tedy na ochotu většiny dárců darovat peníze mají největší vliv altruistické motivy, u nejštedřejších dárců toto neplatí.**

Na vzájemnou závislost mezi výší poskytnutého daru a mírou ztotožnění se s daným motivem lze také nahlížet prostřednictvím jednofaktorové analýzy rozptylu, tzv. ANOVA. Dle provedené statistiky nebyla hypotéza H_0 potvrzena u 8 ukazatelů. Jedná se o čtyři motivy řazené do skupiny altruismus: kterými jsou: *empatie, sociální odpovědnost, morální povinnost, náboženská povinnost*, 2 motivy řazené do skupiny egoismus: *příležitost zisku, odměny, dobrý pocit*, a dva motivy řazené do skupiny investice: *osobní kontakty a dovednosti*.

4.3.4 Jaký je vztah mezi motivy a frekvencí poskytnutého daru? (V04)

Respondenti, kteří v roce 2013 poskytli dar neziskové organizaci, byli v dotazníku dotázáni, jak často dar poskytli. Měli zvolit možnost zvolit si z nabízených variant (1) pouze jednou (2) vícekrát a (3) pravidelně. U druhé a třetí varianty měli respondenti možnost uvést, kolikrát dar poskytli, či jak pravidelně dar poskytují. Z odpovědí vyplynulo, že více než polovina respondentů (55 %) poskytla dar vícekrát (z toho nejčastěji uvedli 2x, 3x či 4x), více než třetina (35 %) poskytla dar pouze jednou. Zbývajících 10 % respondentů poskytuje dar pravidelně (nejčastěji každý měsíc, tj. 12x).

Pro zjištění, zda existuje vzájemná vazba mezi frekvencí darování a některým motivem, byl zvolen následující postup. U jednotlivých motivů byly na základě kontingenčních tabulek spočítány průměrné hodnoty pro jejich ztotožnění se, a to zvláště u každé kategorie frekvence darování. Hodnoty pro míru ztotožnění se byly 1, 2, 3, 4, 5 (obdobně jako v dotazníku) a hodnoty pro kategorie frekvence 1, 2, 3.

U nejvyšších kladných hodnot lze spatřovat nejsilnější kladný vztah mezi mírou ztotožnění se/neztotožnění se s motivem a četností darování. V průměru nejčastěji (průměrná hodnota frekvence je 2 a více) poskytují dar respondenti, kteří se ztotožnili s motivy: *příležitost zisku, odměny, politický vliv* či *společenská pravidla*. Dále ti respondenti, kteří se neztotožnili s motivy: *empatie, soucit a solidarita, přesvědčení* (A_přes_2). Nejnižší frekvenci darování nalezneme u respondentů, kteří se neztotožnili s motivem *morální povinnost* či naopak ztotožnili s motivem *dovednosti*.

V souvislostech s frekvencí darování lze respondenty označit jako dárce opakované, nikoli však dárce pravidelné. Nejčastěji poskytují dar dárce, kteří se ztotožňují s motivy: *společenská pravidla, příležitost zisku a odměny, politický vliv a potřeba pomoci*, či neztotožňují s motivy: *empatie, soucit a solidarita* či *přesvědčení*. Obdobně, jako tomu bylo při analýze výše poskytnutého daru, i nyní se ukazuje, že **nejčastější dárce ovlivňují spíše motivy egoistické, ba dokonce tito dárce jsou charakterističní svým malým ztotožněním se s některými významnými (co do ochoty darování) altruistickými motivy.**

Vzájemná závislost mezi motivem a frekvencí darování byla rovněž zkoumána prostřednictvím analýzy rozptylu ANOVA. Analýza rozptylu nepotvrdila nulovou hypotézu H₀ u šesti ukazatelů. Jedná se o 3 ukazatele altruismu: *slitování, lítost, úcta, víra ve spravedlnost*, dva ukazatele egoismu: *reciprocita, potřeba někam patřit*, a jeden ukazatel investice: *pracovní příležitosti*. Výpočty jsou doloženy v příloze 7 této práce.

II. ANALÝZA DETERMINANTŮ

Disertační práce ve své teoretické části rozebírá vnější faktory ovlivňující dárcovství, které byly nazvány determinanty. Determinanty jsou členěny do čtyř skupin: ekonomické, demografické, sociální, situační. V dalším textu jsou z této skupiny vyčleněny ty proměnné, které charakterizují socio-demografický status respondenta. Tyto socio-demografické proměnné budou rozebrány zvlášť. Následující tabulka udává přehled, které proměnné jsou ponechány pod skupinou determinanty (D) – *odpovídají na otázku „proč“*, a které jsou dále používány pro charakteristiku respondenta v rámci socio-demografických skupin (SDS) – *odpovídají na otázku „kdo“*.

V následující části práce budou tedy rozebírány následující determinanty/proměnné: daňová politika, velikost veřejného sektoru, efekt přihlížejících, pozvání k účasti, vztahy k organizaci a zaměstnancům, vztahy ke konečnému příjemci, vztahy k ostatním dárceům,

charakter situace a fundraisingové metody. Dohromady se jedná o 9 determinantů vyjádřených prostřednictvím 18 ukazatelů.

Tabulka 12: Klíčování vnějších proměnných na determinanty a socio-demografické proměnné.

Determinant		Socio-demografická proměnná	
daňová politika	Ep_dapo_1 Ep_dapo_2	finanční dostupnost	Ep_fin_1 Ep_fin_2
velikost veřejného sektoru	Ep_vvs_1 Ep_vvs_2	jiné ekonomické proměnné	EP_jine
efekt přihlízejících	Sip_efpř_1 Sip_efpř_2	věk	Dp_vek
pozvání k účasti	Sip_učast_1 Sip_učast_2	pohlaví	Dp_pohl
vztahy k organizaci, zaměstnancům	Sip_vzoz_1 Sip_vzoz_2 Sip_vzoz_3	vzdělání	Dp_vzd
vztahy ke konečnému příjemci	Sip_vzkp_1 Sip_vzkp_2	socio-ekonomický profil	Dp_sep
vztahy k ostatním dárcům charakter situace	Sip_vzod Sip_chas_1 Sip_chas_2	náboženská orientace bydliště	Dp_náb DP_bydl
fundraisingové metody	Sip_fund_1 Sip_fund_2	rodinný stav	Dp_rodst
		politická orientace dobrovolnictví a občanská participace	DP_polor Sop_dobr_1 Sop_dobr_2
		modely a zkušenosti z mládí	Sop_mladi

Zdroj: autorka

4.3.5 Které determinanty mají vliv na poskytnutí daru? (VO5)

Na každou položenou otázku odpovídal respondent stejně jako u hodnocení motivů zakroužkováním číslic 1-5. Odpovědi na otázky zkoumající determinanty vedoucí k dárcovství v roce 2013 jsou v porovnání s motivy více heterogenní. Svědčí o tom už samotná podstata vymezení determinantu jakožto vnějšího vlivu. Vnější proměnné nemají tendenci inklinovat ke „správné“ odpovědi a lze u nich velmi těžko spatřovat nějaké trendy. Záznam odpovědí u nedárců obsahoval mnohem více nezodpovězených otázek, než tomu bylo v případě dárců.

Výsledky zachycují **podstatný vliv** pouze jednoho determinantu: *vztahy k organizaci, zaměstnancům*. Více než polovina (53,3 %) respondentů – dárců se zcela ztotožnila s tvrzením, že *daruje peníze pouze neziskové organizaci, které důvěřuje*. Více než třetina dotazovaných se částečně ztotožnila rovněž s determinanty *vztah ke konečnému příjemci* (ukazatel č. 64), *vztah k organizaci a zaměstnancům* (ukazatel č. 61), *fundraisingové metody* (ukazatel č. 69), *velikost veřejného sektoru* (ukazatel č. 42).

Výsledky předkládají také zajímavé poznatky o tom, které z vymezených determinantů nehrají v procesu dárcovství významnou roli. Především se jedná o determinant *daňová politika* (ukazatel č. 40), téměř dvě třetiny respondentů zcela nesouhlasí s tvrzením, že by důvodem ovlivňujícím jejich rozhodnutí darovat byla snaha snížit si tak odvody daní. Přestože v předchozím textu byla uvedena domněnka, že výzkumný vzorek nepostihuje štedré dárcy, kteří si dary odpočítávají v daňovém přiznání, nelze tyto dvě skutečnosti navzájem porovnávat. Jedince, který si uplatňuje dary jako odčitatelnou položku ve svém daňovém přiznání, nelze označit jako dárcy, který je motivován k darování z důvodu možnosti odpočtu. Za další jednoznačné determinanty nemající vliv na rozhodování darovat peníze byly označeny: *efekt přihlížejících* (ukazatel č. 57), *pozdání k účasti* (ukazatel č. 59), *vztahy k ostatním dárcům* (ukazatel č. 65).

Tabulka 13: Porovnání vlivu jednotlivých determinantů u dárců a nedárců

Proměnná	číslo ukazatele	Rozdíl procentních bodů mezi dárci a nedárci					DÁRCI	NEDÁRCI	CELKEM				
		Zcela souhlasím	Spíše souhlasím	Nevím	Spíše nesouhlasím	Zcela nesouhlasím			X'	medián	modus	SD	SE
daňová politika	40.	-0,2	-7,6	-12,6	-2,1	24,2	4,3	3,8	4,07	5	5	1,21	0,06
	41.	11,1	4,8	-11,3	-0,6	-3,2	3,3	3,6	3,45	3	3	1,31	0,06
velikost veřejného sektoru	42.	7,5	13,9	-9,7	-6,3	-4,6	2,8	3,2	2,98	3	2	1,22	0,06
	43.	-5,1	-3,9	2,2	9,9	-2,2	2,8	2,6	2,73	3	3	1,22	0,06
efekt přihlížejících	56.	6,4	-2,5	4,2	-2,5	-5,7	2,9	3,2	3,06	3	4	1,18	0,06
	57.	0,7	-6,2	3,9	-0,6	3,4	3,8	3,7	3,74	4	4	1,21	0,06
pozdání k účasti	58.	-7,1	-5,3	-4,1	-0,8	17,7	3,6	3,0	3,30	4	4	1,31	0,06
	59.	6,7	4,7	-4,8	-6,4	0,7	3,6	3,8	3,73	4	4	1,22	0,06
vztahy k organizaci, zaměstnancům	60.	11,6	-1,1	-4,0	0,0	-5,6	1,7	2,0	1,86	2	1	1,08	0,05
	61.	8,3	3,5	-4,2	0,7	-7,3	2,6	2,9	2,77	2	2	1,29	0,06
	62.	6,1	-18,1	-2,3	7,2	7,0	3,1	2,9	3,00	3	2	1,32	0,06
vztahy ke konečnému příjemci	63.	5,5	-2,2	-1,1	-1,5	1,0	3,1	3,2	3,12	3	2	1,25	0,06
	64.	2,1	-6,6	2,1	4,6	-0,8	2,4	2,4	2,41	2	2	1,25	0,06
vztahy k ostatním dárcům	65.	3,5	-8,5	-0,1	-2,1	8,5	3,8	3,7	3,75	4	5	1,22	0,06
charakter situace	66.	-7,1	-6,7	4,7	7,0	4,2	3,1	2,7	2,87	3	2	1,18	0,06
	67.	5,4	-12,1	-1,1	13,6	-4,9	2,8	2,8	2,80	3	2	1,16	0,06
fundraisingové metody	68.	10,6	1,6	-5,6	-1,4	-3,9	2,9	3,2	3,09	3	2	1,31	0,06
	69.	6,6	6,5	-5,5	-1,8	-4,5	2,4	2,7	2,54	2	2	1,29	0,06

Zdroj: autorka

První polovina následující tabulky zachycuje rozdíl v procentním zastoupení odpovědí mezi dárci a nedárci zřetelně dokládá, že **dárci se ztotožňují či neztotožňují s vybranými determinanty ve větší míře než nedárci**. Dokládají to kladné rozdíly převyšující deset procentních bodů. Nejrozporuplnější v deklarování postoje dárců a nedárců sejevila *daňová politika*, konkrétně ukazatel č. 40: *Daruji, protože si tak můžu snížit odvody svých daní*. Obě skupiny respondentů s ukazatelem zcela nesouhlasí, avšak rozdíl v procentním vyjádření jejich nesouhlasu je přes 20 procentních bodů (24,2). Druhý determinant s největším rozdílem procentních bodů je *pozvání k účasti*, konkrétně ukazatel č. 58, kdy dárci zcela nesouhlasí oproti nedárcům o 17,7 procentních bodů s výrokem, že *pokud nejsou požádáni, žádné peníze neposkytnou*. Z determinantů, u kterých převládá procentní zastoupení nedárců (tj. největší záporný rozdíl procentních bodů), lze uvést např. *vztahy k organizaci, zaměstnancům* (ukazatel č. 62), či *charakter situace* (ukazatel č. 67). Nedárci vyjádřili s vybranými výroky větší míru souhlasu než dárci.

4.3.6 Jsou determinanty na sobě navzájem závislé? (V06)

Vzájemná závislost mezi jednotlivými dvojicemi determinantů byla posuzována opět na základě vypočteného Pearsonova korelačního koeficientu (výpočty doloženy v příloze 8 této práce).

Hodnoty Pearsonových korelačních koeficientů jsou vypočítány z celého výzkumného souboru, tj. za dárci i nedárci společně. Na rozdíl od motivů lze mezi determinanty spatřovat velmi malou korelaci. Vysokou hodnotu vzájemné závislosti ($> 0,5$) mezi determinanty nelze identifikovat mezi žádnou dvojicí. Hodnoty korelačních koeficientů dávají předpoklad pouze střední závislosti ($> 0,3$) u některých dvojic determinantů. Nejčastěji se jedná na jedné straně o determinant *vztahy k ostatním dárcům*, druhou z dvojice je např. *efekt přihlížejících*, *pozvání k účasti*, *vztahy k organizaci a zaměstnancům* (osobní propojení s organizací) či *vztahy ke konečnému příjemci*. U všech těchto dvojic se objevuje přímá korelační závislost. Hodnoty Pearsonových korelačních koeficientů u jednotlivých determinantů a jejich statistická významnost jsou uvedeny v příloze této práce.

Největší míra korelace byla konkrétně nalezena mezi determinanty:

- fundraisingové metody_1 a pozvání k účasti_2: 0,439
- vztahy k ostatním dárcům a efekt přihlížejících_1: 0,435

- vztahy ke konečnému příjemci a vztahy k organizaci, zaměstnancům_3: 0,421

4.3.7 Jaký je vztah mezi determinanty a výší poskytnutého daru? (V07)

K určení, zda existují nějaké vazby u daného determinantu a výší poskytnutého daru, byl zvolen obdobný postup jako v případě motivů. **Největší vliv** na výši poskytnutého daru sehrál determinant *daňová politika* ve významu možnosti snížení si vlastních daní. Obdobně jako u motivů, tak i u determinantů se střetáváme s faktem, že proměnná, se kterou se respondenti nejméně ztotožňovali, sehrává u nejštedřejších dárců velmi podstatnou roli. Respondenti, kteří uvedli, že souhlasí (zcela či částečně) s tvrzením, že darují, protože si tak mohou snížit odvody svých daní, je možné zařadit mezi nejštedřejší dárci. Vzhledem k tomu, že většina respondentů s tímto tvrzením nesouhlasí a současně většina respondentů poskytuje přibližně třetinu výše daru, o kterou si daňový poplatníci chtěli v roce 2012 snížit daň, potvrzuje se zde opět nepřímo zjištění, že ve výzkumném vzorku jsou spíše zahrnuti (vzhledem k základnímu vzorku) skromnější dárci.

Výše darů je také pozitivně závislá na souhlasu s determinanty *vztahy k organizaci a zaměstnancům* (ukazatel č. 62 – osobně znám organizaci) a *vztahy s konečnými příjemci* (ukazatel č. 63 – podpora místních projektů). Z toho vyplývá větší důvěra vzhledem k užití darovaných financí. U otevřených otázek mapujících důvod poskytnutí daru lze nalézt odpovědi deklarující pozitivní vztah k organizaci. Stejně tak u nedárců hraje podstatnou roli fakt, že nedárce organizacím nevěří, nezná je. Z výsledků je rovněž patrné, že dárci, kteří poskytli značnou hodnotu daru, obdarovali organizaci, kterou osobně znají, či se v ní sami angažují.

Vysoké dary lze také přiřadit respondentům, kteří se neztotožňují s determinanty *charakter situace* (ukazatel č. 67 – přispívám na nenadálé události) či *efekt přihlížejících* (ukazatel č. 56 – chci pomoci, když vidím, jak pomáhají ostatní). Z daného zjištění lze odvozovat, že štedří dárci promýšlí svůj akt darování dopředu, své priority mají předem dané a neovlivní je příliš žádost o příspěvek na nenadálou událost (pokud ano, tak darují nižší částky), např. zajišťování následků katastrof, rychlá pomoc nemocnému apod., ani zjištění, že všichni okolo něj na určitý projekt svým darem přispívají.

Naopak nízké hodnoty daru poskytli respondenti, kteří se cítili nepříjemně, pokud by tak neučinili. Dar poskytli nikoli proto, že chtěli, plánovali to, ale proto, že je k tomu daná situace spíše donutila. Darovali proto, že je někdo pozoroval (*efekt přihlížejících*), nebo protože jim bylo nepříjemné žádost odmítnout (*pozvání k účasti*).

Vzájemná závislost mezi determinantem a výší poskytnutého daru byla také zkoumána analýzou rozptylu ANOVA. Dle provedené statistiky nebyla hypotéza H_0 potvrzena u 6 ukazatelů. Jedná se o determinanty: *daňová politika* (ukazatel č. 40), *pozvání k účasti* (ukazatel č. 59), *vztahy k organizaci a zaměstnancům* (ukazatel č. 60 a č. 62) a *fundraisingové metody* (ukazatel č. 68 a 69).

4.3.8 Jaký je vztah mezi determinanty a frekvencí darování? (V08)

V rámci frekvence darování se lze domnívat, že determinanty nemají takový vliv na frekvenci poskytnutí daru jako motivy. V průměru nejčastěji poskytují dar respondenti, kteří se neztotožnili s determinantem: *vztahy ke konečnému příjemci* (ukazatel č. 63 a č. 64). Tuto skutečnost lze interpretovat tak, že dárci, kteří darují často, podporují spíše jim méně známé organizace, kdy neznají ani konečné příjemce. Mohou tak poskytnout více menších darů, více příjemcům, ale o to častěji. Pokud dárci konečného příjemce zná, poskytuje dar spíše méněkrát, ale třeba ve větší hodnotě. V průměru nejčastěji poskytují dar rovněž respondenti, kteří se neztotožnili s determinantem: *charakter situace* (ukazatel č. 66 a č. 67) a *fundraisingové metody* (ukazatel č. 68).

Nejnižší frekvenci darování nalezneme u respondentů, kteří se ztotožnili s determinantem *efekt přihlížejících* (ukazatel č. 57), *daňová politika* (ukazatel č. 40), *vztahy k ostatním dárcům* (ukazatel č. 65) aj.

Analýza rozptylu nepotvrdila nulovou hypotézu H_0 u šesti ukazatelů. Jedná se o ukazatele determinantů: *daňová politika* (ukazatel č. 40), *efekt přihlížejících* (ukazatel č. 57), *pozvání k účasti* (ukazatel č. 58 a č. 59), *vztahy k ostatním dárcům* (ukazatel č. 65) a *charakter situace* (ukazatel č. 67).

4.3.9 Do jaké míry jsou motivy a determinanty na sobě navzájem závislé? (V09)

Vzájemná závislost mezi motivy a determinanty byla analyzována prostřednictvím korelační analýzy. Je třeba si uvědomit, že vypočítaná korelace nám neříká, zda jeden ukazatel ovlivňuje druhý. Oba dva ukazatele mohou být ovlivňovány něčím jiným. Pokud lze mezi dvěma ukazateli zachytit korelační vztah, je pravděpodobné, že na sobě závisí, nelze z toho však usuzovat, že by jeden z nich byl příčinou a druhý následkem. Hodnoty korelací jsou uvedeny v příloze 9 této práce.

Výsledky dokládají, že je možné mezi motivy a determinanty nalézt vztahy střední či nižší korelace. Největší závislost byla zaznamenána v případě determinantu u ekonomické proměnné *daňová politika* a egoistického motivu *příležitost zisku, odměny*, hodnota korelačního koeficientu se rovná 0,553. Další významná závislost byla vykázána opět v případě determinantu *daňová politika* a investičního motivu *pracovní příležitost*, její výše byla 0,508.

Nižší korelaci lze nejčastěji pozorovat u determinantu *efekt přihlížejících*, který koreluje s 10 motivy (v tabulce zvýrazněná korelace vyšší než 0,3), které jsou rovnoměrně zastoupeny jak ze skupiny altruistických tak egoistických motivů, u *Sip-efpř_2*, který koreluje s 9 motivy (egoistické a investiční, altruistické motivy spíše zastoupeny nejsou), dále pak u determinantu *daňová politika*, který koreluje s 8 motivy (opět spíše egoistické a investiční, altruistické motivy zastoupeny téměř nejsou). Motivů, se kterými uvedené determinanty korelují se různí, a nelze v nich vypočítat žádné zjevné tendenční shody.

Optikou druhé strany lze pozorovat nižší korelaci nejvíce u 8 ukazatelů motivů, jedná se o 3 altruistické ukazatele: *empatie, vděčnost, společenská pravidla*, 3 egoistické ukazatele: *pocit nenahraditelnosti, reputace, potřeba někam patřit* a 2 investiční motivy: *socio-ekonomický status, pracovní příležitosti*.

Vliv motivů a determinantů je možné zachytit v rámci rozboru odpovědí na otevřené otázky. Respondent byl v úvodu dotazníku dotázán, aby uvedl svůj důvod/důvody, které ho vedly k tomu, že v roce 2013 poskytl/neposkytl peněžní dar neziskové organizaci.

V případě dárců byly odpovědi rozklíčovány dle jednotlivých proměnných, tak jak jsou v práci uváděny, tedy v členění motivy vs. determinanty. V případě, že respondent uvedl více důvodů, každý důvod byl započítán jako unikátní odpověď. To vedlo k tomu, že počet odpovědí byl větší než počet dárců.

Z výsledků rozboru vyplývá, že nepatrně větší vliv na rozhodnutí darovat peníze mají motivy (celkem 55 % odpovědí) nad determinanty (45 % odpovědí). Mezi motivy hrají podstatnější roli motivy altruistické, převážně soucit, solidarita, přesvědčení, fakt, že se jedná o dobrou věc, morální povinnost aj. Egoistické motivy jsou zastoupeny převážně potřebou (chutí) někomu pomoci či dobrým pocitem. Odpovědi na otevřené otázky tak nabízejí obdobná zjištění jako jednotlivé analýzy motivů uvedené v předchozí části práce.

Tabulka 14: Rozbor otevřených odpovědí k otázce na důvod poskytnutí daru

		Důvod k poskytnutí daru	Počet uvedení	%	%
MOTIVY	ALTRUISMUS	soucit, solidarita	32	12,3	30,4
		slitování, lítost	3	1,2	
		přesvědčení, dobrá věc	18	6,9	
		sociální odpovědnost	5	1,9	
		empatie, sympatie	4	1,5	
		morální povinnost	7	2,7	
		náboženská povinnost	4	1,5	
		víra ve spravedlnost	5	1,9	
		společenská pravidla	1	0,4	
	EGOISMUS	potřeba/chuť pomoci	34	13,1	24,6
		potřeba někam patřit	2	0,8	
		reputace	1	0,4	
		dobrý pocit	17	6,5	
		svědomí	3	1,2	
substituce, reciprocita		3	1,2		
oplátka společnosti		2	0,8		
psychologické užítky	2	0,8			
DETERMINANTY	EP	finanční dostupnost	6	2,3	3,5
		daňová politika	3	1,2	
	SP	dobrovolnictví, občanská participace	5	1,9	1,9
	SIP	vztahy - neurčeno	24	9,2	39,6
		vztahy k organizaci, k zaměstnancům	6	2,3	
		vztahy ke konečnému příjemci	3	1,2	
		vztahy k ostatním dárcům	43	16,5	
		důvod poskytnutí	13	5,0	
		pozdání k účasti	2	0,8	
		charakter situace	6	2,3	
fundraisingové metody	6	2,3			

EP: ekonomické proměnné, SP: sociální proměnné, SIP: situační proměnné

Zdroj: autorka

Determinanty jsou zastoupeny převážně situačními proměnnými. Nejdůležitější roli hrají vztahy k ostatním dárcům, k organizaci, či důvod poskytnutí (jednalo se o konkrétní pomoc, účel pomoci byl pohnutkou k darování).

Následující tabulka rozebírá odpovědi těch respondentů, kteří dar neposkytli.

Tabulka 15: Rozbor otevřených odpovědí k otázce na důvod neposkytnutí daru

Důvod k neposkytnutí daru	Počet uvedení	%
Finanční situace	112	43,8
Nevěřím organizaci, přerozdělování financí	46	18,0
Nebyl jsem osloven/oslovena	31	12,1
Nemám potřebu darovat	17	6,6
Nevím komu, nezaujal mě nikdo	16	6,3
Dosud jsem se nezajímala/nezajímala	10	3,9
Starost vlády	5	2,0
Nevím	5	2,0
Platím daně	4	1,6
Nátlakový výběr	3	1,2
Špatné zkušenosti	1	0,4
Málo informací o NO	1	0,4
Jiné	5	2,0

Zdroj: autorka

Velmi významnou roli sehraává finanční situace (43,8 %) respondenta, nedostatek peněz a fakt, že respondent má dle svého uvážení málo peněz pro sebe samotného. Významný je také negativní postoj k neziskovým organizacím a nedůvěra v přerozdělování získaných peněz (18 %). Třetím nejvýznamnějším důvodem je absence výzvy, respondent nebyl dotázán či osloven, zda může pomoci (12, 1 %).

III. ANALÝZA DLE SOCIO-DEMOGRAFICKÝCH SKUPIN

Následující část se soustřeďuje na analýzu motivů či determinantů vzhledem k jednotlivým socio-demografickým skupinám. Ukazatele, které charakterizují profil respondenta, byly v předešlé kapitole roztříděny do skupin: ekonomické proměnné, (zkratka před kódem Ep), demografické (Dp) a sociální (Sp), hromadně byly nazvány jako tzv. socio-demografické determinanty. Přehledové tabulky jsou uvedeny v příloze této práce.

4.3.10 Jak lze charakterizovat dárcovské chování u řady socio-demografických skupin? (VO10)

Finanční dostupnost

Proměnná finanční dostupnost byla zkoumána v rámci dvou ukazatelů: čistého měsíčního příjmu respondenta a čistého měsíčního příjmu domácnosti⁸⁰, ve které respondent žije. Všechny částky byly uváděny v čistém vyjádření, neboť nebylo možné od sebe oddělit mzdu z výdělečné činnosti (kterou je běžné uvádět spíše v nezdaněné podobě) od sociálních dávek, důchodů apod., které respondent pobírá. Pokud bychom do celkové částky zahrnuli nezdaněné, zdaněné či nezdaňované příjmy společně, výsledná hodnota by byla velmi zkreslena. V případě otázky na výši čistého příjmu respondenta byla možnost odpovědi dána prostřednictvím škály příjmů, rozdělené do šesti kategorií.

V nejnižší příjmové kategorii nalezneme přibližně o polovinu nedárců (68,2 %) více než dárců (31,8 %). Další největší rozdíl v zastoupení dárců a nedárců nalezneme u 6. příjmové kategorie (nejvyšší kategorie) tj. 40.000 a více, kde jsou dárci (66,7 %) zastoupeni opět přibližně o polovinu více než nedárci (33,3 %). Souhrnně lze uvést, že kromě nejnižší příjmové kategorie jsou dárci ve všech zbývajících kategoriích ve větším

⁸⁰ Domácnost byla vymezena následovně: domácnost tvoří fyzické osoby, které spolu trvale žijí a společně uhrazují náklady na své potřeby.

procentním zastoupení než nedárci. Výše příjmu tedy sehrává roli spíše jen u těch nejchudších, na ostatní příjmové skupiny nemá vliv.

Tabulka 16: Čistý příjem respondenta dle členění dárce vs. nedárce v Kč

	nedárci	%	dárci	%	N
0 - 9.999	107	68,2	50	31,8	157
10.000 - 14.999	37	48,1	40	51,9	77
15.000 - 19.999	29	42,0	40	58,0	69
20.000 - 29.999	32	40,5	47	59,5	79
30.000 - 39.999	13	44,8	16	55,2	29
40.000 a více	8	33,3	16	66,7	24
neuvedeno	2	28,6	5	71,4	7
N	228		214		442

Zdroj: autorka

Dárcům byla položena otázka, jak by se změnilo jejich dárcovské chování, pokud by se jim v roce 2014 zvýšil jejich příjem. Výsledky odpovědí jsou zachyceny v následující tabulce.

Tabulka 17: Změna dárcovského chování respondenta v případě změny příjmu

	počet	%
menší částku než v roce 2013	3	1,4
přibližně stejnou částku jako v roce 2013	117	54,7
větší částku: procentuálně z příjmu však méně než v roce 2013	5	2,3
větší částku: procentuálně z příjmu stále stejně jako v roce 2013	28	13,1
větší částku: procentuálně z příjmu více než v roce 2013	21	9,8
nevím	40	18,7
N	214	100,0

Zdroj: autorka

Z výsledků vyplývá, že více než polovina dárců by v případě zvýšení příjmu darovala přibližně stejnou částku jako dříve, zlepšení jejich finanční situace tedy nemá vliv na jejich rozhodnutí vzhledem k výši daru. (Je však možné také výsledky interpretovat tak, že více než polovina respondentů nespojuje výši daru s jejich příjmem, třeba proto, že chtějí veřejně deklarovat, že jejich dar a jeho výše jsou odvislé od jiných skutečností, než je příjem).

Finanční situaci respondenta lze ohodnotit také z pohledu čistého příjmu celé domácnosti. Respondent v dotazníku odpovídal na otevřenou otázku ohledně čistého

příjmu domácnosti, výsledné hodnoty potom byly rozčleněny do 7 kategorií. Jejich zastoupení mezi dárci a nedárci zachycuje následující tabulka.

Tabulka 18: Čistý příjem domácnosti respondenta dle členění dárce vs. nedárce v Kč

	nedárce	%	dárce	%	N
0-10.000	9	64,3	5	35,7	14
11.000-20.000	36	55,4	29	44,6	65
21.000-30.000	48	49,0	50	51,0	98
31.000-40.000	43	58,9	30	41,1	73
41.000-60.000	41	41,0	59	59,0	100
61.000-80.000	12	50,0	12	50,0	24
80.000 a více	5	50,0	5	50,0	10
neuveдено	34	58,6	24	41,4	58
N	228		214		442

Zdroj: autorka

Výsledky dokládají, že čistý příjem domácnosti respondenta není nikterak významným faktorem ovlivňujícím darování. Jediný významný rozdíl lze spatřovat u 5. příjmové kategorie (41.000 – 60.000 Kč), kdy dárci jsou v dané kategorii zastoupeni o téměř 20 procentních bodů více než nedárci. Opět jako u předešlé tabulky je zřejmý fakt, že nejchudší domácnosti zařazené svým příjmem do první kategorie jsou přibližně ze dvou třetin nedárci. Zajímavé je zjištění, že mezi dvěma posledními kategoriemi nejbohatších domácností nelze mezi dárci a nedárci spatřovat žádný rozdíl.

Jiné ekonomické proměnné

Mezi skupinu jiné ekonomické proměnné byl zařazen ukazatel počet členů v domácnosti. Odhlédneme-li od kategorií, které jsou zastoupeny pouze jedním respondentem, je možné vysledovat, že převahu dárců nalezneme pouze u domácností, které se skládají z 1 či 2 osob, tj. domácností jednotlivců či párů (pravděpodobně ve dvoučlenných domácnostech nalezneme většinou pár dospělých osob, nikoli jednoho dospělého a jedno dítě). U dalších kategorií, které mají více než 2 členy domácnosti, domácností, kde jsou děti či jiné osoby (např. důchodci), nalezneme převahu nedárců. Tato převaha se postupně začíná zvětšovat, maxima dosahuje u šestičlenných domácností, nedárci jsou zde zastoupeni více než 80 %.

Věk

Věk respondenta byl zjišťován otevřenou otázkou, která se týkala roku narození, výsledky byly rozčleněny do 5 kategorií. Dle zjištěných dat sehrává věk respondenta významnou roli při poskytování darů, v první kategorii nejmladších respondentů

nalezneme více než dvě třetiny nedárců, naopak u nejstarší kategorie, tj. více než 70 let, nalezneme 75 % dárců. Poměr mezi dárci a nedárci se postupně přeměňuje z rozdílu kladného v rozdílu záporný. K obrácení tohoto rozdílu dochází mezi druhou a třetí věkovou kategorií, tj. okolo 35 roku věku.

Pohlaví

Pohlaví ovlivňuje rozhodnutí darovat pouze částečně. U žen nepředkládají výsledky žádné rozdíly mezi dárci a nedárci. U mužů je nepatrně větší zastoupení nedárců (53,4 %) oproti dárcům (46,6 %). Mezi muži nedárci převažují spíše mladší věkové kategorie (18-24 a 25-34 let). S postupujícím věkem se z mužů stávají dárci.

Vzdělání

Otázka na vzdělání byla uzavřená, vztahovala se k nejvyššímu ukončenému vzdělání. Respondenti měli možnost vybrat ze škály sedmi úrovní vzdělání. Výsledky dokládají, že nelze najít signifikantní rozdíl mezi dárci a nedárci napříč vzdělanostní strukturou respondentů. Vzhledem k tomu, že první kategorie (bez vzdělání) byla zastoupena pouze jedním respondentem, nelze z toho vyvozovat žádné závěry. U dalších vzdělanostních kategorií převažují spíše nedárci, převaha dárců je vyhodnocena pouze u vzdělání vyučen s maturitou (52,4 %) a vysokoškolské vzdělání (51,1 %). Vzhledem k tomu, že poměr dárců a nedárců se s přibývajícím vzděláním mění jednou kladně, podruhé záporně, nelze z výsledků usuzovat na žádnou vzájemnou vazbu mezi darováním a úrovní vzdělání.

Socio-ekonomický profil

Socio-ekonomický profil byl zjišťován prostřednictvím dotazu na zaměstnání respondenta. Klasifikace zaměstnání odpovídala klasifikaci využívané Českým statistickým úřadem, jednalo se o klasifikaci CZ-ISCO (International Standard Classification of Occupations). Možnosti byly v dotazníku rozděleny do tří oddílů, první oddíl objímal celou škálu zaměstnání, druhý oddíl zahrnoval nevýdělečně činné (student, osoba na mateřské/rodičovské dovolené, důchodce), třetí oddíl obsahoval možnost „jiné“ (respondent měl uvést) a kategorii nezaměstnaný.

Výsledky zachycují převahu dárců ve většině kategorií. Ze 100 % jsou dárci zastoupeni u nově vytvořených kategorií tj. osob na mateřské/rodičovské dovolené či důchodců, kteří zároveň pracují. Tento výsledek ale může být ovlivněn nízkou absolutní četností v rámci kategorie. Významnou převahu dárců je možné rovněž nalézt u nejvyšší kategorie

zaměstnanosti, u zákonodárců a řídicích pracovníků (72,7 %), či u OSVČ (66,7 %), tj. u skupin respondentů s předpokladem vyšších příjmů. Dárci rovněž převažují u úředníků a administrativních pracovníků (64,2 %), u řemeslníků a opravářů (61,5 %) či důchodců (58,3 %).

Mezi osobami, které jsou na mateřské/rodičovské dovolené a nikterak si nepřivydělávají, nenalezneme ani jednoho dárce. Zajímavý je fakt, že převaha nedárců je u studentů, a to v podobné výši u těch, kteří si nepřivydělávají (69,1 %), tak u těch, kteří si přivydělávají (69,7 %). Studenti jako celek jsou tedy spíše nedárci, není podstatné, zda mají dodatečný příjem či nikoli.

Náboženská orientace

Náboženská orientace respondenta byla zjišťována prostřednictvím dotazu na náboženskou víru respondenta. Věřící respondent měl uvést, zda se hlásí k nějaké církvi nebo ne. Pokud se jednalo o věřícího respondenta hlásícího se k církvi, měl uvést otevřenou otázkou k jaké. Respondentům byla dána také možnost odpovědi neví, aby se předešlo tomu, že mezi respondenty, kteří odpověď neuvedli, či nechtěli uvést, budou zařazeni i respondenti, kteří odpověď neznají, nejsou rozhodnutí, zda se považují za věřícího člověka či nikoliv. Pokud respondent uvedl, ke které církvi se hlásí, byly odpovědi dále kategorizovány. Většina věřících respondentů se označila za křesťany hlásící se ke katolicismu.

Tabulka 19: Náboženská víra respondenta dle členění dárce vs. nedárce

	nedárce	%	dárce	%	N
věřící nehlásící se k žádné církvi	37	<i>44,6</i>	46	<i>55,4</i>	83
věřící hlásící se k církvi	28	<i>37,3</i>	47	<i>62,7</i>	75
z toho: katolické	17		44		61
z toho: židovské	2		0		2
z toho: jiné	7		3		10
bez vyznání	150	<i>58,1</i>	108	<i>41,9</i>	258
nevím	11	<i>50,0</i>	11	<i>50,0</i>	22
neuvedeno	2	<i>50,0</i>	2	<i>50,0</i>	4
N	228		214		442

Zdroj: autorka

Rozdělení respondentů dle jejich náboženského vyznání na dárce a nedárce dokládá určité vazby. U respondentů, kteří se nepovažují za věřící, nalezneme o 20 procentních bodů víc nedárců. U respondentů, kteří se považují za věřící, nalezneme oproti tomu více dárců. Podstatný rozdíl je v tom, zda se tito věřící respondenti hlásí k nějaké církvi či nikoli. Mezi věřícími hlásícími se k nějaké církvi nalezneme téměř dvě třetiny dárců, u

těch, kteří se k církvi nehlásí, je to méně, něco přes padesát procent (55,4 %). Důvod, proč věřící lidé poskytují ve větší míře dary, bude zjišťován v rámci následujících kapitol (např. prostřednictvím vazby mezi náboženskou vírou a souhlasem s motivem týkajícím se náboženské povinnosti).

Bydliště

Velikost bydliště byla předem kategorizována do šesti velikostních kategorií. Jak uvádí data, nelze vyčíst jednoznačný vliv velikosti bydliště na rozhodnutí darovat peníze. U nejnižší kategorie velikosti bydliště, tedy i velmi malých obcí do 1 000 obyvatel, zcela nepatrně převládají nedárci. Zde bychom vzhledem k nízké existenci veřejných sbírek a možnosti být přímo konfrontován s žádostí o poskytnutí příspěvku očekávali masivnější převahu nedárců. Dle výsledků nalezneme největší zastoupení nedárců u kategorie hned následující tj. od 1 000 do 3 000 obyvatel, rozdíl mezi dárci a nedárci činí více než 10 procentních bodů. Jedinou převahu dárců stejně jako největší kladný rozdíl mezi dárci a nedárci nalezneme u předposlední velikostní kategorie, tj. u měst s 50 – 100 tis. obyvateli, rozdíl činí více než 20 procentních bodů.

Tabulka 20: Velikost bydliště respondenta dle členění dárce vs. nedárce

	nedárci	%	dárci	%	N
do 999	27	50,9	26	49,1	53
1.000-2.999	37	55,2	30	44,8	67
3.000-9.999	21	52,5	19	47,5	40
10.000-49.999	37	50,0	37	50,0	74
50.000-99.999	9	39,1	14	60,9	23
100.000 a více	95	51,9	88	48,1	183
neuvedeno	2	100,0	0	0,0	2
N	228		214		442

Zdroj: autorka

Rodinný stav

Rodinný stav respondenta byl zjišťován prostřednictvím současného rodinného stavu tj. nehledě na to, jaký stav byl pro respondenta charakteristický dříve (např. minulý status vdovec vystřídal současný status ženatý). Z výsledků je možné zachytit určité vazby. Největší zastoupení nedárců nalezneme u kategorie svobodných, více než 60 %. Tato skutečnost je jistě ovlivněna faktem zjištěným dříve, že mladí lidé s nízkými příjmy spíše nepatří mezi dárci. Převahu nedárců nalezneme rovněž u rozvedených, činí přibližně 6 procentních bodů nad dárci. Největší zastoupení dárců, téměř dvoutřetinové, nalezneme mezi vdanými a ženatými respondenty, tj. mezi těmi, kteří nežijí samy, žijí v rodinách, ať již s dětmi či nikoli. Dárci převažují rovněž u ovdovělých respondentů.

Pokud budeme předpokládat, že ovdovělé nalezneme především ve vyšších věkových kategoriích, tedy případ vdovství způsobené stářím partnera, shoduje se toto zjištění s dřívějším výsledkem, který udává, že mezi staršími respondenty 70 let nalezneme téměř 74 % dárce.

Tabulka 21: Rodinný stav respondenta dle členění dárce vs. nedárce

	nedárce	%	dárce	%	N
svobodný/svobodná	148	61,9	91	38,1	239
rozvedený/rozvedená	21	53,8	18	46,2	39
ženatý/vdaná	54	35,5	98	64,5	152
vdovec/vdova	5	41,7	7	58,3	12
N	228		214		442

Zdroj: autorka

Politická orientace

Politická orientace respondenta byla zjišťována prostřednictvím dotazu, zda se respondent účastnil posledních parlamentních voleb v roce 2013. Kromě možnosti ano a ne mohl respondent rovněž uvést, že si již nepamatuje. Tato kategorie byla u respondentů využita přibližně v deseti procentech. Pokud respondent u voleb byl, měl uvést rovněž stranu, kterou volil.

Tabulka 22: Účast respondenta v parlamentních volbách v roce 2013 dle členění dárce vs. nedárce

	nedárce	%	dárce	%	N
ano	120	47,8	131	52,2	251
z toho: ANO	22	44,0	28	56,0	50
z toho: ČSSD	23	59,0	16	41,0	39
z toho: ODS	13	40,6	19	59,4	32
z toho: KDU-ČSL	5	25,0	15	75,0	20
z toho: KSČM	3	75,0	1	25,0	4
z toho: SVOBODNÍ	9	81,8	2	18,2	11
z toho: TOP09	23	43,4	30	56,6	53
z toho: ÚSVIT	7	77,8	2	22,2	9
z toho: ZELENÍ	11	55,0	9	45,0	20
z toho: JINÉ	4	44,4	5	55,6	9
neuvedeno	0	0,0	4	100,0	4
nevím	24	54,5	20	45,5	44
nebyl/nebyla jsem u voleb	81	57,9	59	42,1	140
neuvedeno	3	42,9	4	57,1	7
N	228		214		442

Zdroj: autorka

Dle výsledků je zřejmé, že dárce (52,2 %) nalezneme u těch respondentů, kteří volit byli. Oproti tomu u nevoličů mají převahu nedárci (57,9 %). Lze se tedy domnívat, že darovací potenciál mají větší ti respondenti, kteří se zajímají o účast na veřejném a politickém dění, a to prostřednictvím voleb. Mezi voliči nalezneme dárce u tzv.

pravicových stran, podle výše procentního zastoupení se jedná o následující: KDU-ČSL (středo-pravicová strana s konzervativními názory) s výraznou převahou dárců ve výši 75 %, následuje ODS (59,4 %), TOP 09 (56,6 %) a ANO (12 %). U typických levicových stran najdeme převahu nedárců: KSČM (75 %), ČSSD (59 %).

Rozpor nalezneme u stran, které v době poskytnutí daru nepatřily mezi parlamentní strany. U strany Úsvit přímé demokracie Tomia Okamury, která je řazena mezi strany pravicové, nalezneme převahu nedárců (77, 8 %). Důvodem může být její vnímání spíše jako levicové strany, neboť ve svém programu strana prosazovala a deklarovala „boj s korupcí“ a „vládními dinosaury“, což lze před volbami považovat za kritiku vládnoucích pravicových stran. Tuto stranu tedy mohli volit voliči, kteří jsou smýšlením spíše levicoví.

Dobrovolnictví a občanská participace

Míra zapojení se do dění v občanském životě byla posuzována na základě dvou ukazatelů, zda respondent pracuje či se jinak angažuje v organizacích neziskového sektoru. Výsledky těchto zjištění přináší zajímavé poznatky.

Tabulka 23: Práce respondenta v neziskových organizacích dle členění dárce vs. nedárce

	nedárce	%	dárce	%	N
ano	16	<i>50,0</i>	16	<i>50,0</i>	32
z toho: o.s.	6		8		14
z toho: o.p.s.	4		1		5
z toho: jiné	4		5		9
neuvedeno	2		2		4
ne	210	<i>51,5</i>	198	<i>48,5</i>	408
nevím	2	<i>100,0</i>	0	<i>0,0</i>	2
N	228		214		442

Zdroj: autorka

Respondenti, kteří v neziskových organizacích pracují a vydělávají peníze, jsou stejnou měrou (přesně 50 %) dárci jako nedárci. Jejich přítomnost v neziskovém sektoru a dennodenní setkávání se s problémy neziskových organizací nesehrává žádnou roli při jejich rozhodování, zda poskytnou dar či nikoli. U těch respondentů, kteří v neziskových organizacích nepracují, nalezneme pouze minimální převahu nedárců (51,5 %).

Tabulka 24: Dobrovolná angažovanost respondenta v neziskových organizacích dle členění dárce vs. nedárce

	nedárce	%	dárce	%	N
ano	20	37,0	34	63,0	54
z toho: o.s.	15		25		40
z toho: o.p.s.	2		2		4
z toho: nadace	1		2		3
z toho: jiné	1		4		5
neuvedeno	1		1		2
ne	207	53,8	178	46,2	385
nevím	1	100,0	0	0,0	1
neuvedeno	0	0,0	2	100,0	2
N	228		214		442

Zdroj: autorka

Zcela jiné výsledky získáme při dotazu na angažovanost a zapojení se do činnosti neziskových organizací v rámci dobrovolné tj. neplacené činnosti. Téměř dvě třetiny respondentů, kteří se v neziskových organizacích angažují, poskytlo v roce 2013 neziskové organizaci dar. Jednoznačně nejčastější právní formou organizace, ve které respondenti participovali, byla právní forma občanské sdružení. V případě respondentů, kteří se nikterak v neziskových organizacích neangažují, nalezneme mírnou převahu nedárců (53,8 %).

Modely a zkušenosti z mládí

Rozsáhlá proměnná modely a zkušenosti z mládí byla zkoumána prostřednictvím jednoho ukazatele, který se týkal angažovanosti rodičů respondenta v neziskových organizacích. Velké procento (přes 11 %) respondentů nedokázalo na tuto otázku vůbec odpovědět. Přes 8 % respondentů odpovědělo na otázku kladně, najdeme mezi nimi převahu dárců (55,6 %), která činila přes 10 procentních bodů nad nedárci. U těch, kteří na otázku odpověděli záporně, nalezneme nepatrně více nedárců (51,3 %).

Tabulka 25: Dobrovolná angažovanost rodičů respondenta v neziskových organizacích dle členění dárce vs. nedárce

	nedárce	%	dárce	%	N
ano	16	44,4	20	55,6	36
ne	181	51,3	172	48,7	353
nevím	30	58,8	21	41,2	51
neuvedeno	1	50,0	1	50,0	2
N	228		214		442

Zdroj: autorka

4.3.11 Mají některé socio-demografické skupiny vliv na motivy? (V011)

V následující části práce budou zkoumány vzájemné vazby mezi socio-demografickými proměnnými a jednotlivými ukazateli motivů. Vzájemná závislost bude testována jednofaktorovou analýzou ANOVA. V rámci tří socio-demografických skupin (ekonomické, demografické, sociální) mají statisticky významný vliv na daný motiv nejčastěji následující ukazatele: *věk, zaměstnání*, neboli socio-ekonomický profil, *pohlaví, rodinný stav a náboženská víra*. Všechny ukazatele spadají do skupiny demografických proměnných. Socio-demografický determinant *jiné ekonomické proměnné*, který byl zastoupen otázkou na počet členů v rodině, neprokázal statisticky významný vliv na žádný motiv.

Optikou druhého faktoru, tedy z pohledu jednotlivých motivů, lze uvést, že mezi motivy, které jsou nejčastěji statisticky významně ovlivňovány vybranými socio-demografickými determinanty, patří: *morální povinnost, náklonnost, sociální odpovědnost, sebestřednost, víra ve spravedlnost, náboženská povinnost, reputace, osobní kontakty*. Všechny uvedené motivy jsou ovlivňovány minimálně třemi socio-demografickými determinanty. Mezi motivy nalezneme čtyři motivy, které nejsou ovlivňovány ani jedním socio-demografickým determinantem, jsou jimi: *empatie, pocit nenahraditelnosti, oplátka společnosti a dovednosti*.

Postupně budou uvedeny jednotlivé socio-demografické determinanty společně s motivy, které statisticky významně ovlivňují. Pro lepší přehlednost již nebudou uváděny kódy motivů, které jsou dohledatelné v tabulce v příloze 10 této práce.

- **Finanční dostupnost - výše čistého měsíčního příjmu respondenta** statisticky významně ovlivňuje motivy: morální povinnost, sebestřednost a osobní kontakty.
- **Finanční dostupnost - výše čistého měsíčního příjmu domácnosti** statisticky významně ovlivňuje motivy: sociální odpovědnost a sebeobětování.
- **Věk** statisticky významně ovlivňuje motivy: náklonnost, soucit a solidarita, vděčnost, společenská pravidla, víra ve spravedlnost, sociální odpovědnost, morální povinnost, náboženská povinnost, příležitost zisku, reputace, potřeba pomoci, osobní kontakty, pracovní příležitosti.

- **Pohlaví** statisticky významně ovlivňuje motivy: náklonnost, soucit a solidarita, slitování, úcta, víra ve spravedlnost, přesvědčení, ocenění, strach, dobrý pocit, reciprocita, socio-ekonomický status.
- **Vzdělání** statisticky významně ovlivňuje motivy: společenská pravidla a sebestřednost.
- **Socio-ekonomický profil – zaměstnání** statisticky významně ovlivňuje motivy: náklonnost, slitování, víra ve spravedlnost, sociální odpovědnost, morální povinnost, touha po moci, sebestřednost, strach, dobrý pocit, reciprocita, reputace.
- **Náboženská víra** statisticky významně ovlivňuje motivy: přesvědčení, sociální odpovědnost, morální povinnost, náboženská povinnost, sebestřednost, sebeobětování.
- **Bydliště** statisticky významně ovlivňuje motiv ocenění.
- **Rodinný stav** statisticky významně ovlivňuje motivy: náklonnost, přesvědčení, sociální odpovědnost, morální povinnost, náboženská povinnost, politický vliv, svědomí, reputace.
- **Politická orientace** statisticky významně ovlivňuje motiv oplátka společnosti.
- **Dobrovolnictví a občanská participace – práce v NNO** statisticky významně ovlivňuje motiv potřeba někam patřit.
- **Dobrovolnictví a občanská participace – angažovanost v NNO** statisticky významně ovlivňuje motivy: potřeba někam patřit a osobní kontakty.
- **Modely a zkušenosti z mládí – práce či angažovanost rodičů v NNO** statisticky významně ovlivňuje motiv pracovní příležitosti.

4.3.12 Mají některé socio-demografické skupiny vliv na determinanty? (VO12)

Vzájemná závislost byla testována opět jedno-faktorovou analýzou ANOVA. Na rozdíl od předchozí analýzy, vztahující se k vazbám mezi motivy a socio-demografickými ukazateli, je z výsledků patrný statisticky významný vliv socio-demografických determinantů na jednotlivé determinanty pouze v minimální míře (výsledky jsou doloženy v příloze 11 této práce). Tento vliv lze zachytit pouze u následujících osmi vazeb mezi proměnnými.

- **Daňová politika** (Ep_dapo_1) a **vzdělání**: odpovědi na výrok „*Daruji, protože si tak můžu snížit odvody svých daní*“ jsou statisticky významně ovlivněny dosaženým ukončeným vzděláním respondenta.
- **Velikost veřejného sektoru** (Ep_vvs_1) a **pohlaví**: odpovědi na výrok „*Daruji peníze, nehledě na to, které neziskové organizace jsou podporovány z veřejných dotací*“ jsou statisticky významně ovlivněny pohlavím respondenta.
- **Pozvání k účasti** (Sip_účast_1) a **dobrovolnictví a občanská participace** (Sop_dobr_2): odpovědi na výrok „*Daruji, protože si tak můžu snížit odvody svých daní*“ jsou statisticky významně ovlivněny dosaženým ukončeným vzděláním respondenta.
- **Vztahy k organizaci a zaměstnancům** (Sip_vzoz_2) a **dobrovolnictví a občanská participace** (Sop_dobr_1): odpovědi na výrok „*Existují určité NO a jejich kampaně, o které mám specifický zájem, a proto je podpořím*“ jsou statisticky významně ovlivněny faktem, zda respondent pracuje či nepracuje v neziskové organizaci.
- **Vztahy k organizaci a zaměstnancům** (Sip_vzoz_2) a **dobrovolnictví a občanská participace** (Sop_dobr_2): odpovědi na výrok „*Existují určité NO a jejich kampaně, o které mám specifický zájem, a proto je podpořím*“ jsou statisticky významně ovlivněny faktem, zda se respondent dobrovolně angažuje či neangažuje v neziskové organizaci.
- **Vztahy k organizaci a zaměstnancům** (Sip_vzoz_3) a **modely a zkušenosti z mládí**: odpovědi na výrok „*Daruji neziskové organizaci, kterou osobně znám, nebo znám její zaměstnance*“ jsou statisticky významně ovlivněny faktem, zda rodiče respondenta pracovali či se dobrovolně angažovali v neziskové organizaci.
- **Vztahy ke konečnému příjemci** (Sip_vzkp_2) a **bydliště**: odpovědi na výrok „*Podpořím spíše organizace, ve kterých znám lidi, kteří měli, mají, či budou mít z dárcovství prospěch*“ jsou statisticky významně ovlivněny bydlištěm respondenta.
- **Vztahy ke konečnému příjemci** (Sip_vzkp_2) a **modely a zkušenosti z mládí**: odpovědi na výrok „*Podpořím spíše organizace, ve kterých znám lidi, kteří měli, mají, či budou mít z dárcovství prospěch*“ jsou statisticky významně ovlivněny faktem, zda rodiče respondenta pracovali či se dobrovolně angažovali v neziskové organizaci.

4.3.13 Jaký je vztah vybraných socio-demografických skupin a výše poskytnutého daru? (VO13)

Vzájemné vztahy mezi jednotlivými socio-demografickými determinanty a výší daru byly zkoumány prostřednictvím jednoduché popisné statistiky. Všechna procenta, která jsou dále v textu prezentována, jsou míněna jako procenta v rámci dané uváděné kategorie, **nikoli jako procenta z celého výzkumného vzorku** (blíže výpočty jsou uvedeny v příloze 12 této práce).

Pohlaví: U žen nalezneme nejčastěji poskytnuté dary v hodnotě 201 – 500 Kč (21,7 %) a 101 – 200 Kč (19,1 %). U mužů nelze žádné výrazné tendence vzhledem k výši daru zachytit. Od hodnoty daru vyšší než 2 000 Kč dominují mezi dárci spíše muži, u kategorie s nejvyšší hodnotou daru nalezneme pouze muže. Průměrně poskytli muži (4,4) hodnotu daru (viz. kategorie hodnot daru) o jeden procentní bod větší než ženy (3,4).

Věk: Co se týká věkového zastoupení dárců, z výsledků vyplývá, že mezi nejmladšími a nejstaršími dárci nenalezneme zastoupení u nejvyšších hodnot daru. Nejvyšší hodnoty daru poskytli dárci v produktivním věku (25–69 let). U nejmladší věkové kategorie 18–24 nalezneme více než třetinu (38,2 %) darů spadajících do nejnižší kategorie 0–100 Kč, druhá a třetí kategorie výše daru je rovněž hojně zastoupena. U druhé věkové kategorie 25–34 nalezneme nejčastěji zastoupení průměrné hodnoty daru, tj. kategorie 201–500 Kč (20 %) či 501–1 000 Kč (20 %). U třetí věkové kategorie 35 – 54 let nelze pozorovat žádné významné tendence. U věkové kategorie 55 – 69 let nalezneme ¼ darů v hodnotě 201–500 Kč. Stejnou hodnotu daru nalezneme nejčastěji i u poslední věkové kategorie >70, její procentní zastoupení je ale více než 40 %. Průměrně největší hodnotu daru (4,4) poskytla věková kategorie 35–54 let.

Rodinný stav: Dvě nejvyšší kategorie hodnot daru jsou zastoupeny respondenty svobodnými a ženatými/vdanými. U svobodných přesto nalezneme nejčetnější zastoupení (20 %) nejnižších hodnot daru. U rozvedených respondentů nalezneme nejpočetnější zastoupení (téměř ¼) u páté kategorie (tj. 1 001–2 000 Kč), u ženatých/vdaných nalezneme pětina zastoupení u třetí kategorie (tj. 201–500 Kč). U ovdovělých respondentů nalezneme shodné zastoupení (28,6 %) u tří kategorií, tedy v rámci hodnot 101–1 000 Kč. Průměrně největší hodnotu daru (4,2) poskytla kategorie ženatý/vdaná.

Nejvyšší ukončené vzdělání: Podílové zastoupení dle nejvyššího ukončeného vzdělání dokládá, že respondenti se základním vzděláním či s vyučením poskytují dary spíše v nízké hodnotě. Žádný z uvedených respondentů neposkytl dar v hodnotě vyšší než 5 000 Kč. Třetina respondentů se základním vzděláním poskytla dar v rámci třetí kategorie, tj. 201-500 Kč, třetina v rámci páté kategorie, tj. 1 001-2 000 Kč. U respondentů, kteří uvedli vzdělání vyučen s maturitou, nalezneme většinu (36,4 %) odpovědí ve druhé kategorii, tj. 101-200 Kč. Středoškolsky vzdělaní respondenti darovali nejčastěji dar v prvních třech kategoriích, tj, celkem 0-500 Kč. Přesto právě tito respondenti patří společně s vysokoškolsky vzdělanými respondenty k nejštedřejším dárcům (ve smyslu poskytování nejvyšších hodnot darů). U respondentů s vyšším odborným vzděláním nalezneme kategorii s největším procentním zastoupením. Jedná se o druhou kategorii, tj. 101-200 Kč, zastoupeno je téměř 43 % respondentů. Vysokoškolsky vzdělaná kategorie respondentů poskytla dary v rámci všech kategorií, nelze vypořádat žádné významné tendence. Průměrně největší hodnotu daru (4,5) poskytla kategorie respondentů s vysokoškolským vzděláním.

Bydliště: Respondenti z největších měst (více než 100 000 obyvatel) patří mezi nejštedřejší dárcy, jejich zastoupení v nejnižších kategoriích hodnot daru není však tak vysoké ve srovnání s jinými kategoriemi dle velikosti bydliště. Zajímavé je zastoupení u malých obcí ve druhé kategorii velikosti bydliště (1 000-2 999 obyvatel), kdy téměř 27 % respondentů poskytlo dar v rámci páté kategorie výše daru, tj. 1 001-2 000 Kč. Ve srovnání s jinými kategoriemi velikosti bydliště je to výrazné zastoupení. Průměrně největší hodnotu daru (4,1) poskytla kategorie respondentů dle velikosti bydliště více než 100 000 obyvatel.

Čistý příjem respondenta: Podílové zastoupení dokládá, že výše čistého příjmu respondenta významným způsobem ovlivňuje výši poskytnutého daru. U dvou nejnižších kategorií dle velikosti příjmu nenalezneme respondenty, kteří by darovali nejvyšší částky, naopak je zřejmé jejich významné zastoupení u nižších hodnot daru. U nejbohatší skupiny respondentů (více než 40 000 Kč) nalezneme podstatné podílové zastoupení u posledních tří nejvyšších hodnot daru. Průměrně největší hodnotu daru (6,5) poskytla kategorie respondentů s čistým příjmem 40 000 Kč a více.

Počet členů domácnosti: Dle výsledků vzhledem k počtu členů domácnosti lze usuzovat, že nejštedřejší respondenti pochází z domácností se třemi až pěti členy.

Průměrně největší hodnotu daru (6) poskytla kategorie respondentů pocházejících z domácnosti o šesti členech (v dané kategorii je však pouze jeden znak).

Čistý příjem domácnosti: Vliv na výši poskytnutého daru má oproti počtu členů domácnosti spíše čistý příjem domácnosti. Z výsledků vyplývá, že nejchudší domácnosti poskytují dary až na výjimky pouze v rámci prvních třech kategorií výše daru. Další kategorie jsou zastoupeny v rámci velikostních kategorií daru nerovnoměrně, nelze pozorovat žádný výchylky. Výjimku tvoří dvě poslední kategorie, tj. nejbohatší domácnosti, které jsou významným způsobem zastoupeny v rámci posledních třech nejvyšších kategorií hodnot daru. Průměrně největší hodnotu daru (5,3) poskytla kategorie respondentů z domácností s druhým nejvyšším příjmem (61.000-80.000 Kč).

Náboženská víra: Určité podílové zastoupení respondentů nalezneme ve všech kategoriích výše daru, lze však vysledovat, že respondenti věřící jsou u nejvyšších kategorií zastoupeni v hojnějším počtu. Významné procento (27,3 %) těch, kteří uvedli odpověď „nevím“ na otázku, jaká je jejich náboženská víra, poskytli dar v rámci nejnižší kategorie, tj. méně než 100 Kč. Průměrně největší hodnotu daru (4,2) poskytla kategorie respondentů označujících se jako věřící, není rozhodující, zda se respondent hlásí či nehlásí k nějaké církvi.

Účast ve volbách: Podílové zastoupení respondentů dle rozdělení vzhledem k účasti v posledních parlamentních volbách nevykazuje žádné významné odchylky u jednotlivých skupin. Podle průměrné hodnoty výše daru poskytují nepatrně větší výši daru (3,9) respondenti, kteří se voleb účastnili, na rozdíl od respondentů, kteří se neúčastnili (3,7).

Práce v NNO: Práce v některé neziskové organizaci sehrává při výši daru pravděpodobně svoji roli. Podílové zastoupení pracujících v neziskové organizaci dosahuje u malých hodnot daru menšího procentního zastoupení oproti skupině respondentů, kteří v neziskové organizaci nepracují. U vyšších hodnot daru nalezneme oproti tomu výraznější zastoupení pracujících v neziskové organizaci. Tento výsledek dokládá i průměrná hodnota výše daru, u pracujících v neziskové organizaci je 5,2, u nepracujících pouze 3,7.

Angažovanost v NNO: Angažovanost a dobrovolná participace sehrává obdobnou roli jako práce v neziskové organizaci. Se vzrůstající výší daru roste podílové zastoupení těch

respondentů, kteří se v NNO angažují. Tento výsledek opět dokládá i průměrná hodnota výše daru, u angažujících se v neziskové organizaci je 4,9, u neangažujících se pouze 3,6.

Práce či angažovanost rodičů v NNO: Práce či angažovanost rodičů opět sehrává obdobnou roli jako u předchozích dvou socio-demografických determinantů. Se vzrůstající výší daru roste podílové zastoupení těch respondentů, jejichž rodiče pracovali či se dobrovolně angažovali v neziskové organizaci. Tento výsledek opět dokládá i průměrná hodnota výše daru, u respondentů angažujících se či pracujících rodičů v neziskové organizaci je 4,5, u neangažujících se či nepracujících 3,9.

Zaměstnání: Podílové zastoupení jednotlivých kategorií zaměstnání dle výše poskytnutého daru ukazuje, že vyšší hodnoty daru nalezneme spíše u vyšších socio-ekonomických skupin, ke kterým je možné řadit rovněž kategorii OSVČ, která vznikla z původní kategorie „ostatní“. Zcela nejmenší průměrné hodnoty daru nalezneme u studentů a nezaměstnaných respondentů (obě skupiny dosahují 2,0), či u osob na mateřské dovolené, které jsou současně zaměstnání (2,3).

4.3.14 Jaký je vztah vybraných socio-demografických skupin a frekvence darování? (V014)

Poslední výzkumná otázka se zaměřovala na analýzu vztahu mezi socio-demografickými skupinami a frekvencí poskytnutí daru. Vypočtené četnosti v jednotlivých kategoriích dané skupiny jsou uvedeny v příloze 13 této práce.

Pohlaví: Respondenti mužského pohlaví darují častěji dar v pravidelných intervalech oproti ženám. Ženy zase darují častěji vícekrát v roce než muži.

Věk: Mladí respondenti (18-24 let) nepatří mezi pravidelné dárcy, nejvíce pravidelných dárců (19,6 %) nalezneme mezi věkovou skupinou 25-34 let, nejvíce dárců (71,4 %), kteří darovali v průběhu roku vícekrát, nalezneme u respondentů starších 70 let. Největší zastoupení jednorázových dárců (42,5 %) nalezneme u věkové kategorie 35-54 let.

Rodinný stav: V procentním zastoupení dle rodinného stavu zaujímají specifickou pozici dárci ovdovělí. Ti nepatří mezi jednorázové dárcy, naopak jejich hojně zastoupení (téměř $\frac{3}{4}$) darovalo v průběhu roku vícekrát. Mezi dalšími třemi kategoriemi rodinného stavu nejsou zřejmé žádné výrazné rozdíly v jednorázovém darování či darování vícekrát. V pravidelném darování nejvíce dominují (28,6 %) ovdovělí respondenti.

Nejvyšší ukončené vzdělání: Pravidelné dárce nenalezneme mezi respondenty se základním a vyšším odborným vzděláním. Zastoupení těchto dárců v rámci zbývajících kategorií frekvence darování je však rozdílné. 2/3 dárců se základním vzděláním darovalo vícekrát, u dárců s vyšším odborným vzděláním to bylo pouze málo přes 40 %. Mezi zbývajících skupinami respondentů nalezneme nejvíce pravidelných dárců v kategorii vyučen s maturitou. Vysokoškolsky vzdělaní dárce jsou v kategorii pravidelného darování zastoupeni pouze třinácti procenty, avšak více než 60 % z nich daruje vícekrát v roce, mezi jednorázovými dárce nalezneme pouze ¼ respondentů.

Bydliště: Nejvíce pravidelných dárců (14,8 %) nalezneme mezi respondenty z velkých měst (více než 100 000 obyvatel). Naopak žádné pravidelné dárce nenajdeme mezi respondenty žijícími ve 3. kategorii velikosti bydliště tj. 3 000 – 9 999, jejich velmi výrazné zastoupení (téměř 80 %) najdeme mezi dárce, kteří poskytli dar vícekrát. Mezi dalšími kategoriemi velikosti bydliště nelze identifikovat žádné významné rozdíly v procentním zastoupení.

Čistý příjem respondenta: Nejvíce pravidelných dárců (1/4) nalezneme u respondentů s nejvyššími čistými příjmy (tj. nad 40 000 Kč), nejvíce dárců, kteří darovali vícekrát, nalezneme u 2. (10 000 – 14 999 Kč) a 4. (20 000 – 29 999 Kč) kategorie, v obou skupinách podíl činil více než 60 %.

Počet členů domácnosti: Vzhledem k tomu, že domácnosti o více než 6 členech byly reprezentovány pouze jedním respondentem, nejsou tyto údaje brány v potaz. Nejvíce pravidelných dárců nalezneme v jednočlenných domácnostech (17,4 %) a trojčlenných domácnostech (12,8 %). Dárce, kteří darovali v daném roce vícekrát, nalezneme nejvíce u pětičlenných domácností (60 %).

Čistý příjem domácnosti: Domácnosti s nejnižším příjmem patří mezi dárce, kteří darovali vícekrát, nenajdeme mezi nimi ani dárce pravidelné, ani dárce, kteří darovali pouze jednou. Jednorázoví dárce jsou nejvíce zastoupeni ve dvou následujících kategoriích, s příjmem 11 000 – 20 000 Kč (41,4 %) a 21 000 – 30 000 Kč (42 %). Pravidelné dárce nalezneme nejvíce u dvou posledních kategorií s nejvyšším čistým příjmem, tj. 61 000 Kč a více. Nejvíce dárců (2/3), kteří darovali vícekrát, nalezneme v kategorii 31 000-40 000 Kč.

Náboženská víra: Největší procentní zastoupení pravidelných dárců (17 %) je zaznamenáno u věřících hlásících se k nějaké církvi. Přestože věřících, kteří se nehlásí k

žádné církvi, nalezneme mezi pravidelnými dárci téměř 11 % (u respondentů bez vyznání 7,4 %), jejich zastoupení mezi jednorázovými dárci je vyšší (39,1 %), než u dárců bez vyznání (36,1 %).

Účast ve volbách: Mezi respondenty dárci, kteří se voleb účastnili či neúčastnili nelze spatřovat žádné podstatné rozdíly u žádné z kategorie frekvence darování. U respondentů, kteří již nevědí, zda u voleb byli, či nebyli, nenalezneme žádné pravidelné dárcce, 3/5 z těchto dárců darují v průběhu roku vícekrát.

Práce v NNO: Práce v neziskové organizaci významně ovlivňuje frekvenci darování, přes 18 % respondentů, kteří v neziskové organizaci pracují, darují pravidelně, jedná se o dvojnásobné procentní zastoupení oproti dárcům, kteří v neziskové organizaci nepracují. Mezi nepracujícími v neziskové organizaci zase nalezneme více dárců (přes 55 %), kteří darovali vícekrát, oproti respondentům pracujícím v neziskové organizaci (necelých 44 %).

Angažovanost v NNO: U kategorie angažovanosti v neziskové organizaci je vztah dárců vzhledem k frekvenci darování obdobný, nepatrně výraznější. 26,5 % dárců, kteří se dobrovolně angažují v neziskové organizaci, patří mezi pravidelné dárcce, u dárců, kteří se nikterak neangažují, se jedná pouze o 7,3 %. Mezi neangažovanými respondenty nalezneme zase více dárců, kteří darovali vícekrát (téměř 60 %), oproti angažovaným dárcům (přes 35 %).

Práce či angažovanost rodičů v NNO: U respondentů, jejichž rodiče pracovali či se dobrovolně angažovali v neziskové organizaci, nalezneme více jednorázových dárců (40 %) a pravidelných dárců (15 %). U respondentů, jejichž rodiče nepracovali či se dobrovolně neangažovali v žádné neziskové organizaci, je zastoupeno více dárců (přes 55 %), kteří darovali vícekrát.

Zaměstnání: Výsledky procentního zastoupení dle kategorií zaměstnanosti dokládají, že žádné pravidelné dárcce nelze nalézt mezi řemeslníky a opraváři, studenty, nezaměstnanými či osobami na mateřské/rodičovské dovolené, kteří dochází současně do zaměstnání. Nejvíce pravidelných dárců výsledky očekávaně zachytily mezi zákonodárci a řídicími pracovníky (25 %), avšak nečekaně také mezi dárci obsluhujícími stroje a zařízení, montéry (přes 33 %). Studenti, důchodci a osoby na mateřské/rodičovské dovolené a současně docházející do zaměstnání patří mezi

skupiny respondentů, kteří nejčastěji darují vícekrát (u všech skupin více než 2/3 respondentů dané kategorie).

Shrnutí: ochota, míra, frekvence darování

Vzhledem k tomu, že ochota⁸¹, míra a frekvence darování se liší napříč socio-demografickými skupinami, uvádí následující přehled porovnání, které socio-demografické skupiny jsou nejvíce u daných parametrů zastoupeny. Výsledky zachycené v tabulce dokládají, že velmi podstatné při zjišťování „úrovně“ dárcovství v dané společnosti je stanovení výzkumné otázky. Výzkumné šetření v rámci této disertační práce se zaměřilo na charakteristiku tří typů dárců: nejochotnější, nejštedřejší a pravidelné dárci. Při porovnání ochoty, míry a frekvence darování se ukazuje, že výsledky mohou být rozdílné, dárci nejochotnější nemusí být dárci nejštedřejší, dárci pravidelní nemusí být dárci nejochotnější, dárci nejštedřejší nemusí být dárci pravidelní.

Tabulka 26: Porovnání největší ochoty, míry a frekvence darování vzhledem k socio-demografickým skupinám

	Ochota	Míra	Frekvence
Pohlaví	Žena	Muži	Muži
Věk	> 70 let	35-54 let	25-34 let
Rodinný stav	Ženatý/vdaná	Ženatý/vdaná	ovdovělí
Dosažené vzdělání	Vyučen s maturitou	Vysokoškolsky vzdělaní	Vyučen s maturitou
Velikost bydliště	50-99 tis.	Více než 100 tis.	Více než 100 tis.
Čistý příjem respondenta	Více než 40 tis. Kč	Více než 40 tis. Kč	Více než 40 tis.
Počet členů domácnosti*	1	1, 5	3
Čistý příjem domácnosti	41-60 tis. Kč	61-80 tis. Kč	Více než 80 tis. Kč
Náboženská víra	Věřící hlásící se k církvi	Věřící	Věřící hlásící se k církvi
Účast ve volbách	ANO	ANO, nevím	NE
Práce v NNO	ANO	ANO	ANO
Angažovanost v NNO	ANO	ANO	ANO
Rodiče v NNO	ANO	ANO	ANO
Zaměstnání	Osoba na mateřské/rodičovské dovolené či důchodce, kteří si současně přivydělávají	Zákonodárci a řídicí pracovníci	Obsluha strojů, zařízení, montér

*Domácnosti pouze s jedním znakem nejsou do souhrnného přehledu započítány.

Zdroj: autorka

⁸¹ Ochota darovat je v textu odvozována od poměru dárců a nedárců vzhledem ke zvolené proměnné. Čím větší je procentní zastoupení dárců, tím větší je ochota darovat.

Totožné výsledky u všech třech skupin dárců předkládá pouze socio-demografický determinant: *čistý příjem respondenta* a sociální proměnné představované determinanty: *dobrovolnictví a občanská participace* (práce či angažovanost v NNO) a *modely zkušenosti z mládí* (práce či angažovanost rodičů v NNO).

U ostatních socio-demografických skupin nalezneme následující rozdíly: muži darují nejvíce a nejčastěji, nikoli však nejochotněji; nejochotnější darovat jsou staří lidé, nejčastěji daruje střední věková kategorie, nejčastěji darují mladí lidé (nikoli však nejmladší věková kategorie); nejochotněji a nejvíce darují lidé žijící v manželství, avšak nejčastěji darují ovdovělí dárce; vysokoškolsky vzdělaní dárce darují nejvíce, nikoli však nejochotněji a nejčastěji; dárce žijící v největší velikostní kategorii bydliště darují nejvíce a nejčastěji; počet členů domácnosti je u všech tří skupin dárců rozdílný; přestože čistý příjem dárce má totožný vliv, u čistého příjmu celé domácnosti bylo dosaženo rozdílných výsledků. Nejmenší čistý příjem domácnosti mají nejochotnější dárce, řádově větší mají nejštědřejší dárce a řádově větší mají pravidelní dárce. Věřící dárce (povětšinou hlásící se k nějaké církvi) patří mezi dárce nejochotnější, nejštědřejší i nejčastější; neúčast ve volbách je charakteristická pouze u pravidelných dárců. Vzhledem k zaměstnání nalezneme zcela rozdílné výsledky u všech tří skupin dárců.

5 DISKUSE TEORETICKÝCH VÝCHODISEK PRÁCE A VÝSLEDKŮ EMPIRICKÉHO ŠETŘENÍ

Disertační práce se snaží nalézt odpověď na stěžejní otázku týkající se vztahu mezi lidskou racionalitou a zjevným prosociálním chováním jedince ve společnosti. První kapitola se zaměřuje na vymezení paradigmatu subjektivní racionality vzhledem k jeho neoklasickému pojetí. Subjektivní racionalita je dle zjištění odvislá od mnoha vnitřních i vnějších faktorů, které dané rozhodování mohou ovlivnit. Navazující části doplňují poznatky o subjektivní racionalitě v oblasti dárcovství a vysvětlují prostřednictvím teoretických modelů, co člověka vede k danému chování. Práce se tedy nepokouší o analýzu toho, zda dané chování lze považovat za racionální či nikoli.

V rámci části o prosociálním chování jsou především uváděny rozdílné definice v chápání altruistického jednání. Vnímání altruismu je velmi ovlivněno přístupem, na základě kterého na něj nahlížíme. Společné pro všechny přístupy je hledání motivace k altruistickému jednání a snaha vymezit to, co může jednotlivec za své chování získat, aby jeho chování mohlo být stále ještě označováno za altruistické. Altruismus je nejčastěji diskutován v následujících oblastech: vedle oblasti psychologie se jedná také o evoluční biologii, ekonomii a politickou ekonomii. Společným základem definic je vymezení altruismu v protikladu k egoismu.

Dárcovství je často ztotožňováno s laskavostí a podporou pro chudé a potřebné, investicí peněz či času pro dobro společnosti. Stává se tak určitým druhem společenské potřeby, kterou trh většinou neumí zabezpečit. Dárcovství je celosvětové téma, které se každý den dotýká bezpočtu lidí a přináší jim vzdělání, intelektuální či duchovní potěchu, lepší zdravotní stav, sociální pomoc, úlevu od neštěstí aj.

Dárcovství je často zaměňováno s pojmem altruismus, jehož vymezení bylo uvedeno v první kapitole. Rozdíl těchto pojmů spočívá především v jejich přesahu, individuální iniciativě. Altruismus se vztahuje na nejbližší okolí, avšak dárcovství se snaží uchopit problémy komplexně a navrhnout řešení v širších souvislostech. Jednotlivci pociťují existenci nerovnosti ve společnosti a mají potřebu alespoň částečně tuto nerovnost vyrovnat, čehož se snaží docílit převážně pomocí finanční podpory. Práce zasazuje

problematiku dárcovského rozhodování do ekonomických souvislostí. Dárcovství je charakterizováno optikou užitku jednotlivce, či jeho preferencí. Přestože modely poskytují teoretický náhled do různých racionálních rozhodnutí, je třeba rovněž všechna tvrzení v nich obsažená testovat na základě empirických dat. Tuto mezeru mezi teorií a empirickými výsledky lze vyplnit, pokud uvedené modely rozhodování budeme operacionalizovat do té míry, abychom prostřednictvím empirického testování mohli jejich důsledky buď potvrdit či vyvrátit.

5.1 TEORETICKÁ REFLEXE

Na základě první a druhé kapitoly autorka definovala problémovou oblast empirického šetření, tedy oblast sociálního chování, racionálního chování, dárcovství a altruismu. Je předloženo mnoho přístupů a teorií, které se pokouší vymezit dárcovské chování. V této části se autorka pokusí komparovat dané poznatky a nalézt jejich společná východiska a překryvy ve vazbě na možnost jejich potenciální praktické implikace.

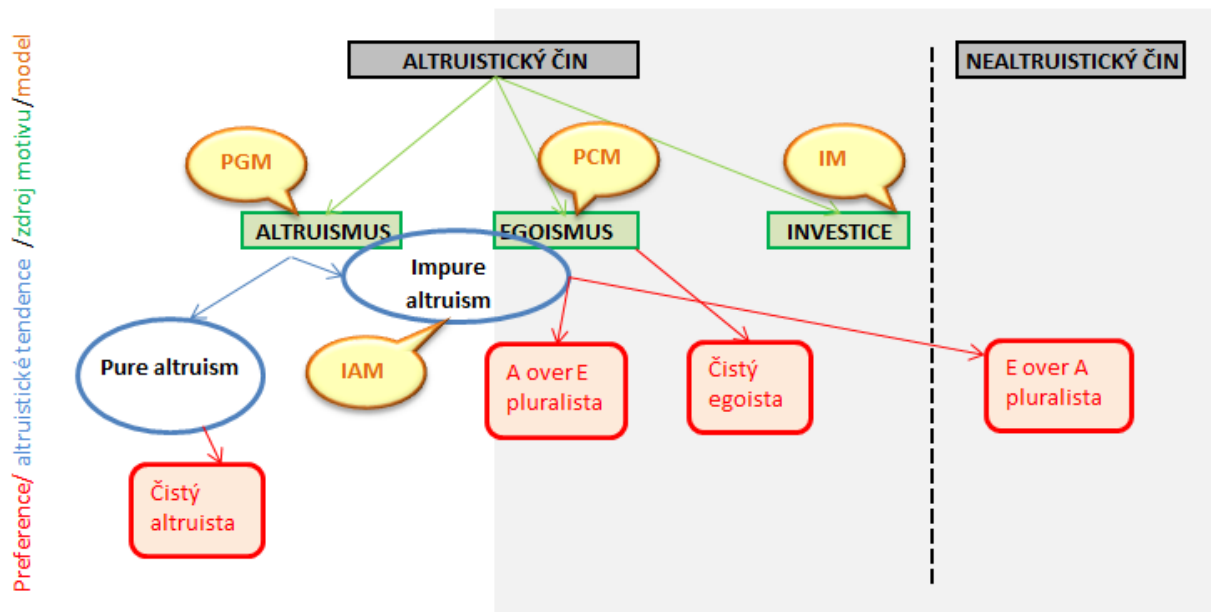
Autorčina komparace je znázorněna prostřednictvím následující schématu, které vzájemně propojuje prezentované teoretické poznatky:

- Dvě altruistické tendence altruistického jednání (WILSON, 1993) – čistý altruismus (*Pure altruism*), nečistý altruismus (*Impure altruism*).
- Rozhodování dle dárcovské preference (SOBER, WILSON, 1998) – preference *altruisty*, preference *egoisty*, preference *E over A pluralisty*, preference *A over E pluralisty*.
- Možné přínosy z aktu dárcovství dle ZIEMEK (2003) – přínos *altruistický*, přínos *osobní (egoistický)*, přínos *směnný (investiční)*.
- Modely vysvětlují akt dárcovství dle ZIEMEK (2003) – Public goods model (dále *PGM*), Private consumption model (dále *PCM*), Investment model (dále *IM*) a Impure altruism model (dále *IAM*).

MONROE (1994) upřesňuje, že altruismus musí být doprovázen akcí, myšlenka bez akce není altruismus, stejně jako uvádí, že záměr je důležitější než výsledek. V záhlaví schématu je proto znázorněna skutečnost, zda došlo k altruistickému činu (dar byl poskytnut) či k nealtruistickému činu (dar nebyl poskytnut), následuje rozdělení zdroje motivu či užitku na přínos altruistický, egoistický či investiční.

Schéma se pokouší zachytit rozkol, kdy altruismus může stát v pozadí aktu darování, stejně jako nemusí, kdy egoismus lze chápat jako velmi významnou pohnutku stojící v pozadí aktu darování. Altruismus tak není možné odvodit pouze od pozorovatelného altruistického jednání, je nutné rozlišovat mezi altruistickým činem a altruismem. Šedé pozadí schématu vymezuje, které teoretické modely vychází z egoistického, sobeckého chování.

Schéma 6: Komparace teoretických modelů



Zdroj: autorka

K největším překryvům a styčným plochám dochází skrze Impure altruism. V úvodních kapitolách práce byl altruismus jakožto jakékoliv prosociální chování, které je učiněno ve prospěch jiných bez očekávání odměny, vnímáno ve dvou základních polohách/tendencích – pure altruism a impure altruism. Pure altruism předpokládá úplnou nezištnost a žádné očekávání odměny. Vzájemná závislost užitků dárce a obdarovaného ukazuje, že „štěstí“ jednotlivce (úroveň užitku) nebo jeho spotřeba je ekonomicky řečeno „externalitou“⁸² pro jiného jednotlivce či „veřejným statkem“⁸³ (KOLM, 2000). Impure altruism představoval situaci, kdy přes fakt, že obdarováváme druhého bez nároku na odměnu, ještě neznamená, že se nám nějaké formy odměny nedostane. Přestože pro nás akt darování může představovat určitou odměnu, je třeba

⁸² Paul A. Samuelson charakterizoval externalitu jako efekt přelévání. Nastává tehdy, když výroba nebo spotřeba statků způsobuje nedobrovolné náklady nebo přínosy jiným subjektům. Tyto vedlejší efekty jsou přenášeny na jiné, aniž ti, kdo náklady (výnosy) způsobují, nebo ti, kdo výnosy (náklady) získávají, za to platí (SAMUELSON, 1991).

⁸³ Jedná se o statky nebo služby, které se dají charakterizovat dvěma vlastnostmi: nerivalitní spotřebou (nezmenšitelností) a nevyloučitelností (MACÁKOVÁ, 2003).

vždy důsledně vnímat, že primárním cílem altruismu je blaho druhého. Pokud však jednatelce vykonává čin, který přestože je pro druhé přínosný a prospěšný, avšak jeho důvodem je převážně dobro pro něho samotného, nejedná se o čin altruistický, ale egoistický (sobecký).

Egoismus, jakožto upřednostňování vlastních zájmů a vlastního užitku před zájmy a užitky ostatních, může rovněž stát v pozadí tzv. Impure altruismu. V daném případě dochází k poskytnutí daru nikoli proto, aby se druzí měli lépe, ale aby se dárce měl lépe, např. získal respekt, dobrý pocit apod. Zdroje egoismu tak lze interpretovat ve dvou rovinách: 1) snahou dárce je zvýšit vlastní užitek – teorie motivací, 2) snahou dárce je upřednostnit vlastní zájmy před zájmy ostatních – teorie preferencí.

Teorie (např. WISPÉ, 1972; ETZIONI, 1995; HLAVÁČEK, 1999; WILSON, 1993; LEA, 1994; MONROE, 1994; RUSHTON, 1982; COLLARD, 1979; ANDREONI, 1989; MEIER, 2006; SOBER a WILSON, 1998; ZIEMEK, 2003; BECKER, 1974) nám tedy předkládají dva pohledy na akt darování spojený s určitou formou odměny, pohled vycházející z altruismu i pohled vycházející z egoismu. Je nezbytné s precizností oddělovat, ze kterého pohledu vychází naše vnímání.

Schéma rovněž zachycuje rozhodování jednotlivce podle jeho preference. To, zda se chováme altruisticky či egoisticky určují naše preference. Práce ve své teoretické části dokládá zajímavý poznatek, že egoista, který má zájem jen a jen o sebe dar poskytne, zatímco E over A pluralista, kterého zajímá i blaho ostatních, dar neposkytne. Pokud dané dárcovské preference zahrneme do schématu, je patrné, že v pozadí opět stojí Impure altruism, ze kterého tyto dvě dárcovské preference vychází. Protože E over A pluralista ve výsledku dar neposkytne, je jeho chování znázorněno jakožto nealtruistický čin.

Zmíněné motivy v případě teoretických modelů PGM, PCM, IM a AIM jsou považovány za základní zdroje motivací a jsou výchozí pro širší spektrum motivací. Uvedené modely vychází z předpokladu, že dárce odpovídá odlišně na změny v přispívání ostatních, nehledě na to, zda jde o financování soukromé či veřejné. PGM předpokládá *negativní vztah* mezi osobními příspěvky dárce a příspěvky ostatních, zajímá se pouze o celkovou výši nabídky statků, PCM naopak předpokládá *neutrální vztah* mezi danými proměnnými, rozhodování dárce je nezávislé na výši nabídky (příspěvcích ostatních), IM formuluje *pozitivní vztah*.

Proměnnou příspěvky ostatních můžeme tedy považovat za pomocný nástroj, který na jedné straně sjednocuje všechny modely chování dárce vzhledem k jedné proměnné, na druhé straně napomáhá rozlišovat mezi modely při změně dané proměnné.⁸⁴ Důsledky teoretického vymezení daných modelů uvedené v předešlém textu lze shrnout následovně:

- V případě **PGM** reprezentovaného motivací nazvanou 'altruismus' lze nalézt **zastupitelnost** mezi výší daru jednotlivce a úrovní veřejného přispívání. Rostoucí míra veřejného přispívání vytěsňuje (crowd-out) dárcovskou angažovanost.
- V případě **PCM** lze nalézt **neutralitu** mezi výší daru jednotlivce a úrovní veřejného přispívání. Rostoucí míra veřejného přispívání přímo neovlivňuje dárcovskou angažovanost.
- V případě **IM** lze nalézt **komplementaritu** mezi výší daru jednotlivce a úrovní veřejného přispívání. Rostoucí míra veřejného přispívání v sobě zahrnuje (crowd-in) dárcovskou angažovanost.

Pravděpodobnost předpokladu, že motivace dárců ve společnosti je heterogenní bez identifikace převažující motivu u daného jednotlivce, nám však mnoho neposkytuje. Např. negativní vztah mezi úrovní veřejného přispívání a výší příspěvků jednotlivce nám může pouze naznačit, že převažuje altruistický motiv, ale neumožní nám učinit jakoukoliv predikci o přítomnosti jiných motivů.⁸⁵

5.2 EMPIRICKÁ REFLEXE

Při empirickém testování se potvrdily předpoklady charakteristické pro tento typ výzkumu. Při zjišťování jakýchkoliv dat nepřímým způsobem, obzvláště dat vztahujících se k lidskému chování, je nanejvýš důležité zkoumaný jev vhodně operacionalizovat. Při interpretaci zjištěných výsledků v rámci provedeného šetření bylo podstatné, jak zněla a byla chápána daná otázka (tzv. validita otázky). K jednomu motivu mohlo být vztaženo

⁸⁴ Pro další analýzu vychází dané důsledky z předpokladu, že dárce považuje příspěvky ostatních jednotlivců a financování z veřejných rozpočtů za dokonalé substituty. Dárce je tedy indiferentní mezi změnou úrovně soukromého přispívání a přispívání z veřejných zdrojů. Souhrnně jsou oba komponenty v textu nazvány 'veřejné přispívání'.

⁸⁵ Podobný předpoklad vyslovuje též AMOS (1982), který upozorňuje na empirickou obtížnost rozlišit rozdílné motivy ve vztahu mezi charitativním dárcovstvím a úrovní vládních programů. Zatímco výsledky empirických modelů jsou schopny uvést převažující motiv, nejsou schopny identifikovat, zda nějaký motiv vůbec není přítomen.

několik otázek s rozličným zněním. Výsledky dokládají, že rovněž pro jeden motiv či determinant se mohly objevit rozdílná (někdy až protichůdná) zjištění v souvislosti se zněním otázky. Někdy byl tak daný motiv či determinant v rámci jedné otázky potvrzen, v rámci druhé nikoli.

Přestože lze určitým způsobem měřit a identifikovat, které motivy mají vliv na rozhodnutí darovat, nelze tento vliv, neboli ochotu darovat, ztotožňovat s mírou dárcovství (danou výší poskytnutého daru). Výsledky výzkumu dokládají, že u některých dárců, které lze charakterizovat vysokou ochotou poskytovat dary, je současně možné pozorovat i nízkou míru dárcovství. Lze nalézt dárce, kteří signifikantním způsobem neinklinují ke zjišťovaným motivům či determinantům, přesto je lze označit za nejštědřejší dárce.

Chování je ve svém směru a síle determinováno motivy, ale jeho způsob je determinován i situačními faktory: chování se přizpůsobuje situaci, a tak v různých situacích může být dosaženo téhož cíle (NAKONEČNÝ, 1999). Dané tvrzení může být vztaženo i na dárcovské chování. To je ovlivňováno řadou zjevných i skrytých vnitřních či vnějších proměnných, mezi kterými existují vždy různé kauzální vztahy. Je tedy velmi obtížné předložit ucelený přehled všech proměnných pro jakoukoliv situaci, pro jakýkoliv výzkumný vzorek či exaktně definovat vazby závislosti.

V užším smyslu je motiv chápán jako „vědomý záměr či cíl chování“, avšak v širším smyslu jako „cíle chování, tj. i nevědomý účel chování“ (NAKONEČNÝ, 1999). Přestože tedy respondenti mohou odpovídat pravdivě na kladené otázky, nemusí být jejich chování s tímto vždy plně ztotožněno. Ve skutečnosti mohou jejich rozhodování o poskytnutí daru ovlivňovat i proměnné, které si jednotlivec nemusí uvědomovat, a které tak předurčují jeho chování obtížně popsatelné. Lidské chování je náhodné a lze jej velmi těžko modelovat. Při posuzování lidského jednání tak bývá ponechán určitý prostor pro nevysvětlitelnou část (viz. R^2 v regresní analýze).

Výzkumné šetření bylo založeno na omezení trojího druhu. Vztahovalo se pouze na formální dárcovství neziskovým organizacím, postihovalo darování pouze jednotlivců ve společnosti a bylo vyjádřeno pouze prostřednictvím dárcovství peněžního. S uvedeným výzkumným omezením, či zúžením výzkumného zaměření, mohlo dojít také k zúžení zjištěných výsledků.

Problematika dárcovství je velmi heterogenní a obsáhlé téma co do četnosti výzkumných otázek. V rámci zúžení tohoto tématu, jak bylo výše uvedeno, bylo rovněž potřebné zamyslet se nad tím, o co ve výzkumu jde: charakterizovat ovlivňující faktory jednotlivce, kteří darují nejvíce, nebo nejčastěji, nebo nejochotněji? Disertační práce se zaměřuje na všechny tři typy dárců, popisuje dárce, kteří mají největší ochotu, míru (darují nejvíce) a frekvenci (darují nejčastěji) darování.

Při empirické reflexi získaných dat se zřetelně projeví dva možné směry další analýzy dat:

- Značné množství jednotlivých motivů vybízí k zamyšlení, zda by bylo možné vysvětlit proces dárcovského rozhodování prostřednictvím menšího počtu proměnných, zda existují určité kombinace vlivů jednotlivých motivů.
- Vzhledem k tomu, že jednotlivé ukazatele motivů, determinantů či socio-demografických determinantů byly měřeny prostřednictvím různých technik (bodovací škálou, otevřenými otázkami, uzavřenými otázkami), nelze prostřednictvím provedené korelační analýzy určit, která z daných proměnných je nejvlivnější v procesu darování. Lze pouze určit, která z proměnných má statisticky významný vliv na závisle proměnnou (posouzení bivariačního vztahu).

V následující části se autorka snaží dané směry další analýzy následovat, provádí explorační faktorovou analýzu a regresní analýzu dat.

5.3.1 Explorační faktorová analýza

V explorační verzi faktorové analýzy byla provedena redukce dat s cílem odhalit skryté souvislosti. Pro explorační faktorovou analýzu byly vybrány proměnné vztahující se k motivům, tedy do analýzy nevstupovaly vnější proměnné – determinanty a socio-demografické determinanty. Z mnoha položek – proměnných byly vybrány ty, které statisticky „patří k sobě“ (tj. vykazují podobnou variabilitu) a z nichž je možné vytvořit novou proměnnou (faktor, komponentu). Faktorová analýza byla provedena v následujících krocích:

Posouzení vhodnosti dat pro faktorovou analýzu

Míra vhodnosti dat získaných empirickým šetřením byla zjišťována prostřednictvím:

- anti-image matice⁸⁶ s hodnotami *Kaiser_Meyer_Olkinovy míry* (dále KMO). KMO porovnává významnost normálních a parciálních korelací. Čím více jsou hodnoty⁸⁷ korelované, tím jsou vhodnější pro faktorovou analýzu.
- signifikance tzv. *Barlettova testu sféricity*, která by měla být významná minimálně na úrovni 0,05. Barlettův test testuje nulovou hypotézu – proměnné na sobě v základním souboru nezávisí.

Tabulka 27: KMO a Bartlettův test sféricity

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,896
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	5112,124
	df	666
	Sig.	0,000

Zdroj: autorka

Hodnota KMO kritéria vychází ze srovnání párových a parciálních korelačních koeficientů a nabývá hodnoty 0,896. To indikuje, že vstupní proměnné jsou korelovány a jsou tudíž vhodné pro využití faktorové analýzy. Rovněž Bartlettův test, který testuje, zda je korelační matice proměnných jednotková, potvrzuje vhodnost použití dat pro faktorovou analýzu.

Extrakce faktorů

Do faktorové analýzy byly zahrnuty ty faktory, jejichž rozptyl je větší než 1 (dle *Kaiserova pravidla*). Každý řádek tabulky odpovídá jednotlivému faktoru, jenž byl extrahován pomocí *Metody hlavních komponent*. První část nazvaná *Initial Eigenvalues* obsahuje výsledky metody hlavních komponent. Vlastní čísla jsou uvedena ve druhém sloupci, který následuje sloupec s označením faktorů (komponent). Vlastní čísla korelační matice udávají rozptyl vyčerpaný faktorem. Tento rozptyl vyjádřený procentuálně, je uveden ve třetím sloupci tabulky. Pro lepší představu, kolik rozptylu je už daným počtem faktorů vyčerpano, slouží čtvrtý sloupec s kumulovanými procentuálními hodnotami vyčerpaného rozptylu.

⁸⁶ Vzhledem k objemnosti dat není matice v práci doložena, je uvedena pouze míra KMO.

⁸⁷ Hodnota KMO 0,9 – data jsou velmi vhodná pro faktorovou analýzu, 0,8 chválihodná, 0,7 průměrná, 0,5 nevhodná, <0,5 data jsou nepřijatelná pro faktorovou analýzu.

Tabulka 28: Výstup z faktorové analýzy

Component	Total Variance Explained								
	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	7,821	21,137	21,137	7,821	21,137	21,137	5,452	14,734	14,734
2	5,456	14,746	35,883	5,456	14,746	35,883	3,631	9,812	24,547
3	1,597	4,317	40,200	1,597	4,317	40,200	3,159	8,538	33,085
4	1,473	3,980	44,180	1,473	3,980	44,180	2,290	6,190	39,275
5	1,292	3,493	47,673	1,292	3,493	47,673	1,880	5,080	44,354
6	1,158	3,130	50,803	1,158	3,130	50,803	1,712	4,627	48,982
7	1,076	2,907	53,710	1,076	2,907	53,710	1,495	4,040	53,022
8	1,042	2,815	56,526	1,042	2,815	56,526	1,296	3,504	56,526
9	,965	2,608	59,134						
10	,923	2,494	61,628						
11	,852	2,303	63,930						
12	,832	2,247	66,178						
13	,806	2,180	68,357						
14	,768	2,076	70,433						
15	,736	1,989	72,422						
16	,715	1,934	74,356						
17	,691	1,867	76,223						
18	,663	1,791	78,014						
19	,618	1,671	79,685						
20	,591	1,597	81,282						
21	,564	1,525	82,807						
22	,552	1,492	84,299						
23	,524	1,417	85,716						
24	,498	1,347	87,062						
25	,495	1,339	88,401						
26	,482	1,302	89,703						
27	,453	1,225	90,928						
28	,422	1,141	92,069						
29	,414	1,118	93,188						
30	,400	1,081	94,268						
31	,352	,950	95,219						
32	,335	,906	96,125						
33	,321	,868	96,992						
34	,312	,844	97,836						
35	,297	,803	98,639						
36	,263	,712	99,351						
37	,240	,649	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Zdroj: autorka

Druhá část tabulky *Extraction Sums of Squared Loadings* udává velikost vyčerpaného rozptylu po extrakci faktorů, a to opět v absolutní, procentuální a kumulované procentuální části. Omezuje se již na daný počet faktorů, tj. 8. Z tabulky je zřejmé, že první dva faktory vysvětlují přes 35 % variance.

Rotace faktorů, výpočet faktorových zátěží a pojmenování faktorů

Smyslem rotace faktorů je, aby se původně rozptýlené body co nejvíce přimkly k jednomu z extrahovaných faktorů. Ze základních typů rotace byla provedena ortogonální *Rotace Varimax*.

Tabulka 29: Matice faktorových zátěží před rotací a po rotaci

	Component Matrix ^a								Rotated Component Matrix ^a							
	Component								Component							
	1	2	3	4	5	6	7	8	1	2	3	4	5	6	7	8
A_emp	,512			,323						,397		,302	,408		,345	
A_nákl	,577								,631							
A_ss	,513	-,339							,510							
A_slit	,526	-,380	,349						,423		,478					
A_úč	,479	-,337						-,332	,625					,356		
A_vdě	,389					,313	,347		,322				,584			
A_sp	,542		,339						,440			,474				
A_visp_1	,480	-,501							,301	,616						
A_visp_2	,546							,369		,491						,447
A_přes_1	,433	-,364						,308	,306	,699						
A_přes_2	,420								,582							
A_socod_1		,321		,419											,625	
A_socod_2	,486	-,366								,631				,364		
A_mopo_1	,496	-,460							,324	,641						
A_mopo_2	,493	-,374		-,398						,542	,340			,319		
A_nábp				-,605												-,592
E_zisk	,358	,680							,810							
E_moc	,329	,575							,590							
E_sebe		,424		,387					,360						,502	
E_oc	,469	,591							,779							
E_polv	,443	,363							,452							,393
E_pocne	,525	,359							,542		,448					
E_str	,563					,342			,329			,613				
E_warm_1	,565	-,491							,694	,374						
E_warm_2	,596	-,305						-,334	,667							
E_reci		,600							,577							
E_sv	,472		,508									,690				
E_sebeob	,399	-,464									,362					
E_repu	,589	,403							,667							
E_oplsp_1	,409				-,616							,675				
E_oplsp_2	,408						-,371									,537
E_pp	,366		,369		,411							,428			,412	
E_pnk	,536					,344				,314				,649		
L_osko	,413	,584	-,358						,733							
L_dov	,447					,443	-,307							,677		
L_ses	,518	,521							,742							
L_prpř	,424	,671							,805							

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 8 components extracted.

Zdroj: autorka

Ve třetí části předchozí tabulky *Extraction Sums of Squared Loadings* jsou uvedeny hodnoty vyčerpaného rozptylu po rotaci Varimax. První faktor vyčerpává 14 % rozptylu, druhý faktor téměř 10 % rozptylu atd. Celkové vysvětlené procento variability se nemění, dochází pouze ke změně vysvětlené variability vázané na konkrétní faktor. Pokud aplikujeme 8 faktorů (dle Kaiserova pravidla) vysvětlíme 56 % celkové variability. Zátěže (*factor loadings*) představují korelace mezi faktorem a příslušnou položkou. Čím vyšší je korelace, tím více je faktor touto položkou sycen (korelace by měla být vyšší než 0,30).

Tabulka 30: Seskupení a pojmenování faktorů rotovaného řešení faktorové analýzy

	Component							
	sobecké potřeby	projevy lásky	morální potřeby	projevy porozumění	emoční potřeby	integrační potřeby	sociální potřeby	duchovní potřeby
příležitost zisku, odměny	,810							
touha po moci	,590							
ocenění	,779							
politický vliv	,452							
pocit nenahraditelnosti	,542							
reciprocita	,577							
reputace	,667							
osobní kontakty	,733							
socio-ekonomický status	,742							
pracovní příležitosti	,805							
náklonost, sympatie		,631						
soucit, solidarita		,510						
úcta		,625						
přesvědčení		,582						
dobry pocit (warmglow)		,694						
dobry pocit (warmglow)		,667						
víra ve spravedlnost			,616					
víra ve spravedlnost			,491					
přesvědčení			,699					
sociální odpovědnost			,631					
morální povinnost			,641					
morální povinnost			,542					
touha po sebeobětování			,362					
slitování, lítost				,478				
společenská pravidla				,474				
svědomí				,690				
potřeba pomoci				,428				
empatie					,408			
vděčnost					,584			
strach, obava					,613			
oplátka společnosti					,675			
potřeba někam patřit						,649		
dovednosti						,677		
sebestřednost							,502	
sociální odpovědnost							,625	
náboženská povinnost								-,592
oplátka společnosti								,537

Zdroj: autorka

Tabulka předkládá výsledky faktorové analýzy po seskupení proměnných do jednotlivých osmi faktorů v návaznosti na jejich míře sycení daným faktorem. Z charakteru sytících proměnných lze odhadnout, že faktor 1 popisuje sobecké potřeby, faktor 2 projevy lásky, faktor 3 morální potřeby, faktor 4 projevy porozumění, faktor 5 emoční potřeby, faktor 6 integrační potřeby, faktor 7 sociální potřeby, faktor 8 duchovní potřeby. První faktor, který vysvětluje 21 % rozptylu, obsahuje 10 položek. Druhý faktor, který vysvětluje 14 % rozptylu, obsahuje 6 položek.

5.3.2 Mnohonásobná lineární regresní analýza

Data z empirického testování byla podrobena regresní analýze, která si kladla za cíl:

- vysvětlit rozptyl v závisle proměnné,
- odhadnout vliv každé z nezávisle proměnných na proměnnou závislou, přičemž vliv každé nezávisle proměnné je odhadován tak, že je kontrolováno působení ostatních nezávisle proměnných, které vstupují do modelu,
- posoudit relativní sílu vlivu jednotlivých proměnných na proměnnou závislou,
- sestavit regresní rovnici.

Regresní analýza byla zpracována pro dvě závisle proměnné: **výši daru** a **darování** (tj. zda byl či nebyl poskytnut dar). První závisle proměnná (výše daru) představuje proměnnou spíše spojitou, proto byla analyzována prostřednictvím **lineární regrese**. Druhá závisle proměnná (darování) není spojitá, nabývá dichotomických hodnot, proto je vhodná spíše pro **binomickou logistickou regresi**.

Vzhledem k velkému počtu nezávisle proměnných byla zvolena u obou typů regresí **metoda Stepwise**, která se používá k nalezení „optimálního“ modelu. Proměnné jsou do regrese vkládány postupně a vytváří tak sadu modelů. Každý model se od toho předchozího liší tak, že v něm je o jednu nezávislou proměnnou více. Do výpočtu a do modelu vstupují pouze ty proměnné, které jsou statisticky významně vztaženy k proměnné závislé, tj. jsou **statisticky signifikantní**.

Většinu jevů a procesů reálného světa nemůžeme zcela vysvětlit a stoprocentně objasnit zákonitostmi, které platí. Je tedy nutné si připustit, že ani lineární či logistický regresní model nepovede k naprosto přesnému popsání objektivní skutečnosti, ale o její zjednodušený popis.

Následující mnohonásobná lineární regrese zkoumá vztah mezi výší poskytnutého daru a jednotlivými faktory, tj. motivy, determinanty a socio-demografickými determinanty. První tabulka předkládá údaje o adekvátnosti modelu. Vzhledem k tomu, že byla použita metoda dopředná (Stepwise), předkládá tabulka údaje pro celkem 6 modelů pro postupné vkládání 6 proměnných. Pro následující interpretaci bude následně používán model poslední, šestý. Dle údaje R^2 model vysvětluje 47 % variability závisle proměnné. Tzn., že téměř 50 % variability výše poskytnutého daru se nám podařilo vysvětlit prostřednictvím námi zvolených proměnných, zbytek variability je zapotřebí hledat v jiných proměnných. Vzhledem k tomu, že velikost R^2 může být uměle zvýšena počtem

proměnných, které vstupují do analýzy, je vhodné také nahlížet údaj *Adjusted R Square*, který bere počet proměnných v úvahu.

Tabulka 31: Lineární regrese – model summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,548 ^a	,300	,295	1,784
2	,585 ^b	,342	,333	1,736
3	,621 ^c	,385	,372	1,684
4	,654 ^d	,428	,412	1,630
5	,672 ^e	,451	,432	1,602
6	,687 ^f	,472	,450	1,577

a. Predictors: (Constant), Prijem

b. Predictors: (Constant), Prijem, A_slit

c. Predictors: (Constant), Prijem, A_slit, A_visp_1

d. Predictors: (Constant), Prijem, A_slit, A_visp_1, Sip_vzoz_3

e. Predictors: (Constant), Prijem, A_slit, A_visp_1, Sip_vzoz_3, Sip_vzpk_2

f. Predictors: (Constant), Prijem, A_slit, A_visp_1, Sip_vzoz_3, Sip_vzpk_2, Vira

Zdroj: autorka

Tabulka analýzy rozptylu, která je druhým výstupem z regresní analýzy, nám udává, zda-li je šestý model vhodný pro data, či nikoli, neboť měří rozdíl mezi skutečnými daty a daty, které vzniknou na základě aplikace regresního modelu. Z tabulky jsou nejdůležitější údaje o hodnotě F (mělo být vyšší než 1) a jeho signifikance (sig. by měla být nižší než 0,05). F je v našem případě mnohem vyšší než 1 a je signifikantní, což značí, že vypočtený regresní model je vhodný.

Tabulka 32: Lineární regrese - ANOVA

ANOVA					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
6 Regression	311,476	6	51,913	20,885	0
Residual	347,993	140	2,486		
Total	659,469	146			

Zdroj: autorka

Třetím základním výstupem regresní analýzy je tabulka regresních koeficientů. První řádek udává hodnoty konstanty *a*. Nestandardizovaný regresní koeficient *B* nám dává informaci o tom, jak velký vliv má nezávisle proměnná na závisle proměnnou a současně umožňuje predikci závisle proměnné pro jednotlivé případy. Jelikož však tato predikce

bude nepřesná, je zapotřebí současně vnímat hodnotu R², která nám pomáhá odhadnout, jaká nepřesnost v našich odhadech bude. Koeficient B udává, o kolik se změní hodnota závisle proměnné, když se hodnota nezávisle proměnné zvýší o jednotku). Hodnota standardizovaného *koeficientu Beta* nám umožní srovnávat míru vlivu jednotlivých nezávisle proměnných. Údaje o signifikanci říkají, zda-li je náš odhad dílem výběrové chyby či nikoli (výsledek můžeme očekávat i v základním souboru). Při metodě Stepwise vstupují do modelu pouze proměnné, jejichž Sig. je menší než 0,05.

Tabulka 33: Lineární regrese – regresní koeficienty

Coefficients					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
6 (Constant)	3,199	,677		4,723	,000
Prijem	,669	,089	,478	7,554	,000
A_slit	,643	,141	,340	4,579	,000
A_visp_1	-,586	,177	-,247	-3,310	,001
Sip_vzoz_3	-,426	,104	-,283	-4,114	,000
Sip_vzkp_2	,269	,112	,162	2,412	,017
Vira	-,369	,156	-,146	-2,357	,020

Zdroj: autorka

Regresní model pracuje s vybranými šesti proměnnými: **příjem respondenta Ep_fin_1, lítost A_slit, víra ve spravedlnost A_visp_1, vztahy k organizaci a zaměstnancům Sip_vzoz_3, vztahy ke konečnému příjemci Sip_vzkp_2, náboženská orientace Dp_náb.** Vybrány tedy byly 2 altruistické motivy a 4 socio-demografické determinanty (z toho 1 ekonomický, 1 demografický, 2 situační).

Konstanta nabývá hodnoty přibližně 3, tzn., že průměrná hodnota výše daru v námi analyzovaných datech spadá do 3. velikostní kategorie daru, tj, hodnoty 201 – 500 Kč. Regresní koeficienty nabývají kladných i záporných hodnot. Kladná hodnota koeficientu znamená, že mezi nezávisle a závisle proměnnou je pozitivní vztah, záporná hodnota indikuje negativní vztah. Při posuzování regresních koeficientů je nezbytné správně vyhodnotit kódování výsledků. U motivů a determinantů byla škála hodnocení následující: 1 – zcela souhlasím až 5 - zcela nesouhlasím. Pokud je tedy znaménko u

koeficientu kladné (kladný vliv), znamená to posun na škále od 1 směrem k 5 tj. rostoucí míru neztotožnění se.

Pozitivní vztah lze nalézt u proměnných: příjem respondenta, lítost a vztahy ke konečnému příjemci. Tzn. čím vyšší je čistý příjem, čím větší je míra neztotožnění se s motivem lítost, či determinantem vztahy ke konečnému příjemci, tím vyšší je hodnota poskytnutého daru. Čím nižší je míra ztotožnění se s motivem víra ve spravedlnost, determinantem vztahy k organizaci a zaměstnancům či náboženské orientace, tím vyšší je hodnota poskytnutého daru. Dle hodnot koeficientů Beta je zřejmé, že na výši poskytnutého daru má největší vliv příjem respondenta (.478).

Z údajů v tabulce lze sestavit následující regresní rovnici:

$$Y (\text{vyse daru}) = 3,199 + 0,669 \times \text{Ep_fin_1} + 0,643 \times \text{A_slit} - 0,586 \times \text{A_visp_1} - 0,426 \times \text{Sip_vzoz_3} + 0,269 \times \text{Sip_vzpk_2} - 0,369 \times \text{Dp_náb}$$

5.3.3 Binární logistická regresní analýza

Binární logistická regrese zkoumá vztah mezi darováním a jednotlivými faktory, tj. motivy, determinanty a socio-demografickými determinanty. Závisle proměnná nabývá dvou hodnot, 0 – respondent dar neposkytl, 1 – respondent dar poskytl. **Pravděpodobnost**, že jev nastane (respondent dar poskytne) se nazývá **šance** jevu (zkratka ODDS), logaritmus ODDS se nazývá **logit**. Je-li predikovaná pravděpodobnost větší než 0.50, pak se událost stala (1), je-li menší než 0.50, pak se nestala (0).

Můžeme si být jisti, že mezi souborem vysvětlujících proměnných a vysvětlovanou proměnnou je vztah? Statistik, které dávají určitým způsobem odpovědi na vznesené otázky, existuje celá řada. Zde se omezíme na ty, které nacházíme ve výstupech výše zmíněného programu. Za prvé je to statistika $-2LL$ ($-2 \log$ likelihood), která má asymptoticky rozdělení χ^2 . Tato statistika nabývá kladných hodnot a větší hodnoty indikují horší predikci závislé proměnné. Pro logistickou regresi bylo navrženo mnoho analogů ke koeficientu determinace R^2 , který byl uveden v lineární regresi, jedná se o R^2 Coxové a Snella a s R^2 Nagelkerka.⁸⁸ Hodnota R^2 Coxové a Snella je 0,376, hodnota R^2

⁸⁸ Určitý nedostatek prvního z koeficientů je v tom, že nemůže dosáhnout maximální hodnoty 1. Proto Nagelkerke navrhl modifikaci, která tento nedostatek odstraňuje.

Nagelkerka je 0,502. Podle posledního údaje tedy vyvozujeme, že model vysvětluje 50 % „variability“ závislé proměnné.

Tabulka 34: Logistická regrese - model summary

Model Summary			
Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	354,977	,174	,232
2	330,072	,240	,320
3	311,477	,286	,382
4	294,74	,326	,434
5	285,238	,347	,462
6	280,753	,357	,475
7	275,809	,367	,490
8	271,539	,376	,502

Zdroj: autorka

Jiný způsob, jak ocenit adekvátnost modelu, spočívá v porovnání pozorovaných a modelem predikovaných zařazení do kategorií binární vysvětlované proměnné, které je vyjádřeno klasifikační tabulkou. Klasifikační tabulka má dva řádky a dva sloupce. Součet případů na hlavní diagonále udává, kolik případů bylo klasifikováno správně. Z klasifikační tabulky se dozvídáme, že do kategorie závislé proměnné s kódem nula bylo správně zařazeno 77,7 % případů, do kategorie s kódem jedna 77,9 % případů a celkově bylo správně zařazeno 77,8 % případů, což ukazuje na docela dobrou diskriminační sílu modelu.

Tabulka 35: Logistická regrese - klasifikační tabulka

Observed		Predicted		
		Darování		Percentage Correct
		ne	ano	
Step 8	Darování	ne	ano	
		115	33	77,7
		33	116	77,9
	Overall Percentage			77,8

Zdroj: autorka

V logistickém regresním modelu se koeficienty odhadují pomocí metody maximální věrohodnosti. Zapišeme-li regresní rovnici jako:

$$\ln \text{ODDS} = A + BX,$$

- lze koeficient B interpretovat jako změnu ln ODDS (logitu) spojenou s jednotkovou změnou nezávislé proměnné za předpokladu, že hodnoty ostatních nezávislých

proměnných se nezmění.

- Exp (B) určuje velikost změny ODDS při jednotkové změně nezávisle proměnné.

Hodnota regresního koeficientu B sama o sobě nestačí k vyslovení závěru, že daná nezávisle proměnná je významná pro predikci či vysvětlení závisle proměnné. K tomu je potřeba testovat hypotézu $B=0$, test je založen na Waldově statistice.

Původní model byl redukován na model tvořený 8 proměnnými. Jedná se o následující: **5 altruistických motivů (náklonnost A_nákl, soucit a solidarita A_ss, vděčnost A_vdě, sociální odpovědnost A_socod_2, morální povinnost A_mopo_2), 2 egoistické motivy (sebestřednost E_sebe, dobrý pocit E_warm_1) a 1 socio-demografický determinant - věk Dp_vek.** Pod následující tabulkou je možné pozorovat, jak byly jednotlivé proměnné do regrese postupně vkládány.

Tabulka 36: Logistická regrese – regresní koeficienty

		Variables in the Equation					
		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 8 ^h	A_nákl	-,316	,155	4,187	1	,041	,729
	A_ss	,407	,176	5,334	1	,021	1,503
	A_vdě	,392	,119	10,905	1	,001	1,479
	A_socod_2	-,375	,170	4,883	1	,027	,687
	A_mopo_2	-,504	,139	13,115	1	,000	,604
	E_sebe	,434	,117	13,648	1	,000	1,543
	E_warm_1	-,812	,198	16,884	1	,000	,444
	Vek	,436	,150	8,446	1	,004	1,547
	Constant	,288	,759	,144	1	,705	1,333

a. Variable(s) entered on step 1: A_mopo_2.

b. Variable(s) entered on step 2: E_warm_1.

c. Variable(s) entered on step 3: E_sebe.

d. Variable(s) entered on step 4: Vek.

e. Variable(s) entered on step 5: A_vdě.

f. Variable(s) entered on step 6: A_socod_2.

g. Variable(s) entered on step 7: A_ss.

h. Variable(s) entered on step 8: A_nákl.

Zdroj: autorka

Všechny koeficienty jsou statisticky významné. To znamená, že všechny uvažované proměnné mají významný vliv na predikci či na vysvětlení závisle proměnné. Kladné znaménko koeficientu B zvyšuje pravděpodobnost, záporné znaménko pravděpodobnost snižuje. Největší vliv na změnu logitu (poměru daroval/nedaroval) má věk (určeno dle exp B). Stejně jako v lineární regresi je zapotřebí si uvědomit, že zvýšení nezávisle proměnné o jednotku znamená vyšší míru neztotožnění se s daným motivem

či determinantem. Tedy na příkladu: E_warm 1 = -.812, tj. zvýši-li se míra neztotožnění se s motivem dobrý pocit, klesne míra šance, že respondent bude darovat. Souhrnně lze tedy uvést:

- **Mezi proměnné, které signifikantním způsobem zvyšují šanci na darování u respondentů dle vybraného regresního modelu patří: motiv náklonnost, sociální odpovědnost, morální povinnost, dobrý pocit, věk,**
- **Mezi proměnné, které signifikantním způsobem snižují šanci na darování u respondentů dle vybraného regresního modelu patří: motiv slitování, vděčnosti a sebestřednosti.**

Z údajů v tabulce lze sestavit následující logistickou regresní rovnici:

$$\text{Ln ODDS} = 0,288 - 0,316 \times A_{\text{nákl}} + 0,407 \times A_{\text{ss}} + 0,392 \times A_{\text{vdě}} - 0,375 \times A_{\text{socod}_2} - 0,504 \times A_{\text{mopo}_2} + 0,434 \times E_{\text{sebe}} - 0,812 \times E_{\text{warm}_1} + 0,436 \times Dp_{\text{vek}}$$

5.3 NÁVRHY NA DALŠÍ VÝZKUM

- Vzhledem k omezené reprezentativnosti této práce se otevírá prostor pro navazující testování založené na statisticky reprezentativním sběru dat, které by po zpracování umožnilo daná zjištění generalizovat.
- Zaměřit pozornost na zkoumání vlivu vybraných proměnných i vzhledem k jednotlivým oblastem působnosti neziskových organizací, vzhledem k působnosti podporovaných projektů, či k jednotlivým formám dárcovství.
- Na základě úpravy designu výzkumu a jeho nového – statisticky reprezentativního sběru dat - předložit konkrétní návrhy a doporučení pro veřejnou správu České republiky a pro organizace neziskového sektoru v oblasti podpory dárcovského chování u jednotlivců ve společnosti.
- Rozšířit tuto práci o longitudinální výzkum sledující stejnou skupinu respondentů po delší časové období s cílem nalézt nové proměnné vstupující do rozhodování jednotlivce poskytnout dar, či zachytit míru změny vlivu jednotlivých proměnných.
- Otevírá se prostor pro navazující testování zkoumající vždy zvažt' jednotlivé skupiny determinantů, a to s cílem hlouběji analyzovat vzájemné vztahy mezi daným determinantem a rozhodnutím darovat. Testování by bylo založeno na větším počtu ukazatelů měřících daný determinant.
- Rozšířit tuto práci o zkoumání ostatních proměnných, jež by mohly působit na rozhodování o poskytnutí daru neziskové organizaci, přičemž je možné vycházet z poznatků řady zahraničních výzkumů.

ZÁVĚR

Problematika dárcovství nebyla zkoumána do té doby, než vzniklo pole studií neziskového sektoru. V České republice dosud všeobecná teorie dárcovství a dárcovského chování neexistuje, což je způsobeno nedostatkem provedených multidisciplinárních výzkumů, fragmentizací výzkumných otázek a nedostatkem solidních teoretických podkladů. Literaturu vztahující se k problematice dárcovství můžeme charakterizovat z větší části jako empirickou. Tyto zjištěné nedostatky vedly autorku práce ke snaze zaplnit alespoň částečně bílá místa dané problematiky a odpovědět na některé dosud nezodpovězené či pouze částečně zodpovězené otázky. Práce hledá a předkládá vhodné explanační paradigma, které by umožnilo konceptuálně ukotvit a empiricky prozkoumat problém dárcovství. Východiska práce, tak jak vyplývá z povahy výzkumného předmětu, jsou interdisciplinární.

Disertační práce se zabývá faktory ovlivňujícími akt rozhodnutí o poskytnutí daru. Tyto faktory jsou ovlivňovány jednak vnitřními pohnutkami, motivy, ale také proměnnými, které jsou dané, víceméně neovlivnitelné, jsou dány prostředím, ve kterém žijeme, vyrůstáme, dostáváme se do vzájemných souvislostí s procesem darování. Dané faktory byly autorkou nazvány motivy (vnitřní proměnné) a determinanty (vnější proměnné). Motivory jsou členěny v souladu s poznatky uvedenými při rozboru ekonomických modelů, tedy na motivy altruistické, egoistické a investiční. Motivací jsou v této práci míněny hybné síly psychického charakteru. Hybné z toho důvodu, že uvádějí do pohybu lidské chování a jakékoliv činnosti. Síly z toho důvodu, že mají svůj směr a intenzitu. V rámci dárcovského rozhodování je každý jednotlivec ovlivňován danou složitou strukturou motivačních dispozic, která je jednak vrozená, ale částečně také získaná. JAS (2000, s. 2) uvádí, že: *„charitativní dárcovství je procesem výměny, která zahrnuje jak ekonomické tak sociální hodnoty a která je hnána jak sobeckými tak altruistickými motivy. Přístupy, které neberou v úvahu tento dvojitý charakter výměny, vždy se setkají s obtížemi při vysvětlení tohoto fenoménu.“* Práce je vedena ve stejné myšlenkové linii, dělí jednotlivé motivy na altruistické a egoistické. Determinanty byly kategorizovány v rámci čtyř skupin, a to na ekonomické, demografické, sociální a situační.

Předkládaná práce si stanovila cíl: identifikovat faktory ovlivňující dárcovství, na základě empirického šetření posoudit, které z nich mají vliv na dárcovské chování u

vybraného vzorku obyvatel v České republice, analyzovat tyto faktory ve vzájemných vztazích a předložit aplikační závěry pro teorii a praxi.

Stanovený cíl se podařilo naplnit následujícím způsobem. V práci byla provedena deskripce ekonomických modelů vztahujících se k dárcovství a na jejich základě byla vymezena teoretická východiska pro formulaci výchozích faktorů/proměnných determinujících dárcovství. Byla provedena identifikace a kategorizace motivů a determinantů, které mohou mít vliv na ochotu jednotlivce darovat peníze. Zjištěné poznatky o možných faktorech byly dále operacionalizovány a přeformulovány do dotazníkového šetření.

V práci je analyzován soubor dat, který vznikl nenáhodným výběrem, konkrétně příležitostným výběrem, což umožnilo v intencích disertační práce získat data potřebná pro analýzu, která nejsou zobecňována, jsou pouze pomocná. Výzkumné šetření tak bylo pojato jako předběžný průzkum či pilotní studie, která se používá k sondování v prostředí, o kterém máme málo poznatků a potřebujeme se v něm předběžně zorientovat. Na nevelkém a nahodile vybraném vzorku, se pokouší autorka zjistit, jaké charakteristiky mohou mít jednotky, které je třeba zkoumat.

V závěru práce byla provedena diskuse nad získanými poznatky, výsledky výzkumu byly rozebrány v hlubších souvislostech a byly předloženy domněnky vedoucí k vysvětlení některých zjištěných poznatků v návaznosti na provedenou faktorovou a regresní analýzu dat.

Autorka se domnívá, že disertační práce tímto splnila stanovený cíl, přinesla odpovědi na výzkumné otázky, předložila k diskusi zjištěné poznatky, provedla komparaci teoretických modelů, identifikovala možné oblasti dalšího výzkumu a poskytla přínosy disertační práce v oblasti teoretické, pedagogické a praktické.

Ve vztahu k teoretické i praktické části disertační práce lze předložit rovněž odpovědi na dvě následující otázky.

1) Jak se ztotožňují výsledky empirického šetření se závěry diskutovaných modelů?

Práce ve své teoretické části dokládá, že je těžké a ošidné, z toho jak člověk jedná, vyvozovat jeho motivy chování. Neziskové organizace si samozřejmě uvědomují, že faktory, které mohou ovlivnit dárcovské rozhodování, jsou rozličné v závislosti na socio-demografické skupiny a podle toho by měly přizpůsobovat své působení vůči

jednotlivým skupinám na základě předpokládaných motivů, které mohou jednotlivce vést k darování.

Výsledky výzkumu dokládají, že při výkladu dárcovství předkládá Impure altruism model nejvíce realistický pohled na rozhodovací principy dárce. Testovaný vzorek se vyznačuje mixem zájmů, jak altruistických, tak egoistických. Dárce v testovaném vzorku je veden jak snahou zlepšit stav obdarovaného, zajímá se o užitek druhých, stejně jako má radost z aktu darování, získává vlastní psychologický, citový, intelektuální či materiální užitek. V rámci regresní analýzy bylo potvrzeno, že vliv na rozhodování dárce mají nejen tyto vnitřní pohnutky a motivy, ale rovněž vnější faktory – determinanty např. věk, příjem.

Většina teoretických modelů vztahujících se k darování pracuje spíše s vnitřními proměnnými, motivy, vysvětlují, co člověka vede k určitému chování, jaké jsou jeho preference. Uvedené modely nám nevysvětlují, jak ovlivňují dárcovské chování vnější faktory. Práce však dokládá, že motivy mohou ovlivňovat determinanty, stejně jako determinanty mohou ovlivňovat motivy. Přestože práce neanalyzuje směry ovlivnění, pokládá za nutné zkoumat tyto faktory společně. Tyto faktory jsou různé intenzity a nelze s jistotou deklarovat, že jakékoliv rozhodnutí je determinováno právě a pouze těmito faktory, že nelze dané rozhodování již podrobněji vysvětlit prostřednictvím doplnění dodatečných faktorů. Velmi obtížně lze také identifikovat, které faktory mají na rozhodnutí darovat peníze primární (prvotní) vliv a které jsou pouze faktory odvozené, mají vliv na primární faktory, nikoli na akt rozhodnutí. Jak uvádí BROWN (1997), žádný jednotlivý model nezachycuje všechny motivy, které jsou základem charitativních aktů.

2) Jak se faktory zjištěné contents analysis projevují na empirickém vzorku?

Teoretická část práce předkládá přehled ovlivňujících faktorů v rámci provedené contents analysis. V rámci části disertační práce jsou prezentovány výzkumy, které testují závislost darování na vnějších proměnných – determinantech. V rámci daných determinantů byla potvrzena závislost na ochotu darování u následujících: finanční dostupnost (příjem respondenta), daňová politika, velikost veřejného sektoru, počet dětí v rodině, věk, pohlaví, socio-ekonomický status, náboženská orientace, politická orientace, dobrovolnictví a občanská participace (dobrovolnictví), rodinný stav, modely a zkušenosti z mládí, vztahy k organizaci, ke konečnému příjemci, charakter situace, fundraisingové metody. Závislost nebyla potvrzena u následujících determinantů:

finanční dostupnost (příjem rodiny), vzdělání, dobrovolnictví a občanská participace (práce v NNO), efekt přihlížejících, pozvání k účasti.

Přínosy disertační práce lze identifikovat v oblasti teoretické, pedagogické a praktické:

Přínosy pro teorii

- ⇒ Mezi teoretické přínosy patří **formulace základních souvislostí spočívajících ve vysvětlení aktu dárcovství**. Posun lze spatřovat především v komplexním přístupu k vymezení dané problematiky z multidisciplinárního pohledu a **předložení teoreticko-metodologických východisek pro empirickou analýzu**.
- ⇒ Za přínos na poli teorie v rámci České republiky lze považovat zpracování **přehledu co nejvíce dosud známých konceptů a modelů** zachycujících rozhodování jednotlivce – dárce a **jejich provázanost s teoretickým konceptem homo-oeconomicus**.
- ⇒ Práce ukázala, že je možno v rámci subjektivní racionality dojít **ke konkrétním závěrům** vzhledem k procesu poskytování darů, které **jsou blíže realitě**, než tradiční vysvětlení prostřednictvím předpokladů a východisek neoklasické ekonomie.
- ⇒ Jako jeden z teoretických přínosů lze uvést **verifikaci platnosti či neplatnosti faktorů ovlivňujících dárcovství** na vybraném vzorku v České republice oproti výsledkům z dosud realizovaných zahraničních výzkumných studií.
- ⇒ Pozitivním přínosem jsou **doporučení pro další výzkum** uvedené v předešlé části, jejichž realizace bude jistě zdrojem nových poznatků, jež rozšíří teoretické znalosti v dané problematice.

Pedagogické přínosy

- ⇒ Výstupy z představeného výzkumu a **identifikace proměnných, které ovlivňují rozhodování o poskytnutí daru**, mohou prohloubit teoretickou náplň **předmětů Ekonomika a řízení nestátních neziskových organizací, Filantropie apod.**

- ⇒ Velmi vhodným doplňkem výuky uvedených předmětů se také jeví **shrnutí ekonomických modelů: Public Goods Model, Private Consumption Model, Investment Model, Impure Altruism Model** vysvětlujících proces dárcovství z mikroekonomické perspektivy a jejich komparace s dalšími teoretickými modely.
- ⇒ V disertační práci bylo předloženo ucelené **kompedium závěrů z výzkumů realizovaných v dané souvislosti**, jehož zařazením do výuky výše zmíněných předmětů lze obohatit problematiku dárcovství rovněž o tyto poznatky.

Přínosy pro praxi

- ⇒ Lze konstatovat, že jakákoliv **zpětná vazba a zjišťování skutečného stavu věcí, či informace objasňující zkoumanou realitu, jsou přínosem a možností využití v praxi.**
- ⇒ Výsledky uskutečněného výzkumu mohou sloužit jako **východisko a podnět pro veřejnou správu či neziskové organizace** v procesu podpory dárcovského chování.
- ⇒ Výstupy z dotazníkového šetření posloužily k **identifikaci motivačních vzorců** u různých socio-demografických skupin respondentů. Výzkum zároveň přinesl využitelný výsledek v podobě **zhodnocení vlivu jednotlivých možných proměnných** vstupujících do rozhodování o poskytnutí daru.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

MONOGRAFIE

- [1] BADELT, Ch. *Politische Ökonomie der Freiwilligenarbeit: theoretische Grundlegung und Anwendungen in der Sozialpolitik*. New York: Campus Verlag, 1985. 274 s. ISBN 35-933-3449-6.
- [2] BAR-TAL, D. *Prosocial behavior: theory and research*. New York: distributed by Halsted Press, 1976. 197 p. ISBN 04-701-5223-0.
- [3] BERGEROVÁ, M. Filantropie. In: *Občanský sektor: studie a souvislosti: sborník textů*. Praha: Univerzita Karlova, 2002. 214 s. ISBN 80-865-1107-3.
- [4] BLAUG, M. *The methodology of economics, or, How economists explain*. 2nd ed. New York, NY: Cambridge University Press, 1992. 286 p. ISBN 05-214-3678-8.
- [5] BLECHA, I. a kol. *Filosofický slovník*. 1. vyd. Olomouc: Nakladatelství Olomouc, 1998. 463 s. ISBN 80-718-2064-4.
- [6] DIAMOND, P. A., VARTIAINEN, H. *Behavioral economics and its applications*. Princeton: Princeton University Press, 2007, 312 p. ISBN 978-0-691-12284-7.
- [7] ETZIONI, A. *Morální dimenze ekonomiky*. 1.vyd. Praha: Victoria Publishing, 1995. 243 s. ISBN 80-858-6519-X.
- [8] FELDMAN, R. S. *Social psychology: theories, research, and applications*. New York: McGraw-Hill, 1985, 596 p. ISBN 00-702-0392-X.
- [9] FRANK, R. H. *Mikroekonomie a chování*. 1.vyd. Praha: Svoboda, 1995. 765 s. ISBN 80-205-0438-9.
- [10] FRIČ, P. *Dárcovství a dobrovolnictví v České republice: (výsledky výzkumu NROS a Agnes)*. 1. vyd. Praha: Agnes, 2001. 115 s. ISBN 80-902-6337-2.
- [11] GEIST, B. *Psychologický slovník*. 2. vyd. Praha: Nakladatelství Vodnář, 2000. 425 s. ISBN 80-862-2607-7.
- [12] HLADKÁ, M, ŠINKYŘÍKOVÁ, T. *Dárcovství v očích veřejnosti*. Brno: Společnost pro studium neziskového sektoru, 2009. 20 s. ISBN 978-80-904150-4-1.
- [13] HLAVÁČEK, J. *Mikroekonomie sounáležitosti se společenstvím*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1999. 207 s. ISBN 80-718-4856-5.
- [14] HOLMAN, R. *Dějiny ekonomického myšlení*. 3. vyd. Praha: C. H. Beck, 2005. 539 s. ISBN 80-717-9380-9.
- [15] HUBINKOVÁ, Z. *Psychologie a sociologie ekonomického chování*. 3., aktualiz., dopl. a přeprac. vyd. Praha: Grada, 2008. 277 s. ISBN 978-80-247-1593-3.
- [16] HYDE, L. *The gift: imagination and the erotic life of property*. New York: Vintage Books, 1983. 27 p. ISBN 03-947-1519-5.
- [17] HYÁNEK, V. *Mikroekonomické aspekty fungování neziskových organizací*. 2001. Doktorská disertační práce. Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta.
- [18] HYÁNEK, V. *Neziskové organizace: teorie a mýty*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2011. 132 s. ISBN 978-80-2105651-0.

- [19] JAS, P. *A gift relationship?: charitable giving in theory and practice*. London: National Council for Voluntary Organisations, 2000. ISBN 978-071-9915-765.
- [20] KLINE, P. *The handbook of psychological testing*. London: Routledge, 1993. ISBN 978-0415211581.
- [21] KOLM, S. Ch. Introduction to the Economics of Reciprocity, Giving and Altruism. In GÉRARD-VARET, L., KOLM, S. Ch., MERCIER YTHIER, J. *The economics of reciprocity, giving, and altruism*. New York: St. Martin's Press, 2000. 387 p. ISBN 03-122-2956-9.
- [22] KREJČÍ, O. *Politická psychologie*. 1. vyd. Praha: Ekopress, 2004. 319 s. ISBN 80-861-1984-X.
- [23] LEA, S. E. *Psychologie ekonomického chování*. Praha: Grada, 1994. 820 s. ISBN 80-856-2393-5.
- [24] LLOYD, T. *Why rich people give*. London: Association of Charitable Foundations, 2004. 366 p. ISBN 978-189-7916-117.
- [25] MACÁKOVÁ, L. a kol. *Mikroekonomie: základní kurs*. 8. vyd. Slaný: Melandrium, 2003. 275 s. ISBN 80-861-7538-3.
- [26] MAŘÍKOVÁ, H., PETRUSEK, M. *Velký sociologický slovník*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1996. 747 s. ISBN 80718416411.
- [27] MAUSS, M. *Esej o daru, podobě a důvodech směny v archaických společnostech*. 1. vyd. Překlad Jiří Našinec. Praha: Sociologické nakladatelství, 1999. 201 s. ISBN 80-858-5077-X.
- [28] MEIER, S. *The economics of non-selfish behaviour: decisions to contribute money to public goods*. Northampton, MA: Edward Elgar Pub., 2006. 168 p. ISBN 18-454-2441-7.
- [29] MURPHY, R. F. *Úvod do kulturní a sociální antropologie*. 2. vyd. Překlad Hana Červinková. Praha: Sociologické nakladatelství, 2004. 268 s. ISBN 978-808-6429-250.
- [30] NAKONEČNÝ, M. *Sociální psychologie*. 1. vyd. Praha: Academia, 1999. 287 s. ISBN 80-200-0690-7.
- [31] OPPENHEIMER, D. M., OLIVOLA, Ch. Y. *The science of giving: experimental approaches to the study of charity*. New York: Psychology Press, 2011. ISBN 978-184-8728-851.
- [32] PARETO, V. *Manual of political economy*. London: Macmillan, 1972. ISBN 03-331-3545-8.
- [33] RIDLEY, M. *Původ ctnosti: o evolučních základech a zákonitostech nesobeckého jednání člověka*. 2. vyd. Praha: Portál, 2010. 295 s. ISBN 978-807-3677-176.
- [34] RIEGEL, K. *Ekonomická psychologie*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007. 247 s. ISBN 978-80-247-1185-0.
- [35] ROSSO, H. A. a kol. *Hank Rosso's Achieving excellence in fund raising*. 2nd ed. San Francisco: Jossey-Bass, 2003. 531 p. ISBN 07-879-6256-2.
- [36] ŘEŽUCHOVÁ, M. *Dárcovství v číslech*. Brno: Společnost pro studium neziskového sektoru, 2011. 28 s. ISBN 978-809-0415-065.

- [37] ŘÍKOVSKÝ, J. *Determinanty rozhodování o poskytnutí humanitární pomoci v kontextu subjektivní racionality*. 2011. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta. Vedoucí práce doc. Mgr. Jiří Špalek, Ph.D.
- [38] SALAMON, L. M., ANHEIER, H. K. *Defining the nonprofit sector: a cross-national analysis*. New York: Manchester University Press, 1997. 526 p. ISBN 07-190-4902-4.
- [39] SAMUELSON, P. A. *Ekonomie*. 1. vyd. Praha: Svoboda, 1991. 1011 s. ISBN 80-205-0192-4.
- [40] SCHERVISH, P. G., et al. Charitable Giving: How Much, By Whom, To What, and How? In *The Non Profit Sector: A Research Handbook*. Yale Press, 2002. 65 p. .
- [41] SEN, A. *Rationality and freedom*. 1st Harvard University Press paperback ed. Cambridge, Mass. [u.a.]: Belknap Press of Harvard Univ. Press, 2004. ISBN 978-067-4013-513.
- [42] SEN, A. *Etika a ekonomie*. 1.vyd. Praha: Vyšehrad, 2002. 119 s. ISBN 80-702-1549-6.
- [43] SIMON, H. A. *Models of bounded rationality*. Cambridge, Mass.: MIT Press, 1987. 392 p. ISBN 0262690861.
- [44] SMITH, A. *Teorie mravních citů*. Praha: Liberální institut, 2005. 460 s. ISBN 80-863-8938-3.
- [45] SOBER, E., WILSON, D. S. *Unto others: the evolution and psychology of unselfish behavior*. 1st Harvard University Press pbk. ed. Cambridge, Mass: Harvard University Press, 1998. ISBN 978-067-4930-476.
- [46] ŠPALEK, J. *Veřejné statky. Teorie a experiment*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2011, 204 s. ISBN 978-80-7400-353-0.
- [47] HEWSTONE, M., STROEBE, W. *Sociální psychologie: moderní učebnice sociální psychologie*. 1. vyd.. Editor. Praha: Portál, 2006. 769 s. ISBN 80-736-7092-5.
- [48] ŠOBÁŇOVÁ, P. *Fundraising*. 2. vyd. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2010. 78 s. ISBN 978-807-3687-502.
- [49] ŠPETLA, O. *Vliv zdanění na ochotu poplatníků darovat neziskovým organizacím*. Diplomová práce. Praha. Vysoká škola ekonomická. Vedoucí práce, Ing. Barbora Slintáková, Ph.D., 2008.
- [50] VÝROST, J., SLAMĚNÍK, I. *Sociální psychologie*. 1. vyd. Praha: ISV, 1997. 453 s. ISBN 80-858-6620-X.
- [51] WILSON, E. O. *O lidské přirozenosti: máme svobodnou vůli, nebo je naše chování řízeno genetickým kódem?*. Praha: Lidové noviny, 1993. 247 s. ISBN 80-710-6076-3.
- [52] ZIEMEK, S. *The economics of volunteer labor supply: an application to countries of a different development level*. New York: Peter Lang, 2003. 229 p. ISBN 36-315-1389-5.
- [53] ZRZAVÝ, J., STORCH, D., MIHULA, S. *Jak se dělá evoluce: od sobeckého genu k rozmanitosti života*. 1. vyd. Praha: Paseka, 2004. 289 s. ISBN 80-718-5578-2.

ČLÁNKY

- [54] AMOS, O. M. Empirical analysis of motives underlying individual contributions to charity. *Atlantic Economic Journal*. 1982, vol. 10, no. 4, pp. 45-52.
- [55] ANDREONI, J. Why free ride?. *Journal of Public Economics*. 1988, vol. 37, no. 3, pp. 291-304.
- [56] ANDREONI, J. Giving with Impure Altruism: Applications to Charity and Ricardian Equivalence. *Journal of Political Economy*. 1989, vol. 97, no. 6, pp. 1447-1458.
- [57] ANDREONI, J. Impure Altruism and Donations to Public Goods: A Theory of Warm-Glow Giving. *The Economic Journal*. 1990, vol. 100, no. 401, pp. 464-477.
- [58] ANDREONI, J. An Experimental Test of the Public-goods Crowding-out Hypothesis. *American Economic Review*. 1993, vol. 83, no. 5, pp. 1317-1327.
- [59] ANDREONI, J. et al. Do Government Grants to Private Charities Crowd Out Giving or Fund-raising?. *American Economic Review*. 2003, vol. 93, no. 3, pp. 792-812.
- [60] ANDREONI, J., BROWN, E., RISCHALL, I. Charitable Giving by Married Couples: Who Decides and Why Does It Matter?. *The Journal of Human Resources*. 2003, vol. 38, no. 1, pp. 111-133.
- [61] ANDREONI, J., PAYNE, A. Is crowding out due entirely to fundraising? Evidence from a panel of charities. *Journal of Public Economics*. 2011, vol. 95, no. 5-6, pp. 334-343.
- [62] ARROW, K. Gifts and Exchanges. *Philosophy and Public Affairs*. 1974, vol. 1, no.4, pp. 343-362.
- [63] BAKIJA, J., HEIM, B. How Does Charitable Giving Respond to Incentives and Income? Dynamic Panel Estimates Accounting for Predictable Changes in Taxation. *SSRN Electronic Journal*. National Bureau of Economic Research. 2008, no. 14237.
- [64] BANKS, S. K. Gift-Giving: A Review and an Interactive Paradigm. *Advances in Consumer Research*. 1979, vol. 6, pp. 319-324.
- [65] BANKS, J., TANNER, S. Patterns in Household Giving: Evidence From U.K. Data. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*. 1999, vol. 10, no. 2, pp. 167-178.
- [66] BATSON, C. D. et al. Critical self-reflection and self-perceived altruism: When self-reward fails. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1987, vol. 53, no. 3, pp. 594-602.
- [67] BATSON, C. D., SHAW, L. L. Evidence for Altruism: Toward a Pluralism of Prosocial Motives. *Psychological Inquiry*. 1991, vol. 2, no. 2, pp. 207-227.
- [68] BECKER, G. S. A Theory of Social Interaction. *Journal of Political Economy*. 1974, vol. 82, no. 6, pp. 1063-1093.
- [69] BECKER, E., LINDSAY, C. M. Does the Government Free Ride?. *The Journal of Law and Economics*. 1994, vol. 37, no. 1.
- [70] BEKKERS, R., SCHUYT, T. And who is your neighbor? Explaining denominational differences in charitable giving and volunteering in the Netherlands. *Review Of Religious Research*. 2008, vol. 50, no. 1, pp. 74-96.

- [71] BEKKERS, R., WIEPKING, P. To Give or Not to Give, That Is the Question: How Methodology Is Destiny in Dutch Giving Data. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*. 2006, vol. 35, no. 3, pp. 533-540.
- [72] BEKKERS, R., WIEPKING, P. A Literature Review of Empirical Studies of Philanthropy: Eight Mechanisms That Drive Charitable Giving. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*. 2010, vol. 40, no. 5, s. 924-973.
- [73] BENNETT, R. Factors underlying the inclination to donate to particular types of charity. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*. 2003, vol. 8, no. 1, pp. 12-29.
- [74] BERGER, I. E., et al. The Influence of Religion on Philanthropy in Canada. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*. 2006, vol. 17, no. 2, pp. 21-67.
- [75] BROOKS, A. C. Welfare Receipt and Private Charity. *Public Budgeting and Finance*. 2002, vol. 22, pp. 101-114.
- [76] BROOKS, A. C. Does Social Capital Make You Generous?. *Social Science Quarterly*. 2005, vol. 86, no. 1, pp. 1-15.
- [77] BROOKS, A. C., YUEN, Y. Is There a Dark Side to Government Support for Nonprofits?: a study of linking arrangements in third-party government. *Public Administration Review*. 2000, vol. 60, no. 3, pp. 211-218.
- [78] BROWN, E. Altruism Toward Groups: The Charitable Provision of Private Goods. *Non-profit and Voluntary Sector Quarterly*. 1997, vol. 26, no. 2, pp. 175-184.
- [79] BROWN, E., FERRIS, J. M. Social Capital and Philanthropy: An Analysis of the Impact of Social Capital on Individual Giving and Volunteering. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*. 2007, vol. 36, no. 1, pp. 85-99.
- [80] BROWN, E., LANKFORD, H. Gifts of money and gifts of time estimating the effects of tax prices and available time. *Journal of Public Economics*. 1992, vol. 47, no. 3, pp. 321-341.
- [81] CARROLL, J. et al. An Econometric Analysis of Charitable Donations in the Republic of Ireland. *The Economic and Social Review*. 2005, vol. 36, no. 3, pp. 229-249.
- [82] COLLARD, D. Altruism and Economy: A Study in Non-Selfish Economics. *The Economic Journal*. 1979, vol. 89, no. 355, pp. 681-683.
- [83] CROSON, R. GNEEZY, U. Gender differences in preferences. *Journal of Economic Literature*. 2009, vol. 47, no. 2, pp. 448-474.
- [84] DEHNE, A., et al. Taxation of Nonprofit Associations in an International Comparison: an international comparison. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*. 2008, vol. 37, no. 4, pp. 709-729.
- [85] DUNCAN, B. Modeling charitable contributions of time and money. *Journal of Public Economics*. 1999, vol. 72, no. 2, pp. 213-242.
- [86] ECKEL, C. C., GROSSMAN, P. J. Giving to Secular Causes by the Religious and Nonreligious: An Experimental Test of the Responsiveness of Giving to

- Subsidies. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*. 2004, vol. 33, no. 2, pp. 271-289.
- [87] FEHR, E., SCHMIDT, K. A Theory of Fairness. Competition and Cooperation. *Quarterly Journal of Economics*. 1999, vol. 114. Pp. 817–868.
- [88] FREY, B. S., MEIER, S. Selfish and Indoctrinated Economists?. *European Journal of Law and Economics*. 2005, vol. 19, no. 2, pp. 165-171.
- [89] FRIEDRICHS, R. W. Alter Versus Ego: An Exploratory Assessment of Altruism. *American Sociological Review*. 1960, vol. 25, no. 4, pp. 321-330.
- [90] GITTELL, R., TEBALDI, E. Charitable Giving: Factors Influencing Giving in U.S. States. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*. 2006, vol. 35, no. 4, s. 721-736.
- [91] GOČEV, P. Epistemologické problémy neoklasické ekonomie. *E-LOGOS, Electronic Journal For Philosophy*. University of Economics Prague. 2005. ISSN 1211-0442.
- [92] GORDON, L. V.: Survey of Interpersonal Values. Chicago: Science Research Associates. 1960
- [93] GOULDNER, A. W. The Norm of Reciprocity: A Preliminary Statement. *American Sociological Review*. 1960, vol. 25, no. 2, pp. 161-178.
- [94] GRANT, A. M. Does intrinsic motivation fuel the prosocial fire? Motivational synergy in predicting persistence, performance, and productivity. *Journal of Applied Psychology*. 2008, vol. 93, no. 1, pp. 48-58.
- [95] HOLAHAN, Ch. J. Effects of Urban Size and Heterogeneity on Judged Appropriateness of Altruistic Responses: Situational vs. Subject Variables. *Sociometry*. 1977, vol. 40, no. 4, pp. 378-382.
- [96] HOOD, R. D., MARTIN, S. A., OSBERG, L. S. Economic Determinants of Individual Charitable Donations in Canada. *The Canadian Journal of Economics*. 1977, vol. 10, no. 4, pp. 653-669.
- [97] HORKÝ, O. Falešná neutralita neoklasické ekonomie: feministická, antropologická, evoluční a ekologická kritika. *Politická ekonomie*. 2011, roč. 59, č. 3, s. 329-344.
- [98] HRUNG, WARREN B. After-Life Consumption and Charitable Giving. *American Journal of Economics and Sociology*. 2004, vol. 63, no. 3, pp. 731-745.
- [99] HUGHES, P., LUKSETICH, W. Income Volatility and Wealth: The Effect on Charitable Giving. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*. 2007, vol. 37, no. 2, pp. 264-280.
- [100] ISEN, A. M., LEVIN, P. F. Effect of feeling good on helping: Cookies and kindness. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1972, vol. 21, no. 3, pp. 384-388.
- [101] JAMES, R. N., SHARPE L. D. et al., The "Sect Effect" in Charitable Giving: Distinctive Realities of Exclusively Religious Charitable Givers. *American Journal of Economics and Sociology*. 2007, vol. 66, no. 4, pp. 697-726.
- [102] JAMES, R. N., WIEPKING, P. A Comparative Analysis of Educational Donors in the Netherlands. *International Journal of Educational Advancement*. 2008, vol. 8, no. 2, pp. 71-78.

- [103] KAHNEMAN, D., TVERSKY, A. Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*. 1979, vol. 47, no. 2, pp. 154-159.
- [104] KINGMA, B. R. An Accurate Measurement of the Crowd-out Effect, Income Effect, and Price Effect for Charitable Contributions. *Journal of Political Economy*. 1989, vol. 97, no. 5, pp. 1197-1207.
- [105] KITCHEN, H. Determinants of charitable donations in Canada: a comparison over time. *Applied Economics*. 1992, vol. 24, no. 7, pp. 709-713.
- [106] KOTTASZ, R. How should charitable organisations motivate young professionals to give philanthropically?. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*. 2004, vol. 9, no. 1, pp. 9-27.
- [107] KOTTASZ, R. et al. Differences in the Donor Behavior Characteristics of Young Affluent Males and Females: Empirical Evidence from Britain. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*. 2004, vol. 15, no. 2, pp. 73-96.
- [108] KOUKOLÍK, F. Risk je zisk. Nebo není?. *Medical Tribune*. 2007, roč. 2007, č. 6, s. B2.
- [109] LUNN, J. et al. Relationships Among Giving, Church Attendance, and Religious Belief: The Case of the Presbyterian Church (USA). *Journal for the Scientific Study of Religion*. 2001, vol. 40, no. 4, pp. 765-775.
- [110] MARX, J., CARTER, V. Factors Influencing U.S. Charitable Giving during the Great Recession: Implications for Nonprofit Administration. *Administrative Sciences*. 2014, vol. 4, no. 3, pp. 350-372.
- [111] MELZOCOVÁ, J. Homo economicus – překonaný předpoklad. *E-LOGOS, Electronic Journal For Philosophy*. University of Economics Prague. 2013, č. 18. ISSN 1211-0442.
- [112] MENCHIK, P. L., WEISBROD, B. A. Volunteer labor supply. *Journal of Public Economics*. 1987, vol. 32, no. 2, pp. 159-183.
- [113] MESCH, D. J. et al. The Effects of Race, Gender, and Marital Status on Giving and Volunteering in Indiana. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*. 2006, vol. 35, no. 4, pp. 565-587.
- [114] MICHEL, G., RIEUNIER, S. Nonprofit brand image and typicality influences on charitable giving. *Journal of Business Research*. 2012, vol. 65, no. 5, pp. 701-707.
- [115] MONROE, K. R. A Fat Lady in a Corset: Altruism and Social Theory. *American Journal of Political Science*. 1994, vol. 38, no. 4, pp. 1392-1392.
- [116] OKTEN, C., OSILI, U. O. Contributions in heterogeneous communities: Evidence from Indonesia. *Population Economics*. 2004, vol. 17, no. 4, pp. 603-626.
- [117] OPOKU, R. A. Examining the motivational factors behind charitable giving among young people in a prominent Islamic country. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*. 2012, vol. 18, no. 3, pp. 172-186.
- [118] PELOZA, J., STEEL, P. The Price Elasticities of Charitable Contributions: A Meta-Analysis. *Journal of Public Policy*. 2005, vol. 24, no. 2, pp. 260-272.
- [119] PILIAVIN, J. S., CHARNG, H. Altruism: A Review of Recent Theory and Research. *Annual Review of Sociology*. 1990, vol. 16, no. 1, pp. 27-65.

- [120] RANGANATHAN, S. K., HENLEY, W. H. Determinants of charitable donation intentions: a structural equation model. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*. 2008, vol. 13, no. 1, pp. 1-11.
- [121] ROBERTS, R. D. A Positive Model of Private Charity and Public Transfers. *Journal of Political Economy*. 1984, vol. 92, no. 1, pp. 136-148.
- [122] ROONEY, P. M., et al. The effects of race, gender, and survey methodologies on giving in the US. *Economics Letters*. 2005, vol. 86, no. 2, pp. 173-180.
- [123] RUSHTON, J. P. Altruism and Society: A Social Learning Perspective. *Ethics*. 1982, vol. 92, no. 3, pp. 425-446.
- [124] SALAMON, L. M. Of Market Failure, Voluntary Failure, and Third-party Government: Toward a Theory of Government-Non-profit Relations in the Modern Welfare State. *Journal of Voluntary Action Research*. 1987, no. 16, pp. 29-49.
- [125] SAMUELSON, P. A. The Pure Theory of Public Expenditure. *The Review of Economics and Statistics*. 1954, vol. 36, no. 4, pp. 387-389.
- [126] SARGEANT, A. Charitable Giving: Towards a Model of Donor Behaviour. *Journal of Marketing Management*. 1999, vol. 15, no. 4, pp. 215-238.
- [127] SCHERVISH, P. G. Inclination, Obligation, and Association: What We Know and What We Need to Learn about Donor Motivation. *Critical Issues in Fund Raising*. 1997, pp.110-138.
- [128] SCHERVISH, P. G. et al. Social participation and charitable giving: A multivariate analysis. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*. 1997, vol. 8, no. 3, pp. 269-281.
- [129] SCHWARTZ, R. A. Personal philanthropic contributions. *Journal of Political Economy*. 1970, vol. 78, no. 6, pp. 1264-1291.
- [130] SHERRY, J. F. Gift Giving in Anthropological Perspective. *Journal of Consumer Research*. 1983, vol. 10, no. 2, pp. 1264-1291.
- [131] SHOWERS, V. E. et al. Charitable Giving Expenditures and the Faith Factor. *American Journal of Economics and Sociology*. 2011, vol. 70, no. 1, pp. 152-186.
- [132] SIMON, H. A. Altruism and Economics, *AEA Papers and proceedings*. 1993, vol. 83, no. 2, pp. 156-161.
- [133] SIMON, H. A. et al. Rationality in Psychology and Economics: The Case of Scarcity. *The Journal of Business*. 1986, vol. 59, no. 4, pp. 194-197.
- [134] SIMMONS, W. O. Does Government Spending Crowd Out Donations of Time and Money?. *Public Finance Review*. 2004, vol. 32, no. 5, pp. 498-511.
- [135] SMITH, V. H. et al. The private provision of public goods: Altruism and voluntary giving. *Journal of Public Economics*. 1995, vol. 58, no. 1, pp. 107-126.
- [136] SNIPES, R. L., OSWALD, L. S. Charitable giving to not-for-profit organizations: factors affecting donations to non-profit organizations. *Innovative Marketing*. 2010, vol. 6, no. 1, pp. 73-80.
- [137] SRNKA, K. J. et al. Increasing Fundraising Efficiency by Segmenting Donors. *Australasian Marketing Journal*. 2003, vol. 11, no. 1, pp. 70-86.

- [138] SUGDEN, R. On the Economics of Philanthropy: Reply. *The Economic Journal*. 1983, vol. 93, no. 371, pp. 639-230.
- [139] SVOBODA, F. Ekonomika daru, dar a jeho reflexe v ekonomické teorii. *Politická ekonomie*. 2010, roč. 58, č. 1, s. 103-127.
- [140] TIEHEN, L. Tax Policy and Charitable Contributions of Money. *National Tax Journal*. 2001, vol. 54, no. 4, pp. 707-823.
- [141] UNGER, L. et al. Altruism as a motivation to volunteer: attachment and altruism. *Journal of Economic Psychology*. 1991, vol. 12, no. 1, pp. 71-100.
- [142] WARR, P. G. Pareto optimal redistribution and private charity. *Journal of Public Economics*. 1982, vol. 19, no. 1, s. 131-138.
- [143] WIEPKING, P., MAAS, I. Resources That Make You Generous: Effects of Social and Human Resources on Charitable Giving. *Social Forces*. 2009, vol. 87, no. 4, pp. 1973-1995.
- [144] WILHELM, M. O. et al. Changes in Religious Giving Reflect Changes in Involvement: Age and Cohort Effects in Religious Giving, Secular Giving, and Attendance. *Journal for the Scientific Study of Religion*. 2007, vol. 46, no. 2, pp. 217-232.
- [145] WILHELM, M. O. et al. The intergenerational transmission of generosity. *Journal of Public Economics*. 2008, vol. 92, no. 10-11, pp. 2146-2156.
- [146] WISPÉ, L. G. et al. Positive Forms of Social Behavior: An Overview. *Journal of Social Issues*. 1972, vol. 28, no. 3, pp. 189-219.
- [147] YEN, S. T. An econometric analysis of household donations in the USA. *Applied Economics Letters*. 2002, vol. 9, no. 13, pp. 837-841.

JINÉ ZDROJE

- [148] Finanční správa: Počet daňových subjektů, kteří uplatnili v DAP k dani z příjmu za zdaňovací období roků 2000 až 2013 odčitatelnou položku "hodnota daru/darů" [online]. [Cit. 14-02-2015]. Dostupné na WWW: <<http://www.financnisprava.cz/cs/dane-a-pojistne/analyzy-a-statistiky/udaje-z-danovych-priznani>>.
- [149] Independent-Sector. (2000). Childhood Events and Philanthropic Behavior: Independent Sector.
- [150] JAMES, R., JONES, K. Tithing: An Examination of Religious Charitable Giving in America. Association for Research on Non-Profit Organizations and Voluntary Action (ARNOVA). Annual Conference. November 2007.
- [151] LAMMAM, Ch., GABLER, N. *Determinants of charitable giving: A review of the literature*. Fraser Institute. 2012. [online]. [Cit. 24-01-2014]. Dostupné na WWW: <<http://www.fraserinstitute.org/publicationdisplay.aspx?id=18071&terms=determinants+of+charitable+giving>>.
- [152] NCVO (National Council for Voluntary Organisations): *UK Giving 2005/06: Results of the 2005/06 survey of individual charitable giving in the UK*. 2006. [online]. [Cit.

05-01-2014]. Dostupné na WWW:

<<http://www.ncvovol.org.uk/uploadedFiles/NCVO/Research/UK%20giving%202005-06.pdf>>.

- [153] RUTHERFORD, A. *Get by with a little help from my friends: a recent history of charity in economic Theory*. 2008. [online]. [Cit. 20-12-2013]. Dostupné na WWW:<
<http://www.pgppe.cnrs.fr/documents/PageHPE/Papers/Rutherford.pdf>>.
- [154] STREČANSKÝ, B. *Na ceste za filantropiou, charitou, mecénstvom a sponzorstvom*. Centrum pre filantropiu. 2000. [online]. [Cit. 24-01-2014]. Dostupné na WWW:<
<http://www.cpf.sk/files/File/Filantropia%20a%20charita.pdf>>.
- [155] TAUSIGGOVÁ, L. *Filantropie, charita, svépomoc*. SPÚFNO 0506. 2005 [online]. [Cit. 25-01-2014]. Dostupné na WWW:< <http://fse1.ujep.cz/index.php?id=3837>>.
- [156] Zákon č. 227/1997 Sb., o nadacích a nadačních fondech, ve znění pozdějších předpisů.
- [157] Zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů, ve znění pozdějších předpisů.
- [158] Zákon č. 198/2002 Sb., o dobrovolnické službě a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů.

RESUMÉ

The submitted thesis determined the goal as follows: to identify factors influencing individual donation. Further based on the empirical method working with a sample selected from residents of the Czech Republic to assess which of them affect donor behavior, finally to analyze these factors in interrelationship and propose application conclusions for both theory and practice.

The above stated goal was fulfilled the following way. Within the thesis a description of economic models relating to donation was performed and based on that a theoretical assumption for a definition of factors and variables determining donation was made. Subsequently, an identification and classification of motives and determiners that can influence willingness of the individual for donation was performed. Recognized findings relating to potential factors served as an input for questionnaire survey. The thesis thus contains a database analysis that originates from non random selection, namely from casual selection which enables to gain additional data for a thesis analysis that are not generalized but serve as auxiliary.

At the end of the thesis these findings are discussed, results of the research are challenged and considerations leading to findings explanation in connection with factor and regress data analysis are introduced.

The author believes that the thesis achieved an assigned goal, brought the answers to research questions, submitted the findings for further discussion, compared theoretical models, identified potential areas of subsequent research and thus provided a contribution in theoretical, pedagogic and practical areas.

SEZNAMY

Seznam zkratk

CZ – ISCO	Klasifikace zaměstnání (International Standard Classification of Occupations)
DS	Daňový subjekt
IM	Investment model
IAM	Impure altruism model
NNO	Nestátní nezisková organizace
OSVČ	Osoba samostatně výdělečně činná
PCM	Private consumption model
PGM	Public goods model

Seznam grafů

GRAF 1: HODNOTOVÉ FUNKCE PRO PŘÍJEM A DAROVÁNÍ	19
GRAF 2: GRAFICKÉ ZNÁZORNĚNÍ UŽITKU DÁRCE	48

Seznam schémat

SCHÉMA 1: VZÁJEMNÝ VZTAH SOCIÁLNÍHO CHOVÁNÍ A DÁRCOVSTVÍ.....	30
SCHÉMA 2: BANKSŮV INTERAKTIVNÍ MODEL DÁVÁNÍ DARŮ	35
SCHÉMA 3: SHERRYHO INTERAKTIVNÍ MODEL DÁVÁNÍ DARŮ	36
SCHÉMA 4: ZNÁZORNĚNÍ PREFERENCÍ PRO ALTRUISTICKÉ A EGOISTICKÉ CHOVÁNÍ	40
SCHÉMA 5: VZTAH MEZI VELIKOSTÍ DARU A MNOŽSTVÍM SHROMÁŽDĚNÝCH INFORMACÍ	68
SCHÉMA 6: KOMPARACE TEORETICKÝCH MODELŮ	126

Seznam tabulek

TABULKA 1: MOŽNÉ PŘÍNOSY Z AKTU DÁRCOVSTVÍ	42
TABULKA 2: MODELY VYSVĚTLUJÍCÍ AKT DÁRCOVSTVÍ	43
TABULKA 3: TEORETICKÉ PREDIKCE DOPADU VLÁDNÍCH PŘÍSPĚVKŮ NA VYTĚSNĚNÍ SOUKORMÝCH DARŮ	52
TABULKA 4: FAKTORY DÁRCOVSTVÍ IDENTIFIKOVANÉ VE VYBRANÝCH VÝZKUMECH	54
TABULKA 5: KATEGORIZACE VNITŘNÍCH PROMĚNNÝCH	56
TABULKA 6: STRUKTURA MOŽNÝCH MOTIVACÍ VYCHÁZEJÍCÍCH Z ALTRUIZMU	56
TABULKA 7: KATEGORIZACE VNĚJŠÍCH PROMĚNNÝCH.....	59
TABULKA 8: OPERACIONALIZACE PROMĚNNÝCH V DOTAZNÍKU	77
TABULKA 9: VÝBĚR ZKOUMANÉHO VZORKU DLE JEDNOTLIVÝCH ANALÝZ	89
TABULKA 10: POROVNÁNÍ Vlivu JEDNOTLIVÝCH MOTIVŮ U DÁRCŮ A NEDÁRCŮ	91
TABULKA 11: KATEGORIZACE ODPOVĚDÍ DLE VÝŠE POSKYTNUTÉHO DARU	94
TABULKA 12: KLÍČOVÁNÍ VNĚJŠÍCH PROMĚNNÝCH NA DETERMINANTY A SOCIO-DEMOGRAFICKÉ PROMĚNNÉ	97
TABULKA 13: POROVNÁNÍ Vlivu JEDNOTLIVÝCH DETERMINANTŮ U DÁRCŮ A NEDÁRCŮ	98
TABULKA 14: ROZBOR OTEVŘENÝCH ODPOVĚDÍ K OTÁZCE NA DŮVOD POSKYTNUTÍ DARU	103
TABULKA 15: ROZBOR OTEVŘENÝCH ODPOVĚDÍ K OTÁZCE NA DŮVOD NEPOSKYTNUTÍ DARU	103
TABULKA 16: ČISTÝ PŘÍJEM RESPONDENTA DLE ČLENĚNÍ DÁRCE VS. NEDÁRCE V KČ	105
TABULKA 17: ZMĚNA DÁRCOVSKÉHO CHOVÁNÍ RESPONDENTA V PŘÍPADĚ ZMĚNY PŘÍJMU	105
TABULKA 18: ČISTÝ PŘÍJEM DOMÁCNOSTI RESPONDENTA DLE ČLENĚNÍ DÁRCE VS. NEDÁRCE V KČ	106
TABULKA 19: NÁBOŽENSKÁ VÍRA RESPONDENTA DLE ČLENĚNÍ DÁRCE VS. NEDÁRCE	108
TABULKA 20: VELIKOST BYDLIŠTĚ RESPONDENTA DLE ČLENĚNÍ DÁRCE VS. NEDÁRCE	109
TABULKA 21: RODINNÝ STAV RESPONDENTA DLE ČLENĚNÍ DÁRCE VS. NEDÁRCE	110
TABULKA 22: ÚČAST RESPONDENTA V PARLAMENTNÍCH VOLBÁCH V ROCE 2013 DLE ČLENĚNÍ DÁRCE VS. NEDÁRCE	110
TABULKA 23: PRÁCE RESPONDENTA V NEZISKOVÝCH ORGANIZACÍCH DLE ČLENĚNÍ DÁRCE VS. NEDÁRCE	111

TABULKA 24: DOBROVOLNÁ ANGAŽOVANOST RESPONDENTA V NEZISKOVÝCH ORGANIZACÍCH DLE ČLENĚNÍ DÁRCE VS. NEDÁRCE	112
TABULKA 25: DOBROVOLNÁ ANGAŽOVANOST RODIČŮ RESPONDENTA V NEZISKOVÝCH ORGANIZACÍCH DLE ČLENĚNÍ DÁRCE VS. NEDÁRCE	112
TABULKA 26: POROVNÁNÍ NEJVĚTŠÍ OCHOTY, MÍRY A FREKVENCE DAROVÁNÍ VZHLEDEM K SOCIO-DEMOGRAFICKÝM SKUPINÁM	122
TABULKA 27: KMO A BARTLETTŮV TEST SFÉRICITY	131
TABULKA 28: VÝSTUP Z FAKTOROVÉ ANALÝZY	132
TABULKA 29: MATICE FAKTOROVÝCH ZÁTĚŽÍ PŘED ROTACÍ A PO ROTACI	133
TABULKA 30: SESKUPENÍ A POJMENOVÁNÍ FAKTORŮ ROTOVANÉHO ŘEŠENÍ FAKTOROVÉ ANALÝZY	134
TABULKA 31: LINEÁRNÍ REGRESE – MODEL SUMMARY	136
TABULKA 32: LINEÁRNÍ REGRESE - ANOVA	136
TABULKA 33: LINEÁRNÍ REGRESE – REGRESNÍ KOEFICIENTY	137
TABULKA 34: LOGISTICKÁ REGRESE – MODEL SUMMARY	139
TABULKA 35: LOGISTICKÁ REGRESE – KLASIFIKAČNÍ TABULKA.....	139
TABULKA 36: LOGISTICKÁ REGRESE – REGRESNÍ KOEFICIENTY.....	140

Seznam příloh

PŘÍLOHA 1: SOUHRN STUDIÍ ZABÝVAJÍCÍCH SE CENOVOU ELASTICITOU DARU	161
PŘÍLOHA 2: DOTAZNÍK K DISERTACI	162
PŘÍLOHA 3: DOTAZNÍK K DISERTACI – POKYNY KE ZPRACOVÁNÍ DOTAZNÍKU	166
PŘÍLOHA 4: PODÍLOVÉ ZASTOUPENÍ ODPOVĚDÍ U JEDNOTLIVÝCH MOTIVŮ U DÁRCŮ	167
PŘÍLOHA 5: HODNOTY PEARSONOVÝCH KORELAČNÍCH KOEFICIENTŮ U JEDNOTLIVÝCH DVOJIC MOTIVŮ	168
PŘÍLOHA 6: ZÁVISLOST MOTIVU A VÝŠE POSKYTNUTÉHO DARU	169
PŘÍLOHA 7: ZÁVISLOST MOTIVU FREKVENCE DAROVÁNÍ.....	170
PŘÍLOHA 8: HODNOTY PEARSONOVÝCH KORELAČNÍCH KOEFICIENTŮ U JEDNOTLIVÝCH DVOJIC DETERMINANTŮ	171
PŘÍLOHA 9: HODNOTY PEARSONOVÝCH KORELAČNÍCH KOEFICIENTŮ PRO MOTIVY A DETERMINANTY	172
PŘÍLOHA 10: ZÁVISLOST SOCIO-DEMOGRAFICKÝCH SKUPIN A MOTIVŮ DLE ANALÝZY ANOVA	173
PŘÍLOHA 11: ZÁVISLOST SOCIO-DEMOGRAFICKÝCH SKUPIN A DETERMINANTŮ DLE ANALÝZY ANOVA	174
PŘÍLOHA 12: PROCENTNÍ ZASTOUPENÍ JEDNOTLIVÝCH KATEGORIÍ SOCIO-DEMOGRAFICKÝCH DETERMINANTŮ VZHLEDEM K VÝŠI POSKYTNUTÉHO DARU	175
PŘÍLOHA 13: PROCENTNÍ ZASTOUPENÍ JEDNOTLIVÝCH KATEGORIÍ SOCIO-DEMOGRAFICKÝCH DETERMINANTŮ VZHLEDEM K FREKVENCÍ DAROVÁNÍ	177

PŘÍLOHY

Příloha 1: Souhrn studií zabývajících se cenovou elasticitou daru

Study	Elasticity (Range)	Permanent/Temporary Tax Measure	Panel/Cross-Sectional Data	Tax-File/Survey Data	Donation Type
Abrams and Schitz (1978)	-1.1	Temporary	Cross-section	Tax filer	Donation
Abrams and Schitz (1984)	-1.44	Temporary	Cross-section	Tax filer	Donation
Apinamahakul and Devlin (2004) ^a	-1	Temporary	Cross-section	Survey	Donation
Auten and Rudney (1984)	-0.78	Temporary	Panel	Tax filer	Donation
Auten and Rudney (1990)	-0.14 to -1.4	Permanent	Panel	Tax filer	Donation
Auten, Cilke, and Randolph (1992)	-1.11	Temporary	Panel	Survey	Donation
Auten and Joulfaian (1996)	-1.1 to -2.50	Temporary	Cross-section	Tax filer	Donation/bequest
Auten, Clotfelter, and Schmalbeck (2002)	-0.52 to -0.95	Permanent	Panel	Survey	Donation
Auten, Sieg, and Clotfelter (2002)	-0.4 to -1.26	Temporary	Panel	Tax filer	Donation
Bakija (2002)	-0.2 to -2.52	Permanent/Temporary	Panel	Tax filer	Donation
Bakija, Gale, and Slemrod (2003)	-0.162	Temporary	Cross-section	Tax filer	Bequest
Barrett (1991)	-1.09	Temporary	Panel	Tax filer	Donation
Barrett, McGuirk, and Steinberg (1997)	-0.47	Temporary	Panel	Tax filer	Donation
Barthold and Plotnick (1984)	-0.75	Temporary	Panel	Tax filer	Bequest
Boskin (1976)	-1.2	Temporary	Cross-section	Tax filer	Bequest
Boskin and Feldstein (1977)	-2.14 to -2.44	Temporary	Cross-section	Survey	Donation
Bradley, Holden, and McClelland (2000)	-0.78 to -2.56	Temporary	Panel	Survey	Donation
Broman (1989)	-0.39	Temporary	Panel	Tax filer	Donation
Brooks (2002) ^a	-6.68	Temporary	Cross-section	Survey	Donation
Brown (1987)	-2.57 to -3.62	Temporary	Cross-section	Survey	Donation
Brown and Lankford (1992)	-1.62 to -1.79	Temporary	Cross-section	Survey	Donation
Choe and Jeong (1993)	-2.45	Temporary	Panel	Survey	Donation
Christian and Boatsman (1990)	-2.0	Temporary	Cross-section	Tax filer	Donation
Christian, Boatsman, and Reneau (1990)	-0.99 to -1.56	Temporary	Panel	Tax filer	Donation
Chua and Wong (1999) ^a	-0.98 to -6.15	Temporary	Cross-section	Tax filer	Donation
Clotfelter (1980)	-0.24 to -1.55	Temporary/permanent	Panel	Tax filer	Donation
Clotfelter (1983)	+0.06 to -1.60	Temporary	Cross-section	Tax filer	Donation
Clotfelter (1985)	-0.35 to -2.66	Temporary	Panel	Tax filer	Donation/bequest
Clotfelter and Steuerle (1981)	-1.27	Temporary	Panel	Tax filer	Donation
Dunbar and Phillips (1997)	-3.36	Temporary	Panel	Tax filer	Donation
Duquette (1999)	-0.64 to -1.24	Temporary	Panel	Survey	Donation
Dye (1978)	-2.25	Temporary	Cross-section	Survey	Donation
Dye (1980)	-0.6	Temporary	Cross-section	Survey	Donation
Feenberg (1987)	-1.63	Temporary	Panel	Survey	Donation
Feigenbaum (1980)	-0.44	Temporary	Panel	Tax filer	Donation
Feldstein (1975a)	-0.29 to -1.8	Temporary	Panel	Tax filer	Donation
Feldstein (1975b)	-1.24	Temporary	Panel	Survey	Donation
Feldstein and Clotfelter (1976)	-1.15	Temporary	Cross-section	Survey	Donation
Feldstein and Taylor (1976)	-1.09 to -1.28	Temporary	Panel	Survey	Donation
Fisher (1977)	-2.3	Temporary	Cross-section	Tax filer	Donation
Glenday, Gupta, and Pawlak (1986) ^a	-0.15	Temporary	Panel	Survey	Donation
Greene and McClelland (2001)	-0.54	Permanent	Cross-section	Survey	Bequest
Greenwood (1993)	-0.43	Temporary	Cross-section	Tax filer	Donation
Hood, Martin, and Osberg (1977) ^a	-0.86	Temporary	Panel	Tax filer	Donation
Jones (1983) ^a	-0.60	Temporary	Cross-section	Survey	Donation
Jones and Posnett (1991) ^a	-0.07	Temporary	Panel	Survey	Donation
Joulfaian (1991)	-3.00	Temporary	Cross-section	Tax filer	Bequest
Joulfaian (2000)	-0.74 to -2.58	Temporary	Cross-section	Survey	Bequest
Joulfaian and Rider (2004)	-1.14 to -2.15	Temporary	Cross-section	Tax filer	Donation
Kingma (1989)	-0.43	Temporary	Cross-section	Survey	Donation
Lawrence and Saghafi (1984)	-1.18	Temporary	Panel	Survey	Donation
Lindsey (1987)	-1.23 to -2.56	Temporary	Cross-section	Tax filer	Donation
McClelland (2004)	-1.85 to -2.14	Temporary	Cross-section	Tax filer	Bequest
Newsome, Blomquist, and Romsain (2001)	-0.27 to -0.58	Temporary	Panel	Tax filer	Donation
O'Neil, Steinberg, and Thompson (1996)	-0.47 to -2.24	Temporary	Panel	Survey	Donation
Study	Elasticity (Range)	Permanent/Temporary Tax Measure	Panel/Cross-Sectional Data	Tax-File/Survey Data	Donation Type
Randolph (1995)	-0.51 to -1.55	Temporary/permanent	Panel	Tax filer	Donation
Reece (1979)	-1.19	Temporary	Cross-section	Survey	Donation
Reece and Zieschang (1985)	-0.85	Temporary	Cross-section	Survey	Donation
Reece and Zieschang (1989)	-2.72	Temporary	Panel	Survey	Donation
Ricketts and Westfall (1993)	-1.06	Permanent	Panel	Tax filer	Donation
Robinson (1990)	-1.43 to -7.07	Temporary	Panel	Survey	Donation
Rudney (1985)	-0.61	Temporary	Panel	Tax filer	Donation
Schiff (1985)	-2.79 to -4.97	Temporary	Cross-section	Survey	Donation
Schwartz (1970)	-0.376 to -1.23	Temporary	Cross-section	Tax filer	Donation
Slemrod (1989)	-2.04 to -2.34	Temporary	Cross-section	Tax filer	Donation
Steinberg (1985)	-0.08	Temporary	Cross-section	Survey	Donation
Taussig (1967)	0 to -1	Temporary	Cross-section	Tax filer	Donation
Tiehen (2001)	0.02 to -2.41	Temporary	Cross-section	Survey/tax filer	Donation
Wu and Ricketts (1999)	+0.12 to -0.2	Temporary/permanent	Panel	Tax filer	Donation

^aNon-U.S. population samples.

Pozn.: Jedná se o studie s respondenty z jiných zemí než USA

Zdroj: PELOZA, STEEL (2005),

Příloha 2: Dotazník k disertaci

DOTAZNÍK - DÁRCOVSTVÍ V ČESKÉ REPUBLICE

Dobrý den,

dotazník, který máte právě před sebou, má za cíl zmapovat motivy a faktory, které mohou ovlivňovat rozhodování jednotlivce, zda poskytne finanční dar neziskové organizaci či nikoli. Prostřednictvím vyplnění následujících otázek pomůžete k vytvoření základní charakteristiky dárců v české společnosti. Dotazník je anonymní, jeho výsledky budou zpracovány v rámci výzkumu na Ekonomicko-správní fakultě Masarykovy univerzity v Brně.

Děkujeme za Váš čas

I) DAROVÁNÍ FINANČNÍCH PROSTŘEDKŮ NEZISKOVÉ ORGANIZACI V ROCE 2013

1. Daroval/Darovala jste v roce 2013 neziskové organizaci finanční prostředky:

- ANO
- NE *(přejděte na otázku č. 6)*

2. Co Vás vedlo k tomu, že jste peníze daroval/darovala:

3. Jaká byla přibližná celková výše poskytnutých finančních prostředků všem neziskovým organizacím v roce 2013:

..... Kč.

4. Jak často jste v roce 2013 daroval/darovala finanční prostředky neziskovým organizacím:

- Pouze jednou
- Vícekrát: kolikrát.....
- Daruji pravidelně: jak často.....

5. Pokud by se Vám v roce 2014 zvýšil příjem, daroval/darovala byste úhrnně za celý rok 2014:

- menší částku než v roce 2013
- přibližně stejnou částku jako v roce 2013
- větší částku: procentuálně z příjmu však méně než v roce 2013
- větší částku: procentuálně z příjmu stále stejně jako v roce 2013
- větší částku: procentuálně z příjmu více než v roce 2013
- nevím

(dále přejděte na otázku č. 7)

6. Co Vás vedlo k tomu, že jste žádné peníze nedaroval/nedarovala:

II) POSTOJE, HODNOTY, NÁZORY

7. Níže je uvedena řada tvrzení, které se všeobecně vztahují k dárcovství finančních prostředků neziskovým organizacím. Přečtete si, prosím, jednotlivá tvrzení a u každého z nich uveďte, do jaké míry s daným tvrzením souhlasíte či nesouhlasíte. Míru souhlasu vyjádřete zakřížkováním pouze jednoho z čísel na škále 1 – 5, kde:

- 1 – zcela souhlasím
 2 – spíše souhlasím
 3 – nevím, nemohu se rozhodnout
 4 – spíše nesouhlasím
 5 – zcela nesouhlasím

		Zcela souhlasím	Spíše souhlasím	Nevím	Spíše nesouhlasím	Zcela nesouhlasím
7.1	Daruji z úcty k těm, kterým pomáhám.	1	2	3	4	5
7.2	Darování považuji za morální povinnost.	1	2	3	4	5
7.3	Daruji, protože lidé by k sobě měli mít vzájemnou odpovědnost a starat se o blaho ostatních.	1	2	3	4	5
7.4	Daruji peníze, protože je mi nepříjemné aktuální žádost odmítnout.	1	2	3	4	5
7.5	Darují jen ti, kteří si to mohou dovolit.	1	2	3	4	5
7.6	Daruji, protože mne samému se daří dobře.	1	2	3	4	5
7.7	Daruji, pokud znám i někoho jiného, kdo poskytuje peníze na stejný účel.	1	2	3	4	5
7.8	Prostřednictvím darování pociťuji příslušnost k určité skupině lidí, kterou něco spojuje.	1	2	3	4	5
7.9	Darování mi přináší určité zadostiučinění.	1	2	3	4	5
7.10	Podpořím spíše organizace, ve kterých znám lidi, kteří měli, mají či budou mít z dárcovství prospěch.	1	2	3	4	5
7.11	Daruji, protože mi to umožňuje získávat nové dovednosti (např. efektivně rozdělovat své finance,...).	1	2	3	4	5
7.12	Daruji, protože si tak můžu snížit odvody svých daní.	1	2	3	4	5
7.13	Daruji, pokud jsem přímo osloven/oslovena.	1	2	3	4	5
7.14	Daruji peníze pouze neziskové organizaci, které důvěřuji.	1	2	3	4	5
7.15	Daruji těm, kterým jsem sám/sama za něco vděčný/vděčná.	1	2	3	4	5
7.16	Daruji ze solidarity k chudým a slabým.	1	2	3	4	5
7.17	Existují určité neziskové organizace a jejich kampaně, o které mám specifický zájem, a proto je podpořím.	1	2	3	4	5
7.18	Neziskové organizace by měly být podporovány vládou, nikoli jednotlivci ve společnosti.	1	2	3	4	5
7.19	Cítím se někdy povinen pomoci, pokud někdo (např. soused, kolega,...) sleduje, zda pomohu.	1	2	3	4	5
7.20	Jsem-li osloven/oslovena s žádostí o pomoc, potřebuji delší čas, abych se mohl/mohla rozhodnout, zda pomohu.	1	2	3	4	5
7.21	Každý člověk by se měl umět obětovat a pomoci ostatním.	1	2	3	4	5
7.22	Daruji peníze, nehledě na to, které neziskové organizace jsou podporovány z veřejných dotací.	1	2	3	4	5
7.23	Daruji, protože sám bych nechtěl/nechtěla být na místě potřebných.	1	2	3	4	5
7.24	Nejčastěji přispívám na projekty, které řeší nenadálé a naléhavé události.	1	2	3	4	5
7.25	Daruji, protože i já jednou třeba budu potřebovat pomoci.	1	2	3	4	5
7.26	Chci pomoci, když vidím, jak pomáhají ostatní.	1	2	3	4	5
7.27	Daruji, protože mě to těší a mám z toho dobrý pocit.	1	2	3	4	5
7.28	Daruji, protože mi to umožňuje zvyšovat mé postavení ve společnosti.	1	2	3	4	5
7.29	Daruji, abych tak vyjádřil/vyjádřila svoji náklonnost a sympatii k potřebným.	1	2	3	4	5
7.30	Pokud nejsem požádán/ požádána pomoci, žádné peníze nedaruji.	1	2	3	4	5
7.31	Darování ve mně vyvolává pocit nenahraditelnosti.	1	2	3	4	5
7.32	Daruji finance na ty projekty neziskových organizací, které jsou realizovány v mém okolí.	1	2	3	4	5
7.33	Nepodporuji projekty, ze kterých pro mne neplyne materiální, finanční ani jiný užitek.	1	2	3	4	5
7.34	Pokud nepomohu, cítím se vinen/vinna.	1	2	3	4	5
7.35	Společnost vyžaduje, abychom potřebným pomáhali.	1	2	3	4	5
7.36	Daruji, protože je mi potřebných líto	1	2	3	4	5

7.37	Prostřednictvím darování peněz neziskovým organizacím mohou ovlivňovat rozhodování politické reprezentace.	1	2	3	4	5
7.38	Daruji, protože i mně již bylo pomoheno.	1	2	3	4	5
7.39	Daruji, abych potlačil/potlačila bezpráví ve společnosti.	1	2	3	4	5
7.40	Daruji, protože v obdarované neziskové organizaci tak mohou získat osobní kontakty využitelné v mém pracovním či osobním životě.	1	2	3	4	5
7.41	Neziskové organizace představují dobrý způsob, jak distribuovat peníze, jak pomoci ostatním.	1	2	3	4	5
7.42	Pokud daruji, ostatní lidé si mě budou více vážit.	1	2	3	4	5
7.43	Darovat peníze potřebným je morálně správné.	1	2	3	4	5
7.44	Pokud chci darovat, nezáleží mi na tom, jakým způsobem jsem požádán/požádána poskytnout dar.	1	2	3	4	5
7.45	Daruji, protože to vyplývá z mého náboženského přesvědčení.	1	2	3	4	5
7.46	Daruji, ale nikdy bych si dar neuplatnil ve svém daňovém přiznání.	1	2	3	4	5
7.47	Daruji, protože to vyžadují daná společenská pravidla (zvyklosti).	1	2	3	4	5
7.48	Daruji, protože od toho očekávám zviditelnění se, nebo ocenění společností.	1	2	3	4	5
7.49	Daruji, protože mi z toho plynou ekonomické výhody.	1	2	3	4	5
7.50	Daruji neziskové organizaci, kterou osobně znám, nebo znám její zaměstnance.	1	2	3	4	5
7.51	Musíme si navzájem pomáhat, protože k některým byl život nespravedlivý.	1	2	3	4	5
7.52	Daruji, protože z toho může pro mne vyplynout obchodní poptávka či nabídka zaměstnání.	1	2	3	4	5
7.53	Činnost neziskových organizací je pro společnost potřebná, proto je správné je finančně podporovat.	1	2	3	4	5
7.54	Neziskové organizace dělají záslužnou práci, ale financovat by je měli firmy a podnikatelé.	1	2	3	4	5
7.55	Pokud daruji, získávám moc a převahu nad těmi, kterým jsem pomohl/pomohla.	1	2	3	4	5
7.56	Vím, že darování mohou danou věc/situaci/stav změnit.	1	2	3	4	5

III) SOCIO-DEMOGRAFICKÝ PROFIL RESPONDENTA

(Pokud není uvedeno jinak, zatrhněte vždy pouze jednu možnost.)

8. Pohlaví: žena muž

9. Rok narození: _____

10. Současný rodinný stav: svobodný/svobodná ženatý/vdaná
 rozvedený/rozvedená vdovec/vdova

11. Nejvyšší dosažené vzdělání (ukončené):
 bez vzdělání středoškolské
 základní vyšší odborné
 vyučen vysokoškolské
 vyučen s maturitou

12. Počet obyvatel města/obce, ve kterém žijete:
 do 999 10.000-49.999
 1.000-2.999 50.000-99.999
 3.000-9.999 100.000 a více obyvatel

13. Výše Vašeho čistého měsíčního příjmu (včetně sociálních dávek, důchodu apod.) v Kč:
 0 – 9.999
 10.000 – 14.999
 15.000 – 19.999
 20.000 – 29.999
 30.000 – 39.999
 40.000 a více

14. Počet členů Ve Vaší domácnosti:
(Domácnost tvoří fyzické osoby, které spolu trvale žijí a společně uhrazují náklady na své p

- z toho počet dětí mladších 18 let:

- z toho počet členů s vlastním příjmem:

15. Čistý měsíční příjem celé Vaší domácnosti (včetně sociálních dávek, důchodů apod.) v Kč:.....

16. Zaměstnání:
dle klasifikace CZ-ISCO

- a) Zákodárce a **řídící pracovník**
 Specialista (vědecký a odborný duševní pracovník, včetně zdravotnických pedagogických pracovníků)
 Technický a **odborný pracovník** (a nižší zdravotnický pracovník)
 Úředník (a **administrativní pracovník**)
 Pracovník **ve službách a prodeji**
 Kvalifikovaný pracovník v **zemědělství**, lesnictví a rybářství
 Řemeslník a opravář
 Obsluha strojů a zařízení, montér
 Pomocný a **nekvalifikovaný** pracovník
- b)* Student
 Osoba na mateřské/rodičovské dovolené
 Důchodce
- c) * Jiné.....
 Nezaměstnaný

* Oddíl b) a c) může zůstat nezaškrtnutý.

Je možné současně zaškrtnout jednu možnost z oddílu a) a zároveň jednu možnost z oddílu b).

17. Náboženská víra: věřící nehlašící se k žádné církvi
 věřící hlásící se k církvi.....(uved'te)
 bez vyznání
 nevím

18. Jakou politickou stranu/hnutí jste volil/volila v parlamentních volbách v roce 2013:

- (uved'te)
 nevím
 nebyl/nebyla jsem u voleb

19. Pracuji v neziskové organizaci:

- Ano Ne Nevím

Pokud ANO, jakou právní formu nezisková organizace má (pokud pracujete ve více organizacích, můžete zvolit více možností):

- občanské sdružení
 obecně prospěšná společnost
 nadace, nadační fond
 církevní organizace
 honební společenstvo
 jiné..... (uved'te)

20. Dobrovolně (tj. bez nároku na mzdu) se angažuji v neziskové organizaci:

- Ano Ne Nevím

Pokud ANO, jakou právní formu nezisková organizace má (pokud se angažujete ve více organizacích, můžete zvolit více možností):

- občanské sdružení
 obecně prospěšná společnost
 nadace, nadační fond
 církevní organizace
 honební společenstvo
 jiné..... (uved'te)

21. Jeden nebo oba rodiče jsou/byli dobrovolníky, či pracovali v neziskové organizaci:

- Ano Ne Nevím

Příloha 3: Dotazník k disertaci – pokyny ke zpracování dotazníku

Dobrý den,

obracíme se na Vás s prosbou o vyplnění tohoto dotazníku vztahujícího se k dárcovství. Dotazník slouží k výzkumným záměrům Katedry veřejné ekonomie, Ekonomicko-správní fakulty Masarykovy univerzity v Brně.

Všechny otázky v dotazníku se vztahují k aktu *dárcovství finančních prostředků* jednotlivce *neziskovým organizacím*.

Co je to akt dárcovství: Během odpovědí na všechny otázky berte v úvahu pouze darování finančních prostředků, nikoli např. darování svého volného času, materiálních věcí (např. oblečení), svého umu apod.

Co je to nezisková organizace:

- Během odpovědí na všechny otázky berte v úvahu pouze darování peněz neziskovým organizacím. Tj. organizacím, které nebyly založeny za účelem vytváření zisku (nejsou tedy obchodní společnostmi ani podnikatelským subjektem) a jsou nestátní, nebyly zřízeny státem, obcí, krajem. Jedná se např. o občanská sdružení (např. spolky), obecně prospěšné společnosti, nadace a nadační fondy, církve a náboženské společnosti apod.
- Neberte v úvahu darování peněz přátelům, v rámci rodiny, darování mimo institut neziskové organizace (např. darování žebrákovi) apod.
- Není podstatné, zda darované peníze slouží pouze pro potřeby neziskové organizace, či jsou dál přerozdělovány potřebným.

Dotazník se skládá ze tří částí. **V první části** je respondent tázán, zda v roce 2013 daroval, či nedaroval peníze neziskovým organizacím, a co ho k danému chování vedlo. **Ve druhé části** se zkoumají motivy, názory a postoje ovlivňující akt dárcovství prostřednictvím hodnotící škály. Přečtěte si pozorně každý výrok a uveďte, do jaké míry vypovídá o Vašem postoji, názoru, nakolik s ním souhlasíte. Váš názor vyjádřete na škále čísel 1 až 5 (udávajících míru ztotožnění se s výrokem) pomocí křížku na daném čísle. Pokud omylem označíte jinou odpověď a chcete se opravit, označte křížkem X správnou odpověď, špatnou odpověď dejte do kroužku. Důležité je pouze Vaše osobní mínění - nejsou tu žádné správné nebo nesprávné odpovědi.

Třetí část dotazníku zjišťuje Váš socio-demografický profil. Tyto údaje jsou pro výzkumné šetření nezbytné.

Děkujeme za spolupráci Ing. Marie Hladká

Katedra veřejné ekonomie
Ekonomicko-správní fakulta Masarykovy univerzity, Brno

Příloha 4: Podílové zastoupení odpovědí u jednotlivých motivů u dárců

DÁRCI			Zcela souhlasím	Svíše souhlasím	Nevím	Svíše nesouhlasím	Zcela nesouhlasím	Bez odpovědi
Proměnná		Ukazatel						
empatie	1.	Daruji, protože sám bych nechtěl/nechtěla být na místě potřebných.	25,2	40,7	9,8	15,9	8,4	
náklonnost, sympatie	2.	Daruji, abych tak vyjádřil/vyjádřila svoji náklonnost a sympatii k potřebným.	22,9	43,9	15,4	11,7	5,1	0,9
soucit, solidarita	3.	Daruji ze solidarity k chudým a slabým.	28,0	43,0	12,1	12,6	3,7	0,5
slitování, lítost	4.	Daruji, protože je mi potřebných líto.	26,2	43,9	13,1	13,1	3,7	
úcta	5.	Daruji z úcty k těm, kterým pomáhám.	39,3	40,2	9,3	8,4	2,8	
vděčnost	6.	Daruji těm, kterým jsem sám/sama za něco vděčný/vděčná.	12,6	16,8	16,8	29,0	24,3	0,5
společenská pravidla	7.	Daruji, protože to vyžadují daná společenská pravidla (zvyklosti).	2,8	10,7	17,3	34,6	34,1	0,5
víra ve spravedlnost	8.	Musíme si navzájem pomáhat, protože k některým byl život nespravedlivý.	29,0	49,5	11,7	8,9	0,9	
	9.	Daruji, abych potlačil/potlačila bezpráví ve společnosti.	9,3	25,7	22,4	28,0	13,6	0,9
přesvědčení	10.	Činnost neziskových organizací je pro společnost potřebná, proto je správné je finančně podporovat.	35,0	45,3	12,1	4,7	2,8	
	11.	Vím, že darováním mohu danou věc/situaci/stav změnit.	22,0	51,4	15,9	8,9	1,9	
sociální odpovědnost	12.	Neziskové organizace dělají záslužnou práci, ale financovat by je měli firmy a podnikatelé.	9,8	22,4	25,7	27,6	14,5	
	13.	Daruji, protože lidé by k sobě měli mít vzájemnou odpovědnost a starat se o blaho ostatních.	25,7	47,7	13,1	9,8	2,3	1,4
morální povinnost	14.	Darovat peníze potřebným je morálně správné.	42,5	39,3	12,6	2,3	1,9	1,4
	15.	Darování považuji za morální povinnost.	27,1	36,0	12,6	17,8	6,5	
náboženská povinnost	16.	Daruji, protože to vyplývá z mého náboženského přesvědčení.	7,9	9,3	7,9	14,5	59,3	0,9
příležitost zisku, odměny	17.	Daruji, protože mi z toho plynou ekonomické výhody.	3,7	2,3	4,2	17,8	71,0	0,9
touha po moci	18.	Pokud daruji, získávám moc a převahu nad těmi, kterým jsem pomohl/ pomohla.	1,4	1,9	5,6	15,4	75,7	
sebestřednost	19.	Darují jen ti, kteří si to mohou dovolit.	9,3	17,3	10,7	34,1	28,5	
ocenění	20.	Daruji, protože od toho očekávám zviditelnění se, nebo ocenění společností.	1,4	6,1	6,1	19,6	66,8	
politický vliv	21.	Prostřednictvím darování peněz neziskovým organizacím mohu ovlivňovat rozhodování politické reprezentace.	0,9	5,6	15,9	25,7	51,9	
pocit nenahraditelnosti	22.	Darování ve mně vyvolává pocit nenahraditelnosti.	3,3	6,1	12,1	25,7	52,8	
strach, obava	23.	Daruji, protože i já jednou třeba budu potřebovat pomoci.	18,2	29,4	19,2	22,0	11,2	
dobry pocit (warm-glow)	24.	Daruji, protože mě to těší a mám z toho dobrý pocit.	43,9	45,8	4,2	4,2	0,9	0,9
	25.	Darování mi přináší určité zadostiučinění.	20,6	49,1	11,7	11,2	6,1	1,4
reciprocita	26.	Nepodporuji projekty, ze kterých pro mne neplyne materiální, finanční ani jiný užitek.	2,8	5,1	6,5	17,8	67,8	
svědomí	27.	Pokud nepomohu, cítím se vinen/vinna.	2,3	13,1	19,6	31,3	33,6	
touha po sebeobětování	28.	Každý člověk by se měl umět obětovat a pomoci ostatním.	38,3	39,3	15,4	6,1	0,9	
reputace	29.	Pokud daruji, ostatní lidé si mě budou více vážit.	2,8	15,4	18,7	30,4	32,7	
oplátka společnosti	30.	Daruji, protože i mně již bylo pomoheno.	1,4	9,3	8,4	30,8	50,0	
	31.	Daruji, protože mně samému se daří dobře.	13,1	36,4	14,5	23,4	11,7	0,9
potřeba pomoci	32.	Společnost vyžaduje, abychom potřebným pomáhali.	15,9	36,9	24,8	14,0	8,4	
potřeba někam patřit	33.	Prostřednictvím darování pocituji příslušnost k určité skupině lidí, kterou něco spojuje.	10,7	24,3	18,7	29,9	15,9	0,5
osobní kontakty	34.	Daruji, protože v obdarované neziskové organizaci tak mohu získat osobní kontakty využitelné v mém pracovním či osobním životě.	3,7	7,5	8,9	20,1	59,3	0,5
dovednosti	35.	Daruji, protože mi to umožňuje získávat nové dovednosti (např. efektivně rozdělovat své finance,...)	0,5	10,3	15,9	29,9	43,5	
socio-ekonomický status	36.	Daruji, protože mi to umožňuje zvyšovat mé postavení ve společnosti.	3,3	6,5	13,1	29,9	47,2	
pracovní příležitost	37.	Daruji, protože z toho může pro mne vyplynout obchodní poptávka či nabídka zaměstnání.	1,9	5,1	7,5	20,1	65,4	

Zdroj: autorka

Příloha 6: Závislost motivu a výše poskytnutého daru

Proměnná	Ukazatel	zcela souhlasím	spíše souhlasím	nevím	spíše nesouhlasím	zcela nesouhlasím	p-hodnota dle ANOVA
empatie	A_emp	3,48	3,49	5,00	4,33	4,33	0,00365
náklonost, sympatie	A_nákl	4,16	3,88	3,28	3,80	4,00	0,77066
soucit, solidarita	A_ss	3,71	3,58	4,31	4,11	5,00	0,17752
slitování, lítost	A_slit	3,38	3,71	4,54	4,29	4,63	0,16532
úcta	A_úc	3,96	3,87	3,65	3,33	3,83	0,59289
vděčnost	A_vdě	4,56	4,14	3,20	3,98	3,52	0,11702
společenská pravidla	A_sp	3,50	3,78	3,92	3,68	4,03	0,56429
víra ve spravedlnost	A_visp_1	3,94	3,76	4,08	3,83	2,00	0,45871
	A_visp_2	3,75	3,71	4,06	3,67	3,90	0,79961
přesvědčení	A_přes_1	4,16	3,64	3,64	4,10	3,50	0,19342
	A_přes_2	4,45	3,90	3,29	3,26	2,50	0,11710
sociální odpovědnost	A_socod_1	4,15	3,67	3,80	3,66	4,32	0,78750
	A_socod_2	4,37	3,77	3,32	3,43	3,60	0,00301
morální povinnost	A_mopo_1	4,11	3,84	3,19	3,40	3,75	0,12942
	A_mopo_2	4,44	3,87	3,69	3,29	3,00	0,00541
náboženská povinnost	A_nábp	5,06	3,70	4,35	3,47	3,73	0,00154
příležitost zisku, odměny	E_zisk	5,50	6,60	4,00	3,61	3,68	0,00198
touha po moci	E_moc	4,00	4,75	4,09	4,03	3,76	0,19225
sebestřednost	E_sebe	3,50	4,27	3,04	3,71	4,15	0,80552
ocenění	E_oc	4,67	3,92	4,75	4,02	3,69	0,06674
politický vliv	E_polv	3,00	4,73	2,94	3,94	3,99	0,70418
pocit nenahraditelnosti	E_pocne	3,29	4,08	3,92	3,76	3,87	0,98409
strach, obava	E_str	3,54	3,79	3,88	3,91	4,25	0,48864
dobrý pocit (warm-glow)	E_warm_1	4,06	3,69	3,22	4,56	1,50	0,03116
	E_warm_2	3,79	3,86	4,04	3,38	4,38	0,35645
reciprocita	E_reci	3,33	5,18	3,23	3,86	3,81	0,34113
svědomí	E_sv	3,60	3,82	3,83	3,44	4,24	0,67824
touha po sebeobětování	E_sebeob	4,04	3,53	4,03	4,15	3,50	0,11231
reputace	E_repu	5,00	4,16	3,73	3,75	3,74	0,30976
oplátka společnosti	E_oplsp_1	4,00	4,00	4,11	3,72	3,83	0,86540
	E_oplsp_2	4,70	3,88	3,32	3,56	3,92	0,52296
potřeba pomoci	E_pp	3,79	3,71	3,79	3,60	5,06	0,38571
potřeba někam patřit	E_pnk	4,55	3,59	3,83	3,78	3,88	0,73145
osobní kontakty	I_osko	6,25	5,38	3,63	3,76	3,57	0,00129
dovednosti	I_dov	3,00	4,86	3,97	3,89	3,53	0,01383
socio-ekonomický status	I_ses	5,00	5,00	4,14	3,54	3,70	0,05766
pracovní příležitosti	I_prpř	4,75	5,20	3,87	3,86	3,71	0,21114

Zdroj: autorka

Příloha 7: Závislost motivu frekvence darování

Proměnná	Kód	Zcela souhlasím	Spíše souhlasím	Nevím	Spíše nesouhlasím	Zcela nesouhlasím	p-hodnota dle ANOVA
empatie	A_emp	1,72	1,68	1,71	2,03	1,72	0,1421665
náklonost, sympatie	A_nákl	1,82	1,70	1,82	1,76	1,82	0,9769163
soucit, solidarita	A_ss	1,73	1,67	1,77	2,04	1,63	0,083105
slitování, lítost	A_slit	1,77	1,71	1,75	1,86	1,75	0,0361431
úcta	A_úct	1,88	1,76	1,50	1,50	1,50	0,0041766
vděčnost	A_vdě	1,74	1,61	1,64	1,87	1,81	0,0936863
společenská pravidla	A_sp	2,00	1,78	1,78	1,68	1,78	0,6964283
víra ve spravedlnost	A_visp_1	1,84	1,72	1,80	1,63	1,50	0,0418731
	A_visp_2	1,80	1,78	1,69	1,83	1,62	0,6009396
přesvědčení	A_přes_1	1,89	1,69	1,62	1,60	1,83	0,0778532
	A_přes_2	1,77	1,74	1,85	1,58	2,00	0,5159179
sociální odpovědnost	A_socod_1	1,48	1,79	1,69	1,81	1,87	0,0790618
	A_socod_2	1,87	1,72	1,68	1,76	1,40	0,2613417
morální povinnost	A_mopo_1	1,89	1,68	1,78	1,20	1,00	0,0010081
	A_mopo_2	1,83	1,71	1,89	1,79	1,29	0,1121373
náboženská povinnost	A_nábp	1,88	1,80	1,59	1,68	1,77	0,7769851
příležitost zisku, odměny	E_zisk	1,75	2,20	1,56	1,61	1,78	0,2261387
touha po moci	E_moc	1,67	1,50	1,67	1,55	1,81	0,157338
sebestřednost	E_sebe	1,50	1,76	1,57	1,78	1,87	0,0641407
ocenění	E_oc	1,33	1,62	1,69	1,64	1,81	0,0669956
politický vliv	E_polv	2,00	1,50	1,88	1,67	1,77	0,9529189
pocit nenahraditelnosti	E_pocne	1,71	1,31	1,81	1,78	1,78	0,332021
strach, obava	E_str	1,74	1,71	1,66	1,87	1,79	0,3077273
dobrý pocit (warm-glow)	E_warm_1	1,86	1,67	1,78	1,56	1,50	0,1300808
	E_warm_2	1,70	1,73	1,76	1,88	1,85	0,3924987
reciprocita	E_reci	1,33	1,55	1,50	1,71	1,82	0,0026144
svědomí	E_sv	1,60	1,82	1,64	1,79	1,76	0,7972241
touha po sebeobětování	E_sebeob	1,80	1,74	1,73	1,62	1,50	0,198006
reputace	E_repu	1,67	1,76	1,65	1,82	1,76	0,8658716
oplátka společnosti	E_oplsp_1	1,33	1,60	1,72	1,80	1,77	0,2215803
	E_oplsp_2	1,64	1,81	1,77	1,80	1,64	0,4670928
potřeba pomoci	E_pp	1,91	1,68	1,83	1,67	1,67	0,5657158
potřeba někam patřit	E_pnk	1,65	1,62	1,83	1,84	1,76	0,0321412
osobní kontakty	I_osko	1,50	1,63	1,68	1,58	1,85	0,0559042
dovednosti	I_dov	1,00	1,73	1,53	1,78	1,83	0,1033486
socio-ekonomický status	I_ses	1,57	1,57	1,82	1,70	1,80	0,3030142
pracovní příležitosti	I_prpř	1,50	1,82	1,38	1,72	1,81	0,0308642

Zdroj: autorka

Příloha 8: Hodnoty Pearsonových korelačních koeficientů u jednotlivých dvojic determinantů

	Ep_dapo_1	Ep_dapo_2	Ep_vvs_1	Ep_vvs_2	Sip_efpř_1	Sip_efpř_2	Sip_účasť_1	Sip_účasť_2	Sip_vzoz_1	Sip_vzoz_2	Sip_vzoz_3	Sip_vzokp_1	Sip_vzokp_2	Sip_vzod	Sip_chas_1	Sip_chas_2	Sip_fund_1	Sip_fund_2
Ep_dapo_1	1	-.233**	-.080	.129**	.092	.204**	.124**	.016	.024	.085	.270**	.171**	.156**	.248**	.166**	.098	.000	-.061
Ep_dapo_2	-.233**	1	.054	-.018	.079	-.008	-.086	.080	-.002	.055	-.118*	-.100*	-.032	-.037	-.013	-.055	.007	.076
Ep_vvs_1	-.080	.054	1	-.088	.160**	.047	-.027	.118*	.163**	.125**	-.003	.078	-.037	.024	.028	.131**	.163**	.025
Ep_vvs_2	.129**	-.018	-.088	1	.008	.032	.137**	-.026	-.059	-.053	.042	.001	.112*	.082	.008	.073	.053	.034
Sip_efpř_1	.092	.079	.160**	.008	1	.364**	.005	.343**	.068	.294**	.229**	.191**	.209**	.433**	.147**	.289**	.290**	.000
Sip_efpř_2	.204**	-.008	.047	.032	.364**	1	.212**	.371**	-.007	.107*	.126**	.115*	.163**	.394**	.109*	.262**	.204**	-.052
Sip_účasť_1	.124**	-.086	-.027	.137**	.005	.212**	1	.273**	-.123*	-.157**	.023	.058	.064	.172**	.137**	.109*	.269**	-.207**
Sip_účasť_2	.016	.080	.118*	-.026	.343**	.371**	.273**	1	-.008	.066	.040	.082	.161**	.333**	.106*	.240**	.445**	-.075
Sip_vzoz_1	.024	-.002	.163**	-.059	.068	-.007	-.123*	-.008	1	.261**	.356**	.228**	.190**	.065	.077	.161**	.100*	.131**
Sip_vzoz_2	.085	.055	.125**	-.053	.294**	.107*	-.157**	.066	.261**	1	.249**	.255**	.239**	.154**	.154**	.173**	.097**	.061
Sip_vzoz_3	.270**	-.118*	-.003	.042	.229**	.126**	.023	.040	.356**	.249**	1	.421**	.388**	.314**	.199**	.175**	.022	.051
Sip_vzokp_1	.171**	-.100*	.078	.001	.191**	.115*	.058	.082	.228**	.255**	.421**	1	.297**	.317**	.187**	.227**	.169**	-.020
Sip_vzokp_2	.156**	-.032	-.037	.112	.209**	.163**	.064	.161**	.190**	.239**	.388**	.297**	1	.329**	.084	.133**	.182**	-.021
Sip_vzod	.248**	-.037	.024	.082	.433**	.394**	.172**	.333**	.065	.154**	.314**	.317**	.329**	1	.191**	.284**	.253**	-.053
Sip_chas_1	.166**	-.013	.028	.008	.147**	.109*	.137**	.106*	.077	.154**	.199**	.187**	.084	.191**	1	.203**	-.023	-.117*
Sip_chas_2	.098	-.055	.131**	.073	.289**	.262**	.109*	.240**	.161**	.173**	.175**	.227**	.133**	.284**	.203**	1	.162**	.014
Sip_fund_1	.000	.007	.163**	.053	.290**	.204**	.269**	.445**	.100*	.097**	.022	.169**	.182**	.253**	-.023	.162**	1	-.050
Sip_fund_2	-.061	.076	.025	.034	.000	-.052	-.207**	-.075	.131**	.061	.051	-.020	-.021	-.053	-.117*	.014	-.050	1

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Zdroj: autorka

Příloha 9: Hodnoty Pearsonových korelačních koeficientů pro motivy a determinanty

Correlations																		
	Ep_dapo_1	Ep_dapo_2	Ep_vvs_1	Ep_vvs_2	Sip_efpř_1	Sip_efpř_2	Sip_účast_1	Sip_účast_2	Sip_vzoz_1	Sip_vzoz_2	Sip_vzoz_3	Sip_vztkp_1	Sip_vztkp_2	Sip_vzod	Sip_chas_1	Sip_chas_2	Sip_fund_1	Sip_fund_2
A_emp	,077	,083	,140**	,019	,383**	,232**	,033	,329**	,112	,175**	,073	,109	,112	,190**	,037	,312**	,172**	,000
A_nákl	,001	,053	,198**	-,075	,272**	,073	-,144**	,107	,306**	,341**	,221**	,261**	,133**	,113	,042	,199**	,218**	,099
A_ss	-,033	,030	,162**	-,075	,310**	,140**	,011	,232**	,222**	,283**	,015	,089	,109	,134**	-,014	,191**	,257**	,034
A_slit	-,082	,144**	,201**	-,042	,372**	,204**	,023	,287**	,183**	,204**	,082	,142**	,121	,226**	,039	,301**	,282**	,124**
A_úč	,036	,017	,178**	-,016	,194**	,097	-,106	,209**	,366**	,297**	,146**	,167**	,183**	,117	,012	,165**	,173**	,120
A_vdě	,301**	-,108	-,063	,039	,200**	,219**	,084	,119	,216**	,212**	,422**	,366**	,224**	,285**	,208**	,227**	,027	-,012
A_sp	,135**	,083	,051	-,052	,366**	,384**	,135**	,347**	,003	,156**	,198**	,222**	,146**	,335**	,023	,166**	,213**	-,009
A_visp_1	-,114	,197**	,163**	-,027	,298**	-,005	-,171**	,089	,262**	,209**	,068	,029	,037	,049	,041	,183**	,134**	,137**
A_visp_2	,096	,146**	,137**	-,043	,376**	,164**	-,129**	,109	,150**	,305**	,157**	,168**	,056	,187**	,058	,172**	,132**	,072
A_přes_1	-,018	,037	,287**	,014	,232**	,045	-,041	,101	,337**	,302**	,170**	,140**	,114	,039	,065	,216**	,169**	,110
A_přes_2	-,037	,101	,184**	-,127**	,141**	,033	-,077	,036	,262**	,239**	,189**	,177**	,101	,020	-,004	,075	,143**	,108
A_socod_1	,191**	-,128**	-,090	,322**	,106	,155**	,231**	,091	-,058	-,018	,118	,126**	,127**	,204**	,091	,108	,060	,004
A_socod_2	-,066	,067	,192**	-,146**	,305**	,097	-,120	,192**	,211**	,224**	,061	,134**	,069	,126**	-,018	,181**	,207**	,155**
A_mopo_1	-,008	,067	,214**	-,031	,277**	,049	-,105	,067	,239**	,232**	,052	,055	,044	,088	-,030	,123	,168**	,132**
A_mopo_2	-,031	,077	,210**	-,065	,240**	,112	-,107	,208**	,145**	,227**	,009	,066	-,026	,157**	-,008	,106	,229**	,131**
A_nábp	,079	,101	,026	-,004	,059	,158**	-,048	,150**	-,074	,127**	,021	,031	,060	,103	-,026	,013	,136**	,128**
E_zisk	,533**	-,166**	-,047	-,007	,180**	,185**	,132**	,065	-,002	,157**	,282**	,209**	,208**	,236**	,165**	,124**	,036	-,100
E_moc	,350**	-,092	-,041	,108	,156**	,365**	,222**	,198**	-,109	,139**	,152**	,092	,141**	,241**	,073	,090	,074	-,117
E_sebe	,230**	-,135**	-,076	,172**	,098	,286**	,235**	,176**	-,044	-,016	,218**	,160**	,119	,220**	,212**	,171**	,047	-,103
E_oc	,330**	-,083	,047	-,001	,209**	,329**	,144**	,184**	-,034	,137**	,252**	,240**	,163**	,284**	,061	,076	,103	-,127**
E_polv	,249**	-,035	,061	,062	,224**	,257**	,097	,180**	-,008	,262**	,153**	,163**	,159**	,288**	,167**	,089	,153**	-,102
E_pocne	,223**	-,014	,084	-,015	,340**	,363**	,201**	,304**	-,019	,190**	,214**	,172**	,131**	,352**	,090	,148**	,177**	-,119
E_str	,117	,017	,104	,082	,485**	,231**	,049	,199**	,179**	,286**	,163**	,237**	,203**	,291**	,072	,345**	,213**	,016
E_warm_1	-,097	,143**	,284**	-,068	,293**	,026	-,228**	,081	,433**	,371**	,164**	,157**	,124**	,061	-,013	,226**	,208**	,118
E_warm_2	-,025	,090	,274**	-,045	,353**	,162**	-,057	,251**	,276**	,279**	,142**	,160**	,242**	,247**	,005	,168**	,324**	,096
E_reci	,262**	-,113	,021	-,021	,137**	,278**	,297**	,151**	-,152**	,031	,098	,173**	,132**	,205**	,144**	,038	,048	-,212**
E_sv	,022	,157**	,185**	-,105	,260**	,337**	-,010	,254**	,013	,156**	-,037	,017	,006	,116	-,001	,155**	,164**	,029
E_sebeob	-,103	,141**	,234**	-,023	,233**	,052	-,118	,146**	,159**	,236**	,067	,090	,093	,126**	-,006	,176**	,159**	,188**
E_repu	,291**	-,030	,035	,052	,353**	,379**	,209**	,211**	,001	,195**	,224**	,215**	,204**	,301**	,070	,199**	,141**	-,094
E_oplsp_1	,180**	,053	,038	,045	,277**	,230**	-,039	,112	,013	,203**	,139**	,123	,168**	,240**	,062	,121	,115	-,017
E_oplsp_2	,093	-,001	,109	-,087	,173**	,126**	-,026	,124**	,214**	,267**	,226**	,257**	,155**	,287**	,174**	,165**	,065	,003
E_pp	,049	-,031	,122	,029	,174**	,157**	,050	,225**	,200**	,129**	,022	,047	,074	,085	-,028	,172**	,153**	,058
E_pnk	,113	,012	,077	,033	,304**	,314**	,059	,207**	,154**	,296**	,257**	,264**	,282**	,369**	,133**	,176**	,256**	,051
L_osko	,495**	-,133**	-,013	,090	,232**	,243**	,068	,060	,079	,215**	,392**	,276**	,229**	,268**	,112	,106	,007	-,035
L_dov	,335**	,003	-,047	,131**	,242**	,217**	,044	,247**	,107	,234**	,223**	,184**	,196**	,276**	,167**	,090	,147**	,010
L_ses	,425**	-,134**	,004	-,036	,296**	,312**	,086	,155**	,076	,229**	,318**	,266**	,241**	,304**	,098	,096	,094	-,123**
L_prpř	,508**	-,133**	-,056	,066	,224**	,332**	,215**	,125**	-,031	,135**	,287**	,241**	,169**	,321**	,140**	,116	,091	-,084

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Zdroj: autorka

Tabulka je vzhledem k úspoře místa zkrácena, tj. jsou vyňaty koeficienty znázorňující závislost mezi motivy navzájem a determinanty navzájem

Příloha 10: Závislost socio-demografických skupin a motivů dle analýzy ANOVA

	Ep_fin_1	Ep_fin_2	Ep_jine	Dp_vek	Dp_pohl	Dp_vzd	Dp_sep	Dp_náb	Dp_bydl	Dp_rodst	Dp_polor	Sop_dobr_1	Sop_dobr_2	Sop_mladi
A_emp	0,1613	0,2880	0,6495	0,1205	0,0716	0,2682	0,1827	0,3023	0,4544	0,4217	0,3969	0,3986	0,0921	0,1003
A_nákl	0,5980	0,3090	0,9444	0,0104	0,0222	0,7177	0,0008	0,6524	0,7715	0,0421	0,4682	0,5319	0,4114	0,8145
A_ss	0,1681	0,4078	0,0958	0,0038	0,0002	0,4171	0,1821	0,7499	0,7792	0,6661	0,2164	0,9342	0,4366	0,3298
A_slit	0,5498	0,9607	0,7582	0,0737	0,0006	0,1012	0,0057	0,9488	0,8434	0,7465	0,6214	0,2686	0,1330	0,1225
A_úc	0,6626	0,7009	0,8434	0,0845	0,0076	0,9325	0,1836	0,6023	0,6831	0,1652	0,7855	0,4972	0,1114	0,4740
A_vdě	0,1744	0,8732	0,7237	0,0052	0,7030	0,9305	0,1037	0,6058	0,9605	0,5536	0,7039	0,5449	0,2578	0,0621
A_sp	0,2639	0,4161	0,7796	0,0119	0,4279	0,0061	0,0813	0,5195	0,2502	0,4036	0,3912	0,9938	0,7011	0,1625
A_visp_1	0,6293	0,6525	0,1555	0,0065	0,0010	0,7525	0,0000	0,1525	0,2007	0,1449	0,8626	0,0612	0,9246	0,9554
A_visp_2	0,7592	0,8066	0,8396	0,0656	0,3775	0,7616	0,0295	0,1284	0,4482	0,5543	0,7650	0,4873	0,1125	0,0806
A_přes_1	0,5696	0,5315	0,3166	0,5034	0,0468	0,6726	0,1438	0,1315	0,4157	0,8884	0,7971	0,4696	0,0927	0,0867
A_přes_2	0,7584	0,3218	0,3368	0,7817	0,1260	0,5659	0,7625	0,0154	0,9948	0,0009	0,0619	0,0776	0,7691	0,5304
A_socod_1	0,3063	0,0374	0,1098	0,9752	0,1844	0,5659	0,1383	0,0780	0,6273	0,6788	0,4374	0,6501	0,9568	0,6225
A_socod_2	0,6188	0,2827	0,1961	0,0002	0,3642	0,2617	0,0013	0,0234	0,2313	0,0094	0,9962	0,4552	0,5456	0,1063
A_mopo_1	0,1687	0,8467	0,1004	0,0160	0,1124	0,9045	0,0655	0,1651	0,7793	0,6582	0,8138	0,3090	0,5856	0,2328
A_mopo_2	0,0114	0,2281	0,1021	0,0000	0,1619	0,2432	0,0028	0,0103	0,4505	0,0000	0,0515	0,5885	0,2930	0,4533
A_nábp	0,8617	0,2642	0,8328	0,0430	0,5252	0,0860	0,1294	0,0000	0,1003	0,0040	0,5209	0,8410	0,7496	0,9264
E_zisk	0,7830	0,7677	0,8991	0,0367	0,0504	0,1526	0,2710	0,1386	0,4820	0,7457	0,3070	0,9595	0,4955	0,1894
E_moc	0,8076	0,1780	0,7856	0,7756	0,1098	0,2596	0,0001	0,0764	0,9480	0,9006	0,7002	0,1869	0,4989	0,4905
E_sebe	0,0478	0,4602	0,5570	0,0776	0,6529	0,0013	0,0304	0,0300	0,4529	0,6896	0,1350	0,6368	0,4770	0,0874
E_oc	0,3962	0,2488	0,8684	0,3825	0,0033	0,5513	0,2759	0,3240	0,0322	0,3778	0,6231	0,2947	0,1639	0,7152
E_polv	0,1212	0,7207	0,1688	0,3965	0,9904	0,9103	0,2291	0,7279	0,8095	0,0125	0,9014	0,5005	0,6768	0,2518
E_pocne	0,2191	0,6902	0,9371	0,4224	0,4756	0,9862	0,1591	0,3936	0,2174	0,0585	0,9443	0,4261	0,7278	0,6733
E_str	0,0867	0,6662	0,7130	0,2116	0,0237	0,7583	0,0154	0,8882	0,1613	0,3217	0,8597	0,8592	0,4774	0,1279
E_warm_1	0,6854	0,6438	0,8562	0,5204	0,0001	0,8327	0,0005	0,1553	0,9259	0,9939	0,4205	0,8032	0,3044	0,9993
E_warm_2	0,9025	0,6361	0,4232	0,1482	0,0812	0,2039	0,0111	0,6037	0,3101	0,8136	0,9709	0,6581	0,7934	0,0627
E_reci	0,5284	0,9569	0,6871	0,0554	0,0066	0,4727	0,0333	0,3943	0,7826	0,9364	0,5158	0,5989	0,3620	0,9193
E_sv	0,1719	0,8618	0,8758	0,0506	0,5408	0,0806	0,1501	0,0826	0,4650	0,0409	0,4127	0,8834	0,6053	0,2667
E_sebeo	0,6342	0,0135	0,4787	0,7290	0,2679	0,8961	0,1188	0,0242	0,4455	0,1877	0,4149	0,1621	0,6726	0,4447
E_repu	0,0670	0,0689	0,6598	0,0103	0,1533	0,9311	0,0220	0,8087	0,3667	0,0246	0,7281	0,2455	0,6060	0,8513
E_oplsp_1	0,1012	0,4269	0,5043	0,0554	0,6520	0,1806	0,1974	0,4402	0,9691	0,1411	0,1984	0,8273	0,6863	0,3194
E_oplsp_2	0,5197	0,3044	0,7896	0,9463	0,2908	0,1259	0,9616	0,1268	0,6472	0,1315	0,0167	0,3589	0,5691	0,4924
E_pp	0,9910	0,8997	0,1748	0,0009	0,0642	0,4538	0,3738	0,3619	0,8921	0,3841	0,6591	0,3984	0,1787	0,4448
E_pnk	0,9105	0,7079	0,5063	0,5446	0,1326	0,3080	0,6669	0,1969	0,4537	0,3355	0,5801	0,0202	0,0205	0,1073
I_osko	0,0091	0,6706	0,2048	0,0045	0,0883	0,2437	0,1126	0,8437	0,4467	0,0781	0,7576	0,0657	0,0395	0,9235
I_dov	0,4856	0,9900	0,4959	0,4649	0,2481	0,2598	0,7522	0,4308	0,7123	0,3110	0,0598	0,8399	0,5745	0,3510
I_ses	0,8178	0,4838	0,3485	0,1338	0,0183	0,8560	0,3350	0,6815	0,2816	0,1045	0,4837	0,6010	0,6102	0,6664
I_prpř	0,1849	0,7317	0,8505	0,0046	0,1084	0,8015	0,0794	0,5787	0,6812	0,2169	0,4981	0,4241	0,7335	0,0034

Pozn.:v tabulce jsou uvedeny hodnoty signifikance (p-hodnoty). Pokud je vypočtená p-hodnota menší než zvolená hladina významnosti (0,05), zamítáme nulovou hypotézu a potvrzujeme, že daný socio-demografický determinant má statisticky významný vliv na daný motiv.

Zdroj: autorka

Příloha 11: Závislost socio-demografických skupin a determinantů dle analýzy ANOVA

	Ep_fin_1	Ep_fin_2	Ep_jine	Dp_vek	Dp_pohl	Dp_vzd	Dp_sep	Dp_náb	Dp_bydl	Dp_rodst	Dp_polor	Sop_dobr_1	Sop_dobr_2	Sop_mladi
Ep_dapo_1	0,6561	0,6158	0,2470	0,8409	0,3377	0,0023	0,2836	0,9975	0,6460	0,9663	0,9510	0,4882	0,5833	0,5284
Ep_dapo_2	0,6511	0,6787	0,7931	0,4022	0,5508	0,5236	0,9833	0,9247	0,8705	0,9260	0,5451	0,4327	0,1651	0,1636
Ep_vvs_1	0,7374	0,1790	0,2268	0,5151	0,0464	0,5425	0,9079	0,2881	0,5667	0,6345	0,0752	0,9987	0,3446	0,9743
Ep_vvs_2	0,5812	0,6397	0,1342	0,5646	0,5206	0,7070	0,6329	0,2850	0,2575	0,5263	0,7779	0,5252	0,0676	0,5381
Sip_efpř_1	0,8411	0,4821	0,8934	0,3356	0,7655	0,3253	0,4312	0,9584	0,8991	0,6797	0,8958	0,4634	0,5035	0,3551
Sip_efpř_2	0,6757	0,7886	0,1907	0,5372	0,6671	0,4549	0,2867	0,2589	0,6135	0,0802	0,2991	0,3933	0,5320	0,4129
Sip_účast_1	0,5271	0,4945	0,1907	0,7950	0,1954	0,1597	0,1808	0,1249	0,4067	0,5643	0,2483	0,7178	0,0440	0,6446
Sip_účast_2	0,9267	0,5619	0,0881	0,0879	0,8981	0,1928	0,2482	0,1322	0,9279	0,7622	0,2932	0,1468	0,1515	0,7618
Sip_vzoz_1	0,4448	0,5500	0,4153	0,1137	0,8103	0,7676	0,3218	0,1387	0,7236	0,8669	0,2386	0,4918	0,6654	0,6967
Sip_vzoz_2	0,7651	0,5140	0,4099	0,3369	0,1549	0,2950	0,8314	0,8288	0,2487	0,5226	0,1801	0,0263	0,0255	0,4757
Sip_vzoz_3	0,4034	0,9156	0,6187	0,4039	0,1474	0,3723	0,9109	0,9287	0,5637	0,2216	0,3018	0,6933	0,3998	0,0452
Sip_vzokp_1	0,2270	0,3754	0,7868	0,7366	0,7273	0,2082	0,1566	0,6843	0,1476	0,3459	0,2400	0,5617	0,6538	0,8309
Sip_vzokp_2	0,2275	0,5380	0,7888	0,9088	0,5113	0,6771	0,7690	0,7635	0,0245	0,3722	0,6004	0,9872	0,8130	0,0180
Sip_vzod	0,9679	0,7024	0,0847	0,4760	0,7732	0,1393	0,8422	0,9575	0,3313	0,4909	0,6187	0,7916	0,9677	0,4491
Sip_chas_1	0,0677	0,6682	0,3803	0,9391	0,7505	0,5006	0,4754	0,7677	0,1316	0,7024	0,9669	0,9740	0,4841	0,4909
Sip_chas_2	0,7799	0,9857	0,8912	0,0511	0,4119	0,6095	0,5633	0,7273	0,8742	0,0706	0,8312	0,8080	0,7298	0,4643
Sip_fund_1	0,7162	0,1195	0,4928	0,1253	0,2743	0,1483	0,0569	0,6930	0,8227	0,2119	0,9808	0,2079	0,0938	0,3616
Sip_fund_2	0,2625	0,3067	0,5764	0,4845	0,3449	0,0624	0,8418	0,9057	0,7293	0,3206	0,4518	0,7558	0,5224	0,6291

Pozn.:v tabulce jsou uvedeny hodnoty signifikance (p-hodnoty). Pokud je vypočtená p-hodnota menší než zvolená hladina významnosti (0,05), zamítáme nulovou hypotézu a potvrzujeme, že daný socio-demografický determinant má statisticky významný vliv na daný determinant.

Zdroj: autorka

Příloha 12: Procentní zastoupení jednotlivých kategorií socio-demografických determinantů vzhledem k výši poskytnutého daru

Vzájemné vazby mezi jednotlivými socio-demografickými determinanty a výší daru či frekvenci darování byly zkoumány prostřednictvím jednoduché popisné statistiky, a to podílového vyjádření. Podílové zastoupení je dvojího druhu. Bylo vždy vypočítáno (1) pro každou jednotlivou kategorii v rámci daného socio-demografického determinantu, kdy řádkový součet daných procent dává dohromady 100 % (hodnoty jsou označeny růžově) a (2) pro každou kategorii v rámci jednotlivé kategorie výše daru/frekvence darování, kdy sloupcový součet podílového vyjádření v rámci jedné kategorie výše daru/frekvence darování a jednoho socio-demografického ukazatele dává dohromady 100 % (hodnoty jsou označeny modře). Hodnoty označené modře nejsou v textu dále komentovány, neboť jejich výsledné hodnoty podílového zastoupení jsou ovlivněny strukturou výzkumného vzorku, jsou uvedeny pouze pro dokreslení daného podílového zastoupení. K tabulce se vztahují následující podrobnosti:

- U některých socio-demografických determinantů v rámci některé kategorie výše daru/frekvence darování nebyli zastoupeni žádní respondenti, buňky jsou prázdné.
- U některých socio-demografických determinantů nebyli zastoupeni v rámci všech kategorií výše daru/frekvence darování žádní respondenti, buňky obsahují křížek.
- Všechna procenta, která jsou dále v textu prezentována, jsou míněna jako procenta v rámci dané uváděné kategorie, **nikoli jako procenta z celého výzkumného vzorku**.
- V tabulce je v posledním sloupci uvedena průměrná hodnota výše daru v rámci jedné kategorie daného socio-demografického determinantu. Jednotlivé kategorie výše daru byly očíslovány hodnotami 1-9, průměrná hodnota udává průměr těchto hodnot (kategorií), nikoli průměr výše daru.

		VÝŠE DARU																		Průměrná hodnota výše daru dle procentního zastoupení
		KATEGORIE 1		KATEGORIE 2		KATEGORIE 3		KATEGORIE 4		KATEGORIE 5		KATEGORIE 6		KATEGORIE 7		KATEGORIE 8		KATEGORIE 9		
		0-100	101-200	201-500	501-1000	1001-2000	2001-5000	5001-10000	10001-50000	>50000										
Pohlaví	M	10,3	34,5	14,4	38,9	16,5	39,0	11,3	37,9	13,4	48,1	16,5	61,5	8,2	66,7	6,2	66,7	3,1	100,0	4,4
	Ž	16,5	65,5	19,1	61,1	21,7	61,0	15,7	62,1	12,2	51,9	8,7	38,5	3,5	33,3	2,6	33,3			3,4
Věk	18-24	38,2	44,8	17,6	16,7	20,6	17,1	5,9	6,9	5,9	7,4	8,8	11,5			2,9	11,1			2,6
	25-34	9,1	17,2	16,4	25,0	20,0	26,8	20,0	37,9	16,4	33,3	14,5	30,8			1,8	11,1	1,8	33,3	3,8
	35-54	8,3	20,7	20,8	41,7	12,5	22,0	9,7	24,1	11,1	29,6	15,3	42,3	11,1	66,7	9,7	77,8	1,4	33,3	4,4
	55-69	9,7	10,3	9,7	8,3	25,8	19,5	16,1	17,2	16,1	18,5	9,7	11,5	9,7	25,0			3,2	33,3	4,1
	>70	7,1	3,4	7,1	2,8	42,9	14,6	21,4	10,3	14,3	7,4	7,1	3,8							3,5
	neuveдено	16,7	3,4	33,3	5,6			16,7	3,4	16,7	3,7			16,7	8,3					3,5
Rodinný stav	svobodný/svobodná	20,0	62,1	17,8	44,4	18,9	41,5	14,4	44,8	10,0	33,3	10,0	34,6	3,3	25,0	4,4	44,4	1,1	33,3	3,5
	rozvedený/rozvedená	11,8	6,9	11,8	5,6	17,6	7,3	11,8	6,9	23,5	14,8	17,6	11,5	5,9	8,3					4,0

	ženatý/vdaná	9,2	31,0	16,3	44,4	19,4	46,3	12,2	41,4	13,3	48,1	14,3	53,8	8,2	66,7	5,1	55,6	2,0	66,7	4,2	
	vdovec/vdova			28,6	5,6	28,6	4,9	28,6	6,9	14,3	3,7									3,3	
Dosažené vzdělání	základní	16,7	3,4			33,3	4,9	16,7	3,4	33,3	7,4									3,5	
	vyučen	10,0	6,9	20,0	11,1	20,0	9,8	15,0	10,3	20,0	14,8	15,0	11,5							3,6	
	vyučen s maturitou			36,4	11,1			9,1	3,4	27,3	11,1	18,2	7,7	9,1	8,3					4,2	
	středoškolské	19,5	51,7	23,4	50,0	20,8	39,0	18,2	48,3	2,6	7,4	9,1	26,9	1,3	8,3	2,6	22,2	2,6	66,7	3,2	
	vyšší odborné	14,3	3,4	42,9	8,3	14,3	2,4			14,3	3,7	14,3	3,8							3,0	
	vysokoškolské	11,0	34,5	7,7	19,4	19,8	43,9	11,0	34,5	16,5	55,6	14,3	50,0	11,0	83,3	7,7	77,8	1,1	33,3	4,5	
Velikost bydliště	do 999	11,5	10,3	26,9	19,4	19,2	12,2	11,5	10,3	7,7	7,4	19,2	19,2	3,8	8,3					3,5	
	1.000-2.999	23,3	24,1	3,3	2,8	23,3	17,1	6,7	6,9	26,7	29,6	10,0	11,5	3,3	8,3	3,3	11,1			3,7	
	3.000-9.999	10,5	6,9	15,8	8,3	31,6	14,6	21,1	13,8	5,3	3,7	10,5	7,7	5,3	8,3	0,0	0,0			3,5	
	10.000-49.999	13,5	17,2	29,7	30,6	8,1	7,3	21,6	27,6				13,5	19,2	2,7	8,3	10,8	44,4		3,7	
	50.000-99.999			28,6	11,1	21,4	7,3	7,1	3,4	21,4	11,1	14,3	7,7	7,1	8,3					3,9	
	100.000 a více	14,0	41,4	11,6	27,8	19,8	41,5	12,8	37,9	15,1	48,1	10,5	34,6	8,1	58,3	4,7	44,4	3,5	100,0	4,1	
Čistý příjem respondentů	0 - 9.999	34,0	58,6	28,0	38,9	20,0	24,4	4,0	6,9	8,0	14,8	4,0	7,7			2,0	11,1			2,5	
	10.000 - 14.999	15,0	20,7	15,0	16,7	27,5	26,8	20,0	27,6	10,0	14,8	10,0	15,4			2,5	11,1			3,4	
	15.000 - 19.999	5,0	6,9	25,0	27,8	15,0	14,6	22,5	31,0	15,0	22,2	12,5	19,2	5,0	16,7					3,8	
	20.000 - 29.999	6,7	10,3	11,1	13,9	22,2	24,4	11,1	17,2	17,8	29,6	17,8	30,8	6,7	25,0	4,4	22,2	2,2	33,3	4,4	
	30.000 - 39.999	6,3	3,4			12,5	4,9	12,5	6,9	12,5	7,4	31,3	19,2	6,3	8,3	12,5	22,2	6,3	33,3	5,4	
	40.000 a více					6,3	2,4	6,3	3,4	12,5	7,4	12,5	7,7	37,5	50,0	18,8	33,3	6,3	33,3	6,5	
	neuveдено			20,0	2,8	20,0	2,4	40,0	6,9	20,0	3,7									3,6	
Počet členů domácnosti	1	4,3	3,4	17,4	11,1	21,7	12,2	17,4	13,8	13,0	11,1	17,4	15,4			8,7	22,2			4,1	
	2	10,5	20,7	15,8	25,0	26,3	36,6	17,5	34,5	10,5	22,2	12,3	26,9	5,3	25,0			1,8	33,3	3,7	
	3	17,0	27,6	19,1	25,0	17,0	19,5	8,5	13,8	17,0	29,6	12,8	23,1	4,3	16,7	4,3	22,2	0,0	0,0	3,7	
	4	17,7	37,9	19,4	33,3	11,3	17,1	14,5	31,0	12,9	29,6	4,8	11,5	9,7	50,0	8,1	55,6	1,6	33,3	3,9	
	5	15,0	10,3	5,0	2,8	30,0	14,6	10,0	6,9	10,0	7,4	20,0	15,4	5,0	8,3			5,0	33,3	4,1	
	6												100,0	3,8						6,0	
	7	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	8			100,0	2,8																2,0
	neuveдено												100,0	3,8							6,0
Čistý příjem domácnosti	0-10.000	20,0	3,4	40,0	5,6	20,0	2,4					20,0	3,8							2,8	
	11.000-20.000	17,2	17,2	13,8	11,1	27,6	19,5	17,2	17,2	10,3	11,1	10,3	11,5			3,4	11,1			3,4	
	21.000-30.000	20,4	34,5	18,4	25,0	12,2	14,6	18,4	31,0	10,2	18,5	14,3	26,9			4,1	22,2	2,0	33,3	3,6	
	31.000-40.000	6,7	6,9	13,3	11,1	30,0	22,0	13,3	13,8	16,7	18,5	6,7	7,7	6,7	16,7	6,7	22,2			4,0	
	41.000-60.000	13,8	27,6	20,7	33,3	13,8	19,5	8,6	17,2	12,1	25,9	20,7	46,2	10,3	50,0					3,9	
	61.000-80.000			8,3	2,8	25,0	7,3	16,7	6,9	8,3	3,7	8,3	3,8			25,0	33,3	8,3	33,3	5,3	
	80.000 a více	20,0	3,4			20,0	2,4							40,0	16,7	20,0	11,1			5,2	
neuveдено	8,3	6,9	16,7	11,1	20,8	12,2	16,7	13,8	25,0	22,2			8,3	16,7			4,2	33,3	3,9		
Náboženská víra	věřící nehlásící se k žádné církvi	13,0	20,7	21,7	27,8	4,3	4,9	17,4	27,6	8,7	14,8	19,6	34,6	4,3	16,7	8,7	44,4	2,2	33,3	4,2	
	věřící hlásící se k církvi	4,3	6,9	17,4	22,2	26,1	29,3	15,2	24,1	6,5	11,1	10,9	19,2	10,9	41,7	6,5	33,3	2,2	33,3	4,2	
	bez vyznání	16,8	62,1	15,0	44,4	23,4	61,0	12,1	44,8	16,8	66,7	9,3	38,5	3,7	33,3	1,9	22,2	0,9	33,3	3,6	
	nevím	27,3	10,3	18,2	5,6	9,1	2,4	9,1	3,4	9,1	3,7	18,2	7,7	9,1	8,3					3,5	
	neuveдено					50,0	2,4			50,0	3,7									4,0	
Účast ve volbách	ano	14,0	62,1	14,0	50,0	23,3	73,2	11,6	51,7	10,9	51,9	14,7	73,1	7,8	83,3	2,3	33,3	1,6	66,7	3,9	
	nevím	5,0	3,4	30,0	16,7	20,0	9,8	10,0	6,9	10,0	7,4	15,0	11,5			10,0	22,2			3,9	
	nebyl/a jsem u voleb	16,9	34,5	18,6	30,6	11,9	17,1	18,6	37,9	15,3	33,3	6,8	15,4	3,4	16,7	6,8	44,4	1,7	33,3	3,7	
	neuveдено			25,0	2,8			25,0	3,4	50,0	7,4									4,0	
Práce v NNO	ano	12,5	6,9			12,5	4,9	12,5	6,9	12,5	7,4	18,8	11,5	12,5	16,7	12,5	22,2	6,3	33,3	5,2	
	ne	13,8	93,1	18,4	100,0	19,9	95,1	13,8	93,1	12,8	92,6	11,7	88,5	5,1	83,3	3,6	77,8	1,0	66,7	3,7	
	neuveдено												50,0	3,8						4,5	
Angažovanost v NNO	ano	5,9	6,9	14,7	13,9	17,6	14,6	5,9	6,9	5,9	7,4	23,5	30,8	11,8	33,3	5,9	22,2	8,8	100,0	4,9	
	ne	15,3	93,1	17,6	86,1	19,3	82,9	15,3	93,1	14,2	92,6	9,7	65,4	4,5	66,7	4,0	77,8			3,6	
	neuveдено					50,0	2,4					50,0	3,8							4,5	
Rodiče v NNO	ano	5,0	3,4	10,0	5,6	30,0	14,6	5,0	3,4	20,0	14,8	10,0	7,7	10,0	16,7	5,0	11,1	5,0	33,3	4,5	
	ne	11,8	69,0	18,2	86,1	18,8	78,0	14,1	82,8	13,5	85,2	12,9	84,6	5,3	75,0	4,7	88,9	0,6	33,3	3,9	
	nevím	38,1	27,6	9,5	5,6	14,3	7,3	19,0	13,8			9,5	7,7	4,8	8,3			4,8	33,3	3,1	
	neuveдено			100,0	2,8															2,0	

Zdroj: autorka

Příloha 13: Procentní zastoupení jednotlivých kategorií socio-demografických determinantů vzhledem k frekvenci darování

		FREKVENCE DARU					
		pouze jednou		vícekrát		pravidelně	
Pohlaví	M	37,1	48,0	50,5	41,9	12,4	54,5
	Ž	33,3	52,0	58,1	58,1	8,5	45,5
Věk	18-24	38,2	17,3	61,8	17,9		
	25-34	26,8	20,0	53,6	25,6	19,6	50,0
	35-54	42,5	41,3	47,9	29,9	9,6	31,8
	55-69	35,5	14,7	61,3	16,2	3,2	4,5
	>70	14,3	2,7	71,4	8,5	14,3	9,1
	neuveďeno	50,0	4,0	33,3	1,7	16,7	4,5
Rodinný stav	svobodný/svobodná	34,1	41,3	54,9	42,7	11,0	45,5
	rozvedený/rozvedená	38,9	9,3	55,6	8,5	5,6	4,5
	ženatý/vdaná	37,8	49,3	53,1	44,4	9,2	40,9
	vdovec/vdova			71,4	4,3	28,6	9,1
Dosažené vzdělání	základní	33,3	2,7	66,7	3,4		
	vyučen	40,0	10,7	50,0	8,5	10,0	9,1
	vyučen s maturitou	45,5	6,7	27,3	2,6	27,3	13,6
	středoškolské	42,3	44,0	51,3	34,2	6,4	22,7
	vyšší odborné	57,1	5,3	42,9	2,6		
	vysokoškolské	25,0	30,7	62,0	48,7	13,0	54,5
Velikost bydlíště	do 999	30,8	10,7	57,7	12,8	11,5	13,6
	1.000-2.999	40,0	16,0	53,3	13,7	6,7	9,1
	3.000-9.999	21,1	5,3	78,9	12,8		
	10.000-49.999	45,9	22,7	45,9	14,5	8,1	13,6
	50.000-99.999	35,7	6,7	57,1	6,8	7,1	4,5
	100.000 a více	33,0	38,7	52,3	39,3	14,8	59,1
Čistý příjem respondenta	0 - 9.999	40,0	26,7	54,0	23,1	6,0	13,6
	10.000 - 14.999	25,0	13,3	62,5	21,4	12,5	22,7
	15.000 - 19.999	47,5	25,3	45,0	15,4	7,5	13,6
	20.000 - 29.999	27,7	17,3	61,7	24,8	10,6	22,7
	30.000 - 39.999	43,8	9,3	56,3	7,7		
	40.000 a více	25,0	5,3	50,0	6,8	25,0	18,2
	neuveďeno	40,0	2,7	20,0	0,9	40,0	9,1
Počet členů domácnosti	1	30,4	9,3	52,2	10,3	17,4	18,2
	2	37,3	29,3	55,9	28,2	6,8	18,2
	3	36,2	22,7	51,1	20,5	12,8	27,3
	4	33,9	28,0	56,5	29,9	9,7	27,3
	5	35,0	9,3	60,0	10,3	5,0	4,5
	6	100,0	1,3				
	7	x	x	x	x	x	x
	8					100,0	4,5
	neuveďeno			100,0	0,9		
Čistý příjem domácnosti	0-10.000			100,0	4,3		
	11.000-20.000	41,4	16,0	51,7	12,8	6,9	9,1
	21.000-30.000	42,0	28,0	46,0	19,7	12,0	27,3
	31.000-40.000	23,3	9,3	66,7	17,1	10,0	13,6
	41.000-60.000	39,0	30,7	55,9	28,2	5,1	13,6
	61.000-80.000	25,0	4,0	58,3	6,0	16,7	9,1
	80.000 a více	20,0	1,3	60,0	2,6	20,0	4,5
neuveďeno	33,3	10,7	45,8	9,4	20,8	22,7	
Náboženská víra	věřící nehlásící se k žádné církvi	39,1	24,0	50,0	19,7	10,9	22,7
	věřící hlásící se k církvi	27,7	17,3	55,3	22,2	17,0	36,4
	bez vyznání	36,1	52,0	56,5	52,1	7,4	36,4
	nevím	36,4	5,3	63,6	6,0		

Účast ve volbách	neuveďeno	50,0	1,3			50,0	4,5
	ano	35,9	62,7	54,2	60,7	9,9	59,1
	nevím	40,0	10,7	60,0	10,3		
	nebyl/a jsem u voleb	33,9	26,7	54,2	27,4	11,9	31,8
	neuveďeno			50,0	1,7	50,0	9,1
Práce v NNO	ano	37,5	8,0	43,8	6,0	18,8	13,6
	ne	34,8	92,0	55,6	94,0	9,6	86,4
Angažovanost v NNO	ano	38,2	17,3	35,3	10,3	26,5	40,9
	ne	34,8	82,7	57,9	88,0	7,3	59,1
	neuveďeno	0,0	0,0	100,0	1,7		
Rodiče v NNO	ano	40,0	10,7	45,0	7,7	15,0	13,6
	ne	33,7	77,3	55,2	81,2	11,0	86,4
	nevím	38,1	10,7	61,9	11,1		
	neuveďeno	100,0	1,3				

Zdroj: autorka