



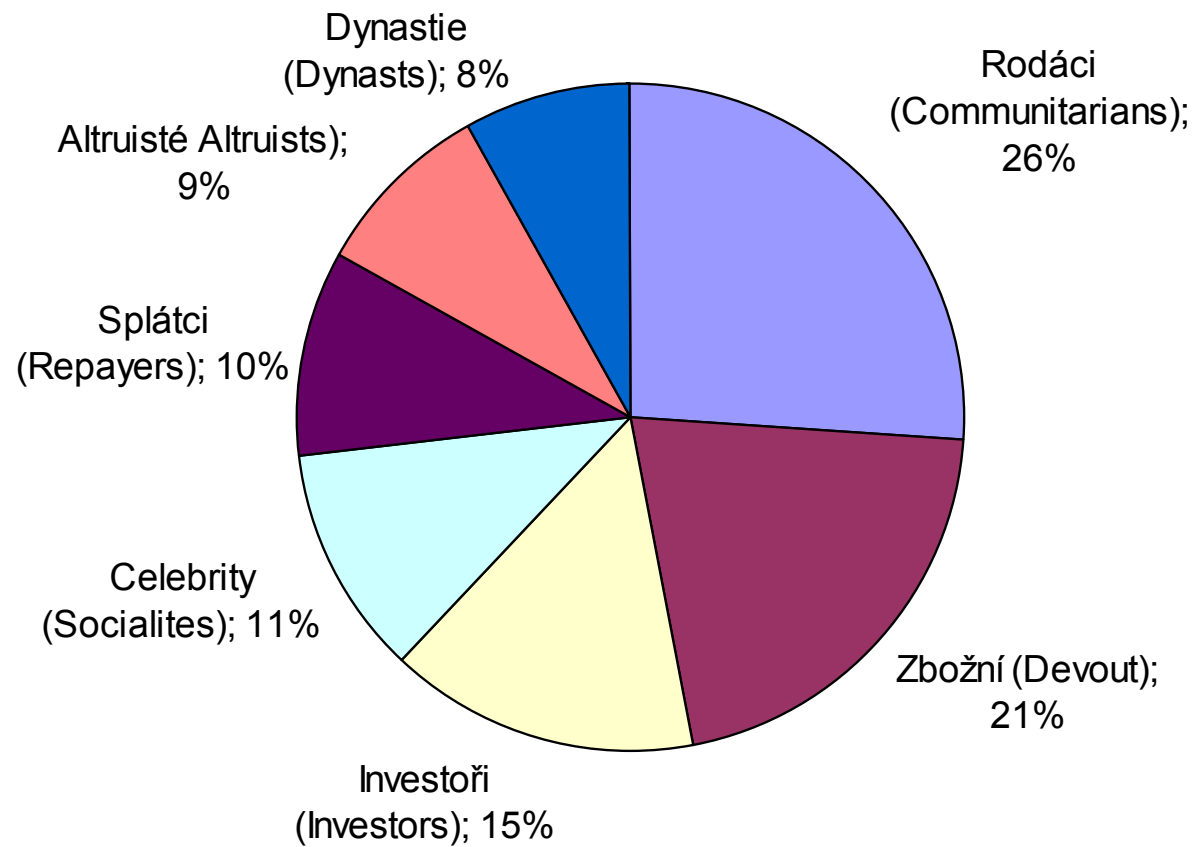
# FILANTROPIE

4. přednáška

# Sedm tváří filantropie

- Výzkum donátorů s ročním příjmem vyšším než 50.000 \$ nebo jměním vyšším jak 1 mil. \$
- Definoval subkultury filantropie v závislosti na tom, co lidé očekávají v souvislosti se svým darem

# Sedm tváří filantropie



### Snímek 3

---

**regnum14**

zrušit text za odrážkami

caput; 18.9.2006



# Základní otázky

- Kdo jsou?
- Proč dávají?
- Jak si vybírají neziskovou organizaci?
- Co očekávají za svůj dar?

# Rodáci

- Znají místní historii, mají v místě kořeny
- Svůj úspěch spojují s úspěchem komunity
- Dobročinnost je pro ně směna – výhodná pro jejich obchod
- Charakteristická je jejich účast v radách neziskových organizací
- Chtějí vědět a ovlivňovat, jak budou peníze utraceny
- Appreciate recognition—want name on room, community signs
- Oceňují uznání, chtějí svým činem zanechat stopu
- Dávají paušálně více místním organizacím
- 
- Jazyk – dopad na komunitu, kvalita života, „jsme jedna rodina“



# Zbožní

- Obvyklé poměrné dávání
- 96% je orientováno na náboženství
- Podporují vnější aktivity církví a misionářskou práci
- Jednají v důvěře v instituce – silný smysl pro důvěru, málokdy zkoumají, zda peníze byly použity jak bylo slíbeno
- Morální povinnost dávat – „komu je hodně dáno, od toho se hodně očekává“
- Netouží po veřejném uznání
- Věří, že s akždým by se mělo zacházet stejně, s malým stejně jako s velkým dárcem
- Příliš nevyhledávají kontrolu nad institucemi, neusilují o účast v radách
- Jazyk – hodnoty organizace, misijní charakter

# Investoři

- Dávají obezřetně, po podrobném zkoumání
- Hledají měřitelný výnos
- Dobročinnost je obchodní záležitost
- Úlevy na dani jsou vysokým motivačním faktorem
- Looks at giving as optional—doesn't understand moral obligation
- Na dárcovství se dívají jako na nepovinné, nevnímají ho jako morálně závazné
- Neusilují většinou o významný vliv na organizaci – vzácně zasedají v radách
- Mají rádi jisté uznání – formální, mezi sobě rovnými
- Hledají ty, co mohou vykázat jasné výsledky
- Nejraději se zajímají o plánované dárcovství
- 
- Jazyk – finanční prospěch, velikost rozpočtu a využití prostředků, „investice do společnosti“



# „Celebrity“

- Motivace tvořivým plánováním události
- Fundraiseri, nikoliv dárci – pomáhají organizaci, uvádějí ji do svého společenského okruhu – pospolitost, zábava
- Jestliže rodáci hledají obchodní kontakty, socialisti berou v úvahu společenské kontakty
- Zapojte je do aktivit shromažďování prostředků – požádejte o přímé dary (koupit stůl, ...)
- Mají nejlepší výsledky/ vymýšlí nové způsoby, jak získat lidi pro Vaši organizaci
- Mají rádi uznání v rámci jejich společenské sítě – dejte jména na pozvánky, pocta během události
- Chtějí zvláštní status/pozornost od personálu, pamatujte si jejich narozeniny, zvedejte jim telefony
- Žádejte o jejich pohostinství při přípravném/zakončujícím setkání
- 
- **Jazyk** – filatropie jako společenská směna, „pomoc organizaci“

# Splátcí

- Reakce na životní zkušenosti (výzkum dárců)
- Cílené dárcovství – obvykle vzdělání nebo zdraví
- Nejprve získají prospěch z dobročinnosti, pak teprve sami dávají
- Důraz na výsledky a příjemce
- Neusilují o výraznější zapojení do činnosti organizace
- Nevyhledávají pozornost – avšak je důležité dodávat jim informace o tom, jak byl využit jejich dar
- Pocit, že dobrovolný dolar je hodnotnější než vládní dolar
- 
- **Jazyk** – pozitivní změna, užitky, „tak jako organizace ovlivnila váš život před lety...“

# Altruisté

- Opravdu nezištní dárci s vnitřní motivací
- Spontání dárci – reagují na krize
- Mohou měnit zaměření svých darů z roku na rok
- Domnívají se, že bohatí mají povinnost dávat
- Preferují anonymitu, jsou podobní jako zbožní, ale méně náboženští
- Zdůrazňují kvalitu života v rámci organizace a jejích příjemců
- Málokdy se vyskytují v radách
- Mohou odpovědět na přímý dopis/osobní kontakt – dramatický příběh
- Často se nabízí jako dobrovolníci
- 
- **Jazyk** – dramatické příběhy, osobní apel, proměna života/záchrana, „je těžké představit si život bez ...“

# Dynastie

- Dobročinnost je silnou rodinou hodnotou
- Generační rozdíly – mladší mohou vybírat jiné alternativy dárcovství
- Nejvíce opatrní a nejvybíravější donátoři ze všech skupin
- Zaměření na základní poslání instituce
- Využívají externí poradce
- Nikoliv nezbytně následují tradiční rodinné vzory
- Nevyžadují formální uznání za svůj dar
- Neusilují o ekonomickou výhodnost daru
- 
- **Jazyk** – tradice, poslání, nová spolupráce, ovlivnění životů v krizi/znevýhodněných







# 1. Monografie

## *Příklad citace:*

1. FRANK, R. H. *Mikroekonomie a chování*. Přel. H. Fialová. 1. vyd. Praha: Svoboda, 1995. 766 s. Klasická ekonomie Sv. 15. Přel. z Microeconomics and Behavior. ISBN 80-250-429-5
2. FRANK, R. H. *Mikroekonomie a chování*. 1. vyd. Praha: Svoboda, 1995. 766 s. ISBN 80-250-429-5

# 5. Elektronické zdroje

## WWW stránka

Jméno autora stránky (je-li uvedeno). *Název stránky* [online]. datum publikování, datum poslední revize [citováno dne]. <URL adresa stránky>

### *Příklad:*

Špalek, J. *Aplikovaná statistika I.* [online]. c2001, poslední revize 16. 4. 2002 [cit. 2002-12-5].

Dostupné z

<<http://www.econ.muni.cz/~spalek/apst1.htm>>.

# 4. Článek v seriálové publikaci

	PRVEK	PŘÍKLAD
1.	Primární zodpovědnost	ŠPALEK, J.
2.	Název	Informační systémy.
3.	<i>Podřízená odpovědnost</i>	Fotografie Martin Strýček
4.	Název zdrojového dokumentu	<i>Finance a úvěr.</i>
5.	Vydání	
6.	Lokace ve zdrojovém dokumentu:	2002, roč. 55, č. 7, s. 15-21.

Rok, číslo svazku, lokace části

ŠPALEK, J. Informační systémy. Fotografie Martin Strýček. *Finance a úvěr.*  
2002, roč. 55, č. 7, s. 15-21.

*nebo*

ŠPALEK, J. Informační systémy. *Finance a úvěr.* 2002, roč. 55, č. 7, s. 15-21.