MASARYKOVA UNIVERZITA

SPR218:

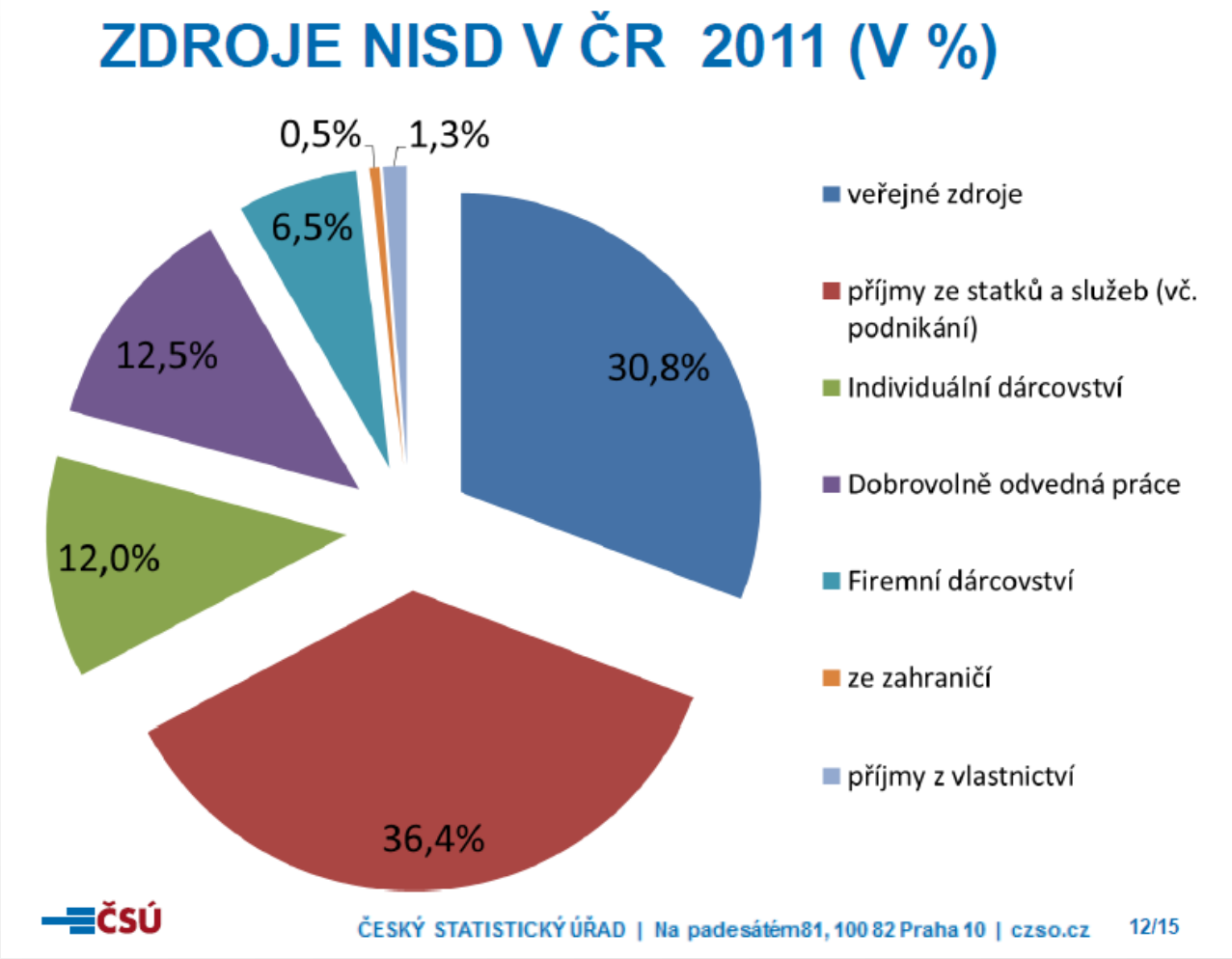
Financování NNO
Fundraising

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

OBSAH PŘEDNÁŠKY

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

FINANCOVÁNÍ NNO V ČR

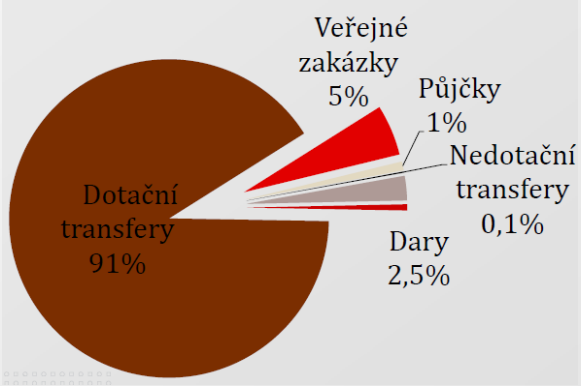


(Kermiet & Smejkalová, 2014)

PŘÍMÁPODPORA Z VEŘEJNÝCH ROZPOČTŮ

- Přímá podpora:

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



(Prouzová, Z.; 2008)

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

NEPŘÍMÁ PODPORA Z VEŘEJNÝCH ROZPOČTŮ

- Neřímá podpora:

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

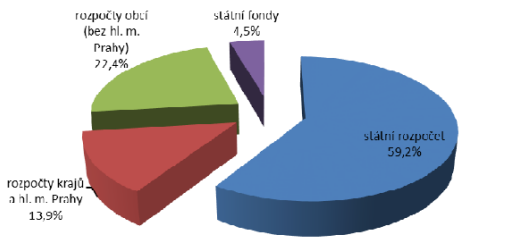
(Prouzová, Z.; 2008)

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

ROZBOR FINANCOVÁNÍ NNO Z VEŘ. ROZPOČTŮ I.

- v roce 2015:
  - 82.597 z.s. , 24.739 pobočných spolků, 2.710 o.p.s. 142 z.ú., 490 nadací, 1.331 nadačních fondů, 232 školských právnických zařízení, 1.000 zájmových sdružení p.o., 4.158 církevních právnických osob
  - 16.480,4 mil. Kč poskytnutých dotací
    - 9.765,3 mil. Kč – státní rozpočet
    - 2.297,9 mil. Kč – rozpočty krajů a rozpočet hl. m. Prahy
    - 3.685,1 mil. Kč – rozpočty obcí
    - 737,1 mil. Kč – rozpočty státních fondů

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



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

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

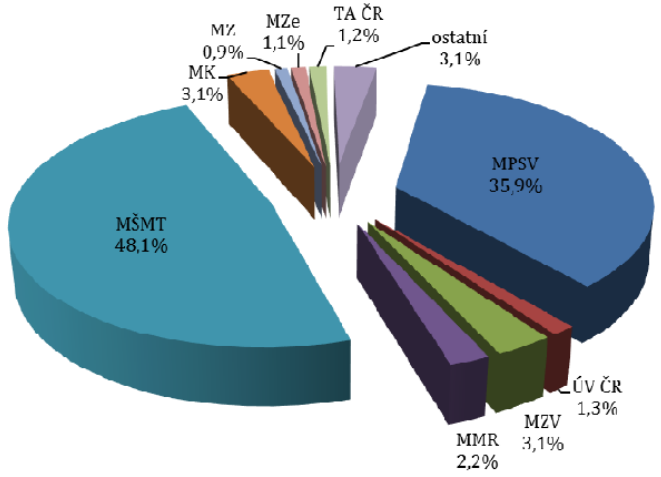
Rozpočet	Součet dotací						
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
státní rozpočet	5 701 087	5 766 600	5 740 827	6 680 231	7 011 107	9 322 329	9 765 275
rozpočty krajů a hl. m. Prahy	1 577 857	1 418 528	1 612 069	1 523 182	1 684 538	1 863 571	2 297 863
rozpočty obcí (bez hl. m. Prahy)	2 672 417	2 578 671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

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

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

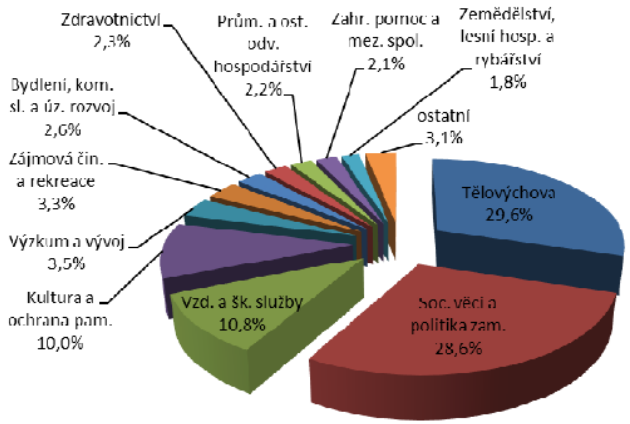
ROZBOR FINANCOVÁNÍ NNO Z VEŘ. ROZPOČTŮ II.

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



Zdroj: Databáze kapitol státního rozpočtu, upraveno

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



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

ROZBOR FINANCOVÁNÍ NNO Z VEŘ. ROZPOČTŮ III.

Tabulka P4_1. NNO příjemci dotací ze státního rozpočtu v roce 2015 nad 50 mil. Kč (v tis. Kč)

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

Zdroj: Databáze kapitol státního rozpočtu, upraveno

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

MASARYKOVA UNIVERZITA

SPR218:

Financování NNO
Fundraising

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

FUNDRAISING

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

HODNOTY A OBECNÁ MOTIVACE

- Žebříček hodnot:
  - Jaký je můj žebříček hodnot?
  - Jaký je žebříček hodnot lidí v mém okolí?

- Často uváděná motivace:
  - radost z dávání,
  - pocit užitečnosti,
  - vyjádření postojů, morálních hodnot a stanovisek,
  - osobní uspokojení,
  - chuť pomoci jiným,
  - snaha vyřešit problém.

KDY LIDÉ DÁVAJÍ PENÍZE?

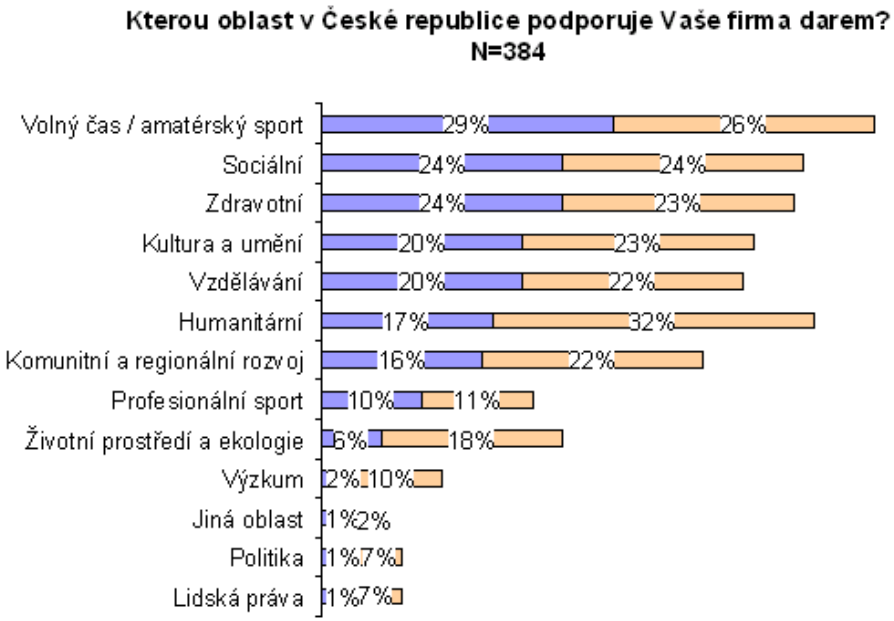
- **obecné vzorce:**
  - když k tomu mají významný a neodkladný důvod;
  - jsou osobně zainteresovaní na výsledku podpořené činnosti;
  - vidí ostatní, jak přispívají na tutéž činnost svým časem a prostředky;
  - vědí, že jim bude **poděkováno**;
  - vědí, že budou pravidelně informováni o **rozvoji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

CO VÍME O INDIVIDUÁLNÍCH DÁRCÍCH

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

CO VÍME O FIREMNÍCH DÁRCÍCH

- opět, lze znalosti zobecnit:



JAK SE HLEDÁ DÁRCE?

- je třeba hledat všude!
- je třeba správně odhadovat potřeby
- je třeba vhodně oslovit
- je třeba komunikovat
- je třeba nabídnout vhodnou protihodnotu

- tři stupně žádosti organizace k dárci:
  - nemáme, co nabídnout – prosíme
  - nabízíme protihodnotu – nižší (kvazipartnerství)
  - nabízíme protihodnotu – srovnatelnou (obchodní jednání)

CO NÁSLEDUJE?

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

METODY FUNDRAISINGU I.

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

METODY FUNDRAISINGU II.

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

METODY FUNDRAISINGU III.

- Členství
  - dlouhodobý vztah s dárcem
  - nezbytné udržovat pravidelný kontakt (dopis / telefonáty / výroční zprávy)
- Osobní setkání
  - nezbytná předchozí znalost dárce (?)
  - vhodné vytipování nového dárce
  - velmi účinný způsob (spolu s grantovým fundraisingem nejvýznamnější)
- Vlastní příjmy (samofinancování)
  - možná cesta k dlouhodobé stabilitě
- Ze závěti – testament fundraising
  - velmi citlivá avšak účinná metoda, v našem prostředí spíše nevyužívána

  (150 mil. Kč vs. 2 mld. GBP, resp. 20 mld. USD v roce 2012)
- online fundraising, DMS, vlastní činnost…

FUNDRAISINGOVÝ KOLOBĚH

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

OVĚŘENÍ ÚSPĚŠNOSTI?

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

SHRNUTÍ

- odkud pochází hlavní zdroje financování českých NNO?
- co spadá do přímé a co do nepřímé veřejné podpory?
- kolik peněz české NNO získají každoročně z veřejných rozpočtů?

- co je to fundraising a k čemu slouží?
- kdy a proč dávají lidé / firmy peníze?
- jaké jsou základní metody fundraisingu?

PÁR PŘÍKLADŮ?

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