



MASARYKOVA UNIVERZITA

PBSNPB2:

Financování NNO Fundraising

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

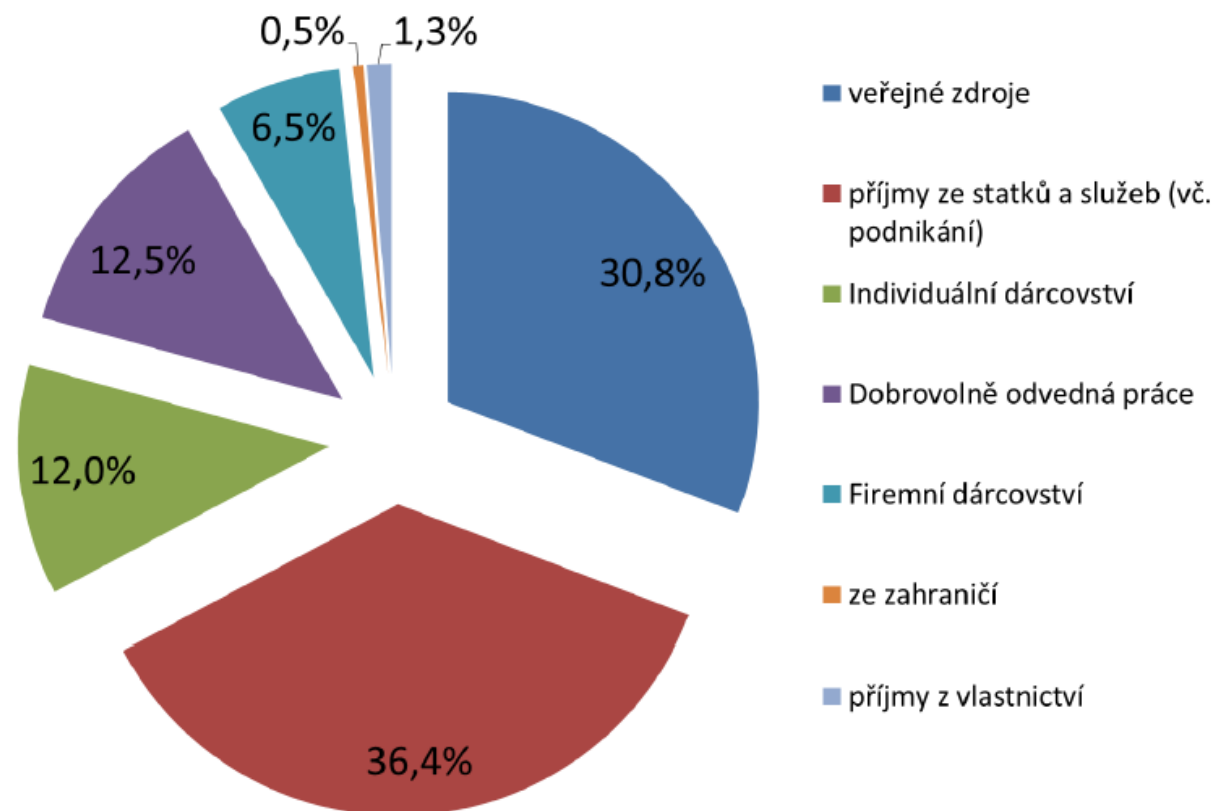
OBSAH PŘEDNÁŠKY

- ❑ Přímá a nepřímá veřejná podpora
 - ❑ co je co?
 - ❑ kdo jakou podporu poskytuje?
 - ❑ aktuální data?

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

FINANCOVÁNÍ NNO V ČR

ZDROJE NISD V ČR 2011 (V %)



ČSÚ

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD | Na padesátém 81, 100 82 Praha 10 | czso.cz 12/15

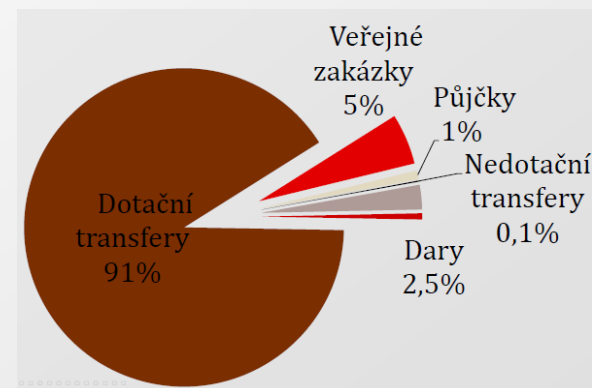
(Kermiet & Smejkalová, 2014)

PŘÍMÁ PODPORA Z VEŘEJNÝCH ROZPOČTŮ

□ Příímá podpora:

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

(Prouzová, Z.; 2008)



□ nejčastěji ve formě dotací, realizováno veřejnými politikami (SDP)

□ proč?

- nejdůležitější (výhradní) poskytovatelé úzce specializovaných veřejných služeb (humanitární zahraniční pomoc, multikulturní činnosti, integrace romské populace, ekologická osvěta...) či marginálních segment veřejných služeb

NEPŘÍMÁ PODPORA Z VEŘEJNÝCH ROZPOČTŮ

❑ Neřímá podpora:

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

(Prouzová, Z.; 2008)

❑ Nejčastěji ve formě:

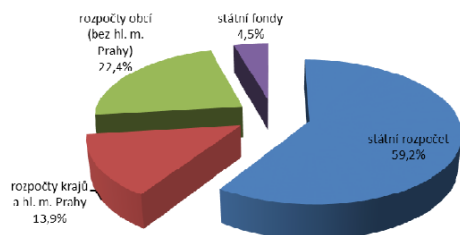
- ❑ 1) možnosti využít komunikační a propagační kanály (obecní rozhlas, nástěnka, webové stránky)
- ❑ 2) pronájem či zapůjčení majetku a zdrojů obce (pronájem, technické vybavení, pracovní čas)
- ❑ 3) věcné a finanční dary
- ❑ ...
- ❑ X) osvobození od místních poplatků, slevy na daních

ROZBOR FINANCOVÁNÍ NNO Z VEŘ. ROZPOČTŮ I.

□ v roce 2015:

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

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



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

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

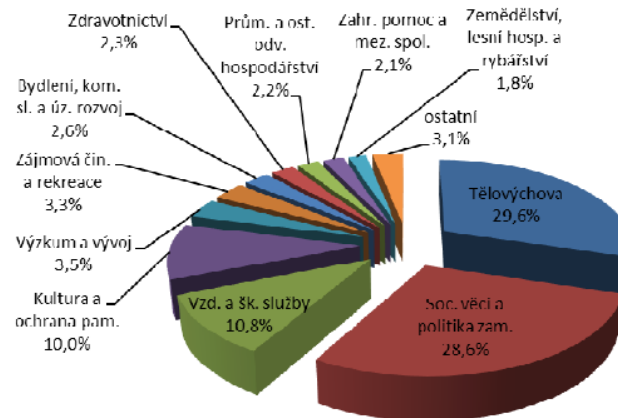
Rozpočet	Součet dotací						
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
státní rozpočet	5 701 087	5 766 600	5 740 827	6 680 231	7 011 107	9 322 329	9 765 275
rozpočty krajů a hl. m. Prahy	1 577 857	1 418 528	1 612 069	1 523 182	1 684 538	1 863 571	2 297 863
rozpočty obcí (bez hl. m. Prahy)	2 672 417	2 578 671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

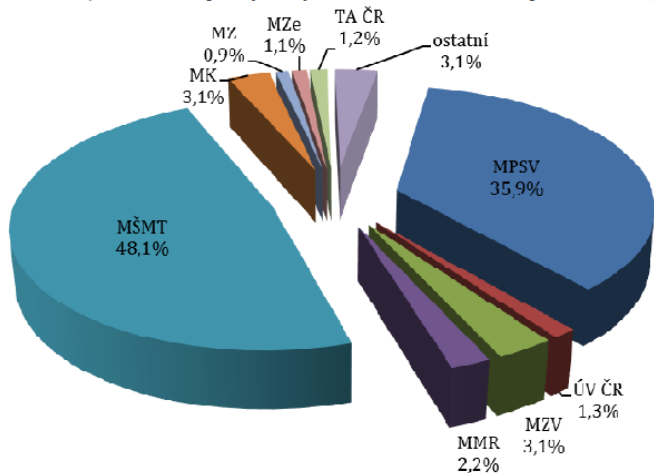
ROZBOR FINANCOVÁNÍ NNO Z VEŘ. ROZPOČTŮ II.

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



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

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



Zdroj: Databáze kapitol státního rozpočtu, upraveno

ROZBOR FINANCOVÁNÍ NNO Z VEŘ. ROZPOČTŮ III.

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

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

Zdroj: Databáze kapitol státního rozpočtu, upraveno

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



MASARYKOVA UNIVERZITA

PBSNPB2:

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
- ...

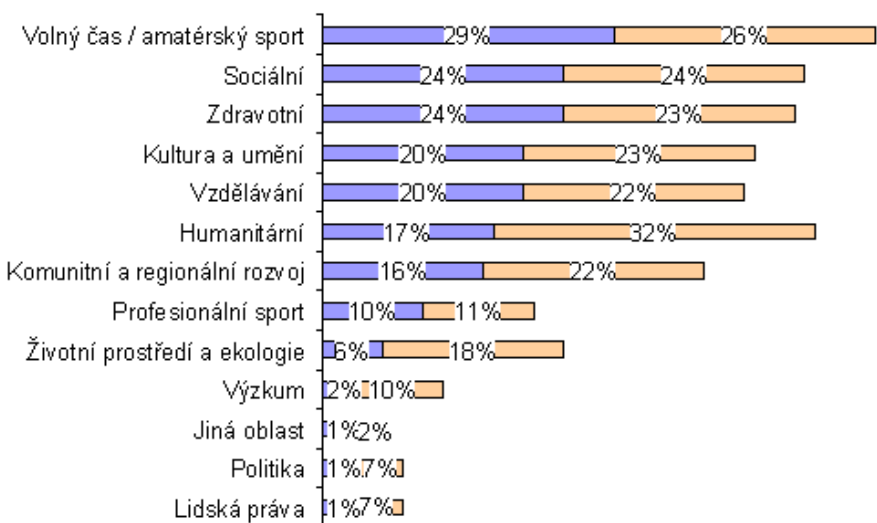
CO VÍME O INDIVIDUÁLNÍCH DÁRCÍCH

- ❑ 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:

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



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



JAK SE HLEDÁ DÁRCE?

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

CO NÁSLEDUJE?

❑ **otázky oslovených:**

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

METODY FUNDRAISINGU I.

- ❑ Inzerce
 - ❑ nejméně účinná metoda (anonymní kontakt)
 - ❑ široké spektrum oslovených (tedy i možné zachycení dárců)

- ❑ Direct mail (tj. přímý poštovní styk)
 - ❑ hromadné adresné nebo neadresné oslovení
 - ❑ možná forma vyžádání odpovědi (poštovní poukázka?)

- ❑ Veřejná sbírka (výzva neurčitému okruhu dárců)
 - ❑ široké spektrum oslovených
 - ❑ nezbytná organizační příprava a následná propagace
 - ❑ zákon č. 117/2001 Sb., o veřejných sbírkách

- ❑ Kampaň
 - ❑ podobné veřejné sbírce pouze více agresivní

METODY FUNDRAISINGU II.

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

METODY FUNDRAISINGU III.

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

FUNDRAISINGOVÝ KOLOBĚH

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

❑ nová žádost

OVĚŘENÍ ÚSPĚŠNOSTI?

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

SHRNUTÍ

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

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

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)