

Analýza fundraisingových aktivit neziskové organizace

Klára Véghová

Bakalářská práce
2021



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky
Ústav managementu a marketingu

Akademický rok: 2020/2021

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: Klára Véghová
Osobní číslo: M18483
Studijní program: B6208 Ekonomika a management
Studijní obor: Management a ekonomika
Forma studia: Prezenční
Téma práce: Analýza fundraisingových aktivit neziskové organizace

Zásady pro vypracování

Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

I. Teoretická část

- Zpracujte teoretické poznatky zaměřené a oblast fundraisingu a formulujte teoretická východiska pro zpracování praktické části.

II. Praktická část

- Proveďte analýzu současného stavu fundraisingových aktivit ve vybrané neziskové organizaci.
- Analyzujte nové možnosti fundraisingu.

Závěr

Rozsah bakalářské práce: cca 40 stran
Forma zpracování bakalářské práce: Tištěná/elektronická

Seznam doporučené literatury:

- BOUKAL, Petr. *Fundraising pro neziskové organizace*. 1. vydání. Praha: Grada, 2013, 264 s. ISBN 978-80-247-4487-2.
- BURNETT, Ken a Jennie THOMPSON. *Relationship fundraising: a donor-based approach to the business of raising money*. 2nd ed. San Francisco, CA: Jossey-Bass, 2002, 350 s. ISBN 0787960896.
- LEDVINOVÁ, Jana. *Profesionální fundraising: jak se osvobodit od finanční závislosti*. 1. vydání. Praha: Akademie múzických umění v Praze, 2013, 129 s. ISBN 978-80-7331-294-7.
- ŠEDIVÝ, Marek a Olga MEDLÍKOVÁ. *Public relations, fundraising a lobbying: pro neziskové organizace*. 1. vydání. Praha: Grada, 2012, 144 s. ISBN 978-80-247-4040-9.
- VOJTÍŠEK, Petr. *Princip solidarity ve financování služeb sociální péče*. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2018, 136 s. ISBN 978-80-246-3709-9.

Vedoucí bakalářské práce: doc. Ing. Pavla Staňková, Ph.D.

Datum zadání bakalářské práce: 15. ledna 2021
Termín odevzdání bakalářské práce: 18. května 2021

L.S.

doc. Ing. David Tuček, Ph.D.
děkan

Ing. Jiří Bejtkovský, Ph.D.
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA
BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Prohlašuji, že

- beru na vědomí, že odevzdáním diplomové/bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby;
- beru na vědomí, že diplomová/bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí, že jeden výtisk diplomové/bakalářské práce bude uložen na elektronickém nosiči v příruční knihovně Fakulty managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně;
- byl/a jsem seznámen/a s tím, že na moji diplomovou/bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 2 a 3 autorského zákona mohu užít své dílo – diplomovou/bakalářskou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen připouští-li tak licenční smlouva uzavřená mezi mnou a Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně s tím, že vyrovnání případného přiměřeného příspěvku na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše) bude rovněž předmětem této licenční smlouvy;
- beru na vědomí, že pokud bylo k vypracování diplomové/bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tedy pouze k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové/bakalářské práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem diplomové/bakalářské práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji,

1. že jsem na diplomové/bakalářské práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.
2. že odevzdaná verze diplomové/bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně

2. 6. 2021

Jméno a příjmení: Klára Véghová

.....
podpis diplomanta

ABSTRAKT

Bakalářská práce je zaměřená na analýzu fundraisingových aktivit vybrané neziskové organizace. Bakalářská práce je rozdělena na dvě části. První část práce obsahuje teoretické poznatky z oblasti fundraisingu a neziskových organizací. Praktická část obsahuje představení neziskové organizace, analýzu interních dokumentů, PEST analýza, SWOT analýzu a vícekritériální analýzu aktuálních možností financování činnosti zvolené neziskové organizace. Poslední částí je zpracování návrhu žádosti o financování vybraného projektu.

Klíčová slova: nestátní nezisková organizace, fundraising, financování neziskových organizací

ABSTRACT

The bachelor thesis is focused on the analysis of fundraising activities of a selected Non-governmental Organization. The first part of the thesis contains theoretical knowledge from the field of fundraising and Non-governmental Organization. The practical part contains the introduction of a Non-governmental Organization, analysis of internal documents, PEST analysis, SWOT analysis and multi-criteria analysis of current funding options for the selected Non-governmental Organization. The last part is the elaboration of a draft application for financing the selected project.

Keywords: Non-governmental Organization, Fundraising, Financing of Non-profit Organizations

Člověk je bohatý tím, co učinil pro druhé.

Johann Wolfgang von Goethe

Ráda bych poděkovala paní doc. Ing. Pavle Staňkové, Ph.D., za odborné vedení, cenné rady a připomínky, které mi poskytla a za čas, který mi věnovala. Dále děkuji za poskytnuté informace, které byly potřebné ke zpracování projektu.

OBSAH

ÚVOD.....	10
CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE.....	11
I. TEORETICKÁ ČÁST	12
1 NESTÁTNÍ NEZISKOVÁ ORGANIZACE.....	13
1.1 NEZISKOVÝ SEKTOR.....	13
1.2 NEZISKOVÝ VEŘEJNÝ SEKTOR.....	14
1.3 NEZISKOVÝ SOUKROMÝ SEKTOR.....	14
1.3.1 <i>Zapsané spolky (z. s.)</i>	14
1.3.2 <i>Obecně prospěšné společnosti (o. p. s.)</i>	15
1.3.3 <i>Fundace (nadace a nadační fondy)</i>	15
1.3.4 <i>Církevní právnické osoby</i>	15
1.3.5 <i>Zájmová sdružení právnických osob</i>	15
1.4 TYPOLOGIE NNO PODLE FUNKCÍ	16
1.4.1 <i>Servisní NNO</i>	16
1.4.2 <i>Advokační NNO</i>	16
1.4.3 <i>Zájmové NNO</i>	16
1.4.4 <i>Filantropické NNO</i>	17
2 FINANCOVÁNÍ NESTÁTNÍCH NEZISKOVÝCH ORGANIZACÍ.....	18
2.1 VEŘEJNÁ SPRÁVA	18
2.2 INDIVIDUÁLNÍ DÁRCI	18
2.3 PODNIKY	19
2.4 NADACE A NADAČNÍ FONDY.....	20
2.5 OSTATNÍ INSTITUCE	21
2.6 ZISK Z VLASTNÍ ČINNOSTI	21
3 FUNDRAISING	22
3.1 DEFINICE FUNDRAISINGU	22
3.2 POSTAVENÍ FUNDRAISINGU V ČINNOSTI ORGANIZACI	22
3.3 DŮVODY FUNDRAISINGU.....	23
3.3.1 <i>Přežití</i>	23
3.3.2 <i>Rozšíření a rozvoj</i>	23
3.3.3 <i>Omezení závislosti</i>	24
3.3.4 <i>Budování podpory</i>	24
3.3.5 <i>Vytváření udržitelné organizace</i>	24
4 ZDROJE FUNDRAISINGU	25
4.1 HMOTNÉ ZDROJE	25
4.2 PRÁVA	25
4.3 INFORMACE	25
4.4 PRÁCE	26
4.5 SLUŽBY	26
5 ZÁSADY FUNDRAISINGU.....	27
5.1 MUSÍME POŽÁDAT	27
5.2 OSOBNÍ PŘÍSTUP	27
5.3 POROZUMĚNÍ POHLEDU DÁRCE	27
5.4 FUNDRAISING JE O LIDECH.....	28
5.5 FUNDRAISING ZNAMENÁ PRODÁVAT	28
5.6 DŮVĚRYHODNOST A PR.....	28
5.7 DÁRCI NEVĚDÍ, KOLIK DÁT	28

5.8	PODĚKOVÁNÍ	29
5.9	DLOUHODOBÉ ZAPOJENÍ.....	29
5.10	ODPOVĚDNOST A INFORMACE	29
6	METODY FUNDRAISINGU	30
6.1	METODY INDIVIDUÁLNÍHO DÁRCOVSTVÍ.....	31
6.1.1	<i>Mediální kampaň</i>	<i>32</i>
6.1.2	<i>Dopisní kampaň.....</i>	<i>32</i>
6.1.3	<i>DMS.....</i>	<i>32</i>
6.1.4	<i>Sbírka.....</i>	<i>32</i>
6.1.5	<i>On-line fundraising.....</i>	<i>33</i>
6.1.6	<i>Benefiční akce.....</i>	<i>34</i>
6.1.7	<i>Telefonická kampaň</i>	<i>34</i>
6.1.8	<i>Budování klubů.....</i>	<i>34</i>
6.1.9	<i>Merchandising.....</i>	<i>34</i>
6.1.10	<i>Významní dárci</i>	<i>35</i>
6.1.11	<i>Dar v závěti.....</i>	<i>35</i>
6.2	METODY FIREMNÍHO DÁRCOVSTVÍ.....	35
6.2.1	<i>Darované zboží a služby</i>	<i>35</i>
6.2.2	<i>Malý finanční příspěvek.....</i>	<i>36</i>
6.2.3	<i>Grant</i>	<i>36</i>
6.2.4	<i>Sdílený marketing.....</i>	<i>36</i>
6.2.5	<i>Příspěvek zaměstnanců</i>	<i>36</i>
6.2.6	<i>Firemní dobrovolnictví.....</i>	<i>36</i>
6.2.7	<i>Dlouhodobé partnerství.....</i>	<i>37</i>
6.2.8	<i>Práce ve správní radě či jiném významném orgánu</i>	<i>37</i>
6.2.9	<i>Prodej reklamy</i>	<i>37</i>
6.2.10	<i>Obchodní vztahy.....</i>	<i>37</i>
7	ZÁVĚREČNÉ ZHODNOCENÍ TEORETICKÉ ČÁSTI PRÁCE	38
II.	PRAKTICKÁ ČÁST	39
8	PŘEDSTAVENÍ NEZISKOVÉ ORGANIZACE	40
8.1	ALZHEIMERCENTRUM ZLÍN z.ú.	40
8.2	AKTIVIZAČNÍ ČINNOSTI	41
8.3	POSÍLÁNÍ ALZHEIMERCENTRA ZLÍN z.ú.	42
8.4	VIZE ALZHEIMERCENTRA ZLÍN z.ú.....	42
8.5	CÍLOVÁ SKUPINA	42
8.6	SPOLUPRÁCE	42
9	HODNOCENÍ VNĚJŠÍCH A VNITŘNÍCH PODMÍNEK ORGANIZACE.....	43
9.1	PEST ANALÝZA	43
9.1.1	<i>Politicko-legislativní faktory</i>	<i>43</i>
9.1.2	<i>Ekonomické faktory.....</i>	<i>44</i>
9.1.3	<i>Sociálně-kulturní faktory</i>	<i>44</i>
9.1.4	<i>Technologické faktory</i>	<i>45</i>
10	FUNDRAISINGOVÉ AKTIVITY V MINULÝCH LETECH	47
10.1	FUNDRAISINGOVÉ AKTIVITY ZA ROK 2018	47
10.1.1	<i>Přehled dárců dle právní formy poskytovatele</i>	<i>47</i>
10.1.2	<i>Analýza finanční výše darů dle právní formy poskytovatele.....</i>	<i>48</i>
10.2	FUNDRAISINGOVÉ AKTIVITY ZA ROK 2019	48
10.2.1	<i>Přehled dárců dle právní formy poskytovatele</i>	<i>49</i>
10.2.2	<i>Analýza finanční výše darů dle právní formy poskytovatele.....</i>	<i>50</i>
10.3	FUNDRAISINGOVÉ AKTIVITY ZA ROK 2020	50
10.3.1	<i>Přehled dárců dle právní formy poskytovatele</i>	<i>51</i>
10.3.2	<i>Analýza finanční výše darů dle právní formy poskytovatele.....</i>	<i>52</i>

10.4	POROVNÁNÍ SLEDOVANÝCH LET.....	52
10.4.1	<i>Porovnání počtu dárců.....</i>	52
10.4.2	<i>Porovnání celkové výše darů</i>	54
10.4.3	<i>Celkové zhodnocení</i>	55
10.5	FUNDRAISINGOVÉ AKTIVITY ZA ROK 2021	56
10.5.1	<i>Dosavadní počet dárců dle právní formy poskytovatele.....</i>	56
10.5.2	<i>Analýza finanční výše dosavadních darů dle právní formy poskytovatele.....</i>	56
10.6	SWOT ANALÝZA.....	57
10.6.1	<i>Vnější a vnitřní prostředí.....</i>	57
11	ANALÝZA MOŽNOSTÍ PRO FINANCOVÁNÍ ČINNOSTI SPOLEČNOSTI ALZHEIMERCENTRA	59
11.1	PROJEKTY NADACÍ A NADAČNÍCH FONDŮ	59
11.1.1	<i>Nadace AGEL</i>	59
11.1.2	<i>Nadace AGROFERT</i>	59
11.1.3	<i>Alzheimer nadační fond.....</i>	59
11.1.4	<i>Nadace ČEZ.....</i>	60
11.1.5	<i>DATART pro lidi.....</i>	60
11.1.6	<i>Nadace KRÁSA POMOCI</i>	60
11.1.7	<i>Nadační fond Senior Park pomáhá</i>	61
11.1.8	<i>Skils Nadační fond</i>	61
11.1.9	<i>SUBVENTI nadační fond.....</i>	61
11.1.10	<i>TESCO pomáháme</i>	61
11.1.11	<i>Výbor dobré vůle – Nadace Olgy Havlové.....</i>	62
11.1.12	<i>Nadace ZDRAVÍ PRO MORAVU.....</i>	62
11.1.13	<i>Porovnání nabídek nadací a nadačních fondů.....</i>	62
11.2	DOTACE A PROGRAMOVÉ FINANCOVÁNÍ.....	64
11.2.1	<i>Ministerstvo zdravotnictví ČR.....</i>	64
11.2.2	<i>Ministerstvo práce a sociálních věcí ČR</i>	65
11.2.3	<i>Porovnání dotací a programového financování</i>	67
12	NÁVRH ŽÁDOSTI	70
12.1	INFORMACE O ORGANIZACI	70
12.2	INFORMACE O PROJEKTU	71
12.2.1	<i>ÚČEL PROJEKTU.....</i>	71
12.2.2	<i>POPIS PROJEKTU.....</i>	71
12.3	FINANCOVÁNÍ PROJEKTU.....	72
12.3.1	<i>Zdroje financování</i>	72
12.3.2	<i>Rozpočet</i>	73
12.4	PŘÍLOHY.....	73
	ZÁVĚR	74
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	76
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	81
	SEZNAM OBRÁZKŮ.....	82
	SEZNAM TABULEK.....	83
	SEZNAM GRAFŮ	84
	SEZNAM PŘÍLOH	85
	PŘÍLOHA P I: PŘEHLED POSKYTOVATELŮ – NADACE A NADAČNÍ FONDY.....	86
	PŘÍLOHA P II: PŘEHLED POSKYTOVATELŮ – MINISTERSTVA ČR	93
	PŘÍLOHA P III: VÍCEKRITERIÁLNÍ ANALÝZA – NADACE A NADAČNÍ FONDY.....	97
	PŘÍLOHA P IV: VÍCEKRITERIÁLNÍ ANALÝZA – MINISTERSTVA ČR	102

ÚVOD

Neziskové organizace hrají v naší společnosti velkou roli. Pokrývají oblasti, které nejsou pro podnikatelský sektor zajímavé a zaměřují se na veřejně prospěšné aktivity. Neziskové organizace mají však velmi omezený rozpočet a na financování jejich aktivit nemusí mít vždy potřebné zdroje. V tu chvíli přichází v potaz právě fundraising. S fundraisingem se setkal už jistě každý z nás, i když si toho vůbec nemusíme být vědomi. Někdo daruje vysoké částky, jiný zase občas přispěje nějakou korunou do kasičky. Jindy zase koupíme výrobek, kde je část ceny věnována na dobročinné účely, nebo se zúčastníme benefiční akce. Způsobů, jakými můžeme neziskové organizace podpořit je nespočet.

Tato bakalářská práce je zaměřená na analýzu fundraisingových aktivit, které se využívají u vybrané neziskové organizace.

Cílem teoretické části bude zpracovat základní teoretické poznatky týkající se nestátních neziskových organizací a jejich financování v podobě fundraisingu. Budou představeny důvody, kvůli kterým je fundraising důležitý. Dále bude uvedeno, z jakých zdrojů a jakými metodami je možné získat finanční podporu. Teoretická část bude obsahovat také hlavní zásady fundraisingu, bez kterých se nezisková organizace neobejde.

V praktické části bude nejdříve představena vybraná nezisková organizace a provedena PEST analýza. Dále bude provedena analýza interních dokumentů a analýza úspěšných fundraisingových aktivit v letech 2018, 2019, 2020 a 2021. Další částí bude analýza možností pro financování činnosti organizace zaměřená na dotační programy nadací a nadačních fondů a ministerstev ČR. Porovnání těchto programů bude určeno pomocí vícekritériální analýzy. Poslední částí bude zpracování návrhu projektu, který bude sloužit k financování aktivit neziskové organizace.

Účelem této práce je zjistit současnou situaci vybrané neziskové organizace. Provést analýzu úspěšných fundraisingových aktivit, které v minulých letech uskutečnila. Zjistit, které možnosti pro financování její činnosti jsou pro ni v tuto chvíli nejvýhodnější a poskytnout výsledky šetření vedení neziskové organizace. Nakonec, v závislosti na zjištěných skutečnostech, navrhnout projekt, který bude pro organizaci přínosem.

CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE

Cíle práce

Hlavním cílem bakalářské práce je:

Provést analýzu fundraisingových aktivit Alzheimercentra Zlín z.ú.

Dílčí cíle:

Cíl 1: Zjistit, jaké metody fundraisingu v současné době Alzheimercentrum využívá

Cíl 2: Zmapovat aktuální možnosti financování činnosti společnosti Alzheimercentrum.

Cíl 3: Zpracovat návrh žádosti o financování z vybraného zdroje.

Použité metody v bakalářské práci

Bakalářská práce má část teoretickou i praktickou. Zaměřuje se na problematiku nestátních neziskových organizací a způsoby financování jejich aktivit, přesněji fundraising. V praktické části je provedena PEST analýza. Dále obsahuje analýzu metod fundraisingu za roky 2018, 19, 20 a 21. Jsou zde vypracovány možnosti financování aktivit společnosti Alzheimercentrum. Porovnání a určení výhodnosti těchto projektů je určena pomocí vícekritériální analýzy. Posledním z praktické části je vypracování projektu, který bude složit k nákupu pohybových léčebných přístrojů.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 NESTÁTNÍ NEZISKOVÁ ORGANIZACE

Neziskové organizace mají v ekonomice státu nezastupitelnou roli, jak uvádí Hejduková, Hommerová a Krechovská (2018, s. 26). Nejdůležitějším důvodem je skutečnost, že neziskové organizace působí zejména v oblastech, které nejsou pro ziskově orientované subjekty atraktivní. Neziskové organizace mají důležitou roli v odvětvích, která slouží k rozvoji celé společnosti – školství, sociální služby, zdravotní péče, věda a výzkum apod.

NNO často poskytují služby, které jsou v zájmu veřejného sektoru, jak uvádí Hejduková, Hommerová a Krechovská (2018, s. 92).

Podle Hejdukové, Hommerové a Krechovské (2018, s. 96) jsou nejdůležitějšími právními předpisy upravující nevládní neziskové organizace v ČR následující zákony:

- zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník;
- zákon č. 3/2002 Sb., o svobodě náboženského vyznání a postavení církví a náboženských společností;
- zákon č. 424/1991 Sb., o sdružování v politických stranách a v politických hnutích;
- zákon č. 341/2005 Sb., o veřejných výzkumných institucích;
- zákon č. 561/2004 Sb., školský zákon;
- zákon č. 449/2001 Sb., o myslivosti;
- zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích.

1.1 Neziskový sektor

Jak uvádí Broukala (2013, s. 25), je neziskový sektor souborem subjektů, jejichž primárním cílem je dosáhnout přímého užitku, většinou charakterem veřejné služby. Tyto subjekty jsou financovány vlastními zdroji pocházející od soukromých subjektů (zřizovatel), nebo od veřejných subjektů na základně přerozdělovacích procesů. Využívány jsou i cizí zdroje (půjčky).

Neziskový sektor se dále člení na:

- neziskový veřejný sektor,
- neziskový soukromý sektor,
- sektor domácností.

1.2 Neziskový veřejný sektor

Neziskový veřejný sektor je soubor subjektů, které jsou zakládány s primárním cílem dosáhnout přímého užitku, jak uvádí Boukala (2013, s. 27). Zakladateli jsou veřejné subjekty, které do zakládaných neziskových subjektů vkládají prostředky bez toho, aby očekávali dosažení zisku, protože jsou zainteresovány na daném přímém užitku. Vložený majetek obvykle zůstává v držení zakládajícího veřejného subjektu. Sami zakladatelé neziskových subjektů jsou neziskovými subjekty. Mezi subjekty neziskového veřejného sektoru patří příspěvkové organizace. Příspěvkové organizace však nemohou čekat pouze na prostředky zřizovatele, přestože jsou zapsány v jeho rozpočtu. Musí se chovat ekonomicky efektivně a musí usilovat i o další prostředky (mimo prostředků od zřizovatele) a využít všechny možnosti, které se jim naskytnou.

1.3 Neziskový soukromý sektor

Podle Boukala (2013, s. 28) je neziskový soukromý sektor souborem subjektů, které jsou zakládány s primárním cílem dosáhnout přímého užitku. Zakladateli jsou soukromé subjekty, které vkládají své prostředky bez primárního očekávání dosažení zisku, protože jsou zainteresovány na daném přímém užitku. Vzhledem k tomu, že zakladateli jsou soukromé subjekty, „odpadá“ veřejnoprávní, do značné míry automaticky financující zřizovatel. V porovnání s příspěvkovými organizacemi mají NNO kvalitativně odlišné postavení. Fundraising mimo veřejný rozpočet je nosným souborem činností NNO.

Jak uvádí Vojtíšek (2018, s. 58), v ČR řadíme mezi NNO:

- zapsané spolky (z. s.),
- obecně prospěšné společnosti (o. p. s.),
- fundace (nadace a nadační fondy),
- církevní právnické osoby,
- zájmová sdružení právnických osob.

1.3.1 Zapsané spolky (z. s.)

Podle Vojtíška (2018, s. 58) jsou zapsané spolky typem NNO, které se orientují na přímou realizaci projektů v oblasti, na kterou se zaměřují. Spolky jsou náhradou za původní občanská sdružení. Jejich činnost je upravená občanským zákoníkem (Česko, 2012)

a je nejnižší formou organizované občanské společnosti. Zapsané spolky by měly vykonávat takovou činnost, která vede ke splnění poslání a cílů organizace. Primárním cílem je změna nepříznivého stavu v určité oblasti společnosti. V sociální oblasti jde především o zlepšení situace znevýhodněných skupin občanů a zlepšení kvality života.

1.3.2 Obecně prospěšné společnosti (o. p. s.)

Jak uvádí Vojtíšek (2018, s. 58), jsou tyto společnosti podobným typem organizací jako spolky, mají pouze rozdíl v některých statutárních orgánech. O. p. s. poskytuje veřejnosti obecně prospěšné služby za předem stanovených a pro všechny uživatele stejných podmínek. Jejich zisk nesmí být použit ve prospěch zakladatelů, ale musí být použit na poskytnutí obecně prospěšných služeb, kvůli kterým byla společnost založena.

1.3.3 Fundace (nadace a nadační fondy)

Fundace jsou upraveny zákonem občanského zákoníku č. 89/2012 Sb., podle Vojtíška (2018, s. 59). Obecně se jedná o účelová sdružení majetku. Nadační jmění v nadaci musí být v minimální výši 500 000 Kč, aby mohla začít fungovat a nesmí pod tuto částku po celou dobu fungování klesnout. Tímto se liší od nadačního fondu. Cílem nadací i nadačních fondů je získat a hromadit finance, které poté přerozdělí fyzickým a právnickým osobám na základě vyhodnocení jejich žádostí na předem určený účel. Nadace a nadační fondy nevykonávají přímou činnost nebo podnikání, ale fundraising za účelem hledání finančních prostředků pro konkrétní cílové skupiny.

1.3.4 Církevní právnické osoby

Jak uvádí Vojtíšek (2018, s. 59) církevní právnické osoby (církev a církevní zařízení) mají svůj specifický způsob fungování, který se řídí zákonem o církvích a náboženských společnostech č. 3/2002 Sb. a souvisejícími. Církev zřizují účelová zařízení církve. Náplní činnosti církve může být poskytování sociálních služeb.

1.3.5 Zájmová sdružení právnických osob

Podle Vojtíška (2018, s. 59) zájmová sdružení právnických osob vznikají nejčastěji jako společenství několika právnických osob (firem státních orgánů nebo NNO), jejich cílem je ochrana společenských zájmů svých členů a jejich vzájemná pomoc. Mezi zájmová sdružení právnických osob lze počítat unie, asociace, rozvojové agentury a další.

1.4 Typologie NNO podle funkcí

Jak uvádí informační portál Svět neziskovek (Nadace Neziskovky.cz, ©2021), tato formulace doplňuje členění NNO do několika typů podle jejich funkce. Jedná se o:

- Servisní NNO
- Advokační NNO
- Zájmové NNO
- Filantropické NNO

1.4.1 Servisní NNO

Podle informačního portálu Svět neziskovek (Nadace Neziskovky.cz, ©2021) servisní NNO poskytují přímé služby svým klientům. Do této skupiny patří NNO z oblasti sociálního začleňování a zdravotnictví. Dále NNO poskytující sociální služby, humanitární pomoc a rozvoj spolupráce. Většinou se jedná o nečlenské NNO, které usilují o svoji profesionalizaci.

1.4.2 Advokační NNO

Informační portál Svět neziskovek (Nadace Neziskovky.cz, ©2021) dále uvádí advokační NNO, které bojují za práva vymezených skupin či vybraných veřejných zájmů. Zabývají se prosazováním změn nebo obraně vůči změnám soukromým nebo veřejným institucím. Prosazují princip nediskriminace a rovnosti, chrání menšinové zájmy a zájem veřejný – ochrana životního prostředí, zdraví nebo práva spotřebitelů. Advokační organizace bývají členské i nečlenské.

1.4.3 Zájmové NNO

Jedná se o nejpočetnější skupinu NNO v ČR, jak uvádí informační portál Svět neziskovek (Nadace Neziskovky.cz, ©2021). Zaměřují se na organizaci zájmových činností pro své členy s možným přesahem do širší veřejnosti, kde se jejich aktivity blíží službám poskytovaným určitým skupinám. Do této skupiny patří NNO v oblasti kultury či tradiční venkovské zájmové spolky a oblast sportu. Jsou založené zcela na členském principu.

1.4.4 Filantropické NNO

Jak uvádí informační portál Svět neziskovek (Nadace Neziskovky.cz, ©2021), podporují filantropické NNO finančně i věcně veřejně prospěšné aktivity. Charakteristicky se jedná o nadace a nadační fondy.

Tabulka 1 Typologie NNO v ČR podle funkcí (zdroj: nadaceneziskovky.cz, 2021)

Funkce	Hlavní činnost	Vnitřní struktura
Servisní	Sociální, zdravotní péče	Převážně nečlenské
	Vzdělávání a výzkum	
	Humanitární pomoc a charita	
	Kultura	
	Rozvojová spolupráce a humanitární pomoc	
Advokační	Ochrana životního prostředí	Členské i nečlenské
	Ochrana lidských práv	
	Prosazování rovnosti a nediskriminace	
	Ochrana práv menšin	
	Ochrana zvířat	
	Ochrana práv spotřebitelů	
	Boj proti korupci apod.	
	Kulturní aktivity	
Filantropické	Poskytující granty a dary	Převážně nečlenské
Zájmové	Sport	Členské
	Volný čas	
	Včelaři, myslivci, zahrádkáři	
	Komunitní spolky	
	Další	

2 FINANCOVÁNÍ NESTÁTNÍCH NEZISKOVÝCH ORGANIZACÍ

Podle Medlíkové a Šedivého (2012, s. 116) máme šest možností, kde může NNO získat finanční zdroje:

- veřejná správa (státní správa a samospráva);
- individuální dárci – jednotlivci;
- podniky;
- nadace a nadační fondy;
- ostatní instituce;
- zisk z vlastní činnosti.

2.1 Veřejná správa

Jak uvádí Medlíková a Šedivý (2012, s. 118) je veřejná správa tvořená státní správou (ministerstva a jimi zřízené příspěvkové organizace) a samospráva (kraje, města, obce a jimi zřízené příspěvkové organizace). Z prostředků od veřejné správy jde získat finanční prostředky pomocí dotace nebo grantu, nebo v rámci veřejného výběrového řízení. Ve všech těchto možnostech musí nezisková organizace vypracovat projekt. V případě dotace a grantu ještě vypracovat žádost.

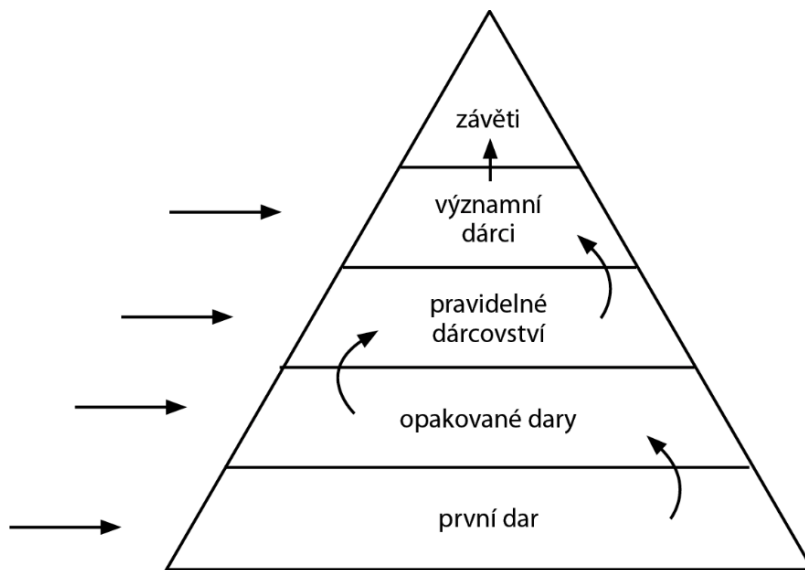
2.2 Individuální dárci

Ilona Bray (©2021) uvádí, že v ideálním případě by měli být jednotlivci, tedy dárci z řad obyčejných lidí, chlebem a solí NNO. Jejich dary jsou známkou důležitosti a podpory pro komunitu. Jejich společná síla může pak pomoci překonat i obtížné časy, jako je například ztráta velkého grantu.

Jak uvádí Diváková (2013, s. 39) může jednatlivec může organizaci tím že poskytne:

- jednorázový příspěvek;
- průběžnou podporu;
- větší dar na určitý projekt;
- věcný dar.

Medlíkové a Šedivý (2012, s. 123) prezentují individuální dárcce jako jednotlivce, kteří věnují dar z osobních příjmů neziskové organizaci, podle Medlíkové a Šedivého (2012, s. 123). U individuální dárců je velmi důležité udržet dobré vztahy a pracovat na jejich budování. Pokud bude dárcce správně namotivovaný a bude mít s neziskovou organizací dobrou zkušenost, může se rozhodnout přispívat opakovaně, nebo poukázat organizaci významný dar. Pro podrobnější popis tohoto zdroje financování se používá pyramida dárců.



Obrázek 1 Pyramida dárců (zdroj: Medlíková a Šedivý, 2012, s. 123)

Jak uvádí Medlíková a Šedivý (2012, s. 123) pyramida znázorňuje individuální dárcce. Vodorovné šipky z vnější strany pyramidy značí směry, kterými dárci vstupují do pyramidy. Šipky uvnitř pyramidy značí následný posun dárců v závislosti na péči, kterou jim organizace věnuje. V pyramidě platí Paretovo pravidlo, tedy 80 % dárců v dolní části pyramidy přinese organizace pouze 20 % z celkové částky daru, zatímco 20 % dárců v horní části pyramidy přinese 80 % z celkové částky daru. 80 % úsilí nám tedy přináší pouze 20 % příjmu. Dárce, který již vložil do organizace první dar je potřeba motivovat, aby svou podporu zopakoval. Má-li dárcce s neziskovou organizací dobré zkušenosti, může ve prospěch organizace založit trvalý příkaz, nebo poukázat významný dar. Vrcholem pyramidy jsou dárci, kteří na organizaci mysleli i ve své poslední vůli.

2.3 Podniky

Podle Medlíkové a Šedivého (2012, s. 130) je důležité si uvědomit, s jak velkou firmou komunikujeme. Firmy můžeme rozdělit do dvou skupin na malé a střední podniky (max. 250 zaměstnanců) a na korporace a velké podniky. Schvalovací procesy v obou skupinách jsou

diametrálně odlišné. U malých a středních podniku přesvědčujeme většinou pouze jednu osobu (jednatel, majitel nebo ředitel), která pak rozhoduje. Uplatňujeme podobné principy jako u individuálních dárců-klademe důraz na osobní prezentaci, jasné argumenty a přesvědčovací schopnosti. U velkých firem a korporací posuzuje žádost více lidí a spousta korporací má i své předpisy na schvalování. Budeme navíc potřebovat kvalitní podklady – dobře zpracovaný projekt a prezentační materiály.

Podle Divákové (2013, s. 38) můžeme od firem očekávat podporu v podobě:

- finančního příspěvku,
- sponzorství určité akce nebo činnosti,
- sponzorství vzdělávacího nebo propagačního materiálu,
- zpřístupnění firemních prostor a vybavení,
- věcné podpory,
- odborné znalosti a rady,
- dobrovolné práce zaměstnanců,
- reklamy v brožurách.

Je zde také důležité nezapomenout na rozdíl mezi dárcovstvím a sponzorstvím. Jak uvádí Diváková (2013, s. 38) je dárcovství uzavřeno darovací smlouvou bez protiplnění ze strany NNO. Sponzorství se uzavírá na základě sponzorské smlouvy s protiplněním.

Sportovní klub EWSC Praha, z. s. (©2021), zařadil mezi způsoby protiplnění vylepení reklamních samolepek, umístění reklamy, nošení triček s firemním logem (dárce) na akcích, používání reklamních poutačů apod.

2.4 Nadace a nadační fondy

Ačkoli jsou nadace a nadační fondy také neziskové organizace, jsou také významní dárci. Základem získání finanční podpory je dobře zpracovaný projekt nebo žádost o grant. Nadace a nadační fondy rozhodují většinou skupinově – buďto skupina expertů, jejich rozhodnutí sválí správní rada, nebo přímo správní rada samotná. Jak uvádí Medlíková a Šedivý (2012, s. 14) nejdříve je důležité prostudovat webové stránky nadací a nadačních fondů. V případě dotazů ohledně vyhlášených programů navíc prostudovat i nejčastěji kladené dotazy s odpověďmi, které bývají opět na webových stránkách nadace a nadačního fondu.

2.5 Ostatní instituce

Tato skupina je velmi různorodá. Patří sem zahraniční ambasády v ČR, obchodní skupiny, Rotary kluby apod. Jak uvádí Medlíková a Šedivý (2012, s. 142), důležitá je vždy příprava na jednání. Zjistit si, jaká je firemní kultura konkrétní instituce nebo organizace. Dále je pak důležité určit, s kým se potkám. Na základě toho pak nastavuji jak telefonickou a e-mailová komunikace, tak i jednání na schůzce.

2.6 Zisk z vlastní činnosti

Dalším finančním příjmem pro organizaci může být zisk z vlastní činnosti. Podle Medlíkové a Šedivého (2012, s. 143) se jedná o příjmy z prodeje vlastních výrobků a poskytování služeb. Důležitý je zde však marketing, který je primárně zaměřen na budování vztahů se zákazníky – mohou to být vlastní klienti nebo dárci.

3 FUNDRAISING

Podle Boukala (2013, s. 23) je fundraising velmi frekventovanou kategorií, která je spojená s neziskovým sektorem. Jejím obsahem je souhrn činností zaměřených na zdrojové zajištění neziskové organizace založené za účelem konkrétního poslání. Abychom však mohli hovořit podrobněji o fundraisingu, musíme vymezit základní pojmy a popsat blíže neziskový sektor.

3.1 Definice fundraisingu

Slovo fundraising vzniklo spojením dvou anglických slov „fund“ = fond a „raising“ zvyšování. Obecně se tak toto slovo dá přeložit jako zvyšování fondů.

Šobáňová (2010, s. 7) uvádí, že na fundraising může být pohlíženo jako na systematickou činnost, jejímž výsledkem je získání zejména finančních prostředků na činnost organizace a jednotlivce. Organizací bývá zpravidla NNO, rozpočtová nebo příspěvková organizace, obec, mikroregion, kraj nebo právnická osoba.

Hejduková, Hommerová a Krechovská (2018, s. 160) tvrdí, že je fundraising typický pro neziskové organizace. Jedná se o unikátní způsob získávání finančních prostředků založený na oslovování dárců, které by mělo ideálně vyústit v dlouhodobou spolupráci.

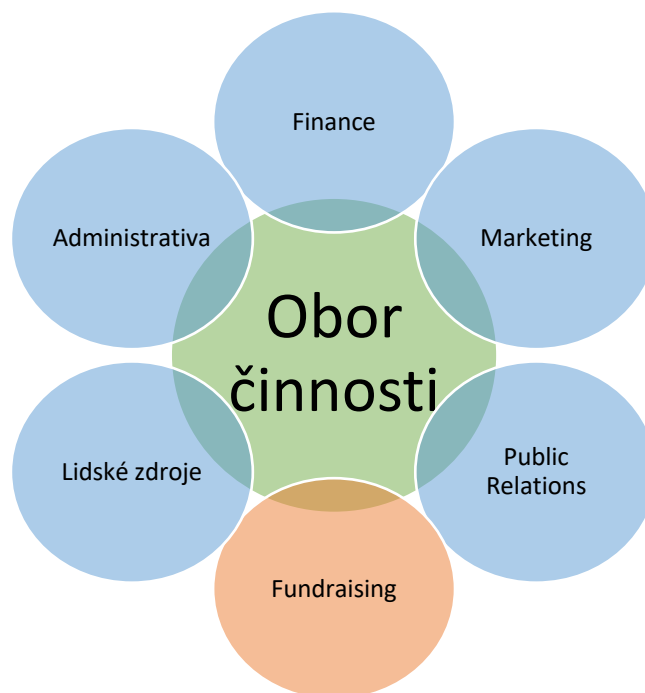
Podle Boukala (2013, s. 105) představuje fundraising systematické získávání finančních i nefinančních zdrojů, které potřebuje nezisková organizace k realizaci svého poslání. Toho docílí pomocí realizace jednotlivých projektů. Důležitým rysem je systematicčnost a širě zahrnující finanční i nefinanční zdroje.

Fundraising se však netýká pouze peněz, ale také získávání darů v podobě služeb a výrobků, případně získávání nových dobrovolníků a příznivců, jak uvádí Medlíková a Šedivý (2017, s. 235). Fundraising je proces, který je tvořen provázanými aktivitami, které musí organizace provést tak, aby zajistila dostatečné zdroje – finance, zázemí, lidi.

3.2 Postavení fundraisingu v činnosti organizaci

Jak uvádí Šobáňová (2010, s. 23), nejsrozumitelněji definuje postavení fundraisingu následující schéma, viz obrázek 2. Je z něj zřetelné, že je fundraising jednou z podpůrných činností, které organizace musí vykonávat.

Podle tohoto přístupu je zřejmé, že podstatou je obor činnosti, tím rozumíme důvod a smysl existence organizace a její poslání. Okolo něj jsou další činnosti, které musíme vykonávat, abych své poslání splnili. Kromě fundraisingu zde můžeme najít aktivity jako marketing, finance, administrativa, lidské zdroje a public relations.



Obrázek 2 Postavení fundraisingu mezi ostatními činnostmi NNO
(zdroj: Šobáňová, 2010, s. 23)

3.3 Důvody fundraisingu

Burda (2007, s. 3) uvádí, že fundraising je důležitý z několika důvodů:

- přežití,
- rozšíření a rozvoj,
- omezení závislosti,
- budování podpory,
- vytváření udržitelné organizace.

3.3.1 Přežití

Aby mohla organizace fungovat a přežít, potřebuje peníze. Ať už se jedná o peníze na projekt, pronájem, mzdy zaměstnanců, technické vybavení atd. Jak uvádí Burda (2007, s. 3), pokud organizaci chybí finance, nemůže dělat svou práci – nenaplňovat poslání, kvůli kterému vznikla a existuje.

3.3.2 Rozšíření a rozvoj

Burda (2007, s. 3) uvádí, že pokud se chce organizace udržet, musí rozšiřovat svou činnost, zkvalitňovat poskytované služby a rozšiřovat svou působnost do dalších regionů.

3.3.3 Omezení závislosti

Omezení závislosti souvisí s odstraněním rizika krize způsobená zamítnutí žádosti o příspěvek. Burda (2007, s. 3) tvrdí, že řada organizací je podporována jedním nebo jen několika mála dárci, kteří poskytují většinu finančních darů, které organizace potřebuje. Zamítnutí jedné žádosti by tak mohlo způsobit až krizi samotné organizace.

3.3.4 Budování podpory

Jak uvádí Burda (2007, s. 3), fundraising není pouze o získávání finančních příspěvků, ale hlavně o budování vztahů a rozšiřování okruhu příznivců. Každý, kdo organizaci podpoří je důležitý.

3.3.5 Vytváření udržitelné organizace

Burda (2007, s. 3) tvrdí, že málo která organizace dosáhne svých cílů za rok. Proto je velmi důležité vytvořit a budovat finančně silnou a udržitelnou organizaci.

4 ZDROJE FUNDRAISINGU

Rozdělení zdrojů na finanční a nefinanční je velmi důležité, jak uvádí Boukal (2013, s. 105). Velkou chybou je omezení úsilí výhradně na finanční podporu. NNO má možnost získávat následující varianty zdrojů:

- Hmotné zdroje
- Práva
- Informace
- Práce
- Služby

4.1 Hmotné zdroje

Jedná se o dary s věcnou hodnotou – př. výrobce nábytku poskytne novou knihovnu do společenské místnosti. Jak uvádí Boukala (2013, s. 108), zajímavou možností jsou také bartery, během nichž dochází ke směně zboží nebo služby přímo za jiné zboží nebo službu bez použití peněz. V dnešní době může být barter využit jako součást vztahu mezi podnikem a NNO. Příkladem může být to, že firma poskytne svou podporu a nezisková organizace na oplátku daruje své produkty.

4.2 Práva

Většinou se jedná o zajištění marketingové propagace NNO. Podle Boukala (2013, s. 111) Můžeme sem zařadit například zveřejnění loga a dalších důležitých informací o realizovaných projektech NNO na webových stránkách, v novinách anebo časopisech. Ve většině případů vlastník nepožaduje platbu, popřípadě je tato platba symbolická.

4.3 Informace

Podle Boukala (2013, s. 112) pro NNO zajišťují informační zázemí servisní organizace, které sami mají právní formu neziskové organizace, případně další subjekty. Můžeme sem zařadit například tvorbu různých metodických příruček.

4.4 Práce

Podniky poskytnou své zaměstnance jako firemní dobrovolníky. Ti jsou poté pro NNO významnou profesionální „pracovní silou“. Podnik neposkytne přímo peníze NNO, ale uhradí náklady na čas svých zaměstnanců, čímž ocení jejich dobrovolnickou činnost.

4.5 Služby

Jak uvádí Boukala (2013, s. 117), ve formě služeb může být nabízeno například poradenství, přímá pomoc při psaní projektů nebo specializované vzdělávací programy.

5 ZÁSADY FUNDRAISINGU

Jan Burda (2007, s. 4) uvádí hlavní zásady, bez kterých se neobejdeme. Jedná se o zásady:

- Musíme požádat
- Osobní přístup
- Porozumění pohledu dárce
- Fundraising je o lidech
- Fundraising znamená prodávat
- Důvěryhodnost a PR
- Dárci nevědí, kolik dát
- Poděkování
- Dlouhodobé zapojení
- Odpovědnost a informace

5.1 Musíme požádat

Podle průzkumu většina lidí nepodporuje neziskovým organizacím proto, že je nikdo nepožádal, jak uvádí Burda (2007, s. 4). První zásadou je tedy umění požádat o pomoc. Kromě znalosti kvalit projektu a popsání činnosti organizace musíme umět i vyzvat k činům.

5.2 Osobní přístup

Burda (2007, s. 4) uvádí, že čím osobnější přístup použijeme, tím více zapůsobíme na potenciálního dárce. Obecně platí, že osobní schůzka je lepší než telefonát, telefonát je lepší než osobní dopis, osobní dopis je lepší než neadresovaná zásilka oslovující velkou skupinu lidí. Key Burnett (2002, s. 28) tuto zásadu doplňuje o fakt, že upřímnost a otevřenost je obvykle ceněná více než znalecké posudky a neomylnost. Je proto dobré sdílet své problémy stejně jako své úspěchy.

5.3 Porozumění pohledu dárce

Důvodů proč se dárce rozhodl přispět je několik. Jak uvádí Burda (2007, s.4) za dárcovstvím se může skrývat důvěra (příspěvek na skutečně dobrou věc), naděje (i malý dar může

pomoci), dobročinnost, ale i osobní důvody. Rozhodnutí darovat v dárci vyvolá celou řadu myšlenek a pocitů, kterým je potřeba porozumět.

5.4 Fundraising je o lidech

Jak uvádí Burda (2007, s. 4) lidé nechtějí přispívat organizaci, ale chtějí přispívat tak, aby pomohli lidem nebo aby přispěli k tomu, že bude svět lepší. Key Burnett (2002, s. 28) taktéž uvádí, že lidé dávají lidem a ne organizaci na podporu jejich strategie.

N. D. Drezner (2018, s. 263), poukazuje například na profesionály z oblasti získávání finančních prostředků pro vysokoškolské vzdělávání. Ti často získávají dárců tím, že „vyprávějí příběhy“. Toto vyprávění má často podobu profilů studentů. Dárci tak mají možnost se se studenty více sblížit. Tento koncept se často u tradičních poštovních a e-mailových žádostech. Stává se nedílnou součástí přístupu k získávání finančních prostředků založených na identitě jedince.

5.5 Fundraising znamená prodávat

V rámci této zásady jde o to, že je potřeba prodat dárci myšlenku, že je užitečný. Podle Burdy (2007, s. 5) je velmi důležité přesvědčit dárců, že existuje společenský problém, který dokáže organizace s jeho pomocí změnit. Burnett (2002, s. 28) k této zásadě navíc přidává, že je potřeba „udělat si přátele“ před samotným fundraisingem. Fundraising není klasickým prodejem, protože organizace a dárci jsou na stejné lodi. Dále doplňuje, že u dárců je důležité nejdříve otevřít jejich srdce a mysl, poté až je možné žádat o dar.

5.6 Důvěryhodnost a PR

Lidé rádi přispívají na projekty, o kterých už někde slyšeli. Burda (2007, s. 5) uvádí, že je důležité si udržovat dobrou pověst, důvěryhodnost a kladná vztahy s veřejností. Burnett (2002, s. 29) doplňuje o to, že je potřeba být k dárcům vždy upřímný, otevřený a pravdivý.

5.7 Dárci nevědí, kolik dát

Dárci většinou netuší, jaké výše by měl dar dosáhnout. Nechce dát příliš mnoho, ale ani ne málo, aby nevypadal za lakomce, jak tvrdí Burda (2007, s. 5). Je proto potřeba žádat o konkrétní částku, uvádět příklady darů, které jsme v minulosti obdrželi nebo uveřejnit seznam různých položek, které by organizaci pomohli. Tuto zásadu potvrzuje i Burnett

(2002, s. 28). Tvrdí, že je potřeba nabídnout jasný a přímý návrh se kterým se lidé porozumí a mohou se s ním propojit.

5.8 Poděkování

Burda (2007, s. 5) tvrdí, že děkování je pro dárce formou ocenění a uznání dárcovské velkorysosti, proto je nesmírně důležité. Na poděkování je dobré využít každé vhodné příležitosti a tím zvýšit pravděpodobnost opakovaného daru. Burnett (2002, s. 29) taktéž uvádí, že je potřeba vždy poděkovat. Je to skvělý způsob jak být brilantní a přívětivý k novým dárčům.

5.9 Dlouhodobé zapojení

Cílem je získat takové dárce, kteří budou přispívat pravidelně a hodně, tehdy se veškeré úsilí vyplatí. Jak uvádí Burda (2007, s. 5.), je nejlepším řešením zapojení dárce do činnosti organizace a tím i dosáhnout získání zodpovědností za její úspěch.

5.10 Odpovědnost a informace

Jak tvrdí Burda (2007, s. 5), když od někoho přijmeme peníze, jsem odpovědní za to, že budou peníze využity za účelem, na který byly získány. Budou využity efektivně a budou mít skutečný a pozitivní dopad. Dárce poté jistě potěší, když ho o využití jeho daru budeme zpětně informovat.

6 METODY FUNDRAISINGU

Podle Ledvinové (2013, s. 81) je význam jednotlivých metod v praxi často přeceňován a ve spoustě případech je organizace realizují proto, že se jinde osvědčili, nebo jim přijdou zábavné a zajímavé. Je důležité si uvědomit, že cílem fundraisingu není metoda, ale to, že získáme dárce na svou stranu. Ve většině publikací jsou metody fundraisingu členěné podle jednotlivých kategorií na individuální, firemní a institucionální.

Tabulka 2 Metody fundraisingu a jejich uplatnění (zdroj: Ledvinová, 2013, s. 110)

	Jednotlivci	Firmy	Stát	Nadace
Vypracování projektu	Není vhodná	Pouze, je-li vyžadována	Základní metoda	Základní metoda
Mediální kampaň	Základní metoda	Může být účinná	Vhodná jako doplněk	Vhodná jako doplněk
Dopisní kampaň	Základní metoda	Není vhodná	Není vhodná	Není vhodná
DMS	Základní metoda	Může být účinná	Není vhodná	Není vhodná
Sbírka	Základní metoda	Vhodná jako doplněk	Není vhodná	Není vhodná
On-line fundraising	Základní metoda	Může být účinná	Není vhodná	Není vhodná
Benefiční akce	Základní metoda	Základní metoda	Pouze jako doplněk projektu	Pouze jako doplněk projektu
Telefonická kampaň	Základní metoda	Základní metoda	Vhodná jako doplněk	Není vhodná
Budování klubů	Základní metoda	Základní metoda	Není vhodná	Není vhodná
Merchandising	Základní metoda	Může být účinná	Není vhodná	Není vhodná
Významní dárci	Základní metoda	Může být účinná	Není vhodná	Není vhodná
Darování ze závěti	Základní metoda	Může být účinná	Není vhodná	Není vhodná
Darované služby nebo zboží	Základní metoda	Základní metoda	Nebývá účinná	Vhodná metoda

	Jednotlivci	Firmy	Stát	Nadace
Malý finanční příspěvek	Základní metoda	Základní metoda	Není vhodná	Není vhodná
Větší dar	Může být účinná	Základní metoda	Není vhodná	Základní metoda
Sdílený marketing	Není vhodná	Základní metoda	Vhodná metoda	Není vhodná
Příspěvek zaměstnanců	Není vhodná	Základní metoda	Může být účinná	Není vhodná
Dobrovolnictví	Základní metoda	Základní metoda	Není vhodná	Není vhodná
Dlouhodobé poradenství	Základní metoda	Základní metoda	Často je vhodná a účinná	Může být účinná
Práce ve správní radě	Často je vhodná a účinná	Základní metoda	Často je vhodná a účinná	Může být účinná
Nabídka prezentace a reklamy	Často je vhodná a účinná	Základní metoda, často je podmínkou	Někdy je vhodnou součástí nabídky	Pouze, je-li vyžadována
Obchodní vztahy	Může být účinná	Základní metoda	Základní metoda	Není vhodná

Úspěšný fundraiser umí propojit a namíchat vhodný mix metod pro danou organizaci, jak uvádí Medlíková a Šedivý (2017, s. 244). Dárce nejdříve po telefonu zaujme tak, že se s ním následně sejde v organizaci. Při osobním setkání mu ve stručnosti představí projekt, který by mohl podpořit, a přitom mu ukáže chod organizace. S jiným dárce zase budete komunikovat pouze e-maily. Každému vyhovuje něco jiného.

6.1 Metody individuálního dárcovství

Individuální dárcovství by se dalo popsat, jako dobrovolné poskytování finančních a věcných darů neziskovým organizacím jednotlivými občany. Tyto příspěvky jsou určeny na charitativní nebo veřejně prospěšné účely. Dárce neočekává zpětné plnění. Metod, kterými mohou občané přispět, je spousta. V této kapitole jsou uvedené ty nejčastější. (Robert Payton a Michael Moody, 2008)

6.1.1 Mediální kampaň

Jak uvádí Ledvinová (2013, s. 84) slouží mediální kampaň k oslovení případných dárců pomocí klasických médií – televize, rozhlas, noviny, časopisy apod. Hlavním cílem je získání zájmu a následné podpory. Někdy přímo vyzívá k podpoře a k poskytnutí drobných a symbolických darů. Výtěžek z mediálních kampaní bývá však často velice nízký a mnohdy s blíží i k nule. Poláčková (2005, s. 30) doplňuje, že se tato metoda často využívá v krizových situacích, jakými jsou např. živelná pohroma. V těchto případech je potřeba kampaň správně načasovat a uvést jí v povědomí tehdy, kdy téma a účel sbírky jsou publikovány na prvních stránkách novin (dnes hlavně televizi a na sociálních sítích) a veřejnost o ně projevuje velký zájem.

6.1.2 Dopisní kampaň

Jedná se o tradiční kampaň, při které se potencionálním i stávajícím dárcům opakovaně posílají e-maily (dříve i dopisy) s osvědčeným obsahem, který příjemce emailu podporuje v rozhodnutí organizaci podpořit, jak uvádí Ledvinová (2013, s. 85). Většinou se jedná o masové rozesílání tisícům osob. Počet těch, který na základě této kampaně přispějí není vysoký. Za úspěšnou kampaň se považuje dosažení 2-4% návratnosti u možných dárců.

6.1.3 DMS

Jak uvádí Ledvinová (2013, s. 86) tato metoda probíhá tak, že dárci, který se rozhodl přispět pošle SMS daného znění na číslo DMS. Tímto způsobem podpoří organizaci drobnou částkou. Platba je pro dárci velmi jednoduchá, rychlá a pohodlná. Je zde také zaručena anonymita dárců. Většinou přichází dárci automatická SMS zpráva s poděkováním, ale organizace již nemá možnost dárci kontaktovat a informovat dále.

6.1.4 Sbírka

Jedná se o metodu „kasiček“, kdy dárci na osobní vyzvání (na ulici, na akci) nebo zcela bez kontaktu (do vhodně umístěné kasičky). Podle Ledvinové (2013, s. 86) jsou kasičky zapečetěné a tím zajištěné před případnou krádeží. V případě takových darů je však získávání kontaktů na případné dárci obtížný. Přesto však zůstávají velmi významné a slouží i jako nástroj propagace. Snaží se podnítit k tomu, aby se zamysleli, zda by neměli danou organizaci podpořit. Pokud je kasička vhodně umístěná, cíl kampaně je jasný a lákavý a personál je milý a k příspěvku nabádá, může být výnos z takové sbírky významnější.

Frič (2001, s. 89) uvádí, že podle našeho právního řádu se pod veřejnou sbírkou rozumí sbírka, která splňuje čtyři předpoklady:

- a) musí být pořádaná nějakou organizací;
- b) sbírá prostředky pro předem stanovený účel;
- c) koná se na místech a v prostorech všeobecně přístupných nebo dům od domu
- d) přímo nebo nepřímo veřejně vyzívá osoby a organizace, aby poskytly příspěvky nebo nakoupili předměty, v jejichž prodejní ceně je zahrnut finanční příspěvek.

Frič (2001, s. 89) dále uvádí, že veřejná sbírka může být podle zákona prováděná jen prostřednictvím několika „kvalifikovaných“ sbírkových technik:

- sběrací listiny;
- zajištěné sběrací pokladničky;
- prodej předmětů;
- prodej vstupenek na kulturní akce pořádané k dosažení příspěvků;
- zřízení a vyhlášení účtů u peněžních ústavů;
- zřízení a vyhlášení míst určených k přijímání příspěvků.

6.1.5 On-line fundraising

Do oblasti on-line fundraisingu bychom mohli zařadit „crowdfunding“. Podle Ledvinové (2013, s. 87) je crowdfunding poměrně novou metodou získávání finančních prostředků. Pro tento způsob fundraisingu byly vytvořeny i speciální webové stránky jako jsou například Kickstarter.com nebo hithit.cz. Dárci zde vidí kolik je na daný projekt potřeba ještě přispět a kolik se již vybralo.

Ledvinová (2013, s. 88) dále také uvádí, že si neziskové organizace našly cestu i k online dárcovství skrz webové stránky organizace. Tyto služby v ČR umožňují například Nadace Via přes projekty Darujeme.cz nebo Fórum dárců s projektem Darujemespravne.cz.

Další možností on-line fundraisingu tvoří sociální sítě. Dnes se na sociálních sítích odehrává vše. Jak uvádí Ledvinová (2013, s. 88) je ve světě je dnes Česká republika na předních místech v zapojení obyvatel do sociálních sítí. Je zde možnost oslovit tisíce lidí během chvilky. Díky sociálním sítím můžete sdílet příběhy, pobavit, alarmovat ale také odradit a otrávit. Především se pak hodí získávání nových kontaktů – zájemců a příznivců.

U firemního dárcovství se osvědčil LinkedIn – prostředí je více profesní, zaměřené na témata a jejich řešení.

6.1.6 Benefiční akce

Dalším metodou, kterou uvádí Ledvinová (2013, s. 89) je ta, že se dárci zúčastní akce, kterou organizace uspořádá. V rámci akce pak zúčastnění dárci poskytnou organizaci dar. Do takových akcí můžeme zařadit myslivecké bály s výherním losováním, umělecké výstavy s dražbou děl, benefiční představení a koncerty, plesy a večírky apod. Benefiční akce může uspořádat kterákoli organizace. Mimo přínos po finanční stránce umožňuje i setkávání organizací a dárců mezi sebou. Významně přispívají k udržování dobrých vztahů s dárci, prohlubování vztahů a k motivaci k (opakovanému) dárcovství.

6.1.7 Telefonická kampaň

Jedná se o vytipování dárců a jejich následní oslovení pomocí telefonu s žádostí o finanční podporu. Podle Ledvinové (2013, s. 91) se jedná o velmi efektivní metodu, která již umožňuje osobní komunikaci s dárcem, ale v pohodlí a v určitém stupni anonymity. Jedná se o nejefektivnější metodu zejména pro získávání věcných darů pro konkrétní akce

6.1.8 Budování klubů

Budování klubů spočívá v tom, že se dárci stanou součástí organizace, jejími fanoušky a příznivci. Jak uvádí Ledvinová (2013, s. 92) je zde velmi důležitý pocit sounáležitosti, sdílení hodnot, pocit důležitosti a výlučnosti, ale i zodpovědnosti za budoucnost organizace. Dárci, kteří se stanou členem „klubu“ jsou pak organizací patřičně odměněni – např. formou legitimace, reklamních předmětů určených pouze pro členy, nebo zveřejněním seznamu dárců. Zároveň jim jsou nabízené speciální výhody. Je také dobré umožnit členům klubu podílet se na plánování budoucnosti organizace. Poláčková (2005, s. 31) tuto metodu doplňuje o fakt, že počet členů v klubu je pro organizaci vizitkou, která vzbuzuje důvěru u dalších sponzorů.

6.1.9 Merchandising

Jak uvádí Ledvinová (2013, s. 93) není merchandising primární metodou fundraisingu, ale součástí propagačních a obchodních strategií organizace. Organizace prodávají svým klientům a dárcům různé propagační předměty. Jako součást výhod může organizace nabízet

speciální předměty pro členy klubů. V rámci benefičních akcí a aukcí pak prodávat unikátní artefakty-historické předměty, umělecká díla apod.

6.1.10 Významní dárci

Jedná se o metodu, která se zaměřuje na dárcce, kteří mohou organizaci přispět významným finančním darem. Základním kamenem je zde dlouhodobé budování hlubšího vztahu s dárcem. Důležité je zde dlouhodobá a osobní komunikace. Významným dárců je potřeba věnovat individuální péči a respekt k jeho osobní motivaci a hodnotám. Nemůžeme s ním jednat jako se členem skupiny, ale jako s jednotlivcem, které si své místo právoplatně zasloužil.

Ilona Bray (©2021) uvádí, že výkonný a vývojový tým neziskové organizace se bude muset soustředit na rozvoj skutečných osobních vztahů s potenciálními významnými dárci. Tradičně se žádosti o velké dary podávají během formálního setkání. Jeden nebo dva zástupci organizace osloví dárcce s přesvědčivou možností podpory. Další možností jak získat hlavní dárcce je pořádání zájezdů, výletů, večírků, slavností apod.

6.1.11 Dar v závěti

V zahraničí je tento druh podpory velmi rozšířen (v průměru 5-6 % všech darů soukromých dárců). V České republice, jak uvádí Ledvinová (2013, s. 96), není darování odkazem v závět příliš častý. Poláčková (2005, s. 39) tvrdí, že důvodů, proč se člověk rozhodne přenechat svůj majetek NNO je hned několik. Některé rodiny jsou zaopatřené tak, že už nepotřebují dědit další majetek. Někteří lidé chtějí touto cestou zase vytvořit lepší svět anebo udělat gesto, které je už v podstatě nestojí nic.

6.2 Metody firemního dárcovství

Firemním dárcovstvím jsou označovány aktivity firem, které jsou pořádány dobrovolně, ve prospěch veřejnosti. V rámci těchto aktivity spolupracují firmy často s neziskovými organizacemi. Metod, jakými se mohou firmy do těchto činností zapojit je celá řada. V této kapitole jsou uvedené ty nejčastější. (Šance dětem, 2013)

6.2.1 Darované zboží a služby

Jak uvádí Ledvinová (2013, s. 99) jedná se o nefinanční formou dárcovství. Může se jednat například o poskytnutí nábytku, lékařského vybavení, pronájem prostor nebo poradenskou pomoc pro neziskové organizace. Takovéto dary většinou firmy „nestojí nic“ a poskytují se

z přebytečných zásob, použitého materiálu nebo přebytečného nebo nadbytečné kapacity zaměstnanců.

6.2.2 Malý finanční příspěvek

U metody malého finančního příspěvku se obvykle dar pohybuje v rozmezí jeden tisíc až patnáct tisíc korun. Dar je vesměs určen pro podporu konkrétní činnosti nebo akce a je poskytován většinou na základě osobní žádost. Odměnou je dárci zmínka o sobě na dané akci v seznamu sponzorům, jak uvádí Ledvinová (2013, s. 100)

6.2.3 Grant

Obvykle je v řádu desetitisíců, může však dosahovat stovek tisíc i milionových hodnot. Ledvinová (2013, s. 100) uvádí, že bývá poskytován na základě písemné žádosti, ve které je podrobně popsán účel využití daru a je zde přiložen přehledný rozpočet. Obvykle jsou vyžadovány průběžné zprávy o plnění podporované činnosti. Veřejnou formou je také zveřejněno poděkování.

6.2.4 Sdílený marketing

Jak uvádí Ledvinová (2013, s. 101) je tato metoda někdy specifikována jako „dar ve formě procenta z prodeje“. Přichází v úvahu, pokud existuje souvislost mez činnostmi organizace a výrobky a službami, které dárci poskytuje. Obdarovaná organizace nabízí produkty a služby dárci a tím zvyšuje okruh jeho zákazníků. Firma prezentuje organizaci během prodeje výrobků a zvyšuje počet dárců a příznivců organizace. Je zde také možnosti zavést do prodeje takzvané „výrobky s příběhem“, které se stávají čím dál oblíbenější. Sdílený marketing vyžaduje delší jednání s firmou, budování vztahů a vzájemnou důvěru.

6.2.5 Příspěvek zaměstnanců

Další možností získání finanční podpory je uspořádání interní sbírky příspěvků o zaměstnanců firmy. Ledvinová (2013, s. 102) uvádí, že příspěvek se většinou strhává hromadně zaměstnancům z jejich mezd a firma je pak souhrnně odesílá podporované organizaci.

6.2.6 Firemní dobrovolnictví

Jak uvádí Ledvinová (2013, s. 103) se jedná o stále oblíbenější formu podpory od firme. Firma pro své zaměstnance vyhradí konkrétní čas na dobrovolnickou činnost. Zaměstnance

si pak vybírá, jakou konkrétní činnosti chce věnovat svůj čas. Velmi často je zaměstnanec za tuto činnost od zaměstnavatele finančně ohodnocen.

6.2.7 Dlouhodobé partnerství

Jedná se o dlouhodobou spolupráci firmy a organizace. Podle Ledvinové (2013, s. 104) je tato spolupráce založená na pořádání akcí, kdy je propagovaná jak firma, tak i organizace. Všechny pořádané akce však nemusí být vždy méně vhodné. Někdy je akce více zaměřena více na propagaci firmy a pro organizace je to spíše doplňková činnost. Jindy je zase zvýhodněna nezisková organizace. Takovéto činnosti prohlubují vzájemné vztahy a důvěru obou stran. Jedná se o udržitelný zdroj a často trvá i několik let.

6.2.8 Práce ve správní radě či jiném významném orgánu

Jedná se o velmi účinnou metodu pro udržení dlouhodobých vztahů s dárce. Podle Ledvinové (2013, s. 105) cítí dárce větší zodpovědnost. Často zapojuje do programu i své obchodní partnery, zajišťuje nové kontakty, poskytuje reference.

6.2.9 Prodej reklamy

Ve spoustě případů je vnímán jako „sponzoring“, jak uvádí Ledvinová (2013, s.105). V rámci prodeje reklamy se často uzavírá smlouva o reklamě s protiplněním. Nejčastěji se jedná o formu zveřejnění loga na propagačních materiálech organizace.

6.2.10 Obchodní vztahy

Podle Ledvinové (2013, s. 106) sice obchodní zisky nespádají do fundraisingu, ale jsou častou součástí dlouhodobé spolupráce mezi organizací a firmou a mohou přinést potřebné zisky a příjmy. Spolupráce vychází toho, co může organizace firmě nabídnout. Organizace mají často znalosti a zkušenosti, kterými mohou obohatit vzdělávání zaměstnanců firmy. V rámci této spolupráce však nejedná o poskytnutí sponzorského příspěvku nebo daru, ale jedná se zde o cenu služby.

7 ZÁVĚREČNÉ ZHODNOCENÍ TEORETICKÉ ČÁSTI PRÁCE

Poznatky ke zpracování teoretické práce byly získány převážně z monografických literárních pramenů. Vzhledem ke zvolenému tématu bylo potřeba nezaměřit se pouze na fundraising, ale i na neziskové organizace, které jsou s fundraisingem nepopíratelně velmi spjaté. V České republice jsou si této skutečnosti velmi dobře vědomi. Autoři se ve svých publikacích často zaměřují na obě témata. Příkladem mohou být knihy doktora Boukala, nebo doktory Medlíkové a inženýra Šedivého. Knihy byly napsány tak, aby jim porozuměl i člověk, který se v této oblasti běžně nepohybuje. Poznatky získané od těchto autorů byly doplněny informacemi z knih Polačkové a Sobáňové. Dále bylo využito poznatků docenta Friče. Knihy od těchto autorů jsou však více jak 5 let staré. Bylo nutné ověřit, zda v oblasti NNO došlo ke změnám. Poměrně novou publikací, ze které bylo na základě této skutečnosti čerpáno, byla kniha z roku 2018 od Petra Vojtíška. Mezi další autory v ČR s novějším datem vydání svých publikací bych zařadila Hejdukovou, Hommerovou a Krechovskou. V zahraničí se touto tematikou zabývá Ken Burnett, Jennie Thompson a Ilona Bray. Poznatky z internetových zdrojů byly použity v menší míře, převážně jako doplňující informace.

Portfolio publikací jak v českém, tak v anglickém jazyce na téma fundraising je velmi omezené. Nejedná se o velmi rozšířené a často zpracovávané téma, jako je tomu u jiných aktivit z firemního prostředí – marketing, účetnictví, finance apod. Potřebné informace však nebylo problém dohledat. Většina knih je ale staršího data vydání, je proto potřeba kontrolovat, zda uvedené informace neprošli úpravou občanského zákoníku.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

8 PŘEDSTAVENÍ NEZISKOVÉ ORGANIZACE

V praktické části bakalářské práce bude nejprve představena organizace Alzheimercentrum Zlín z. ú. Společnost Alzheimercentrum byla založena v roce 1996 jako první specializované zařízení k poskytování kvalitní a kvalifikované péče osobám s Alzheimerovou chorobou a dalšími typy demencí. V tuto chvíli poskytuje odbornou péči ve 13 centrech po celé České republice a 1 na Slovensku. (Alzheimercentrum pp s.r.o., 2019)



Obrázek 3 Pobočky Alzheimercentra v ČR a SR (zdroj: Alzheimercentrum Zlín z.ú.)

8.1 ALZHEIMERCENTRUM ZLÍN z.ú.

Zlínská pobočka této organizace vznikla v roce 2014. Je jedinou pobočkou Alzheimercentra ve Zlínském kraji. Další nejbližší pobočky se nachází až v Zábřehu, v Ostravě, nebo na Slovensku v Piešťanech. Zlínská pobočka je tudíž ideální i pro klienty z Olomouckého a Jihomoravského kraje. Alzheimercentrum Zlín z. ú. se nachází v blízkosti lesa s výhledem na Baťovy domky, zároveň je také nedaleko univerzity i gymnázia. Centrum se nachází ve dvou vzájemně propojených budovách s nadzemním podlažím. V obou budovách je k dispozici výtah umožňující pohyb mezi patry. K dispozici jsou i 2 venkovní terasy, které umožňují klientům pobyt na čerstvém vzduchu a slouží k různým aktivizačním činnostem. Kapacita specializovaného zařízení je 156 klientů. Stravování je zajištěno formou vlastní kuchyně. Dále je v zařízení zajištěná odborná lékařská a zdravotnická péče. V areálu se také

nachází salón krásy, do kterého pravidelně dochází pedikérka a kadeřnice. (Alzheimercentrum Zlín z.ú., 2019). Obdobné služby ve Zlínském kraji poskytují např. Sociální služby p. o; Senior Otrokovice p. o; Domov pro seniory Burešov, p. o; Dům pokojného stáří Zlín aj. (Zapominame.cz, © 2021)

Tabulka 3 Základní informace o Alzheimercentru Zlín z.ú. (zdroj: Justice.cz)

Název:	Alzheimercentrum Zlín z.ú.
IČO:	034 61 891
Sídlo:	Růmy 1393 a 1391 760 01 Zlín
Datum vzniku a zápisu:	6. října 2014
Právní forma:	ústav
Předmět činnosti:	a) zdravotní péče,
	b) rehabilitační péče,
	c) ambulantní zdravotní péče,
	d) sociální služby
	e) poskytování služby péče o dítě v dětské skupině
Telefon:	+420 773 377 075, +420 788 494 060
Email:	zlin@alzheimercentrum.cz
Číslo bankovního účtu:	2111171995/2700
Číslo datové schránky:	R98zk7a
Webové stránky:	https://www.alzheimercentrum.cz/zlin

8.2 Aktivizační činnosti

Na svých webových stránkách Alzheimercentrum (2019) uvádí, že jsou klienti denně zapojováni do celé řady činností, které jsou pro každého z nich připravená na míru. Proškolený personál využívá během své práce různé metody způsoby přístupu a komunikace s klientem pomocí **bazální stimulace** a prvků **validace**. Provádí se zde **reminiscenční terapie** (terapie vzpomínkou), **tréninky paměti**, **muzikoterapie** (léčba pomocí hudby), **canisterapie** (terapie se psy) a **hipoterapie** (terapie s poníky). Součástí aktivizačních

činností jsou také návštěvy výstav a divadel a pořádání výletů. (Alzheimercentrum Zlín z.ú., 2019)



Obrázek 4 Terapie s klientem (zdroj: alzheimercentrum.cz/zlin)

8.3 Poslání Alzheimercentra Zlín z.ú.

Posláním je poskytování komplexní, kvalitní, individuálně zaměřené, celoroční pobytové služby osobám trpícím syndromem demence nebo chronického duševního onemocnění, kteří již nemohou zůstat ve svém vlastním domácím prostředí. (Alzheimercentrum Zlín z.ú., 2019)

8.4 Vize Alzheimercentra Zlín z.ú.

Naší vizí je kvalitní a profesionální podpora pro lidi s demencí. (Alzheimercentrum Zlín z.ú., 2019)

8.5 Cílová skupina

Osoby s Alzheimerovou chorobou a ostatními typy demence od 40 let věku, které mají snížené schopnosti svou nepříznivou sociální situaci zvládat a řešit a potřebují pravidelnou pomoc druhé osoby. (Alzheimercentrum Zlín z.ú., 2019)

8.6 Spolupráce

Alzheimercentrum Zlín z.ú. poskytuje odborné stáže studentům Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně. Dále spolupracuje se dobročinnou organizací Samari, z. s., která se zaměřuje na rozvoj dobrovolnictví.

9 HODNOCENÍ VNĚJŠÍCH A VNITŘNÍCH PODMÍNEK ORGANIZACE

V této kapitole je zpracována analýza vnějších i vnitřních podmínek organizace. Analýza je provedena pomocí PEST analýzy.

9.1 PEST analýza

K hodnocení vnějších (makroekonomických) podmínek se využívá PEST analýza. Tato analýza zahrnuje následující faktory:

- Politicko-legislativní
- Ekonomické
- Sociálně-kulturní
- Technologické

PEST analýza je součástí strategického managementu společnosti. Provádí se v případech dlouhodobého strategického plánování nebo před realizací určitého velkého projektu.

PEST analýza se snaží nalézt odpovědi na následující otázky:

- Které z faktorů mají vliv na organizaci?
- Jaké jsou možné účinky sledovaných faktorů?
- Které ze sledovaných faktorů jsou v blízké budoucnosti pro organizaci nejdůležitější? (Klimková, 2015)

9.1.1 Politicko-legislativní faktory

Povinností každé organizace poskytující statky a služby je dodržování legislativy v ČR a sledování změn týkajících se vzniku nových zákonů a novelizací. Zákony týkajících se NNO jsou především Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník; Zákon č. 3/2002 Sb., o svobodě náboženského vyznání a postavení církví a náboženských společností; Zákon č. 424/1991 Sb., o sdružování v politických stranách a v politických hnutích; Zákon č. 341/2005 Sb., o veřejných výzkumných institucích; Zákon č. 561/2004 Sb., školský zákon; Zákon č. 449/2001 Sb., o myslivosti; Zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích. (Hejduková, Hommerová a Krechovská, 2018, s. 96)

Jelikož je Alzheimercentrum Zlín z.ú. i zaměstnavatelem, musí se řídit Zákonem č. 262/2006 Sb., zákoník práce, jeho novelizací i dalšími právními předpisy, které se týkají pracovněprávních vztahů. V neposlední řadě je také potřeba dodržovat účetní předpisy a daňové zákony.

9.1.2 Ekonomické faktory

Přístup k finančním zdrojům je pro NNO velmi důležitý. U společnosti Alzheimercentrum Zlín z. ú. tvoří dary a dotace velkou část příjmů, kterými hradí své aktivity. Mimo jiné musí hradit i fixní náklady, jejichž zvýšení má za následek vyšší náklady a s tím spojené i výdaje. Do ekonomických faktorů jsou zařazené i ty, které souvisejí s vývojem nezaměstnanosti.

Výdaje veřejných rozpočtů na NNO v ČR rostly. V roce 2010 činili 5,7 miliardy a v roce 2016 se zvýšily až na 17,9 miliardy. V roce 2019 však klesly na 16,6 miliardy. Tyto výdaje jsou společností často chápány jako zbytečné, pravdou je však to, že pouze zlomek registrovaných NNO opravdu čerpá dotace z veřejného rozpočtu. Největší část dostává Fotbalová asociace ČR, u které tyto příjmy nadále rostou. (Břešťan, 2020)

Nadací a nadačních fondů každoročně v ČR přibývá. V roce 2019 působilo v ČR 2717 nadací a nadačních fondů, což je zhruba o 11 % více než v roce 2018. V roce 2019 bylo rozděleno nadacemi a nadačními fondy 1,78 mld. Kč, což je zhruba o deset milionů více než v předešlém roce. Mezi top 25 nefiremních nadací a fondů roku 2019 (podle rozdělených příspěvků) jsou zařazeny např.: Dobrý anděl, nadace (darováno: 268 243 267 Kč); Výbor dobré vůle – Nadace Olgy Havlové (darováno: 25 113 483 Kč); Nadační fond Kapka naděje (darováno: 20 430 713 Kč). Na prvních příčkách top 25 firemních nadací a fondů roku 2019 (podle rozdělených příspěvků) se umístili: Nadace ČEZ (darováno: 170 443 890 Kč), Nadační fond AVAST (darováno: 116 247 000 Kč) a Nadace AGROFERT (darováno: 58 244 183 Kč). (Knížek a Kačer, 2020)

9.1.3 Sociálně-kulturní faktory

Do této skupiny jsou zařazeny faktory, které souvisejí s postojem lidí k dané organizaci. Velkou roli zde hraje to, jakým způsobem vnímá veřejnost neziskové organizace a jaký je její samotný zájem o danou problematiku. Jak uvedl iRozhlas (2019), českým NNO se daří postupně zlepšovat kvalitu a nabídku svých služeb, ale jejich mediální obraz se zhoršil. Příčinou může být pomoc uprchlíkům, se kterou většina společnosti i zdejší politika nesouhlasí.

Velmi důležitý je taky životní styl obyvatelstva, jejich vzdělanost a přístup k životu. Příčiny vzniku jednotlivých onemocnění léčených v Alzheimercentru Zlín z.ú. nemusí být známé, důležitá je ale prevence. Barbora Nováková (2020) uvádí, že demencí trpí celosvětově kolem 50 milionů lidí. V ČR v roce 2019 mělo toto onemocnění 167 tisíc obyvatel. WHO (2020) předpokládá, že v roce 2030 celkový počet lidí s demencí dosáhne počtu 82 milionů. V roce 2050 by to mohlo být až 152 milionů. Ve zvýšení povědomí by mohla posloužit média.

Důležitou součástí je také odborný personál. Motivace zaměstnanců, jejich kvalifikace a možnost dalšího vzdělání dopomůže k jejich personálnímu i osobnímu růstu.

Dalším faktorem je věková skladba obyvatelstva ČR. Tiskový mluvčí ČSÚ Jan Ceislar (2018) uvádí, že v roce 2021 bude mít ČR více jak 10,5 milionu obyvatel. Téměř 30 % z nich budou senioři ve věku více jak 65 let a více. Průměrný věk se tak zvýší na 47,4 roku. Počet zemřelých bude převyšovat počet živě narozených dětí a poměr ekonomicky aktivních a neaktivních bude téměř vyrovnaný. Dojde tady i k poklesu mladých pracovních sil. Tato skutečnost je hrozbou nejen pro organizaci, ale i pro samotnou ekonomiku státu.

9.1.4 Technologické faktory

Alzheimercentrum Zlín z.ú. se zabývá léčbou onemocnění, jejichž výzkum i nadále pokračuje. V tuto chvíli vyvíjí český lékař Martin Tolar pilulku s názvem ALZ-801, která nedávno vstoupila do závěrečné fáze klinických studií. (Přádová, 2021)

Profesor Radek Šípek (ředitel firmy Sotio) uvedl, že v budoucnu největší hrozbou pro populaci nebudou nádorová onemocnění, ale právě nemoci typu Alzheimerovy choroby. Tato skutečnost jde vidět i na investorech v biotechnologiích. Firmy, které mají nadějně látky pro léčbu Alzheimerovy nemoci, jsou u těchto investorů nejoblíbenější. (Kubátová, 2020)

Pokrok přichází také ve sféře terapií. Novinkou pro trénink paměti je například terapie pomocí 3D brýlí. Příkladem takové terapie může být např. nákup v obchodě. Klient si nasadí 3D brýle a s ovladačem místo nákupního košíku projde obchodem. Dalším úkolem bude to, aby si zapamatoval nákupní seznam a nakupili vše, co je potřeba. Tyto terapie je možné provádět i reálně, pro organizace však způsob terapie pomocí 3D brýlí znamená především úsporu času a prostředků. (Plíhalová, 2018)

Tabulka 4 PEST analýza (zdroj: vlastní zpracování)

Politicko-legislativní faktory	Ekonomické faktory
Změna legislativy spojená s organizací Pracovní právo Zákon o neziskové organizaci Bezpečnost práce Sociální politika Občanský zákoník Politická stabilita Účetní předpisy Daňové zákony	Vývoj cen energií Zvýšení nákladů na chod organizace Vývoj průměrných mezd Stav ekonomiky – hospodářský cyklus Vývoj zdrojů organizace Nedostatek personálu Míra nezaměstnanosti Daňové zatížení
Sociálně-kulturní faktory	Technologické faktory
Zájem médií Zvýšení zájmu o poskytované služby Nezájem veřejnosti o danou problematiku Odpor vůči neziskovým organizacím Životní styl obyvatelstva Přístup k práci a volnému času Vzdělání obyvatelstva Motivace zaměstnanců Kvalifikace zaměstnanců Další vzdělávání zaměstnanců Personální a osobní růst zaměstnanců Věková skladba obyvatelstva ČR	Podpora vlády v oblasti výzkumu Stav technologie v oboru Využívání nových technologií Vývoj nových technologií Státní výdaje na výzkum Nové léčebné terapie

10 FUNDRAISINGOVÉ AKTIVITY V MINULÝCH LETECH

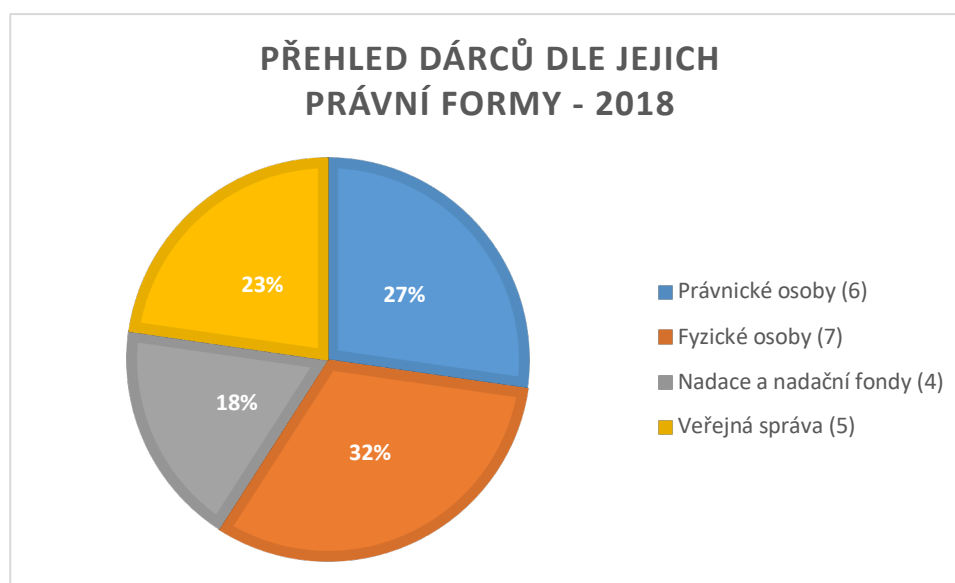
V této kapitole je provedena analýza fundraisingových aktivit, kterými se Alzheimercentrum Zlín z.ú. zabývalo v minulých letech. Konkrétněji je analýza zaměřená na roky 2018, 2019 a 2020. Do analýzy je také zahrnut rok 2021, který však v tuto chvíli nemá žádnou podstatnou vypovídající hodnotu, jelikož se nacházíme v necelé půlce roku. Očekává se, že počet finančních zdrojů se ještě navýší.

10.1 Fundraisingové aktivity za rok 2018

V roce 2018 Alzheimercentrum Zlín z.ú. aktivně oslovovalo fyzické a právnické osoby. Zapojovalo se také do projektů nadací, nadačních fondů a veřejné správy. Tyto aktivity přinesly Alzheimercentru Zlín z.ú. dary od 22 dárců v celkové výši 1 277 399 Kč.

10.1.1 Přehled dárců dle právní formy poskytovatele

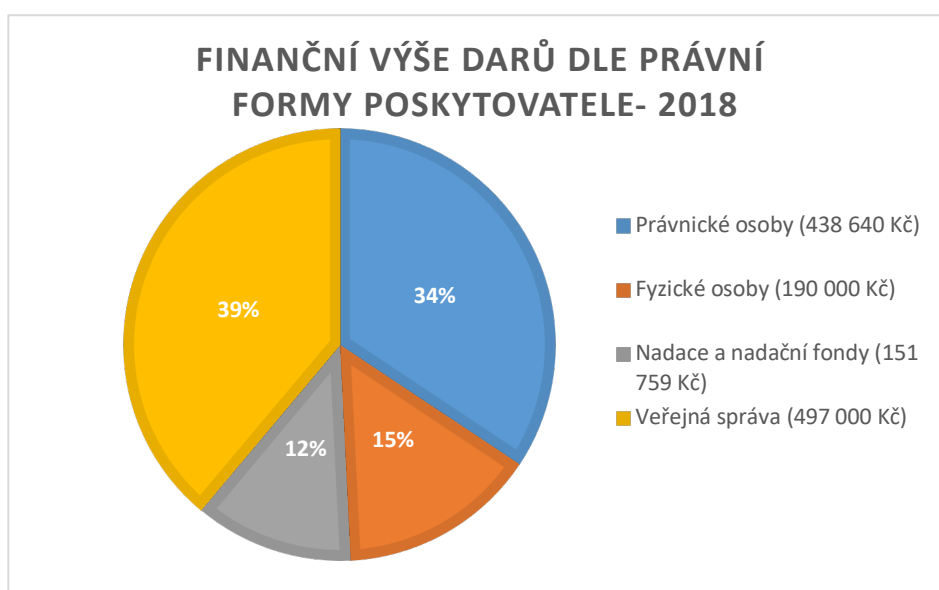
Z grafu č. 1 je zřejmé, že dar poskytlo 6 právnických osob, které sídlí ve Zlínském kraji, a to s celkovým podílem 27 %. Dále 7 fyzických osob s 33% podílem. V roce 2018 uspělo Alzheimercentrum z.ú. také ve výběrových kolech nadací a nadačních fondů a získalo finanční podporu od 4 poskytovatelů. Z celkového počtu poskytovatelů má tato forma podpory 18% podíl. Poslední skupinou dárců jsou ti z řad veřejné správy – obce a města s podílem 23 %.



Graf 1 Přehled dárců dle jejich právní formy - 2018 (zdroj: vlastní zpracování dle Interní zdroje Alzheimercentra z.ú.)

10.1.2 Analýza finanční výše darů dle právní formy poskytovatele

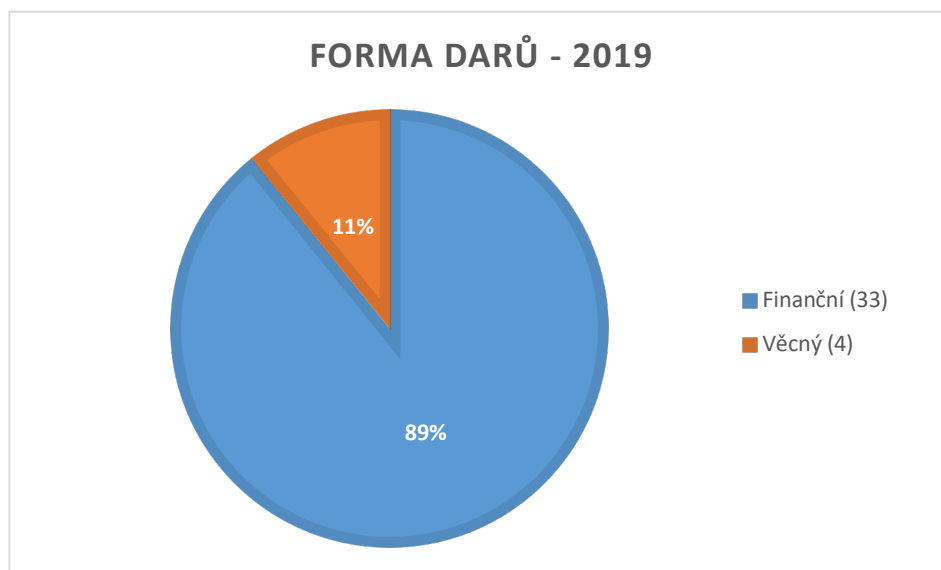
Dále je analýza zaměřená na konkrétní sumy, které jednotlivé skupiny dárců poskytly. V grafu č. 2 jsou zobrazené procentní podíly celkové výše darů, které byly Alzheimercentru z.ú. během roku 2018 poskytnuty. Nevíce peněz bylo darováno od měst a obcí, a to v celkové výši 497 000 Kč. Mají tedy nejvyšší podíl (39 %) na celkové sumě. Právnícké osoby darovaly 438 640 Kč (34% podíl). Od nadací a nadačních fondů získalo Alzheimercentrum Zlín z.ú. 151 759 Kč (12% podíl). Fyzické osoby přispěly částkou 190 000 Kč (15% podíl). Celkově výše darů je 1 277 399 Kč.



Graf 2 Finanční výše darů dle právní formy poskytovatele– 2018 (zdroj: vlastní zpracování dle Interní zdroje Alzheimercentra z.ú.)

10.2 Fundraisingové aktivity za rok 2019

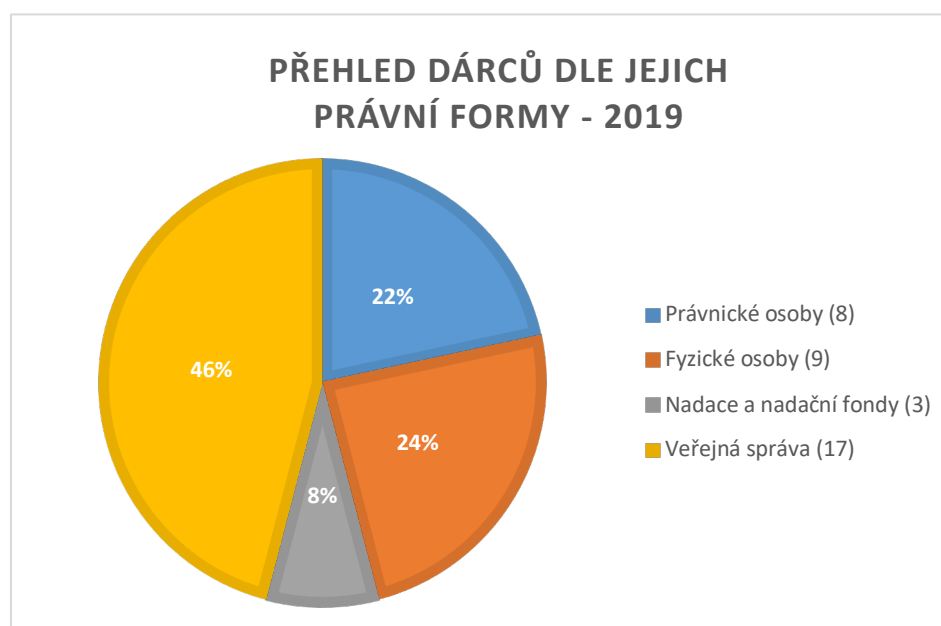
Stejně jako v předchozím roce oslovilo Alzheimercentrum Zlín z. ú. fyzické i právnícké osoby s žádostí o finanční dar. Zároveň se zapojilo do programů nadací a nadačních fondů. S žádostí o finanční příspěvek byl osloven i veřejný sektor. V roce 2019 přijalo Alzheimercentrum Zlín z.ú. jak finanční, tak i věcné dary, a to celkem od 37 dárců. Celková výše finančních darů za rok 2019 byla 1 025 100 Kč. Z graf č.3 je zřejmé, že v roce 2019 bylo Alzheimercentru Zlín z.ú. poskytnuto 33 finančních darů a 4 dary věcné.



Graf 3 Forma darů – 2019 (zdroj: Interní zdroje Alzheimercentra z.ú.)

10.2.1 Přehled dárců dle právní formy poskytovatele

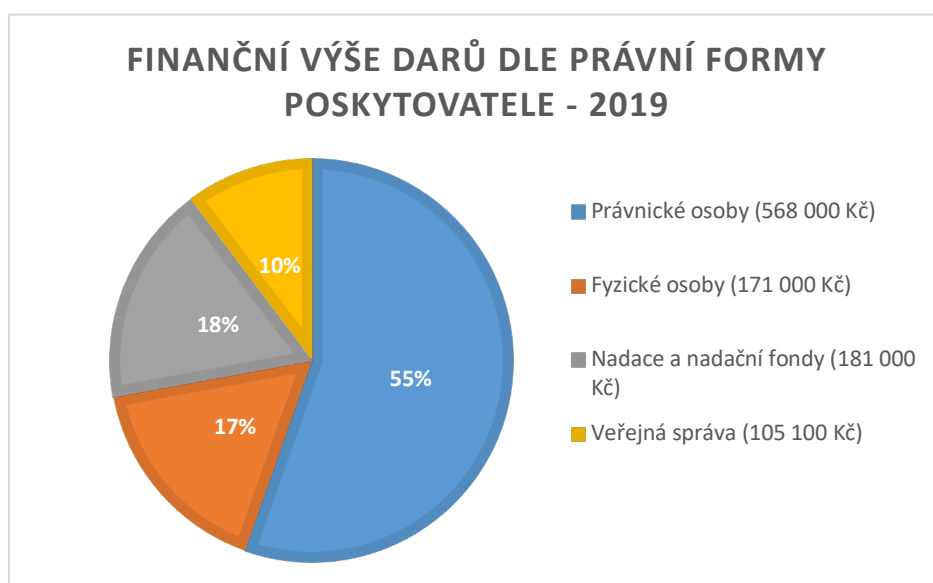
Čtvrtý graf této práce znázorňuje procentní podíl jednotlivých skupin dárců na jejich celkovém počtu. V roce 2019 poskytlo dar 8 právnických osob (22 %), 9 fyzických osob (24 %) a 3 nadace a nadační fondy (8 %). Oproti roku 2018 se zvýšila hodnota dárců z veřejné správy na 17 dárců (46 %).



Graf 4 Přehled dárců dle jejich právní formy – 2019 (zdroj: vlastní zpracování dle Interní zdroje Alzheimercentra z.ú.)

10.2.2 Analýza finanční výše darů dle právní formy poskytovatele

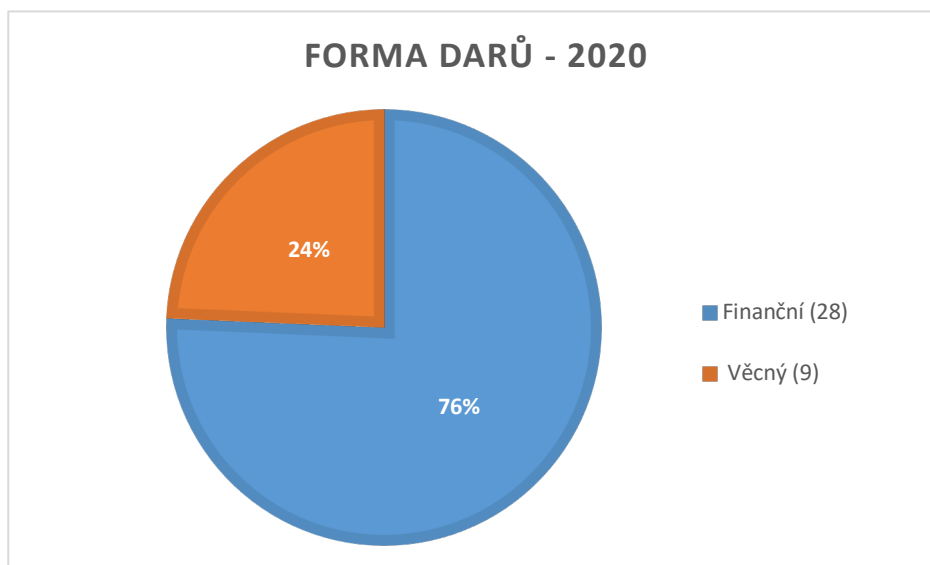
Celková hodnota daru od veřejné právy je 105 100 Kč. Tvoří pouze 10 % z celkového objemu přijatých financí. Nejvíce peněz darovaly firmy, tedy právnické osoby. Konkrétně se jedná o částku 568 000 Kč, což tvoří více než polovinu (55 %) celkové darované částky. Nadace a nadační fondy darovaly 181 000 Kč (18 %). Fyzické osoby přispěly částkou 171 000 Kč. Výše zmíněné informace jsou zaznamenány do grafu č. 5.



Graf 5 Finanční výše darů dle právní formy poskytovatele– 2019 (zdroj: vlastní zpracování dle Interní zdroje Alzheimercentra z.ú.)

10.3 Fundraisingové aktivity za rok 2020

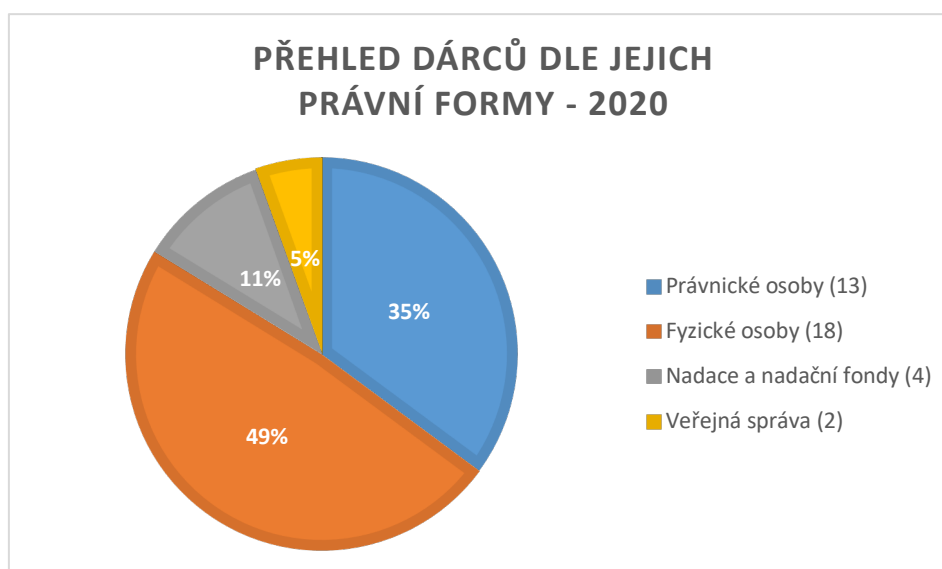
V roce 2020 se Alzheimercentrum Zlín z.ú. obrátilo s prosbou o finanční dar na fyzické i právnické osoby, účastnilo se programů nadací a nadačních fondů a získalo příspěvky od veřejné správy. Stejně jako v předešlém roce, bylo i nyní Alzheimercentrum Zlín z.ú. podpořeno formou jak finančních darů – 30, tak i věcných darů - 10. Ty byly poskytnuty od 37 dárců. Celková výše přijatých peněžních prostředků je 4 987 738 Kč.



Graf 6 Forma darů - 2020 (zdroj: vlastní zpracování dle Interní zdroje Alzheimercentra z.ú.)

10.3.1 Přehled dárců dle právní formy poskytovatele

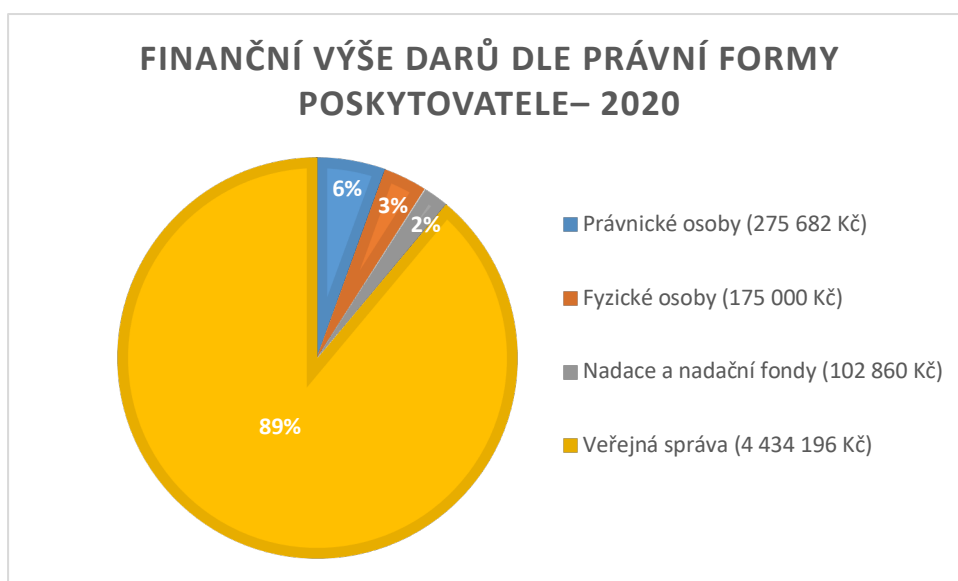
V roce 2020 poskytlo dar 18 fyzických osob (49 %) a 13 právnických osob (35 %). Ve skupině veřejné správy došlo ke změnám. V předcházejících letech přicházely dary ve většině případů pouze od obcí a měst. V tomto roce však bylo poskytnuto 5 darů od dvou dárců (13 %). Pomoc přišla ze strany Zlínského kraje a od Ministerstva práce a sociálních věcí ČR. Alzheimercentrum Zlín z.ú. bylo také vybráno v rámci programů nadací a nadačních fondů. Touto cestou získalo 4 dary (10 %).



Graf 7 Přehled dárců dle jejich právní formy - 2020 (zdroj: vlastní zpracování dle Interní zdroje Alzheimercentra z.ú.)

10.3.2 Analýza finanční výše darů dle právní formy poskytovatele

Z grafu č. 8 je zřejmé, že nejvíce peněžních prostředků bylo získáno ze strany veřejné správy – 4 434 196 Kč (89 %). Právnické osoby přispěly částkou 275 682 Kč (6 %). Fyzické osoby poskytly dary ve výši 175 000 Kč (3 %). Programy nadací a nadačních fondů přinesly organizaci 102 860 Kč (2%). Celkově bylo darováno 4 434 196 Kč.



Graf 8 Finanční výše darů dle právní formy poskytovatele– 2020 (zdroj: vlastní zpracování dle Interní zdroje Alzheimercentra z.ú.)

10.4 Porovnání sledovaných let

Ve průběhu sledovaných let se snažilo Alzheimercentrum Zlín z.ú. získat nové dárcy z řad fyzických a právnických osob a motivovat k opětovnému dárcovství již stávající. Zapojovalo se do programů nadací a nadačních fondů a účastnilo se výběrových kol. S žádostí o finanční příspěvek oslovilo i zástupce veřejného sektoru. V této kapitole jsou sledované roky porovnané mezi sebou. Porovnání je zaměřené jak na počet dárců, tak i na výši finančních prostředků, které organizace získala.

10.4.1 Porovnání počtu dárců

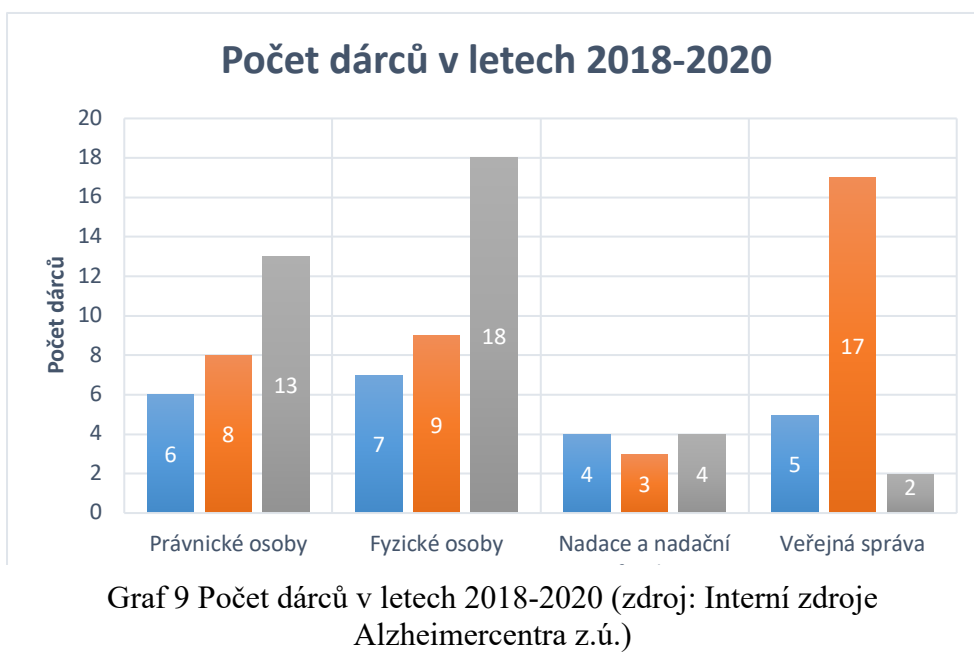
Graf č. 9 znázorňuje počet dárců v letech 2018-2020. U právnických osob je zřejmé postupné navyšování jejich počtu. Ve skupině těchto dárců je velmi zřetelně poznat, se kterými podniky spolupracuje Alzheimercentrum z.ú. pravidelně a udržuje s nimi přátelský vztah. Příkladem takových firem mohou být firmy Continental Barum s.r.o a HP TRONIC Zlín,

spol. s r. o. Firma Continental Barum s.r.o. poskytuje pravidelně každý rok dar ve stejné výši určený na péči o klienty centra. HP TRONIC Zlín s r.o. zase poskytlo několik vázaných darů ve výši přesahující 100 000 Kč.

Individuální dárcovství má zde také velkou roli. V prvních letech můžeme sledovat pozvolný růst, ovšem v roce 2020 se počet dárců oproti roku 2019 zdvojnásobil. Opět je zřejmé to, že Alzheimercentrum Zlín z.ú. udržuje s těmito dárci dobré vztahy a dochází k opětovnému poskytnutí darů.

Ve všech sledovaných letech byl počet darů ze strany nadací a nadačních fondů nejnižší. Nemusí to však nutně znamenat to, že organizaci přinesly nejnižší finanční pomoc. Získání tohoto způsobu pomoci není jednoduché. Je potřeba najít takového poskytovatele, který přispívá na zvolenou aktivitu, splnit všechny potřebné podmínky, podat žádost a doufat v úspěch v rámci výběrového kola. Je potřeba také dodržet termíny – jak podání žádosti, tak i doby realizace. Nakonec doložit závěrečnou zprávu o přínosu daru.

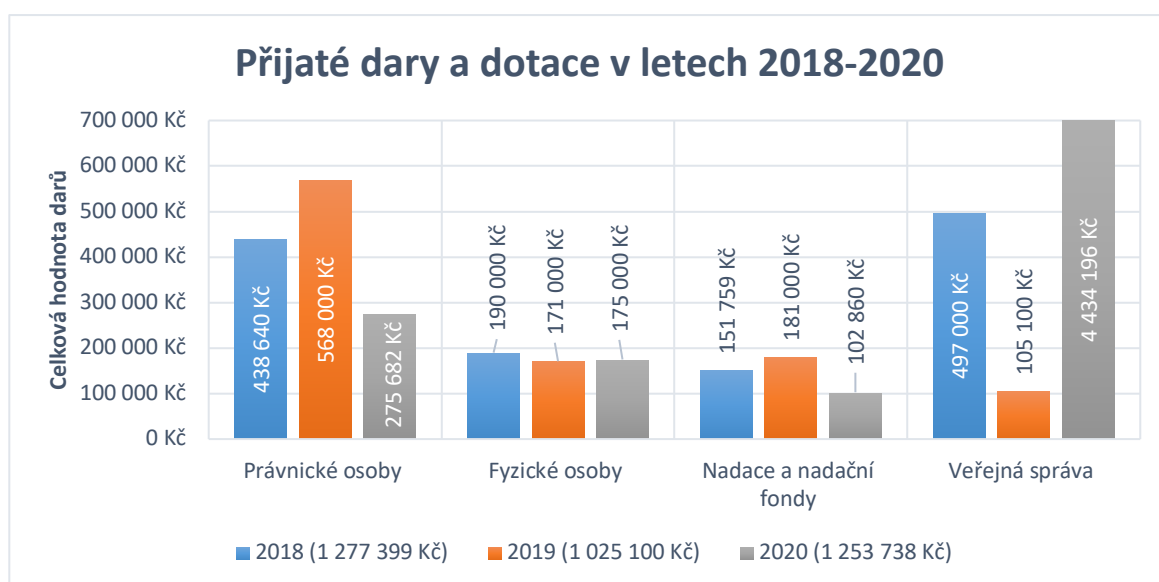
U skupiny veřejné správy bylo zjištěno, že v roce 2019 došlo k velkému nárůstu. V tomto roce získalo Alzheimercentrum Zlín z.ú. 17 příspěvků od obcí a měst Zlínského kraje. V průběhu sledovaných let se skupina těchto dárců velmi změnila. V roce 2018 a 2019 přicházela podpora výhradně ze strany obcí a měst. V roce 2020 získalo Alzheimercentrum z.ú. dary od Zlínského kraje a Ministerstva práce a sociálních věcí.



10.4.2 Porovnání celkové výše darů

V grafu č. 10 jsou znázorněny přijaté finanční dary v korunách během sledovaného období. Je patrné, že od právnických osob a dárců z řad veřejné správy získalo Alzheimercentrum z.ú. nejvíce peněžních darů. Finanční pomoc od jednotlivců a od nadací a nadačních fondů se pohybuje ve velmi podobných hodnotách.

Vysoké množství dárců nemusí vždy znamenat vysoké peněžní dary. Příkladem tohoto může být finanční pomoc od veřejné správy. V grafu č. 9 je vidět, že v roce 2019 obdržela organizace příspěvky od sedmnácti měst a obcí. V grafu č. 10 je však zřejmé, že oproti dalším sledovaným rokům je částka velmi nízká. Důvodem je pravděpodobně to, že v roce 2019 organizaci Alzheimercentrum Zlín z.ú. podpořily především obce, které mají ovšem omezený rozpočet a nemohou si dovolit darovat velmi vysoké částky. Naprostá většina darů tak nepřesáhla částku vyšší než 10 000 Kč. Dále si můžeme všimnout, že v roce 2020 došlo k enormnímu nárůstu finanční pomoci ze strany právě již zmíněné veřejné správy. V důsledku této neobvyklé situace, která nastala díky pandemii, poskytlo Ministerstvo práce a sociálních věcí ČR finanční podporu sloužící na úhradu mzdových nákladů, na provoz a výpadek příjmů. Tato podpora v úhrnu činila více než 4 300 000 Kč. Zbylá částka ze celkové sumy finančních prostředků poskytnutých veřejnou správou za rok 2020, tvoří podpora od Zlínského kraje ve formě věcného daru – dezinfekce a vitamíny.



Graf 10 Finanční dary/dotace v letech 2018-2020 (zdroj: Interní zdroje Alzheimercentra z.ú.)

V grafu č. 11 jsou vyobrazené celkové sumy, které byly letech 2018 až 2020 darovány od jednotlivých skupin dárců. Je zřetelné, že veřejná správa, díky finanční pomoci v rámci pandemie, velmi převyšuje ostatní dárcce. Pokud by však nebyla tato částka do úhrnu započítána, nejvíce finančních darů by bylo poskytnuto právníckými osobami. Oproti ostatním skupinám dárců je právě podpora z této strany dvojnásobná. Nejnižší částku získalo Alzheimercentrum Zlín z.ú. od nadací a nadačních fondů.



Graf 11 Celková výše darů v letech 2018-2020 (zdroj: Interní zdroje Alzheimercentra z.ú.)

10.4.3 Celkové zhodnocení

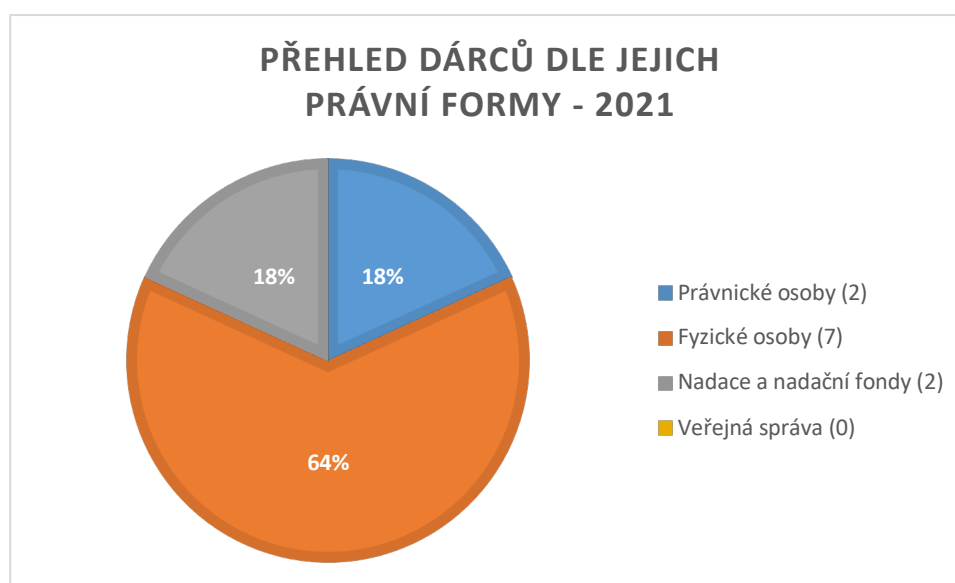
Ve sledovaných letech si Alzheimercentrum Zlín z.ú. v oblasti fundraisingu vedlo velmi dobře. Aktivně oslovovalo širokou škálu možných dárců a zapojovalo se do projektů nadací a nadačních fondů. Pokud bychom opomenuli nynější pandemickou situaci a dary a dotace spojené s ní, nejvyšší podpory se organizaci dostalo ze strany právníckých osob. Je zřejmé, že si je této skutečnosti Alzheimercentrum Zlín z.ú. vědomé. S těmito dárci se snaží udržovat přátelské vztahy. Důsledkem těchto činností může být i opakované poskytování finančních i věcných darů. Nízká hodnota zjištěná u nadací a nadačních fondů, neznamená, že se organizace nesnaží z těchto zdrojů získat pomoc. Cesta k darům od těchto poskytovatelů vede od splnění stanovených podmínek, přes vypracování žádosti o příspěvek až po výběrové řízení. Je zde potřeba dodržet přesné datum realizace a po skončení vypracovat závěrečnou zprávu o přínosu daru.

10.5 Fundraisingové aktivity za rok 2021

Fundraisingové aktivity za rok 2021 jsou uvedené až úplně na závěr této kapitoly hned ze dvou důvodů. Nyní se nacházíme v necelé polovině roku, takže je více než jisté to, že se seznam dárců ještě navýší. Porovnání s ostatními sledovanými roky by navíc nebylo objektivní a mohlo by zkreslit výsledná data.

10.5.1 Dosavadní počet dárců dle právní formy poskytovatele

K dnešnímu dni podpořilo Alzheimercentrum Zlín z.ú. 11 dárců. 64 % dosavadních přijatých darů přišlo ze strany fyzických osob. Do pomoci se také zapojily dvě právnické osoby. Od začátku roku se Alzheimercentrum Zlín z.ú. snaží aktivně účastnit programů nadací a nadačních fondů. Navrhnuté projekty byly vybrány ve výběrových kolech a díky tomu byla získána podpora od dvou poskytovatelů. Veřejná správa prozatím Alzheimercentrum Zlín z.ú. nepodpořila.

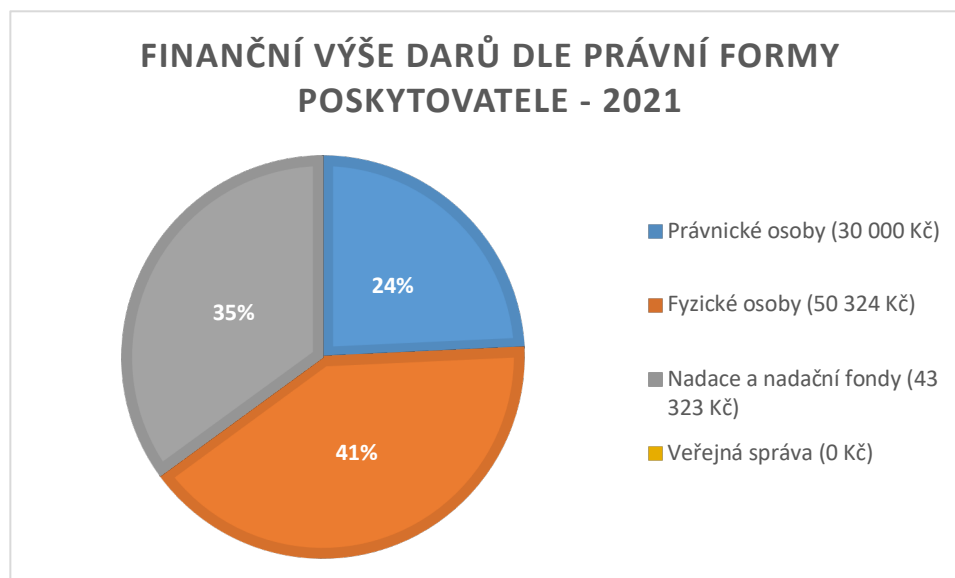


Graf 12 Přehled dárců dle jejich právní formy - 2021 (zdroj: vlastní zpracování dle Interní zdroje Alzheimercentra z.ú.)

10.5.2 Analýza finanční výše dosavadních darů dle právní formy poskytovatele

K dnešnímu dni obdrželo Alzheimercentrum Zlín z.ú. dary ve výši 123 647 Kč. Fyzické osoby darovaly 50 324 Kč, což v tuto chvíli tvoří 41 % celkové finanční podpory. Právnické osoby poskytly dary v hodnotě 30 000 Kč (24 %). Nadace a nadační fondy zafinancovaly

vybrané projekty částkou 43 323 Kč (35 %). Ze strany veřejné správy zatím nepřišla žádná finanční podpora.



Graf 13 Finanční výše darů dle právní formy poskytovatele– 2021 (zdroj: vlastní zpracování dle Interní zdroje Alzheimercentra z.ú.)

10.6 SWOT analýza

SWOT analýza je nástroj, který slouží k zjištění situace podniku či projektu. Zabývá se zkoumáním silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb.

10.6.1 Vnější a vnitřní prostředí

Rozbor a hodnocení jednotlivých aspektů SWOT analýzy vychází z výzkumu vnitřního a vnějšího prostředí.

U vnějšího prostředí se pozorují příležitosti a hrozby organizace. Do příležitostí Alzheimercentra Zlín z.ú. je zařazena podpora výzkumu související s Alzheimerovou chorobou a dalšími typy demencí. Nárůst dárců a využívání dotací by v budoucnu mohlo přinést další peněžní prostředky na financování aktivit centra. Hrozbou by mohl být pokles mladých pracovních sil a nedostatek kvalifikovaného personálu. Je zde ovšem možnost nabídnout odborné stáže studentům středních a vysokých škol. Hrozbou by také mohl být příchod konkurence a snížení zájmu o poskytované služby.

U vnitřního prostředí jsou pozorovány silné a slabé stránky organizace. Mezi silné stránky je zařazena lokalita a s tím související i unikátnost nabízených služeb. Alzheimercentra Zlín z.ú. disponuje kvalitním technickým vybavením a kvalifikovaným personálem. Snaží se

rozvíjet své služby a do léčby postupně zařazovat i nové druhy terapií. Další výhodou je i záštita Alzheimercentrem, které tomu Zlínskému přináší především jasně stanovenou koncepci. Slabé stránky byly nalezeny v závislosti na finančních příspěvcích.

Tabulka 5 SWOT analýza (zdroj: vlastní zpracování)

	Silné stránky	Slabé stránky
Vnitřní prostředí	Unikátnost služeb Technické vybavení Lokalita Kvalifikovaný personál Rozvoj služeb Záštita Alzheimercentrem Dlouhodobá tradice Dobré vztahy s veřejností	Závislost na finančních příspěvcích
	Příležitosti	Hrozby
Vnější prostředí	Podpora výzkumu Nárůst dárců Využití dotací Stáže studentů Navýšení kapacity Využití nových terapií	Změna legislativy Nezájem o poskytované služby Příchod konkurence Nedostatek odborného personálu Pokles podílu mladých pracovních sil Stárnutí populace

11 ANALÝZA MOŽNOSTÍ PRO FINANCOVÁNÍ ČINNOSTI SPOLEČNOSTI ALZHEIMERCENTRA

Tato kapitola je věnována projektům nadací a nadačních fondů a dotace ČR, které by mohlo Alzheimercentrum Zlín z.ú. využít pro financování své činnosti. Informace, získané z webových stránek poskytovatelů, budou zpracovány přehledně do tabulky v Excelu.

11.1 Projekty nadací a nadačních fondů

Přehled zpracovaných projektů nadací a nadačních fondů je prezentován v Příloze I. Pozornost je věnována informacím, které jsou pro výběr správného projektu nezbytné – oblast podpory, finanční omezení projektu, termín podání žádosti, termín realizace a podmínky realizace.

11.1.1 Nadace AGEL

Nadace AGEL je nezisková organizace, která se zabývá podporou humanitárních aktivit s návazností na sféru zdravotnictví. Žádosti o nadační příspěvek je možné podávat celoročně. Finanční omezení není na webových stránkách uvedeno. Příjemce příspěvku má na realizaci projektu 180 dní od jeho poskytnutí. (Nadace Agel, © 2021)

11.1.2 Nadace AGROFERT

Nadace Agrofert se zaměřuje na podporu dětí a mládeže, na projekty podporující znevýhodněné a hendikepované spoluobčany, podporu zdraví a péče o něj a na rozvoj regionů. Taktéž je možné podávat žádosti o nadační příspěvek během celého roku. Finanční omezení projektů opět nebylo uvedeno. (Nadace Agrofert, 2016)

11.1.3 Alzheimer nadační fond

Alzheimer nadační fond podporuje výzkum Alzheimerovy choroby a dalších onemocnění spojených s kognitivním deficitem nebo onemocnění neurodegenerativní povahy a cévních onemocnění mozku. Dále je možné žádat podporu za účelem zlepšení kvality péče o pacienty, rozšiřování rámce poskytované péče a zlepšování podmínek, za kterých je poskytována. V době zpracování této práce nebyl prozatím termín podání žádosti pro rok 2021 vypsán. Projekty nejsou finančně omezené. (Alzheimer nadační fond, © 2021)

11.1.4 Nadace ČEZ

Nadace ČEZ vypsalala tento rok několik různých projektů. Jedním z nich je i projekt „**Neziskovky pro rok 2021**“, které se zabývá rozvojem a profesionalizací neziskových organizací poskytující služby přímé péče v sociální oblasti. Termín podání žádosti je do 26. března 2021 a maximální výše příspěvku je stanovena na 200 000,- Kč. (Nadace ČEZ, © 2021)

Další projekt Nadace ČEZ se jmenuje „**Grantové řízení podpora regionů**“. Tento projekt se zaměřuje na podporu dětí a mládeže, zdravotnictví, sociální péče osob s handicapem, vědy, vzdělání. Do tohoto projektu je možné se zapojit celoročně a finančně není omezen. (Nadace ČEZ, © 2021)

11.1.5 DATART pro lidi

DATART pro lidi je program, který podporuje neziskové organizace v sociální oblasti, environmentální oblasti a udržitelnosti, ve vzdělání, vědě a výzkumu. Grantová kola jsou vypisována dvakrát do roka. Finanční omezení projektů nebylo na webových stránkách uvedeno. (Datart, © 2021)

11.1.6 Nadace KRÁSA POMOCI

Vizi této nadace je důstojné a plnohodnotné stárnutí pro naše prarodiče. Zároveň se snaží, aby byli senioři vnímáni společností s úctou a respektem. Podporu neziskových organizací mají vyhraněnou do čtyř grantových oblastí. Projekty nejsou finančně omezeny, ale standardně se mezi všechny vybrané projekty rozdělí 0,5 až 1 mil. Kč. Pro rok 2021 bude vypsáno grantové řízení v létě. (Nadace krása pomoci. © 2021)

Grantové oblasti:

- **Důstojné stárnutí** – Projekty, které se zaměřují na terénní služby. Dále na inovativní projekty, které doplňují registrované sociální služby jako trénování paměti, cvičení v domácím prostředí, služby fyzioterapeuta, zapůjčování kompenzačních pomůcek a další.
- **Spokojené stáří** – Programy, které vzbudí v seniorech zvědavost, otevrou jim nové obzory, pomohou najít nový životní styl. Volnočasové, vzdělávací aktivity či dobrovolnické programy, které propojují mezigenerační setkávání.

- **Stáří vnímané s úctou a respektem** – Osvětové kampaně, které zlepší vnímání seniorů ve společnosti, odstraní stereotypy a zdůrazní jejich zkušenosti. Programům, které umožňují aktivní zapojení seniorů do veřejného života. Předání svých profesních či životních zkušenostních a aktivně trávit čas.
- **Péče v kruhu blízkých – vzdělávací projekty**, které zvýší kompetence laických pečujících (Nadace krása pomoci. © 2021)

11.1.7 Nadační fond Senior Park pomáhá

Společnost SENIOR PARK a.s. založila Nadační fond Senior park pomáhá za účelem podpory důstojného bydlení pro seniory a zvyšování jejich kvality života. Ročně jsou vypsané dva termíny pro podání žádostí. Finanční omezení není uvedeno. (Nadační fond senior park, © 2021)

11.1.8 Skils Nadační fond

Tento nadační fond podporuje lidi, kteří jsou ve společnosti znevýhodněni pro svůj zdravotní nebo sociální stav a etnický původ. Dále podporuje rozvoj vzdělanosti a podporu talentovaných mladých lidí, podporu tělesného rozvoje a sportovního vyžití, podporu rozvoje zdravotnických zařízení, zejména jejich materiální vybavenosti, podporu umění, zlepšování kvality životního prostředí a podporu ekologických projektů a podporu obecně prospěšných a potřebných aktivit. Finanční omezení projektu nebylo uvedeno, ale příspěvky z minulých let se pohybují v rozmezí 6-60 tis. Kč. Žádosti je možné zasílat celoročně. (Skils – nadační fond, © 2021)

11.1.9 SUBVENTI nadační fond

Podporuje rozvoje zdravotnických zařízení a dalších institucí a subjektů ve sféře zdravotnické a péče o zdraví obyvatelstva. O nadační pomoc se žádá prostřednictvím formuláře na webových stránkách nadačního fondu. (Subventio nadační fond, 2017)

11.1.10 TESCO pomáháme

Program se zaměřuje na sociální a humanitární oblast, vzdělávání, kulturní oblast, zdravotní oblast, ochrany lidských práv, ochrany životního prostředí, péče o ohrožené a znevýhodněné děti a mládež. Příjemce podpory v programu je tedy výlučně člověk. Vítězné projekty vyberou zákazníci v obchodech Tesco formou hlasování.

Finanční omezení projektů je následovné:

- 1. místo – 30 000 Kč
- 2. místo – 16 000 Kč
- 3. místo – 10 000 Kč

Pro rok 2021 nebylo prozatím grantové řízení vyhlášeno. (Tesco stores ČR a.s., © 2021)

11.1.11 Výbor dobré vůle – Nadace Olgy Havlové

U této nadace byl vybrán projekt „Senior“, který se zaměřuje na vzdělávání zaměstnanců zařízení pečujících o seniory, terénní zdravotní a sociální služby se zaměřením na seniory, vybavení charitních domů, domovů seniorů aj., zejména jsou-li jejich zřizovateli NNO, pořízení zdravotních pomůcek pro ošetrovatelskou službu. Žádost bylo možné zaslat do 28. února 2021. Příspěvky jsou omezené částkou 100 000 Kč. (Výbor dobré vůle – nadace Olgy Havlové, 2014)

11.1.12 Nadace ZDRAVÍ PRO MORAVU

Cílem projektu je zajistit finanční podporu organizace pomáhající zlepšování zdraví každého jednotlivce. Ročně jsou vypisovány dvě kola pro podání žádosti. Finanční omezení projektu nebylo uvedeno, ale příspěvky z minulých let se pohybují v rozmezí 15-30 tis. Kč. (Nadace zdraví pro Moravu, © 2021)

11.1.13 Porovnání nabídek nadací a nadačních fondů

Porovnání je provedeno pomocí vícekritériální analýzy. Jsou stanovena následující kritéria:

Tabulka 6 Kritéria – Nadace a nadační fondy (zdroj: vlastní zpracování)

Název kritéria	Popis	Váha kritéria	Bodové rozpětí
Výše daru	Maximální výše daru v Kč	30 %	1-5
Termín realizace	Maximální počet měsíců na realizaci projektu	20 %	1-5
Termín podání žádosti	Četnost výběrových kol	30 %	1-3
Zpracování a přehlednost webových stran	Dostupnost informací a orientace	10 %	1-4
Spolufinancování	Minimální výše v %	10 %	1-5

Každé sledované nabídce nadací a nadačních fondů bylo přiřazeno určité množství bodů, které získaly v rámci stanovených kritérií. Následné výsledky a pořadí výhodnosti jednotlivých nabídek bylo převedeno do tabulky č. 7. Kompletní provedení vícekritériální analýzy nadací a nadačních fondů je vloženo v přílohách.

Tabulka 7 Vícekritériální analýza nadací a nadačních fondů (zdroj: vlastní zpracování)

Název nadace	Celková hodnota	Pořadí
Nadace KRÁSA POMOC	3,4	1.
Nadace ČEZ	3,3	2.-4.
Alzheimer nadační fond	3,3	2.-4.
DATART pro lidi	3,3	2.-4.
VDV – Nadace Olgy Havlové	3	5.
Nadace ZDRAVÍ PRO MORAVU	2,9	6.
Skils Nadační fond	2,8	7.
Nadace AGROFERT	2,6	8.-10.
Nadace AGEL	2,6	8.-10.
SUBVENTI nadační fond	2,6	8.-10.
TESCO pomáháme	2,4	11.
Nadační fond Senior Park pomáhá	2	12.

V rámci zvolených kritérií vyšla nejlépe nabídka nadace KRÁSA POMOCI. Nadace poskytuje hned čtyři programy zaměřené na důstojné stárnutí a péči o seniory. Na dalších příčkách se umístily Nadace ČEZ, Alzheimer nadační fond, DATART pro lidi a VDV – Nadace Olgy Havlové. Webové stránky všech výše zmíněných byly přehledné a potřebné informace byli snadno dohledatelné. Některé z těchto nadací již v minulosti podpořili Alzheimercentrum Zlín z. ú. Na spodních příčkách jsou nadace, které buďto zveřejnili pouze minimum informací, nebo jsou informace o nabízených programech nepřehledné a špatně dohledatelné. Nadace AGROFERT zase požaduje spolufinancování nejméně 50 % u příspěvkových a rozpočtových organizací, což u této skupiny dárců není obvyklé. U program TESCO pomáháme je potřeba projít kromě samotného výběrového kola také hlasováním zákazníků v prodejnách obchodu, kteří svými hlasy rozhodnou o vítězi.

Na základě této analýzy bylo rozhodnuto, že projektem zpracovaný v rámci této práce bude projet Nadace ČEZ – Podpora regionů.

11.2 Dotace a programové financování

V této části jsou uvedené dotační programy, které vyhláší ministerstva České republiky. Vyhlášené programy ministerstev jsou vždy uspořádané podle jejich činností a oblastí, které spravují. Tato Kapitola se zaměřuje primárně na finanční pomoc ze strany Ministerstva zdravotnictví ČR a Ministerstva práce a sociálních věcí ČR, kteří vyhlásili takové programy, které by mohlo využít i Alzheimercentrum Zlín z.ú.

Tyto programy však mají své omezení, a tím je spolufinancování. Spolufinancováním se rozumí objem prostředků, kterým do programu přispívá příjemce z vlastních zdrojů. Tento objem je vyjádřen v procentech. (Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, © 2021)

Neziskové organizace však nemusí disponovat takovou výší vlastních zdrojů, která je po nich v rámci těchto projektů požadována. Pokud by tedy chtěli žádat o tuto dotaci, nemůžou, protože nesplňují všechny potřebné podmínky.

11.2.1 Ministerstvo zdravotnictví ČR

Ministerstvo zdravotnictví ČR je jedním ze čtrnácti ministerstev. Je ústředním orgánem státní správy pro zdravotní péči, ochranu veřejného zdraví, zdravotnickou a vědeckovýzkumnou činnost, zacházení s návykovými látkami apod. Drží také ochranou ruku nad využíváním přírodních léčivých zdrojů, přírodních léčebných lázních a zdrojů minerálních vod. Je také orgánem státní správy pro zdravotní pojištění a zdravotní informační systém. (Vláda ČR, © 2021)

Dotační programy pro rok 2021:

Podpora zdraví, zvyšování efektivity a kvality zdravotní péče pro rok 2021

Tento program je zaměřen na následující aktivity:

- edukace dětí v oblasti identifikace násilí v rodině,
- zvyšování zdravotní gramotnosti,
- zlepšení kvality života lidí s psychiatrickým onemocněním,
- zlepšení kvality života lidí s neurodegenerativním onemocněním,
- národní akční plán pro vzácná onemocnění

- podpora advokační činnosti pro osoby se zdravotním postižením a chronickým či jiným vážným onemocněním.

Výzva byla vyhlášena 12. října 2020. Žádost je možné odevzdat do 12. listopadu 2020. Finanční omezení příspěvku není omezeno. Spolufinancování tohoto programu je nastaveno na minimální hranici 30 % celkových nákladů. (Ministerstvo zdravotnictví České republiky, © 2021)

11.2.2 Ministerstvo práce a sociálních věcí ČR

Ministerstvo práce a sociálních věcí ČR je ústředním orgánem státní správy pro pracovněprávní vztahy, zaměstnanost a rekvalifikaci, bezpečnost práce, kolektivní vyjednávání, mzdy a další odměny z práce, důchodové zabezpečení apod. (Vláda ČR, © 2021)

Dotační programy pro rok 2021:

Ministerstvo práce a sociálních věcí ČR vyhlásilo výzvu k přikládání žádostí o dotaci programu **Rozvoj a obnova materiálně technické základny sociálních služeb 2016-2022**. Program se pak dále dělí na konkrétní cíle, které definují oblasti podpory. V rámci bakalářské práce jsem zpracovala následující cíle:

Cíl 1 - Zvyšování kapacit pobytových zařízení sociálních služeb

Podpora je určena pro zařízení poskytující sociální služby, konkrétněji sociální péči v zařízeních sociálních služeb typu domova pro seniory, domova se zvláštním režimem, domova pro osoby se zdravotním postižením, týdenním stacionářem a odlehčovací služby poskytované pohybovou formou. Tento program podporuje aktivity spojené s novou výstavbou, přestavbou, stavební úpravou nebo rekonstrukcí objektů sloužících zařízením poskytující sociální služby. Dále pak také s pořízením vnitřního vybavení, zdravotnických prostředků apod. Výzva byla zveřejněna 1. března 2021. Žádosti bude možná podávat od 6. května 2021 do 7. července 2021. Realizace musí být ukončena do 30. listopadu 2024. Žadatel musí uhradit minimálně 25 % uznatelných výdajů, které jsou uvedeny v bilanci potřeb a zdrojů. (Ministerstvo práce a sociálních věcí české republiky, © 2021)

Cíl 2 – Zkvalitnění stávajících pobytových zařízení sociálních služeb, vedoucí zejména k naplnění materiálně technických standardů sociálních služeb

Program lze využít pro výstavbu a rekonstrukci budov pobytových sociálních služeb registrovaných kapacit sociálních služeb. Konkrétní podporované aktivity jsou vypsány na

webových stránkách MPSV. Zveřejnění výzvy proběhlo 2. března 2021. Žádosti lze podat od 6. května 2021 do 7. července 2021. Realizaci projektu je potřeba ukončit k 30. listopadu 2024. Spolufinancování je nastaveno na minimální hranici 25 % z uznatelných výdajů uvedených v bilanci. (Ministerstvo práce a sociálních věcí české republiky, © 2021)

Cíl 3 – Rozšíření zázemí poskytovatelů terénních sociálních služeb v souvislosti s navýšením kapacity terénních a ambulantních sociálních služeb péče a prevence

Podporu mohou využít zařízení sociálních služeb a poskytovatelé odlehčovacích služeb, kteří poskytují tyto služby terénní formou. V důsledku rozšíření zázemí je potřeba navýšit kapacitu alespoň o 5 klientů. Konkrétněji se jedná o:

- novou výstavbu zázemí poskytovatelů soc. služeb,
- rekonstrukci stávajících budov,
- pořízení vnitřního vybavení zázemí,
- pořízení vybavení společných koupelen pro klienty terénních služeb.

Výzva byla vyhlášena 26. února 2021. Termín podání žádosti je od 1. března 2021 do 4. dubna 2021. Realizace projektu je možné maximálně do 31. prosince 2021. Výše spolufinancování činí min. 25 % z uznatelných výdajů, které jsou uvedené v bilanci. (Ministerstvo práce a sociálních věcí české republiky, © 2021)

Cíl 4 – Podpora mobility

O podporu mohou opět zažádat zařízení sociálních služeb a poskytovatelé odlehčovacích služeb, nyní však jak terénní i ambulantní formou. Do programu budou přednostně zařazovány akce připravené jako dílčí projekty v rámci Národního rozvoje programu mobility pro všechny. Podpora je určena především na:

- zpřístupnění budov tím, že se odstraní bariéry vstupů do budov, včetně úprav vstupních otvorů,
- horizontální i vertikální bezbariérový pohyb v budovách prostřednictvím stavebních úprav, instalací výtahu, nájezdových ramp, plošin apod.,
- bezbariérové úpravy hygienického zázemí,
- usnadnění pohybu tělesně postižených osob mezi budovami v uzavřeném areálu, venkovní úpravy související s odstraněním výškových rozdílů a fyzických překážek na komunikacích a současně povedou k bezpečnosti komunikací.

Výzva byla zveřejněná 17. února 2021. Podání žádosti je možné od 4. března 2021 do 4. dubna 2021. Maximální doba pro ukončení realizace akce je stanovena do 31. 12. 2022. Žadatel musí uhradit min. 25 % uznatelných výdajů uvedených v bilanci. (Ministerstvo práce a sociálních věcí české republiky, © 2021)

Cíl 5 – Pořízení automobilů pro poskytovatele sociálních služeb

Dalším dotačním programem je „Pořízení automobilů pro poskytovatele sociálních služeb“. Program je určen poskytovatelům terénních služeb v kombinaci s ambulantní službou. Program podporuje následující aktivity:

- pořízení vozidla bez dalších úprav,
- pořízení vozidla bez dalších úprav do ztíženějších klimatických nebo terénních podmínek (především horské oblasti),
- pořízení vozidla s úpravou pro převoz osob se sníženou pohybovou schopností.

Pro tento projekt byla vyhlášena výzva 26. února 2021. Žádosti je možné zasílat od 15. dubna 2021 do 11. května 2021. Výše spolufinancování činí min. 25 % uznatelných výdajů uvedených v bilanci. (Ministerstvo práce a sociálních věcí české republiky, © 2021)

Cíl 6 – Pořízení prostředků asistivních a asistenčních technologií pro poskytovatele služeb sociální péče

Podpora se zaměřuje především na péči o osoby se nižší soběstačností z důvodu zdravotního postižení, chronického onemocnění nebo věku. Program se pak dále dělí na jednotlivé podporované aktivity jako např. nákup systému pro oboustrannou komunikaci určenou pro klienta, nebo nákup mobilních a stacionárních technologií. Zveřejnění výzvy proběhlo 26. února 2021. Žádost je možná podat od 1. března 2021, nejpozději však do 18. dubna 2021. Spolufinancování na stanoveno na min. 25 % uznatelných výdajů. (Ministerstvo práce a sociálních věcí české republiky, © 2021)

11.2.3 Porovnání dotací a programového financování

Porovnání dotačních programů ministerstev je provedeno pomocí vícekriteriální analýzy. K porovnání byla zvolena kritéria uvedená v tabulce č. 8, díky kterým bude možné určit, který dotační program je pro Alzheimercentrum Zlín z.ú. nejvýhodnější. Kompletní provedení vícekriteriální analýzy dotací a programového financování je vloženo v přílohách.

Tabulka 8 Kritéria – Dotační programy (zdroj: vlastní zdroje)

Název kritéria	Popis	Váha kritéria	Bodové rozpětí
Výše dotace	Maximální výše dotace v Kč	25 %	1-5
Náročnost podporovaných aktivit	Náročnost realizace projektu	10 %	1-5
Doba přijímání žádostí	Délka přijímaná žádostí ve dnech	15 %	1-5
Zpracování a přehlednost webových stran	Dostupnost informací a orientace	20 %	1-4
Spolufinancování	Minimální výše v %	30 %	1-5

Každému sledovanému dotačnímu programu bylo přiřazeno určité množství bodů, které získalo v rámci stanovených kritérií. Výsledky a pořadí výhodnosti jednotlivých programů bylo převedeno do tabulky č. 9.

Tabulka 9 Vícekritériální analýza dotačních programů (zdroj: vlastní zpracování)

Název projektu	Celkové hodnocení	Pořadí
Podpora zdraví, zvyšování efektivity a kvality zdravotní péče pro rok 2021	3,3	1.-2.
Cíl 6 - Pořízení prostředků asistivních a asistenčních technologií pro poskytovatele služeb sociální péče	3,3	1.-2.
Cíl 2 - Zkvalitnění stávajících pobytových zařízení sociálních služeb ...	3,15	3.-4.
Cíl 1 - Zvyšování pobytových zařízení sociálních služeb.	3,15	3.-4.
Cíl 3 - Rozšíření zázemí poskytovatelů terénních sociálních služeb ...	2,85	5.
Cíl 4 - Podpora mobility	2,8	6.
Cíl 5 - Pořízení automobilu pro poskytovatele sociálních služeb	2,5	7.

Na prvních místech se umístil dotační program Ministerstva zdravotnictví ČR s názvem „Podpora zdraví, zvyšování efektivity a kvality zdravotní péče pro rok 2021“. Finančně tato nabídka omezená není, překážkou by mohl však mohlo být spolufinancování v min. výši 30 % celkových nákladů. Stejného hodnocení dosáhl i program Ministerstva práce a sociálních věcí určený na pořízení prostředků asistivních a asistenčních technologií pro poskytovatele služeb sociální péče. Žádost je možné podávat po dobu dvou měsíců. Žadatel je povinen uhradit min. 25 % uznatelných výdajů. Na dalších příčkách se umístily dotační programy na podporu zvyšování stávajících pobytových zařízení sociálních služeb, na jejich zkvalitnění a rozšiřování. V těchto případech bylo možné čerpat dotaci až do výše 60 000 000 Kč, minimální výše spolufinancování však tvoří 25 % uznatelných výdajů. Takovéto projekty jsou ovšem velmi náročné na realizaci. Posledním analyzovaným programem byl program „Pořízení automobilu pro poskytovatele sociálních služeb“. Tento program je pro Alzheimercentrum Zlín z.ú. zcela nevhodný, a to hlavně proto, že Alzheimercentrum Zlín z.ú. není poskytovatelem terénních služeb. Díky jeho nevhodnosti se umístil na posledním místě.

12 NÁVRH ŽÁDOSTI

V rámci hodnocení nabídek nadací a nadačních fondů byl vybrán projekt „Podpora regionů“, který nabízí nadace ČEZ.

Projekt je určen na podporu veřejně prospěšných aktivit. Konkrétněji se jedná o projekty, které podporují děti a mládež, vzdělání, vědu, zdravotnictví, osoby s handicapem, sociální péči, kulturu, sport, životní prostředí či dobrovolné hasiče. Maximální výše nadačního příspěvku nebyla stanovena. Žádost o příspěvek je možné podávat celoročně. (Nadace ČEZ, © 2021)

12.1 Informace o organizaci

ORGANIZACE

Jméno:	Alzheimercentrum Zlín z.ú.
IČO:	03461891
Forma právní subjektivity:	Ústav
Telefon:	+420 773 377 070
Email:	zlin@alzheimercentrum.cz
Webová stránka:	www.alzheimercentrum.cz
Povinnost zveřejňovat smlouvy:	Ne
DIČ:	CZ699003518
Plátce DPH:	Ne
Číslo bankovního účtu:	2111171995
Banka:	2700
Datum založení:	6.10.2014
Počet zaměstnanců:	100-199 zaměstnanců
Způsob jednání:	Ředitel ústavu činí za ústav všechna právní jednání

ADRESA

Adresa:	106, Zlosyň 277 44, Středočeský kraj
Korespondenční adresa:	Růmy 1393, Zlín 76001

STATUTÁRNÍ ORGÁNY

Jméno:	Ing. Kamila Valštyňová
Funkce:	Jednatelka

Email: kamila.valstynova@unicapital.cz
Telefon: 605 236 891
Podpisuje smlouvy: Ano

ŽADATEL – KONTAKTNÍ OSOBA

Jméno: doc. Ing. Pavla Staňková, Ph.D.
Funkce: Ředitelka zařízení
Email: reditelka.zlin@alzheimercentrum.cz

12.2 Informace o projektu

TERMÍN REALIZACE PROJEKTU: od 1. 6. 2021 do 1. 9. 2021

MÍSTO REALIZACE PROJEKTU: Růmy 1393, Zlín 76001, Zlínský kraj

12.2.1 ÚČEL PROJEKTU

Účelem projektu je zkvalitnění péče, kterou Alzheimercentrum ve Zlíně poskytuje. Poskytnutím finančních prostředků by nadace ČEZ podpořila koupi pohybových léčebných přístrojů, které by umožnily klientům se udržet v kondici co nejdéle. Využití těchto přístrojů by bylo zařazeno do pohybové terapie, kterou vyhledává velká spousta klientů.

12.2.2 POPIS PROJEKTU

Členění: Sociální péče a služby

Na co konkrétně bude příspěvek využit?

Z projektu by Alzheimercentrum ve Zlíně pořídilo 3 pohybové léčebné přístroje, které jsou vhodné pro všechny, kteří chtějí být sportovně aktivní, ale potýkají se s nějakým druhem omezení, ať už v podobě poúrazového stavu, věku či zhoršujícím se stavu vlivem nemoci.

K jakým změnám využití příspěvku povede?

Vybrané pohybové léčebné přístroje by byly velkým přínosem pro klienty, kteří se snaží zůstat aktivní. Klienti by se s těmito přístroji více zapojili do pohybových aktivit, které jsou důležité pro zachování kloubní pohyblivosti a pro posílení pohybového ústrojí. Na těchto přístrojích lze procvičovat nejen nohy, ale i paže a horní část zad. Právě aerobní pohyb je pro klienty ve vyšším věku velmi důležitý. Dále se mohou využívat při rehabilitaci po operačních výkonech, jsou tedy vhodné i pro klienty se sníženou či omezenou pohyblivostí

a špatnou stabilitou. Velkým přínosem je také využití v době omezení vlivem nařízení spojených s Covid-19.

Jaká je činnost vaší organizace?

Alzheimercentrum Zlín nabízí klientům individuální přístup a poskytuje služby maximálně uzpůsobené jeho potřebám. Cílovou skupinou domova se zvláštním režimem jsou osoby nad 40 let věku. Služba domova se zvláštním režimem je poskytována 24 hodin, 7 dní v týdnu a to po celý rok. Nabízí bezpečné a příjemné prostředí a zajišťuje důstojné podmínky pro poskytování služeb se snahou co nejvíce zachovat přirozený způsob života klienta. Centrum nabízí ošetrovatelskou péči, lékařské služby, aktivizační činnosti (reminiscenční terapie a tréninky paměti), dále terapie jako bazální stimulace, muzikoterapie, aromaterapie. Centrum podporuje samostatnost a nezávislost klienta na tak dlouhou, jak to jen u klienta jde.

Jaké jsou předpoklady a kvalifikace organizace pro úspěšnou realizaci projektu?

Alzheimercentrum Zlín je zařízení, které se neustále snaží o zkvalitňování péče a poskytování služeb. Nadace ČEZ by podpořením tohoto projektu ještě více zkvalitnila život klientů v tomto centru a podpořila tím jejich snahu o samostatnost.

12.3 Financování projektu

Celkový rozpočet 122 389,00 Kč

Požadovaná částka 122 389,00 Kč

12.3.1 Zdroje financování

Tabulka 10 Zdroje financování projektu (zdroj: vlastní zpracování ve spolupráci s doc. Ing. Pavlou Staňkovou, Ph.D.)

Název	Částka	%
Výše požadovaná po Nadaci ČEZ	122 389,00 Kč	100 %
Spoluúčast žadatele	0,00 Kč	0 %
Finanční prostředky jiných subjektů	0,00 Kč	0 %
Celkové náklady projektu	0,00 Kč	0 %

12.3.2 Rozpočet

Tabulka 11 Rozpočet projektu zdroj: vlastní zpracování ve spolupráci s doc. Ing. Pavlou Staňkovou, Ph.D.)

Druh	Položka	Poznámka	Počet ks	Cena za ks	Částka
Materiálové náklady					
Zdravotnický materiál a přístroje	Pohybové léčebné přístroje	ROTREN Solo X	1	38 478,00 Kč	38 478,00 Kč
Zdravotnický materiál a přístroje	Pohybové léčebné přístroje	ROTREN-Duo 2	1	48 521, 00 Kč	48 521, 00 Kč
Zdravotnický materiál a přístroje	Běžecský pás	-	1	35 390,00 Kč	35 390,00 Kč
					122 389,00 Kč
Celkem					122 389,00 Kč

12.4 Přílohy

Nezbytnou součástí přílohy bude: doklad o zřízení nebo vedení bankovního účtu žadatele

ZÁVĚR

Bakalářská práce byla zaměřena na analýzu fundraisingových aktivit společnosti Alzheimercentrum Zlín z.ú.

Účelem této práce bylo zjistit současnou situaci společnosti Alzheimercentrum Zlín. z.ú., provést analýzu fundraisingových aktivit, které v minulých letech uskutečnilo a zjistit, které možnosti pro financování jeho činnosti jsou pro něj v tuto chvíli nejvýhodnější.

Nejdříve byla představena společnost Alzheimercentrum Zlín z.ú. a provedeno hodnocení vnějších i vnitřních podmínek organizace pomocí PEST analýzy a SWOT analýzy.

Dále byla práce zaměřena na analýzu úspěšných fundraisingových aktivit uskutečněných v letech 2018, 2019, 2020 a 2021. Bylo zjištěno, že dochází k postupnému nárůstu dárců a k opětovnému dárcovství od již stávajících, což je pro organizaci velmi dobré znamení. Bylo zřejmé, že se Alzheimercentrum Zlín z.ú. zapojovalo i do programů nadací a nadačních fondů. Získání takovéto finanční pomoci je však náročnější, proto se tyto programy podílí na financování aktivit centra v menší míře.

Byla provedena analýza současných programů vypsanych nadacemi a nadačními fondy. Byl zpracován přehled, který uváděl informace, které jsou důležité ke správnému výběru dotačního programu. Porovnání těchto nabídek bylo provedeno pomocí vícekriteriální analýzy. V závislosti na zjištěných skutečnostech byl navrhnout projekt, který bude pro organizaci přínosem.

Dále byla analýza zaměřená na dotační programy ministerstev ČR. Bylo však zjištěno, že oproti program nadací a nadačních fondů mají jedno velké omezení – spolufinancování. Neziskové organizace tedy musí část nákladů projektu uhradit z vlastních zdrojů. Organizace však nemusí disponovat takovou výší vlastních zdrojů, která je po ní v rámci těchto projektů požadována. Porovnání dotačních programů bylo také provedeno pomocí vícekriteriální analýzy.

V práci by dále mohla být zpracována analýza právnických osob Zlínského kraje a navrženy možnosti, kterými by je mohlo Alzheimercentrum Zlín z.ú. oslovit s žádostí o finanční příspěvek.

Dokumenty obsahující přehled poskytovatelů i vícekriteriální analýzu byly předány vedení Alzheimercentra Zlín z.ú. Pokud by Alzheimercentru Zlín chtělo pokračovat

ve vypracovaném přehledu, určitě je to možné. Důležité je však hlídat si aktuálnost informací, doplňovat nové nabídky a odstraňovat ty, které už skončily.

Fundraising je velmi zajímavým, ale i časově náročným způsobem, jak může organizace získat dary na financování svých aktivit. Pokud chce mít organizace neustálý přehled o dotačních programech, musí si tyto informace dohledávat a aktualizovat. Pro organizace by mohl být přínosem program/webová stránka, které by zpracovávala kompletní přehled všech dotačních programů s možností filtrování dle zaměření neziskové organizace. V rámci analýzy současných programů nadací a nadačních fondů bylo zjištěno, že obdobnou službu již nabízí webová stránka Nadace Neziskovky.cz. Služba je pojmenována jako „Grantový diář“ a je možné si ji předplatit na šest nebo dvanáct měsíců. Jedná se však o další náklady pro neziskovou organizaci. Otázkou však je to, zda nezisková organizace využije tuto investici tak, aby se jí vyplatila a aby se jí i navrátila.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Knižní zdroje:

BOUKAL, Petr, 2013. *Fundraising pro neziskové organizace*. 1. vydání. Praha: Grada, 264 s. ISBN 978-80-247-4487-2.

BURNETT, Ken a Jennie THOMPSON, 2002. *Relationship fundraising: a donor-based approach to the business of raising money*. 2nd ed. San Francisco, CA: Jossey-Bass, 350 s. ISBN 0787960896.

DREZNER, Noah D, 2018. *Philanthropic Mirroring: Exploring Identity-Based Fundraising in Higher Education*. *Journal of Higher Education* [online]. 89(3), 261-293 [cit. 2021-01-29]. ISSN 00221546. Dostupné z: doi:10.1080/00221546.2017.1368818.

FRIČ, Pavol a kol, 2001. *Dárcovství a dobrovolnictví v České republice. (výsledky výzkumu NROS a AGNES)*. 1. vydání. Praha, AGNES, 115 s. ISBN 8090263372.

HEJDUKOVÁ, Pavlína, Dita, HOMMEROVÁ a Michaela KRECHOVSKÁ, 2018. *Řízení neziskových organizací klíčové oblasti pro jejich udržitelnost*. 1. elektronické vydání. Praha: Grada, 208 s. ISBN: 978-80-271-2308-7.

LEDVINOVÁ, Jana, 2013. *Profesionální fundraising: jak se osvobodit od finanční závislosti*. 1. vydání. Praha: Akademie múzických umění v Praze, 129 s. ISBN 978-80-7331-294-7.

PAYTON, L. Robert a Michael MOODY, 2008. *Understanding Philanthropy: Its Meaning and Mission*. Indiana University Press, 224 s. ISBN 9780253000132.

POLAČKOVÁ, Zuzana, 2005. *Fundraisingové aktivity: jak získávat finanční prostředky od místní komunity*. Praha: Portál, 119 s. ISBN 8071786942.

ŠEDIVÝ, Marek a Olga MEDLÍKOVÁ, 2012. *Public relations, fundraising a lobbying: pro neziskové organizace*. 1. vydání. Praha: Grada, 144 s. ISBN 978-80-247-4040-9.

ŠEDIVÝ, Marek a Olga MEDLÍKOVÁ, 2017. *Úspěšná nezisková organizace*. 3., aktualizované a rozšířené vydání. Praha: Grada, 165 s. Manažer. ISBN 9788027102495.

ŠOBÁŇOVÁ, Petra, 2010. *Fundraising*. Ostravská univerzita v Ostravě, Filozofická fakulta, katedra psychologie a sociální práce, 78 s. ISBN 9788073687502.

VOJTÍŠEK, Petr, 2018. *Princip solidarity ve financování služeb sociální péče*. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 136 s. ISBN 978-80-246-3709-9.

Internetové zdroje:

ALZHEIMERCENTRUM PP S.R.O., 2019. *Centrum Zlín* [online]. Alzheimercentrum.cz [cit. 4.3.2021]. Dostupné z: <https://www.alzheimercentrum.cz/zlin>

ALZHEIMERCENTRUM PP S.R.O., 2019. *O nás* [online]. Alzheimercentrum.cz [cit. 3.5.2021]. Dostupné z: <https://www.alzheimercentrum.cz/o-nas>

ALZHEIMERCENTRUM ZLÍN Z.Ú., 2019. *Účetní závěrka [2019], výroční zpráva [2019], zpráva auditora* [online]. Justice.cz [cit. 3.5.2021] Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=64680101&subjektId=876593&spis=970001>

ALZHEIMER NADAČNÍ FOND, © 2021. *Pro žadatele příspěvku* [online]. Alzheimernf.cz [cit. 4.3.2021]. Dostupné z: <https://www.alzheimernf.cz/#popup-pro-zadatele>

BRAY, Ilona, © 2021. *Nonprofit Fundraising Methods: An Overview: Learn to fundraise for your nonprofit, from soliciting donations to applying for government grants.* [online]. [cit.29.1.2021]. Dostupné z: <https://www.nolo.com/legal-encyclopedia/nonprofit-fundraising-methods-overview-29619.html>.

BŘEŠŤAN, Robert, 2020. *Jen zlomek neziskových organizací v ČR čerpá veřejné peníze. Fotbalistům jde přes půl miliardy* [online]. Hlidacipes.org [cit. 31.5.2021]. Dostupné z: <https://hlidacipes.org/jen-zlomek-ceskych-neziskovych-organizaci-cerpa-z-verejnych-penez-fotbalistum-jde-pres-pul-miliardy/>

BURDA, Jan, 2007. *Fundraising pro úplné začátečníky* [online]. Místo publikování: Národní institut dětí a mládeže, oddělení volného času [cit. 29.1.2021]. Dostupné z: http://www.icmck.cz/DOC/fundraising_pro_zacatecniky.pdf.

ČESKO, 2012. Zákon č. 89 ze dne 3. února 2012 Občanský zákoník. In: Sběrka zákonů České republiky. Částka 33. ISSN 1211-1244. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-89>

CIESLAR, Jan, 2018. *Věková skladba obyvatel Česka se výrazně promění* [online]. Czso.cz [cit. 1.6.2021]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/vekova-skladba-obyvatel-ceska-se-vyrazne-promeni>

DATART, © 2021. *Datart pro lidi* [online]. Datart.cz [cit. 06.04.2021]. Dostupné z: <https://www.datart.cz/pomahame/podpora-organizaci.html>

DIVÁKOVÁ, Dana, 2013. *FUNDRAISING-Strategie, samofinancování, zdroje* [online]. Ostrava, [cit. 29.1.2021]. Dostupné z: <https://www.edukana.cz/uploads/fundraisingova%20strategie.pdf>.

IROZHLAS, 2019. *Služby českých neziskovek se zlepšují, lidé je ale vnímají hůře, uvádí zpráva americké agentury* [online]. Irozhlas.cz [cit. 1.6.2021]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/neziskove-organizace-vychodni-evropa-index-udrzitelneho-rozvoje_1910311633_tzr

KLIMKOVÁ, Alena, 2015. *PEST analýza* [online]. Marke.cz [cit. 21.05.2021]. Dostupné z: <http://www.marke.cz/pest-analyza/>

KNÍŽEK, Martin, Jan, KAČER, 2020. *Nadací a fondů v Česku každoročně přibývá* [online]. Infografiky.ihned.cz [cit. 31.05.2021]. Dostupné z: <https://infografiky.ihned.cz/nadace-v-cesku-rok-2019/r~dc1dafbc2a5a11eb9d74ac1f6b220ee8/>

KUBÁTOVÁ, Zuzana, 2020. *Ani covid, ani rakovina. Největší hrozba pro lidstvo je dnes Alzheimer* [online]. Seznamzpravy.cz [cit. 31.05.2021]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/ani-covid-ani-rakovina-nejvetsi-hrozba-pro-lidstvo-je-dnes-alzheimer-123441>

MINISTERSTVO SPRAVEDLNOSTI ČESKÉ REPUBLIKY, © 2021. *Výpis z rejstříku ústavů: Alzheimercentrum Zlín z.ú., U 159 vedená u Městského soudu v Praze* [online]. Justice.cz [cit. 4.3.2021]. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=876593&typ=PLATNY>

MINISTERSTVO ZDRAVOTNICTVÍ ČESKÉ REPUBLIKY, © 2021. *Výzva k předkládání žádostí o přidělení finančních prostředků v rámci dotačního programu Podpora zdraví, zvyšování efektivity a kvality zdravotní péče pro rok 2021* [online]. Mzcr.cz [cit. 7.4.2021]. Dostupné z: <https://www.mzcr.cz/vyzva-k-predkladani-zadosti-o-prideleni-financnich-prostredku-v-ramci-dotacniho-programu-podpora-zdravi-zvysovani-efektivita-a-kvality-zdravotni-pecce-pro-rok-2021/>

MINISTERSTVO PRÁCE A SOCIÁLNÍCH VĚCÍ ČESKÉ REPUBLIKY, © 2021. *Rozvoj a obnova materiálně technické základny sociálních služeb 2016-2022. Cíl 4 - Podpora mobility* [online]. Mpsv.cz [cit. 7.3.2021]. Dostupné z: https://www.mpsv.cz/documents/20142/225517/V%C3%BDzva_06.pdf/2ae197b2-ecfc-11ed-0552-416ec16d83bb

MINISTERSTVO PRÁCE A SOCIÁLNÍCH VĚCÍ ČESKÉ REPUBLIKY, © 2021. *Rozvoj a obnova materiálně technické základny sociálních služeb 2016-2022. Cíl 5 – Pořízení automobilů pro poskytovatele sociálních služeb* [online]. Mpsv.cz [cit. 7.3.2021]. Dostupné z: https://www.mpsv.cz/documents/20142/225517/P+01_V%C3%BDzva_V11.pdf/27e80980-fac1-9db9-7d30-2a116300dd7c

MINISTERSTVO PRÁCE A SOCIÁLNÍCH VĚCÍ ČESKÉ REPUBLIKY, © 2021. *Rozvoj a obnova materiálně technické základny sociálních služeb 2016-2022. Cíl 6 – Pořízení prostředků asistivních a asistenčních technologií pro poskytovatele služeb sociální péče* [online]. Mpsv.cz [cit. 7.3.2021]. Dostupné z: https://www.mpsv.cz/documents/20142/225517/P+01_V%C3%BDzva_V8-+FINAL.doc.pdf/66b91e7e-f591-2db9-c24b-5ef022dfadbf

MINISTERSTVO PRÁCE A SOCIÁLNÍCH VĚCÍ ČESKÉ REPUBLIKY, © 2021. *Rozvoj a obnova materiálně technické základny sociálních služeb 2016-2022. Cíl 3 – Rozšíření zázemí poskytovatelů terénních sociálních služeb v souvislosti s navýšením kapacity terénních a ambulantních sociálních služeb péče a prevence* [online]. Mpsv.cz [cit. 7.3.2021]. Dostupné z: https://www.mpsv.cz/documents/20142/225517/V%C3%BDzva_10_FINAL+%281%29.pdf/094a2a30-5bf6-0ae6-047a-43881fbd79de

MINISTERSTVO PRÁCE A SOCIÁLNÍCH VĚCÍ ČESKÉ REPUBLIKY, © 2021. *Rozvoj a obnova materiálně technické základny sociálních služeb 2016-2022. Cíl 2 – Zkvalitnění stávajících pobytových zařízení sociálních služeb, vedoucí zejména k naplnění materiálně technických standardů sociálních služeb* [online]. Mpsv.cz [cit. 7.3.2021]. Dostupné z: https://www.mpsv.cz/documents/20142/225517/P+01_V%C3%BDzva+9.pdf/fb00a08d-1f2c-b0cf-7bfa-2d76a3df55cd

MINISTERSTVO PRÁCE A SOCIÁLNÍCH VĚCÍ ČESKÉ REPUBLIKY, © 2021. *Rozvoj a obnova materiálně technické základny sociálních služeb 2016-2022. Zvyšování kapacit pobytových zařízení sociálních služeb* [online]. Mpsv.cz [cit. 7.3.2021]. Dostupné z: https://www.mpsv.cz/documents/20142/225517/P+01_V%C3%BDzva_V7+%281%29.pdf/943346c5-cf0b-3c88-bf2e-340c72039261

MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČESKÉ REPUBLIKY, © 2021. *Dotace EU – Spolufinancování* [online]. Dotaceeu.cz [cit. 14.5.2021]. Dostupné z: [https://www.dotaceeu.cz/cs/ostatni/dulezite/slovník-pojmu/s/spolufinancovani-\(kofinancovani\)](https://www.dotaceeu.cz/cs/ostatni/dulezite/slovník-pojmu/s/spolufinancovani-(kofinancovani))

NADACE AGEL. © 2021. *O nadaci* [online]. Nadace.agel.cz. [cit. 6.3.2021]. Dostupné z: <https://nadace.agel.cz/o-nadaci>

NADACE AGROFERT, 2016. *Grantová pravidla* [online]. Nadace-agrofert.cz [cit. 6.3.2021]. Dostupné z: <https://www.nadace-agrofert.cz/grantova-pravidla>

NADACE ČEZ, © 2021. *Neziskovky* [online]. Nadacecez.cz. [cit. 15.3.2021] Dostupné z: <https://www.nadacecez.cz/cs/vyhlasovana-grantova-rizeni/neziskovky-2021-110068>

NADACE ČEZ, © 2021. *Podpora regionů* [online]. Nadacecez.cz. [cit. 15.3.2021]. Dostupné z: <https://www.nadacecez.cz/cs/vyhlasovana-grantova-rizeni/podpora-regionu-110046>

NADAČNÍ FOND SENIOR PARK, © 2021. *Nadační fond Senior Park pomáhá* [online]. Senior-park.cz [cit. 17. 3. .2021]. Dostupné z: <https://www.senior-park.cz/nadacni-fond-senior-park-pomaha/>

NADACE KRÁSA POMOCI. © 2021. *Pro neziskovky* [online]. Krasapomoci.cz [cit. 06.03.2021]. Dostupné z: <https://www.krasapomoci.cz/pro-neziskovky/>

NADACE ZDRAVÍ PRO MORAVU, © 2021. *Granty NADACE* [online]. Nadacezdravi.cz [cit. 23.03.2021]. Dostupné z: <http://www.nadacezdravi.cz/>

NOVÁKOVÁ, Barbora, 2020. *Vědci objevili 12 faktorů, které významně snižují riziko demence* [online]. Seznamzpravy.cz [cit. 01.06.2021]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/vedci-objevili-12-faktoru-ktere-vyznamne-snizuji-riziko-demence-114399>

PLÍHALOVÁ, Markéta, 2018. *Místo léků 3D brýle: Pomocí virtuální reality se léčí fobie z výšek či pavouků, pomáhají také oddálit i nástup demence* [online]. Archiv.ihned.cz [cit. 01.06.2021]. Dostupné z: <https://archiv.ihned.cz/c1-66139890-misto-leku-3d-bryle-pomoci-virtualni-reality-se-leci-fobie-z-vysek-ci-pavouku-pomahaji-oddalit-i-nastup-demence>

PŘÁDOVÁ, Daniela, 2021. *Globální průlom s českou stopou. „Lék na Alzheimer je na dosah,“ říká lékař* [online]. Seznamzpravy.cz [cit. 31.5.2021]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/globalni-prulom-s-ceskou-stopou-lek-na-alzheimer-je-na-dosah-rika-lekar-154319>

SKILS – NADAČNÍ FOND, © 2021. *Úvod* [online]. Skils-nadacni-fond.cz [cit. 20.03.2021]. Dostupné z: <https://www.skils-nadacni-fond.cz/>

SPORTOVNÍHO KLUBU EWSC PRAHA, Z. S., © 2021. *Manuál pro dárcy a sponzory* [online]. Jaguars.cz [cit. 7.2.2021]. Dostupné z: https://jaguars.cz/wp-content/uploads/2014/10/manual_darci_ewscpraha_2016.pdf

SUBVENTIO NADAČNÍ FOND, 2017. *SUBVENTI nadační fond* [online]. Subventio.eu [cit. 20.3.2021]. Dostupné z: <http://subventio.eu/onas.htm>

SVĚT NEZISKOVÉK, © 2021. *Typy neziskových organizací. Typologie NNO v ČR podle Státní politiky vůči NNO v letech 2015-2020* [online]. Nadaceneziskovky.cz. [Cit. 29.1.2021]. Dostupné z: https://www.neziskovky.cz/clanky/511_692/fakta_typy-neziskovy-ch-organizaci/.

ŠANCE DĚTEM, 2013. *Firemní dárcovství* [online]. 12.3.2021. Sancedetem.cz [Cit. 11.5.2021] Dostupné z: <https://www.sancedetem.cz/firemni-darcovstvi>

TESCO STORES ČR A.S., © 2021. *O programu* [online]. Itesco.cz [cit. 20.03.2021]. Dostupné z: <https://itesco.cz/pomahame/about/>

VLÁDA ČR, © 2021. [online]. Vlada.cz [cit. 7.4.2021]. Dostupné z: <https://www.vlada.cz/cz/clenove-vlady/ministerstva/>

VÝBOR DOBRÉ VŮLE – NADACE OLGY HAVLOVÉ, 2014. *Senior* [online]. Vdv.cz [cit. 06.04.2021]. Dostupné z: <https://www.vdv.cz/programy/senior/>

WORLD HEALTH ORGANIZATION, 2020. *Dementia* [online]. Who.int [cit. 01.06.2021]. Dostupné z: <https://www.who.int/en/news-room/fact-sheets/detail/dementia>

ZAPOMINAME.CZ, © 2021. *Zlínský kraj* [online]. Zapominame.cz [cit. 1.6.2021].

Dostupné z: <https://www.zapominame.cz/seznam-alzheimer-center/zlinsky-kraj-2/?cn-reloaded=1>

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

ČSÚ Český statistický úřad

NNO Nestátní nezisková organizace

WHO World Health Organization

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 Pyramida dárců (zdroj: Medlíková a Šedivý, 2012, s. 123)	19
Obrázek 2 Postavení fundraisingu mezi ostatními činnostmi NNO (zdroj: Šobánková, 2010, s. 23)	23
Obrázek 3 Pobočky Alzheimercentra v ČR a SR (zdroj: Alzheimercentrum Zlín z.ú.)	40
Obrázek 4 Terapie s klientem (zdroj: alzheimercentrum.cz/zlin)	42

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 Typologie NNO v ČR podle funkcí (zdroj: nadaceneziskovky.cz, 2021).....	17
Tabulka 2 Metody fundraisingu a jejich uplatnění (zdroj: Ledvinová, 2013, s. 110)	30
Tabulka 3 Základní informace o Alzheimercentru Zlín z.ú. (zdroj: Justice.cz).....	41
Tabulka 4 PEST analýza (zdroj: vlastní zpracování)	46
Tabulka 5 SWOT analýza (zdroj: vlastní zpracování)	58
Tabulka 6 Kritéria – Nadace a nadační fondy (zdroj: vlastní zpracování).....	62
Tabulka 7 Vícekriteriální analýza nadací a nadačních fondů (zdroj: vlastní zpracování) ..	63
Tabulka 8 Kritéria – Dotační programy (zdroj: vlastní zdroje).....	68
Tabulka 9 Vícekriteriální analýza dotačních programů (zdroj: vlastní zpracování)	68
Tabulka 10 Zdroje financování projektu (zdroj: vlastní zpracování ve spolupráci s doc. Ing. Pavlou Staňkovou, Ph.D.)	72
Tabulka 11 Rozpočet projektu zdroj: vlastní zpracování ve spolupráci s doc. Ing. Pavlou Staňkovou, Ph.D.)	73

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1 Přehled dárců dle jejich právní formy - 2018 (zdroj: vlastní zpracování dle Interní zdroje Alzheimercentra z.ú.)	47
Graf 2 Finanční výše darů dle právní formy poskytovatele– 2018 (zdroj: vlastní zpracování dle Interní zdroje Alzheimercentra z.ú.).....	48
Graf 3 Forma darů – 2019 (zdroj: Interní zdroje Alzheimercentra z.ú.)	49
Graf 4 Přehled dárců dle jejich právní formy – 2019 (zdroj: vlastní zpracování dle Interní zdroje Alzheimercentra z.ú.)	49
Graf 5 Finanční výše darů dle právní formy poskytovatele– 2019 (zdroj: vlastní zpracování dle Interní zdroje Alzheimercentra z.ú.).....	50
Graf 6 Forma darů - 2020 (zdroj: vlastní zpracování dle Interní zdroje Alzheimercentra z.ú.).....	51
Graf 7 Přehled dárců dle jejich právní formy - 2020 (zdroj: vlastní zpracování dle Interní zdroje Alzheimercentra z.ú.)	51
Graf 8 Finanční výše darů dle právní formy poskytovatele– 2020 (zdroj: vlastní zpracování dle Interní zdroje Alzheimercentra z.ú.).....	52
Graf 9 Počet dárců v letech 2018-2020 (zdroj: Interní zdroje Alzheimercentra z.ú.).....	53
Graf 10 Finanční dary/dotace v letech 2018-2020 (zdroj: Interní zdroje Alzheimercentra z.ú.).....	54
Graf 11 Celková výše darů v letech 2018-2020 (zdroj: Interní zdroje Alzheimercentra z.ú.)	55
Graf 12 Přehled dárců dle jejich právní formy - 2021 (zdroj: vlastní zpracování dle Interní zdroje Alzheimercentra z.ú.)	56
Graf 13 Finanční výše darů dle právní formy poskytovatele– 2021 (zdroj: vlastní zpracování dle Interní zdroje Alzheimercentra z.ú.)	57

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P I: Přehled poskytovatelů – Nadace a nadační fondy

Příloha P II: Přehled poskytovatelů – Ministerstva ČR

Příloha P III: Vícekriteriální analýza – Nadace a nadační fondy

Příloha P IV: Vícekriteriální analýza – Ministerstva ČR

PŘÍLOHA P I: PŘEHLED POSKYTOVATELŮ – NADACE A NADAČNÍ FONDY

Název poskytovatele	AGEL Nadace
Název projektu	
Oblast podpory	humanitárních aktivit v návaznosti na sféru
Podmínky realizace	Povinné přílohy v žádosti: 1) popis pomůcky s fotografií nebo s vyobrazením, 2) vyjádření pojišťovny, zda poskytuje příspěvek na Vámi žádanou věc či nikoliv, 3) informace o Vašem zařízení (popřípadě výroční zpráva), 4) kalkulace či proforma faktura od dodavatele pomůcky, služby, léčby
Finanční omezení	Neuvedeno
Spolufinancování	Není
Termín podání žádosti	Celoročně
Termín realizace	Do 180 dní od poskytnutí nadačního příspěvku

Název poskytovatele	AGROFERT Nadace
Název projektu	
Oblast podpory	Podpora dětí a mládeže, podpora znevýhodněných a hendikepovaných spoluobčanů, podpora zdraví a péče o ně, podpora rozvoje regionů
Podmínky realizace	Může se podat více žádost najednou a může být uděleno více nadačních příspěvků pro jednoho žadatele. Nadace může průběžně kontrolovat použití nadačního příspěvku. Je zde povinnost doložit závěrečnou zprávu do 1 měsíce od ukončení projektu. Možnost vyžádání provedení auditu.
Finanční omezení	Neuvedeno
Spolufinancování	Příspěvkové a rozpočtové organizace: min. 50% fin. prostředků
Termín podání žádosti	Celoročně
Termín realizace	Max. 12 měsíců

Název poskytovatele	Alzheimer nadační fond
Název projektu	
Oblast podpory	podpora výzkumu Alzheimerovy choroby a dalších onemocnění spojených s kognitivním deficitem nebo onemocnění neurodegenerativní povahy a cévních onemocnění mozku, dále za účelem zlepšení kvality péče o pacienty, rozšiřování rámce poskytované péče a zlepšování podmínek, za kterých je poskytována

Podmínky realizace	Provádění průběžné kontroly. Dodání závěrečné zprávy nejdéle do 30 dnů od ukončení projektu.
Finanční omezení	Neomezeno, v roce 2019 bylo rozděleno 3,3 mil. Kč
Spolufinancování	Není
Termín podání žádosti	Zatím nebylo vypsáno
Termín realizace	Max. 12 měsíců. Termín realizace je možné posunout v rozumné míře s přihlédnutím k povaze projektu na základě rozhodnutí správní rady.

Název poskytovatele	ČEZ Nadace
Název projektu	Neziskovky pro rok 2021
Oblast podpory	Rozvoj a profesionalizaci neziskových organizací, které poskytují služby přímé péče v sociální oblasti, uvedené v § 34 zákona č. 108/2006 Sb., o sociálních službách, zejména služby sociální péče, prevence a poradenství.
Podmínky realizace	Zpracování a doložení závěrečné zprávy ve stanoveném termínu
Finanční omezení	Max. 200 000,- Kč
Spolufinancování	Není
Termín podání žádosti	Do 26. března 2021
Termín realizace	365 dní po podání žádosti

Název poskytovatele	ČEZ Nadace
Název projektu	Grantové řízení podpora regionů
Oblast podpory	podpora dětí a mládeže, zdravotnictví, sociální péče osob s handicapem, vědy, vzdělání, kultury, sportu či životního prostředí.
Podmínky realizace	Zpracování a doložení závěrečné zprávy (popř. zprávy auditora) ve stanoveném termínu Povinnost auditu u projektů se schválenou částkou nad 250.000,- Kč
Finanční omezení	Není stanoveno (neomezeno)
Spolufinancování	Není
Termín podání žádosti	Celoročně
Termín realizace	365 dní po podání žádosti

Název poskytovatele	DATART
Název projektu	DATART pro lidi
Oblast podpory	Sociální oblast, environmentální oblast a udržitelnost, vzdělání, věda a výzkum
Podmínky realizace	Sepsání zprávy o přínosu daru a poskytnutí fotografií realizace
Finanční omezení	Neomezeno
Spolufinancování	Není
Termín podání žádosti	Uzávěrka žádostí je vždy 10. května a 10. listopadu
Termín realizace	Do 3 měsíců od podpisu smlouvy

Název poskytovatele	KRÁSA POMOCI Nadace
Název projektu	Důstojné Stárnutí
Oblast podpory	Terénní sociální služby, které napomáhají soběstačnosti seniorů a jejich kvalitnímu životu doma. Inovativní projekty, které doplňují registrované sociální služby jako trénování paměti, cvičení v domácím prostředí, služby fyzioterapeuta, zapůjčování kompenzačních pomůcek a další.
Podmínky realizace	Po skončení projektu mají podpořené projekty povinnost poslat závěrečnou zprávu.
Finanční omezení	Není omezeno, ale standardně se mezi všechny vybrané projekty rozdělí 0,5 až 1 mil. Kč
Spolufinancování	Není
Termín podání žádosti	Výzva bude vyhlášena v létě 2021
Termín realizace	Max. 12 měsíců

Název poskytovatele	KRÁSA POMOCI Nadace
Název projektu	Spokojené Stáří
Oblast podpory	Projekty, které ví, že stáří není nuda a nemoc. Programy, které vzbudí v seniorech zvědavost, otevrou jim nové obzory, pomohou najít nový životní styl. Volnočasové, vzdělávací aktivity či dobrovolnické programy, které propojují mezigenerační setkávání.
Podmínky realizace	Po skončení projektu mají podpořené projekty povinnost poslat závěrečnou zprávu.
Finanční omezení	Není omezeno, ale standardně se mezi všechny vybrané projekty rozdělí 0,5 až 1 mil. Kč
Spolufinancování	Není
Termín podání žádosti	Výzva bude vyhlášena v létě 2021
Termín realizace	Max. 12 měsíců

Název poskytovatele	KRÁSA POMOCI Nadace
Název projektu	Péče v kruhu blízkých
Oblast podpory	Vzdělávací projekty, které zvýší kompetence laických pečujících
Podmínky realizace	Po skončení projektu mají podpořené projekty povinnost poslat závěrečnou zprávu.
Finanční omezení	Není omezeno, ale standardně se mezi všechny vybrané projekty rozdělí 0,5 až 1 mil. Kč
Spolufinancování	Není
Termín podání žádosti	Výzva bude vyhlášena v létě 2021
Termín realizace	Max. 12 měsíců

Název poskytovatele	KRÁSA POMOCI Nadace
Název projektu	Stáří Vnímání S Úctou A Respektem
Oblast podpory	Osvětové kampaně, které zlepší vnímání seniorů ve společnosti, odstraní stereotypy a zdůrazní jejich zkušenosti. Programům, které umožňují aktivní zapojení seniorů do veřejného života. Předání svých profesních či životních zkušenostech a aktivně trávit čas.
Podmínky realizace	Po skončení projektu mají podpořené projekty povinnost poslat závěrečnou zprávu.
Finanční omezení	Není omezeno, ale standardně se mezi všechny vybrané projekty rozdělí 0,5 až 1 mil. Kč
Spolufinancování	Není
Termín podání žádosti	Výzva bude vyhlášena v létě 2021
Termín realizace	Max. 12 měsíců

Název poskytovatele	Senior Park nadační fond
Název projektu	Senior Park pomáhá
Oblast podpory	Podpora důstojného bydlení pro seniory a zvyšování kvality života seniorů, zmírňování negativních ekonomických a sociálních dopadů na životní úroveň seniorů v důsledku věku a změny sociálních rolí, podpora seniorů - v přístup k sociálním, zdravotnickým a pečovatelským službám, poskytování finanční podpory sociálně či zdravotně znevýhodněným seniorům za účelem zlepšení dostupnosti důstojného bydlení a čerpání sociálních zdravotnických a pečovatelských služeb, podpora kulturních, vzdělávacích a sportovních akcí pořádaných zejména pro seniory a za účelem zvýšení kvality života seniorů.
Podmínky realizace	Nadační fond je oprávněn provádět průběžnou kontrolu použití nadačního příspěvku.
Finanční omezení	Neuvedeno
Spolufinancování	Není
Termín podání žádosti	Dva termíny podání žádostí: 1) do 30.6. 2) do 31.12.
Termín realizace	Neuvedeno

Název poskytovatele	Skils Nadační fond
Název projektu	
Oblast podpory	Podpora lidí, kteří jsou ve společnosti znevýhodněni pro svůj zdravotní a/nebo sociální stav a/nebo etnický původ, rozvoj vzdělanosti a podpoře talentovaných mladých lidí, podpora tělesného rozvoje a sportovního vyžití, podpora rozvoje zdravotnických zařízení, zejména jejich materiální vybavenosti, podpora umění, zlepšování kvality životního prostředí a podpoře ekologických projektů a podpoře obecně prospěšných a potřebných aktivit
Podmínky realizace	Neuvedeno
Finanční omezení	Neuvedeno, ale příspěvky z minulých let se pohybují v rozmezí 6-60 tis. Kč
Spolufinancování	Není
Termín podání žádosti	Celoročně
Termín realizace	Neuvedeno

Název poskytovatele	SUBVENTI Nadační fond
Název projektu	
Oblast podpory	Podpora rozvoje zdravotnických zařízení a dalších institucí a subjektů ve sféře zdravotnické a péče o zdraví obyvatelstva
Podmínky realizace	Neuvedeno
Finanční omezení	Není stanoveno (neomezeno)
Spolufinancování	Není
Termín podání žádosti	Neuvedeno
Termín realizace	Neuvedeno

Název poskytovatele	TESCO
Název projektu	TESCO Pomáháme
Oblast podpory	Sociální a humanitární, vzdělávání, kulturní, zdravotní, ochrany lidských práv, ochrany životního prostředí, péče o ohrožené a znevýhodněné děti a mládež. Příjemce podpory v programu je tedy výlučně člověk.
Podmínky realizace	Do 1 měsíce od realizace projektu je potřeba prokázat a vyúčtovat využití nadačního příspěvku.
Finanční omezení	Max. 30.000, - Kč (1. místo), 2. místo 16.000, - Kč, 3. místo 10.000, - Kč
Spolufinancování	Není
Termín podání žádosti	Pro rok 2021 zatím bylo vyhlášeno.
Termín realizace	V minulých letech bylo do potřeba využít během šesti měsíců.

Název poskytovatele	Výbor dobré vůle – Nadace Olgy Havlové
Název projektu	Senior
Oblast podpory	Vzdělávání zaměstnanců zařízení pečujících o seniory, terénní zdravotní a sociální služby se zaměřením na seniory, vybavení charitních domů, domovů seniorů aj., zejména jsou-li jejich zřizovateli nestátní neziskové organizace, pořízení zdravotních pomůcek pro ošetrovatelskou službu
Podmínky realizace	Vyplnění a odevzdání zprávy přes systém Grantys
Finanční omezení	Max. 100 000,- Kč
Spolufinancování	Není
Termín podání žádosti	Celoročně, uzávěrka žádostí 28.2.2021
Termín realizace	Neuvedeno

Název poskytovatele	ZDRAVÍ PRO MORAVU Nadace
Název projektu	
Oblast podpory	Cílem projektu je zajistit finanční podporu organizace pomáhající zlepšování zdraví každého jednotlivce
Podmínky realizace	Nadace provádí kontrolní návštěvy a provádí zápis, který je součástí hodnocení projektu.
Finanční omezení	Neuvedeno, ale příspěvky z minulých let se pohybují v rozmezí 15-30 tis. Kč
Spolufinancování	Není
Termín podání žádosti	Ročně dvě kola: 1. kolo – uzávěrka do 31.3., 2. kolo – uzávěrka 31.8.
Termín realizace	Není uvedeno, ale je zde možnost víceletých projektů

PŘÍLOHA P II: PŘEHLED POSKYTOVATELŮ – MINISTERSTVA ČR

Název poskytovatele	Ministerstvo zdravotnictví ČR
Název projektu	Podpora zdraví, zvyšování efektivity a kvality zdravotní péče pro rok 2021
Oblast podpory	Prevence kriminality, zvyšování zdravotní gramotnosti, zlepšení kvality života lidí s psychiatrickým onemocněním, zlepšení kvality života lidí s neurodegenerativním onemocněním, národní akční plán pro vzácná onemocnění, podpora advokační činnosti pro osoby se zdravotním postižením a chronickým či jiným vážným onemocněním
Podmínky realizace	Území ČR
Finanční omezení	Není omezeno
Spolufinancování	min. 30 % celkových nákladů
Termín podání žádosti	od 12. října do 12. listopadu 2020
Termín realizace	Neuvedeno

Název poskytovatele	Ministerstvo práce a sociálních věcí ČR
Název projektu	Rozvoj a obnova materiálně technické základny sociálních služeb 2016-2022- Pořízení prostředků asistivních a asistenčních technologií pro poskytovatele služeb sociální péče.
Oblast podpory	Tísňová péče se využívá především v péči o osoby se sníženou soběstačností z důvodu věku, chronického onemocnění nebo zdravotního postižení.
Podmínky realizace	Území ČR
Finanční omezení	Maximální výše dotace 2 000 000 Kč, která tvoří max. 75 % způsobilých výdajů, minimální výše způsobilých výdajů: 200 000 Kč
Spolufinancování	min. 25 % uznatelných výdajů
Termín podání žádosti	do 18. 04. 2021
Termín realizace	do 31. 12. 2022

Název poskytovatele	Ministerstvo práce a sociálních věcí ČR
Název projektu	Rozvoj a obnova materiálně technické základny sociálních služeb 2016-2022- Pořízení automobilů pro poskytovatele sociálních služeb.
Oblast podpory	Podpora je určena pro poskytovatele terénních služeb, případně terénních služeb v kombinaci s ambulantní službou. V rámci výzvy bude možné pořízení automobilu bez dalších úprav, a to za účelem dopravy zas klientem a případně i za účelem převozu klienta. V rámci výzvy je také možné pořídit vozidlo s úpravou pro převoz osob se sníženou schopností pohybu, např. instalací nájezdové rampy, systému uchycení invalidního vozíku.
Podmínky realizace	Území ČR
Finanční omezení	Maximální výše dotace pro pořízení automobilu bez dalších úprav je 600 000 Kč, a tvoří max. 75 % způsobilých výdajů, Maximální výše dotace pro pořízení automobilu s úpravou pro převoz osob s omezenou schopností pohybu je 1 000 000 Kč, a tvoří max. 75 % způsobilých výdajů
Spolufinancování	min. 25 % uznatelných výdajů
Termín podání žádosti	do 11. 04. 2021
Termín realizace	do 31. 12. 2022

Název poskytovatele	Ministerstvo práce a sociálních věcí ČR
Název projektu	Rozvoj a obnova materiálně technické základny sociálních služeb 2016-2022- Podpora mobility.
Oblast podpory	Podpora je určena pro zařízení sociálních služeb pobytového, ambulantního a terénního charakteru. Zahrnuje: zpřístupnění budov odstraněním bariér vstupů do budov, včetně úprav vstupních otvorů, vytváření podmínek v budovách i vně umožňující horizontální i vertikální bezbariérový pohyb zdravotně postižených osob prostřednictvím stavebních úprav, instalací výtahů, plošin, nájezdových ramp, které usnadňují překonávání výškových rozdílů, realizace bezbariérových úprav hygienického zázemí
Podmínky realizace	Území ČR
Finanční omezení	Maximální výše dotace 3 000 000 Kč, která tvoří max. 75 % způsobilých výdajů., Minimální výše způsobilých výdajů: 250 000 Kč.
Spolufinancování	min. 25 % uznatelných výdajů
Termín podání žádosti	do 04. 04. 2021
Termín realizace	do 31. 12. 2022

Název poskytovatele	Ministerstvo práce a sociálních věcí ČR
Název projektu	Rozvoj a obnova materiálně technické základny sociálních služeb 2016-2022- Zvyšování pobytových zařízení sociálních služeb.
Oblast podpory	Podpora je určena pro zařízení sociálních služeb poskytující sociální péči v zařízeních sociálních služeb typu domov pro seniory, domov pro osoby se zdravotním postižením, domov se zvláštním režimem, chráněné bydlení, týdenní stacionář a odlehčovací služby poskytované pobytovou formou.
Podmínky realizace	Území ČR
Finanční omezení	Maximální výše dotace 60 000 000 Kč, která tvoří max. 75 % způsobilých výdajů. Minimální výše způsobilých výdajů: 3 000 000 Kč. Max. 75% uznatelných výdajů uvedených v bilanci potřeb a zdrojů řídicího dokumentu tvoří účast státního rozpočtu na financování akce.
Spolufinancování	min. 25 % uznatelných výdajů
Termín podání žádosti	od 6.5.2021 do 7.7. 2021
Termín realizace	do 30. 11. 2024

Název poskytovatele	Ministerstvo práce a sociálních věcí ČR
Název projektu	Rozvoj a obnova materiálně technické základny sociálních služeb 2016-2022. - Zkvalitnění stávajících pobytových zařízení sociálních služeb, vedoucí zejména k naplnění materiálně technických standardů sociálních služeb
Oblast podpory	Podpora je určena pro výstavbu a rekonstrukci budov pobytových sociálních služeb registrovaných kapacit sociálních služeb.
Podmínky realizace	Území ČR
Finanční omezení	Maximální výše dotace 60 000 000 Kč, která tvoří max. 75 % způsobilých výdajů. Minimální výše způsobilých výdajů: 3 000 000 Kč. Max. 75 % uznatelných výdajů uvedených v bilanci potřeb a zdrojů řídicího dokumentu tvoří účast státního rozpočtu na financování akce. Min. 25 % uznatelných výdajů uvedených v bilanci potřeb a zdrojů řídicího dokumentu hradí účastník programu z vlastních zdrojů.
Spolufinancování	min. 25 % uznatelných výdajů
Termín podání žádosti	od 6.5.2021 do 7.7. 2021
Termín realizace	do 30. 11. 2024

Název poskytovatele	Ministerstvo práce a sociálních věcí ČR
Název projektu	Rozvoj a obnova materiálně technické základny sociálních služeb 2016-2022 - Rozšíření zázemí poskytovatelů terénních sociálních služeb v souvislosti s navýšením kapacity terénních a ambulantních sociálních služeb péče a prevence
Oblast podpory	Podpora je určena pro zařízení sociálních služeb a pro poskytovatele odlehčovacích služeb poskytujících sociální služby formou terénní. Poskytovatel sociálních služeb musí v důsledku rozšíření zázemí navýšit kapacitu o alespoň 5 klientů.
Podmínky realizace	Území ČR. V důsledku rozšíření zázemí je potřeba navýšit kapacitu alespoň o 5 klientů.
Finanční omezení	Maximální výše dotace: 3 000 000 Kč (tato částka tvoří maximálně 75 % způsobilých výdajů akce uvedených v bilanci potřeb a zdrojů řídicího dokumentu). Minimální výše způsobilých výdajů: 250 000 Kč, účast státního rozpočtu na financování akce bude dosahovat max. 75 % uznatelných výdajů uvedených v bilanci potřeb a zdrojů řídicího dokumentu. Účastník programu z vlastních zdrojů uhradí min. 25 % uznatelných výdajů uvedených v bilanci potřeb a zdrojů řídicího dokumentu
Spolufinancování	min. 25 % uznatelných výdajů
Termín podání žádosti	od 1.3 2021. do 4.4. 2021
Termín realizace	do 31. 12. 2022

**PŘÍLOHA P III: VÍCEKRITERIÁLNÍ ANALÝZA – NADACE A
NADAČNÍ FONDY**

Výše daru	
1	Neuvedeno
2	Do 30 000 Kč
3	Do 100 000 Kč
4	Nad 200 000 Kč
5	Neomezené
Termín realizace	
1	Neuvedeno
2	Do 3 měsíců
3	Do 6 měsíců
4	Do 12 měsíců
5	Více než 12 měsíců
Termín podání žádosti	
1	Jednou ročně
2	Alespoň 2 termíny pro podání ročně
3	Celoročně
Zpracování a přehlednost webových stran	
1	Velmi nepřehledné
2	Nepřehledné
3	Přehledné
4	Velmi přehledné
Spolufinancování	
1	Více než 75 %
2	50 % a více
3	Více než 25 %
4	Do 25%
5	Žádné

Kritéria	Váha kritéria		Nadace AGEL
Výše daru	30 %	Reakce	1
		Skóre	0,3
Termín realizace	20 %	Reakce	3
		Skóre	0,6
Termín podání žádosti	30 %	Reakce	3
		Skóre	0,9
Zpracování a přehlednost webových stran	10 %	Reakce	3
		Skóre	0,3
Spolufinancování	10 %	Reakce	5
		Skóre	0,5
Celkové hodnocení			2,6
Pořadí			8.-10

Kritéria	Váha kritéria		Nadace AGROFERT
Výše daru	30 %	Reakce	1
		Skóre	0,3
Termín realizace	20 %	Reakce	4
		Skóre	0,8
Termín podání žádosti	30 %	Reakce	3
		Skóre	0,9
Zpracování a přehlednost webových stran	10 %	Reakce	4
		Skóre	0,4
Spolufinancování	10 %	Reakce	2
		Skóre	0,2
Celkové hodnocení			2,6
Pořadí			8.-10.

Kritéria	Váha kritéria		Alzheimer nadační fond
Výše daru	30 %	Reakce	5
		Skóre	1,5
Termín realizace	20 %	Reakce	4
		Skóre	0,8
Termín podání žádosti	30 %	Reakce	1
		Skóre	0,3
Zpracování a přehlednost webových stran	10 %	Reakce	2
		Skóre	0,2
Spolufinancování	10 %	Reakce	5
		Skóre	0,5
Celkové hodnocení			3,3
Pořadí			2.-4.

Kritéria	Váha kritéria		Nadace ČEZ
Výše daru	30 %	Reakce	4
		Skóre	1,2
Termín realizace	20 %	Reakce	4
		Skóre	0,8
Termín podání žádosti	30 %	Reakce	1
		Skóre	0,3
Zpracování a přehlednost webových stran	10 %	Reakce	5
		Skóre	0,5
Spolufinancování	10 %	Reakce	5
		Skóre	0,5
Celkové hodnocení			3,3
Pořadí			2.-4.

Kritéria	Váha kritéria		DATART pro lidi
Výše daru	30%	Reakce	5
		Skóre	1,5
Termín realizace	20%	Reakce	2
		Skóre	0,4
Termín podání žádosti	30%	Reakce	2
		Skóre	0,6
Zpracování a přehlednost webových stran	10%	Reakce	3
		Skóre	0,3
Spolufinancování	10%	Reakce	5
		Skóre	0,5
Celkové hodnocení			3,3
Pořadí			2.-4.

Kritéria	Váha kritéria		Nadace KRÁSA POMOC
Výše daru	30 %	Reakce	5
		Skóre	1,5
Termín realizace	20 %	Reakce	4
		Skóre	0,8
Termín podání žádosti	30 %	Reakce	1
		Skóre	0,3
Zpracování a přehlednost webových stran	10 %	Reakce	3
		Skóre	0,3
Spolufinancování	10 %	Reakce	5
		Skóre	0,5
Celkové hodnocení			3,4
Pořadí			1.

Kritéria	Váha kritéria		NF Senior Park pomáhá
Výše daru	30 %	Reakce	1
		Skóre	0,3
Termín realizace	20 %	Reakce	1
		Skóre	0,2
Termín podání žádosti	30 %	Reakce	2
		Skóre	0,6
Zpracování a přehlednost webových stran	10 %	Reakce	4
		Skóre	0,4
Spolufinancování	10 %	Reakce	5
		Skóre	0,5
Celkové hodnocení			2
Pořadí			12.

Kritéria	Váha kritéria		Skils Nadační fond
Výše daru	30 %	Reakce	3
		Skóre	0,9
Termín realizace	20 %	Reakce	1
		Skóre	0,2
Termín podání žádosti	30 %	Reakce	3
		Skóre	0,9
Zpracování a přehlednost webových stran	10 %	Reakce	3
		Skóre	0,3
Spolufinancování	10 %	Reakce	5
		Skóre	0,5
Celkové hodnocení			2,8
Pořadí			7.

Kritéria	Váha kritéria		SUBVENTI nadační fond
Výše daru	30 %	Reakce	5
		Skóre	1,5
Termín realizace	20 %	Reakce	1
		Skóre	0,2
Termín podání žádosti	30 %	Reakce	1
		Skóre	0,3
Zpracování a přehlednost webových stran	10 %	Reakce	1
		Skóre	0,1
Spolufinancování	10 %	Reakce	5
		Skóre	0,5
Celkové hodnocení			2,6
Pořadí			8.-10.

Kritéria	Váha kritéria	TESCO pomáháme	
Výše daru	30 %	Reakce	2
		Skóre	0,6
Termín realizace	20 %	Reakce	3
		Skóre	0,6
Termín podání žádosti	30 %	Reakce	1,3
		Skóre	0,4
Zpracování a přehlednost webových stran	10 %	Reakce	4
		Skóre	0,4
Spolufinancování	10 %	Reakce	5
		Skóre	0,5
Celkové hodnocení		2,4	
Pořadí		11.	

Kritéria	Váha kritéria	VDV – N. Olgy Havlové	
Výše daru	30 %	Reakce	3
		Skóre	0,9
Termín realizace	20 %	Reakce	1
		Skóre	0,2
Termín podání žádosti	30 %	Reakce	3
		Skóre	0,9
Zpracování a přehlednost webových stran	10 %	Reakce	5
		Skóre	0,5
Spolufinancování	10 %	Reakce	5
		Skóre	0,5
Celkové hodnocení		3	
Pořadí		5.	

Kritéria	Váha kritéria	N. Zdraví pro Moravu	
Výše daru	30 %	Reakce	2
		Skóre	0,6
Termín realizace	20 %	Reakce	5
		Skóre	1
Termín podání žádosti	30 %	Reakce	2
		Skóre	0,6
Zpracování a přehlednost webových stran	10 %	Reakce	2
		Skóre	0,2
Spolufinancování	10 %	Reakce	5
		Skóre	0,5
Celkové hodnocení		2,9	
Pořadí		6.	

**PŘÍLOHA P IV: VÍCEKRITERIÁLNÍ ANALÝZA – MINISTERSTVA
ČR**

Výše dotace	
1	Neuvedeno
2	do 1 mil. Kč
3	do 10 mil. Kč
4	nad 10 mil. Kč
5	Neomezené
Zpracování a přehlednost webových stran	
1	Velmi nepřehledné
2	Nepřehledné
3	Přehledné
4	Velmi přehledné
Spolufinancování	
1	více než 75 %
2	50 % a více
3	více než 26 %
4	do 25%
5	Žádné
Doba přijímání žádostí	
1	0-31 dní
2	32-46 dní
3	47-62 dní
4	63-94 dní
5	95 a více dní
Náročnost podporovaných aktivit	
1	Velmi náročné
2	Náročné
3	Těžké
4	Lehké
5	Nenáročné

Kritéria	Váha kritéria		Ministerstvo zdravotnictví ČR
			Podpora zdraví, zvyšování efektivity a kvality zdravotní péče pro rok 2021
Výše dotace	25 %	Reakce	5
		Skóre	1,25
Náročnost podporovaných aktivit	10 %	Reakce	4
		Skóre	0,4
Doba přijímání žádostí	15 %	Reakce	1
		Skóre	0,15
Zpracování a přehlednost webových stran	20 %	Reakce	3
		Skóre	0,6
Spolufinancování	30 %	Reakce	3
		Skóre	0,9
Celkem			3,3
Pořadí			1. - 2.

Kritéria	Váha kritéria		Ministerstvo práce a soc. věcí ČR
			Cíl 1 -Zvyšování pobytových zařízení sociálních služeb.
Výše dotace	25 %	Reakce	4
		Skóre	1
Náročnost podporovaných aktivit	10 %	Reakce	1
		Skóre	0,1
Doba přijímání žádostí	15 %	Reakce	3
		Skóre	0,45
Zpracování a přehlednost webových stran	20 %	Reakce	2
		Skóre	0,4
Spolufinancování	30 %	Reakce	4
		Skóre	1,2
Celkem			3,15
Pořadí			3.-4.

Kritéria	Váha kritéria		Ministerstvo práce a soc. věcí ČR
			Cíl 2 - Zkvalitnění stávajících pobytových zařízení sociálních služeb ...
Výše dotace	25 %	Reakce	4
		Skóre	1
Náročnost podporovaných aktivit	10 %	Reakce	1
		Skóre	0,1
Doba přijímání žádostí	15 %	Reakce	3
		Skóre	0,45
Zpracování a přehlednost webových stran	20 %	Reakce	2
		Skóre	0,4
Spolufinancování	30 %	Reakce	4
		Skóre	1,2
Celkem			3,15
Pořadí			3.-4.

Kritéria	Váha kritéria		Ministerstvo práce a soc. věcí ČR
			Cíl 3 -Rozšíření zázemí poskytovatelů terénních sociálních služeb ...
Výše dotace	25 %	Reakce	3
		Skóre	0,75
Náročnost podporovaných aktivit	10 %	Reakce	2
		Skóre	0,2
Doba přijímání žádostí	15 %	Reakce	2
		Skóre	0,3
Zpracování a přehlednost webových stran	20 %	Reakce	2
		Skóre	0,4
Spolufinancování	30 %	Reakce	4
		Skóre	1,2
Celkem			2,85
Pořadí			5.

Kritéria	Váha kritéria		Ministerstvo práce a soc. věcí ČR
			Cíl 4 - Podpora mobility
Výše dotace	25 %	Reakce	3
		Skóre	0,75
Náročnost podporovaných aktivit	10 %	Reakce	3
		Skóre	0,3
Doba přijímání žádostí	15 %	Reakce	1
		Skóre	0,15
Zpracování a přehlednost webových stran	20 %	Reakce	2
		Skóre	0,4
Spolufinancování	30 %	Reakce	4
		Skóre	1,2
Celkem			2,8
Pořadí			6.

Kritéria	Váha kritéria		Ministerstvo práce a soc. věcí ČR
			Cíl 5 - Pořízení automobilu pro poskytovatele sociálních služeb
Výše dotace	25 %	Reakce	1
		Skóre	0,25
Náročnost podporovaných aktivit	10 %	Reakce	5
		Skóre	0,5
Doba přijímání žádostí	15 %	Reakce	1
		Skóre	0,15
Zpracování a přehlednost webových stran	20 %	Reakce	2
		Skóre	0,4
Spolufinancování	30 %	Reakce	4
		Skóre	1,2
Celkem			2,5
Pořadí			7.

Kritéria	Váha kritéria		Ministerstvo práce a soc. věcí ČR
			Cíl 6 - Pořízení prostředků asistivních a asistenčních technologií pro poskytovatele služeb sociální péče
Výše dotace	25 %	Reakce	3
		Skóre	0,75
Náročnost podporovaných aktivit	10 %	Reakce	5
		Skóre	0,5
Doba přijímání žádostí	15 %	Reakce	3
		Skóre	0,45
Zpracování a přehlednost webových stran	20 %	Reakce	2
		Skóre	0,4
Spolufinancování	30 %	Reakce	4
		Skóre	1,2
Celkem			3,3
Pořadí			1.-2.