

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA EKONOMICKÁ

Bakalářská práce

Využití fundraisingu neziskové organizace

Use of fundraising in a nonprofit organization

Marlen Kučerová

Plzeň 2022

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

„Využití fundraisingu neziskové organizace“

vypracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucí bakalářské práce za použití pramenů uvedených v příložené bibliografii.

Plzeň dne 24. 4. 2022

v. r. Marlen Kučerová

Poděkování

Tímto bych chtěla poděkovat vedoucí své bakalářské práce, Ing. Ditě Hommerové, Ph.D., MBA, za odborné vedení, cenné rady a připomínky při zpracování mé bakalářské práce. Také bych ráda poděkovala organizaci Blízký souseď, z. s. za trpělivost, za poskytnuté informace a spolupráci. Dále děkuji své rodině a přátelům, kteří mne podporovali po celou dobu studia.

Obsah

Úvod.....	9
1 Neziskové organizace	11
1.1 Státní (vládní) neziskové organizace	14
1.2 Nestátní (nevládní) neziskové organizace	15
1.2.1 Spolky.....	15
1.2.2 Fundace	15
1.2.3 Ústavy.....	16
1.2.4 Politické strany a politická hnutí.....	16
1.2.5 Zájmová sdružení právnických osob.....	16
1.3 Zdroje financování.....	17
1.4 Účetnictví neziskových organizací	18
1.5 Daňové aspekty darování.....	19
1.6 Komunikace v nestátní neziskové organizaci.....	20
1.6.1 Neverbální a verbální komunikace.....	20
1.6.2 Zásady efektivní komunikace.....	21
2 Fundraising	22
2.1 Historie fundraisingu	22
2.2 Zásady fundraisingu	23
2.2.1 Zásada poděkování.....	23
2.2.2 Zásada optimismu	23
2.2.3 Zásada začlenění	23
2.2.4 Zásada aktivity	24
2.3 Etický kodex.....	24
2.3.1 Etický kodex nevládní neziskové organizace pro jednání s dárci.....	24

2.3.2	Etický kodex fundraisera.....	25
2.4	Fundraising online	25
2.5	Tipy na úspěšný fundraising.....	27
3	Organizace Blízký soused	30
3.1	Akreditace sociální služby.....	32
3.2	Situační analýzy.....	33
3.2.1	Analýza marketingové komunikace	33
3.2.2	SWOT analýza	34
3.2.3	PEST analýza	41
3.3	Způsoby financování neziskové organizace v předchozích období	43
3.3.1	Analýza nákladů.....	43
3.3.2	Analýza výnosů.....	45
3.3.3	Analýza hospodářských výsledků	47
3.3.4	Fundraiser.....	48
3.3.5	Individuální dárci	49
3.3.6	Sponzoři	49
3.3.7	Dotace a granty.....	51
3.3.8	Vyhodnocení financování organizace	54
3.4	Návrh fundraisingového plánu na následující období	54
3.4.1	Sponzoři	54
3.4.2	Nadace Jistota.....	55
3.4.3	Individuální dárci	55
3.4.4	Dotace a granty.....	55
3.4.5	Online fundraising.....	56
3.4.6	Finanční část fundraisingového plánu.....	58
	Závěr.....	63

Seznam použitých zdrojů.....	65
Seznam tabulek.....	69
Seznam obrázků	70
Seznam příloh	71
Zkratky.....	75

Úvod

V dnešní době existuje mnoho neziskových organizací. Dělí se na vládní a nevládní neziskové organizace. Jsou to společnosti, které nejsou založené za účelem zisku. Naopak podporují veřejně prospěšné aktivity. Mají určité cíle a poslání. I tyto společnosti však potřebují zdroje na svůj provoz. Jsou víceméně závislé na darech, grantech a dotacích. Fundraising, který prostupuje celou práci, zkoumá získávání financí pro neziskové organizace. Zejména této problematice se autor věnuje.

Cílem bakalářské práce je zhodnotit využití fundraisingu ve vybrané neziskové společnosti prostřednictvím vybraných analýz a navrhnout fundraisingový plán.

Vzhledem k tématu je vhodné využít metodu deskripce a určité analýzy. Konkrétně se jedná o SWOT analýzu, PEST analýzu, analýzu marketingové komunikace, analýzu výnosů, analýzu nákladů a analýzu hospodářského výsledku. Aplikován je i osobní rozhovor s vedením spolku Blízký souseď.

První kapitola obsahuje základní úvod do problematiky neziskových organizací jako takových. Autor se zde zmiňuje o mýtech, které jsou ve společnosti rozšířené o neziskových společnostech a o důvěře v neziskové organizace v České republice. Také se v této kapitole nachází členění neziskových společností a jejich základní účetní příklady. Dále následuje podkapitola věnovaná daňovým aspektům darování. Posledním bodem je v první části komunikace v nestátní neziskové organizaci.

Druhá kapitola je zaměřena na výše zmíněný fundraising. Je to stručně řečeno získávání finančních zdrojů. Zmíněna je i historie fundraisingu, která nesahá příliš daleko do minulosti. Poprvé byl tento pojem použit v USA. Pokračují zásady fundraisingu a etické kodexy. Tyto kodexy jsou osobní závazky společností a fundraiserů. Autor píše o online fundraisingu, který se nyní velmi často využívá. Tuto kapitolu zakončují tipy z praxe na úspěšný fundraising.

Třetí a poslední kapitola je částí praktickou. Charakterizuje se zde nevládní nezisková organizace Blízký souseď, která je analyzována v této bakalářské práci. Společnost se věnuje sociálně vyloučeným rodinám v Plzeňském kraji. Největším cílem spolku Blízký souseď je získat akreditaci sociální služby. Následují situační analýzy. Konkrétně analýza marketingové komunikace a SWOT analýza, kde se zjišťují silné a slabé stránky podniku a jeho příležitosti a hrozby. Zkoumá vnitřní i vnější okolí. PEST analýza je uvedena hned po SWOT analýze. Je to analýza vnějšího okolí. Následují rozbory výnosů, nákladů a hospodářských výsledků minulých

období. Autor definuje, kdo je fundraiserem ve společnosti Blízký soused. Následuje výčet a popis finančních zdrojů za minulé období. Zejména sponzory, granty a dotace. Posléze vyhodnocuje financování tohoto konkrétního spolku. Následuje návrh fundraisingového plánu na následující období. Autor hledal vhodné nadace, sponzory, dárce, dotace a granty. Také portály na crowdfunding. To jsou veřejné online sbírky. Poslední částí je inovativní návrh formou online fundraisingu. Konkrétně se jedná o partnerství s influencerem. Následuje finanční plán fundraisingu v realistické, optimistické a pesimistické variantě.

1 Neziskové organizace

Pro pochopení problematiky je důležité si nejprve vymežit termín **organizace** jako takové. Má zastoupení dvou významů:

- Zaprvé se tak nazývá činnost, při které se vykonávají aktivity, vedoucí k efektivní spolupráci například ve firmě, ale i kdekoli jinde. Organizování je každodenní záležitostí, se kterou se lze setkat ve škole, v práci, ale i v zájmových kroužcích.
- Toto slovo se mimo jiné využívá i v ekonomii a v účetnictví. Charakterizuje skupinu lidí se vzájemnými vztahy a cíli, právy a povinnostmi. V tomto významu bude nejčastěji využíváno v této bakalářské práci. (Novotný, 2015)

Existuje mnoho neziskových organizací. Téměř každému se pod tímto pojmem něco vybaví. Někteří mají o organizacích tohoto typu mylné informace a představy. Účelem neziskových společností je, stručně řečeno, pomoc a podpora určitým skupinám. Tyto skupiny se mohou věnovat sportu, dětem, lidem bez domova, zvířatům nebo postiženým lidem. Jejich cíl tedy není tvorba zisku pro akcionáře, jako tomu je u jiných ziskových společností. U ziskových společností je to jeden z nejdůležitějších cílů, tvořit a navyšovat zisk.

Martin Kolafa ve svém článku v idnes.cz zmiňuje 3 nejrozšířenější **mýty** o neziskových organizacích.

1) Ziskovost

Jedním z těchto zavádějících bodů je ziskovost. Nazývají se sice „neziskové“, ale samozřejmě určitý zisk mohou vykazovat. Tento zisk musí být využit k činnostem a věcem, které přispívají ke stanovenému cíli dané neziskové organizace. Každá organizace potřebuje na svůj chod určité finanční prostředky. Nelze tento zisk rozdělit například jako dividendy. Tyto organizace mají stanovený svůj společný zájem, či poslání, které se snaží naplnit. (Kolafa, 2014)

2) Organizace charitativního typu

Dalším rozšířeným mýtem je to, že jsou to organizace charitativního typu. Tedy že se starají o staré, postižené, nebo nemohoucí občany, či zvířata. A opravdu tomu tak je. Existuje spousta neziskových organizací, které se věnují těmto jedincům. Jedna z nejznámějších organizací, která se zaměřuje na nemohoucí je například Člověk v tísni. Neziskové organizace se ovšem nedají definovat jako charitativní organizace, pouze do nich tyto organizace spadají. Neziskové organizace jako takové, mají široké spektrum záběru různých

typů činností a zaměření. Patří sem organizace zaměřené na podporu sportu, na ochranu životního prostředí, nebo organizace brojící proti korupci. (Kolafa 2014)

3) Zaměstnanci nepobírají plat

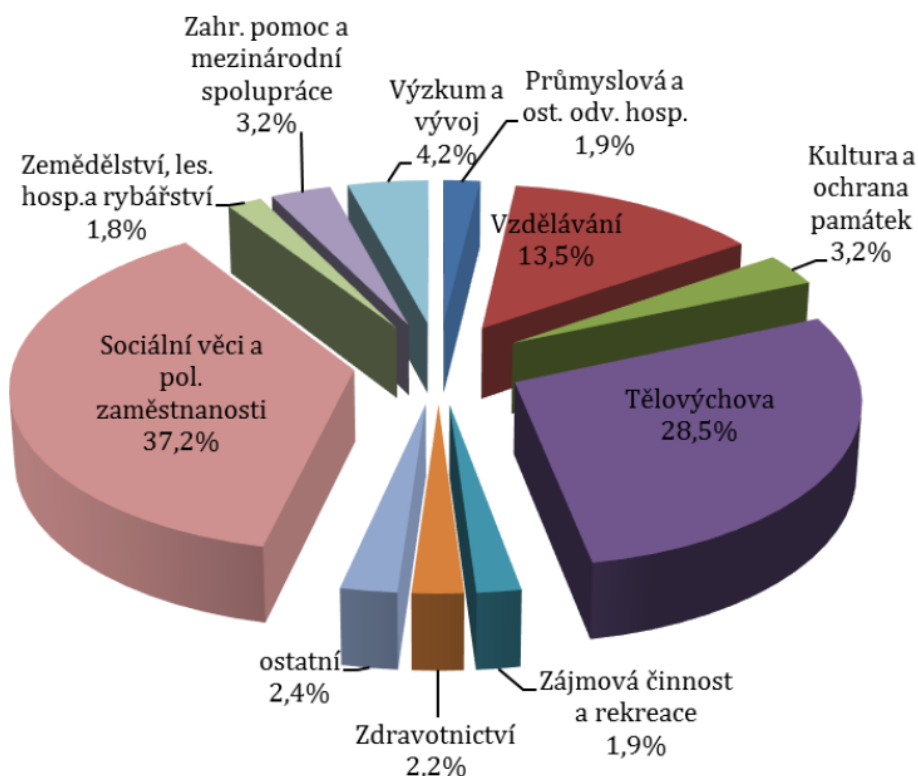
Třetím a zároveň posledním mýtem je skutečnost, že zaměstnanci v neziskovém sektoru nepobírají žádný plat. Výše zmíněný Martin Kolafa studuje problematiku neziskového sektoru. Často slýchává otázky tykající se toho, z čeho bude žít a kde vezme peníze, pokud je neziskový sektor neziskový. Většina zaměstnanců dostává adekvátní plat, dle dané profesní pozice a odpracovaných hodin. (Kolafa, 2014)

Jak již bylo zmíněno u mýtu číslo dvě, neziskové organizace nejsou pouze charitativní organizace, ale je jich celá řada. A proto zde budou uvedeny ty **nejbohatší a nejznámější organizace** v ČR. Robert Břešťan napsal článek zabývající se nejbohatšími neziskovými organizacemi.

Výsledek pro někoho bude jistě překvapující. V roce 2019 byla předána nejvyšší dotace pro neziskovou organizaci ve výši více než půl milionu korun a směřovala **Fotbalové asociaci České republiky**. Následována další neziskovou organizací **CESNET**, zájmové sdružení právnických osob. Dále organizace **Český svaz ledního hokeje z. s.** A mimo jiné i **Horská služba ČR, o. p. s.** získala nemalou dotaci. Hned za ní následovala známá nezisková organizace **Člověk v tísni, o. p. s.** a **Český atletický svaz** a další. Lze si povšimnout, že nepřevažovaly organizace zaměřené na pomoc a podporu nemocných či sociálně vyloučených osob. (Břešťan, 2020)

Na obrázku pod tímto textem jsou zobrazeny výdaje ze státního rozpočtu do různých odvětví. Z tohoto obrázku je přehledně vidět kam přichází nejvíce dotací. Nejvíce stát investuje do sociálních věcí a politiky zaměstnanosti, a to 37,2 %. Na druhém místě s 28,5 % jsou dotace do tělovýchovy následovány výdaji do vzdělání s 13,5 %.

Obr. č. 1: Podíl objemu dotací poskytnutých NNO ze státního rozpočtu v roce 2016 dle podpořeného odvětví (v %)



Zdroj: Vláda ČR, 2018

Neziskovou organizací se nemůže stát jakákoliv libovolná organizace. Tyto organizace by měly dle zákona spadat do určitých kategorií a měly by plnit jednotlivé funkce.

„Ekonomická funkce odkazuje na skutečnost, že neziskový sektor hraje významnou roli v ekonomice vyspělých států, působí jako nabízející výrobků či služeb, též je spotřebitelem, zaměstnavatelem. Sociální funkce neziskového sektoru je spjata s tím, že neziskový sektor poskytuje specifické statky a služby, uspokojuje potřeby společnosti nebo členů svých institucí, zasahuje svou činností do života společnosti. Politická funkce činí neziskový sektor důležitým tím, že jej chrání před porušováním práv, dává občanům možnost ovlivňovat politiku, mít vliv na veřejné mínění.“ (Hejduková, P., Hommerová, D. & Krechovská, M., 2018 s.18)

Do neziskového sektoru tedy náleží organizace zaměřené na vzdělávání, náboženství, organizace charitativního a vědeckého záměru a další.

Pro neziskové společnosti je společnost jako taková a občané důležitým prvkem. Jejich zájem a zapojení jsou vítané. Tyto organizace potřebují pro hladký chod společnosti dobrovolnictví a

dary. Toto je v České republice nelehké téma. Tereza Dornáková ve svém článku seznamuje veřejnost se svým výzkumem o důvěřování neziskovým organizacím.

„V Česku působí více než 140 tisíc nestátních neziskových organizací. Důvěra v takzvané neziskovky je ale nízká. Změnit to chce jejich nová společná kampaň Takoví jsme. Neziskové organizace patří v porovnání s ostatními institucemi k těm, kterým lidé věří nejméně. Podle posledních dat pravidelného výzkumu Centra pro výzkum veřejného mínění důvěřuje neziskovým organizacím pouze 32 procent obyvatel, zatímco téměř 60 procent jim nedůvěřuje. Přes osm procent pak odpovědělo, že „neví“.“ (Dornáková, 2021)

1.1 Státní (vládní) neziskové organizace

Nazývají se státní, vládní, nebo také veřejné neziskové organizace. Tyto organizace budou pouze stručně charakterizovány, nicméně je důležité se o nich také zmínit. Státní neziskové organizace zajišťují veřejné služby pro obyvatelstvo. Jak již bylo výše uvedeno, nejsou založeny za účelem podnikání a získání zisku. Patří sem příspěvkové organizace a organizační složky státu, kraje, či obce.

„**Organizační složky státu** jsou: ministerstva, Ústavní soud, soudy, státní zastupitelství, Nejvyšší kontrolní úřad, Kancelář prezidenta republiky, Úřad vlády České republiky a jiná zařízení. Organizační složka státu není právnickou osobou. Ke zřízení je třeba předchozího souhlasu Ministerstva financí a zaniká uplynutím doby, na kterou byla zřízena anebo opatřením zřizovatele, jímž rozhodl o zrušení organizační složky.“ (Novotný, 2015 s.37)

„**Státní neziskové organizace příspěvkové** jsou zřizovány státem zejména v oblasti kultury (divadla, kina, galerie, muzea apod.) a školství. Protože výdaje jsou zpravidla vyšší než příjmy, plánovaný rozdíl příjmů a výdajů čerpají ze státního rozpočtu ve formě příspěvků na svou činnost. Jsou tedy na státní rozpočet napojeny příspěvkem.“ (Novotný, 2015 s.37)

Nejdůležitějšími **právními předpisy**, které upravují vládní neziskové organizace v České republice, jsou:

- zákon č. 218/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech a o změně souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů;
- zákon č. 250/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech územních rozpočtů, v platném znění. (Hejduková, P., Hommerová, D. & Krechovská, M., 2018 s.26)

1.2 Nestátní (nevládní) neziskové organizace

Právě na tento typ neziskové organizace bude zaměřena tato bakalářská práce. Nestátní neziskové organizace, neboli ve zkratce NNO, mohou být založeny fyzickou i právnickou osobou. **Fyzickou osobou** se rozumí člověk. **Osoba právnická** je právní subjekt utvořený uměle a může se skládat z několika fyzických osob. Právnická osoba je zastupována fyzickými osobami či statutárními orgány. Tyto organizace jsou zapsané ve veřejném rejstříku.

Do kategorie nestátních neziskových organizací patří několik právních forem. Výběr konkrétní formy záleží na cíli a záměru organizace. Do těchto forem náleží zejména spolky, fundace, ústavy, politické strany a politická hnutí, zájmová sdružení právnických osob, nebo třeba církevní právnické osoby.

1.2.1 Spolky

Spolky se využívají ve velké míře. Jsou méně formální než jiné formy. Od roku 2014 cele nahradily občanská sdružení. Spolkem je i nezisková organizace Blízký sused, které bude věnována pozornost v praktické části této bakalářské práce.

„Zapsaný spolek se zakládá primárně za účelem uspokojování a ochrany těch zájmů, k jejichž naplňování je založen, tj. nelze založit spolek za účelem podnikání nebo jiné výdělečné činnosti. Zároveň ale není ani zakázané, aby spolek měl vedlejší hospodářskou činnost, z níž případný zisk věnuje na svůj primární účel, tj. do své hlavní činnosti, pro kterou byl založen.“ (Pačesová, 2021)

Forma spolku je postavena na mírné angažovanosti všech svých členů. To je u tohoto typu neziskové organizace důležité. Předpokládá se, že se lidé stávají členy, protože jsou zainteresovaní do cílů, které má spolek dané. Mají stejný zájem. (Pačesová, 2021)

1.2.2 Fundace

Do fundací patří nadace a fondy. Nově jsou upraveny v novém občanském zákoníku. Je několik rozdílů mezi fondem a nadací. Budou probrány v následujících odstavcích. Nejprve bude zmíněna **nadace**.

„Je zakládána k trvalé službě účelu užitečnému společensky či hospodářsky. Účel nadace může být vymezen jako veřejně prospěšný nebo dobročinný v závislosti na tom, kdo je z prostředků nadace podporován. Nadace může vyvíjet podnikatelskou činnost, avšak obdobně jako u jiných typů neziskových organizací se musí jednat pouze o vedlejší činnost a zisk z vedlejší činnosti

nadace musí použít na podporu a rozvoj svého účelu.“ (Hejduková, P., Hommerová, D. & Krechovská, M., 2018 s.32)

Nadace musí mít jistinu, kapitál, statutární orgán, někdy i orgán kontrolní. Znamou nadací je nadace Dobrý anděl, nebo třeba nadace ČEZ. (Wealth magazín, 2021)

Nadační fond slouží pro charitativní účely. Je velmi podobný nadaci, ale je jednodušší než nadace. Má snadnější administrativu, samotné zakládání i správu. Nadační fond nemá stanovenou spodní hranici jistiny. Protože není dána spodní hranice, majetek může být kompletně utracen. Fond má dočasný charakter. Zaniká v případě dosažení hlavního cíle, nebo pokud není schopen plnit svou prioritní funkci, nebo z důvodu že uplynula předem stanovená doba. (Wealth magazín, 2021)

1.2.3 Ústavy

Natalie Ženatá Pecháčová o ústavu napsalo to, že kombinuje osobní a majetkovou složku. Je zapotřebí vložit vklad, ale bude s ním volně nakládáno. Zásadní rozdíl mezi ústavem a spolkem nebo družstvem je přijímání nových členů. Zatímco u spolku a u družstva se mohou připojovat noví členi kdykoliv, u ústavu tomu tak není. Zakladatelů sice může být více, ale nelze se připojit později jako člen. (Pecháčová, 2020)

„Účelem ústavu je přímo ze zákona provozování veřejně nebo společensky prospěšné činnosti, tj. ústav nefunguje na členském principu, ale na principu poskytování služeb, ať už sociálních, vzdělávacích nebo jiných. Z hlediska podnikání je ústavu přímo ze zákona dovoleno provozovat obchodní závod nebo jinou vedlejší činnost, zároveň to ale nesmí být na újmu veřejně prospěšných službách, které provozuje v rámci své primární/hlavní činnosti.“ (Pačesová, 2021)

1.2.4 Politické strany a politická hnutí

Ministerstvo vnitra České republiky uvádí, že politické strany a politická hnutí slouží výhradně občanům. Zejména k tomu, aby občané mohli být součástí politického života společnosti. Dle právní úpravy není rozdíl mezi politickou stranou a politickým hnutím. (Ministerstvo vnitra České republiky, n.d.)

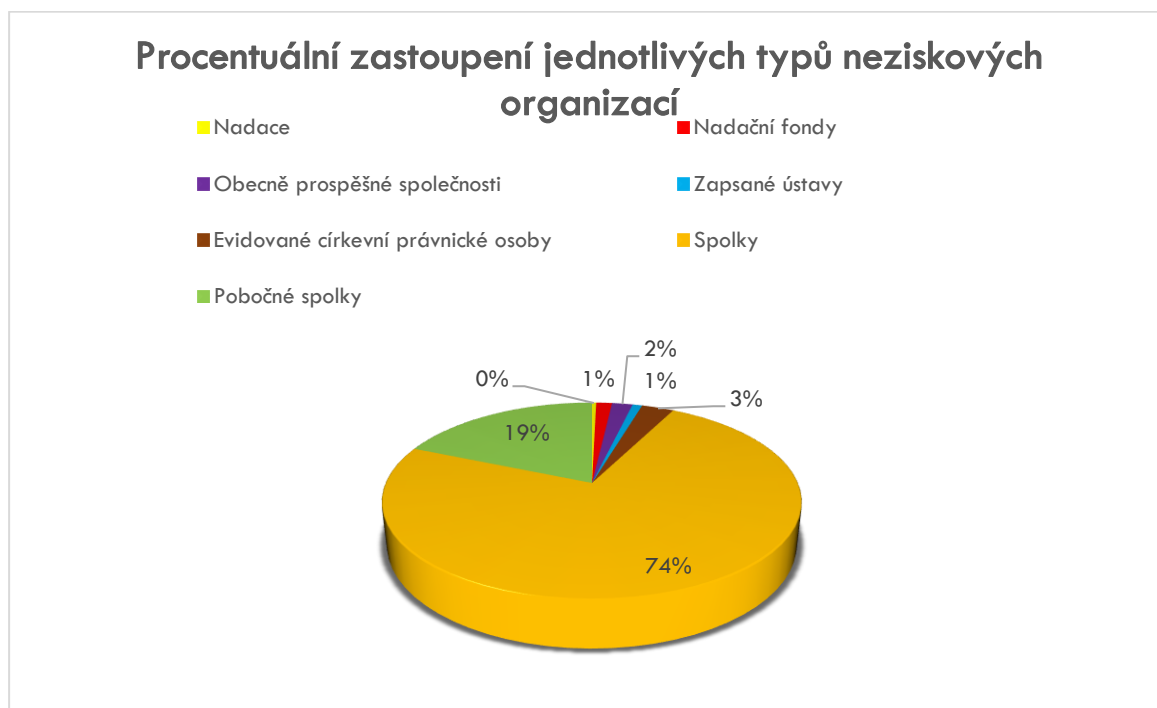
1.2.5 Zájmová sdružení právnických osob

Jak je z názvu možné vyčíst, jedná se o právnické osoby. Nemohou být zřizována nová zájmová sdružení právnických osob. Stávající sdružení mohou jen takzvaně „dožít“, nebo přeměnit svou formu na spolek dle ustanovení nového občanského zákoníku. Řídí se starým občanským

zákoníkem. Založení předchází souhlas zastupitelstva obce. S tímto sdružením spolupracují obce. (Salajka & Zbytovská, 2016)

Neziskových organizací je tedy celá řada. Aktualizované vydání počtu jednotlivých typů neziskových organizací v ČR bylo dohledatelné na rok 2020. Tudiž je pro obecný přehled přiložen obrázek o procentuálním zastoupení jednotlivých neziskových organizací aktualizovaných v březnu roku 2020. Převažují spolky, kterých je dokonce 74 %. Dále následují pobočné spolky s 19 %. Evidovaných církevních právnických osob jsou 3 %. Jen 2 % neziskových organizací jsou obecně prospěšné společnosti. Následované zapsanými ústavami, kterých je 1 %. A necelé 1 % patří nadacím.

Obr. č. 2: Procentuální zastoupení jednotlivých typů neziskových organizací



Zdroj: „Statistika počtu nestátních neziskových organizací 2005 – 2020“, n.d.

1.3 Zdroje financování

Existují tři základní zdroje financování nestátních neziskových organizací. Jsou to **soukromé zdroje, vlastní příjmy a veřejné zdroje**. Důležitým aspektem je práce dobrovolníků. Soukromé zdroje jsou naplňovány pomocí poskytnutých darů. Vlastní příjmy zahrnují příjmy z podnikání, z nájmu, z dědictví, důchody, nemocenské dávky, hrubé příjmy z pracovního poměru a jiné. A do veřejných zdrojů patří různé dotace a státní granty. (Taková jsme, n.d.)

„V průměru lze říci, že cca 50 % příjmů NNO plyne z vlastních zdrojů, 40 % z veřejných

a 10 % ze soukromých zdrojů. Tento poměr se však může značně lišit v různých státech (zejména v závislosti na legislativních podmínkách pro fundraising) i u rozdílných typů organizací (například NNO poskytující sociální služby bude mít nejspíš nižší poměr vlastních příjmů než NNO zaměřená na školení a poradenství).“ (Ledvinová, n.d.)

„Příspěvkové organizace většinou nepotřebují pokrýt z jiných zdrojů významnou část rozpočtu. Mívají garantované zdroje na provoz, personální zajištění i na programovou činnost. Nedostatek zdrojů se u nich většinou projeví ve chvíli, kdy chtějí svou činnost vylepšit, a přitom často stojí tvář v tvář opačným trendům – tedy nutnosti rozpočet spíše snížit.“ (Ledvinová, n.d.)

1.4 Účetnictví neziskových organizací

„Účetnictví je nástroj pro sledování a zobrazení stavů, toků a výsledků hospodářských operací v dané organizaci v peněžních jednotkách. Je uspořádaným systémem evidence s určitými, vesměs obecně platnými normami a definovanými pravidly. Informace z účetnictví musí poskytovat věrný, úplný, správný a poctivý obraz skutečnosti.“ (Pelikánová, 2018)

Níže jsou uvedeny základní a nejčastější účetní případy, které nastávají a účtují se v nestátních neziskových organizacích.

Tab. č. 1: Základní účetní příklady

Popis účetního případu	MD	D
Faktura přijatá od dodavatele – nákup zboží (způsob A)	131	321
Faktura přijatá od dodavatele – nákup zboží (způsob B)	504	321
Převzetí zboží na sklad (způsob A)	132	131
Převzetí zboží na sklad (způsob B)	Neúčtuje se	Neúčtuje se
Tržby za prodané zboží v hotovosti (způsob A i B)	211	604
Inventarizační rozdíly: přebytek (způsobem A i B)	132	640
Inventarizační rozdíly: manko (způsobem A i B)	549	132
Faktura přijatá za dodaný DHM	042	321
Zařazení DHM do užívání	02X	042
Odpis DHM	551	08X
Peněžní dar – výpis z BÚ	221	682
Převod mezi bankovními účty – bankovní výdej	261	221

Zdroj: Pelikánová, 2018, zpracováno autorkou

1.5 Daňové aspekty darování

Darovat se dá téměř cokoli. Darují se hmotné věci, poskytnutí činností zdarma, či finanční prostředky.

„Darování je z pohledu českého daňového práva považováno za bezúplatný příjem na straně obdarovaného, který podléhá dani z příjmů. V případě darování mezi příbuznými je ve většině případů tento příjem osvobozen od daně, ale může být spojen s určitými dalšími daňovými povinnostmi.“ (Švalbach & Bürger, 2019)

„Dle § 2055 občanského zákoníku se darovací smlouvou dárce bezplatně převádí vlastnické právo k věci nebo se zavazuje obdarovanému věc bezplatně převést do vlastnictví a obdarovaný

dar nebo nabídku přijímá. Základním znakem darování je tedy bezúplatný převod, kterým vzniká obdarovanému určitý prospěch, v dikci zákona o daních z příjmů tzv. bezúplatný příjem. Tento příjem je obecně příjmem, který podléhá dani z příjmů fyzických osob sazbou daně ve výši 15 % a v případě darů poskytnutých právnickým osobám dani z příjmů právnických osob ve výši 19 %.“ (Švalbach & Bürger, 2019)

„Fyzické osoby (podle §15 odst. 5 zákona o dani z příjmu): od základu daně mohou fyzické osoby odečíst hodnotu darů, pokud úhrnná hodnota darů ve zdaňovacím období přesáhne 2 % ze základu daně anebo činí alespoň 1.000 Kč. V úhrnu lze odečíst nejvýše 10 % ze základu daně. Pro možnost daňově uplatnit dar musí jít tedy minimálně o dar nebo o součet darů za rok převyšující částku 1.000 Kč nebo částku vyšší než 2 % základu daně.“ (Ort, n.d.)

„Právnické osoby (podle §20 odst. 8 zákona o dani z příjmu): od základu daně mohou právnické osoby odečíst hodnotu darů, pokud hodnota daru činí alespoň 2.000 Kč. V úhrnu lze odečíst nejvýše 5 % z již sníženého základu daně. Tento odpočet nemohou uplatnit poplatníci, kteří nejsou založeni nebo zřízeni za účelem podnikání. Pro daňové účely musí jít tedy minimálně o dar ve výši alespoň 2.000 Kč.“ (Ort, n.d.)

1.6 Komunikace v nestátní neziskové organizaci

V každé společnosti je klíčová komunikace. Lidé spolu přirozeně interagují, tedy komunikují. Všichni zainteresovaní lidé musí znát cíle a výstupy práce a ty se dozví právě tím, že spolu budou komunikovat. Pomocí komunikace se šíří informace. Bez toho by firma nefungovala správně. Tato komunikace se dělí na verbální a neverbální.

1.6.1 Neverbální a verbální komunikace

Neverbální komunikace zahrnuje doteky, gesta, tón hlasu, styl oblékání, oči, mimiku a pohyby těla. Ve svém článku ji velmi jasně a stručně shrnuje Tereza Straková.

Tvrdí, že se jedná o sadu mimoslovních projevů, pomocí kterých tělo vědomě či nevědomě komunikuje. Existuje celá řada možností projevů. Tyto projevy probíhají podvědomě, to znamená, že pokud se na ně lidé nesoustředí, tak je neovládají. Vyznat se v druhých lidech pomocí vnímání neverbální komunikace je prospěšné. Pomůže to vylepšit komunikaci a véde ke kvalitnějším vztahům. (Straková, 2020)

Verbální komunikace používá řeč a písmo. Významy jednotlivých slov jsou dány intersubjektivní shodou členů určité společnosti, ti se tak mohou mezi sebou dorozumět. Kromě

jazyka je důležitou složkou verbální komunikace také paralingvistika. Jde o nejrůznější zvukové mimoslovní projevy, které běžně řeč doprovázejí. Může to být např. koktání, vyplňování mezer mezi slovy nebo větami nejrůznějšími zvukovými nebo slovními parazity (např. ehmm, vlastně, prostě, jako, jaksi). (Novotný, 2004)

1.6.2 Zásady efektivní komunikace

Marek Šedivý a Olga Medlíková se ve své knize Úspěšná nezisková organizace zmiňují o efektivní komunikaci. Vyzdvihují zejména **srozumitelnost**. Radí nepoužívat příliš cizích a odborných výrazů. Čím je text, či mluva odbornější, tím klesá srozumitelnost. (Šedivý & Medlíková, 2017)

Podmínkou efektivní komunikace je také **umění aktivně naslouchat**. Dobrý posluchač by nikdy neměl být pouze pasivním příjemcem informací, ale měl by umět dávat řečníkovi průběžně najevo, že ho poslouchá. Při aktivním naslouchání je třeba projevovat vstřícný postoj a příjemné chování, udržovat pozornost a nevyhýbat se pohledům z očí do očí, přikyvovat, pokud je na místě potvrdit řečnickova slova a umět se vžít do pocitů řečníka. Vhodné je i parafrázovat řečení nebo pokládat rozvíjející otázky. (Novotný, 2004)

Honza Kulda se zabíral zásadami efektivní online komunikace. Této komunikaci se nelze vyhnout. Při online komunikaci je důležitá **stručnost a jednoznačnost**. Cílem je se rychle a stručně domluvit. Proto je vhodné psát jen tolik slov, kolik je opravdu potřeba. Mnohdy je vhodné text doplnit obrázkem, nebo videem. A v neposlední řadě sem patří zmínka o formátování. Text by měl být strukturovaný a přehledný. Používat tučné písmo, nebo podtržení pro zvýraznění důležitých částí textu. Dělat odstavce a nepsat soustavný text. (Kulda, 2020)

2 Fundraising

V této kapitole bude rozebrán pojem fundraising a kdo je to fundraiser. Nejprve velmi stručně z hlediska historie, jeho online forma a několik tipů, aby se fundraising zdařil.

„*Fundraising* (do češtiny lze navrhnout překlad „pěstování fondů“) představuje systematické získávání finančních i nefinančních zdrojů, které nezisková organizace potřebuje k realizaci svého poslání prostřednictvím jednotlivých projektů. Jde o průběžnou plánovanou činnost naplňující finančně-ekonomickou strategii neziskové organizace s cílem zajistit zdroje v potřebné výši a struktuře. Důležitým rysem fundraisingu je jeho systematicčnost a šíře zahrnující jak finanční, tak nefinanční zdroje. Rozčlenění zdrojů na finanční a nefinanční je velmi důležité. Omezení fundraisingového úsilí výhradně na získání finanční podpory je velká chyba.“ (Boukal, 2013 s. 34)

„*Fundraiser* je osoba, jejíž náplní práce je fundraising. Výsledkem takové činnosti bývá především získání financí na obecně prospěšnou činnost. Týká se většinou neziskových, rozpočtových a příspěvkových organizací, popřípadě obcí, obchodních společností nebo jednotlivých osob. Podmínkou je splnění obecně prospěšného účelu. Fundraiser může být zaměstnancem organizace nebo externím pracovníkem. Tuto funkci někdy vykonává některý z pracovníků organizace nebo smlouvou vázaná právnická či fyzická osoba.“ (Superia.cz, 2021)

2.1 Historie fundraisingu

Fundraising jako takový je víceméně novodobý výraz. Poprvé byl použit v USA ve 40. letech. Tomu mnohé předcházelo. Giles Pegram ve svém článku velmi výstižně shrnuje historii fundraisingu. Uvádí, že již od nepaměti měli lidé tendenci darovat a také že zde byla vždy nějaká potřeba. Někteří si darováním uspokojují své svědomí. Tudíž nebyl problém s darováním, ale s organizací dárců. Později vláda rozhodla, že organizace tohoto typu by měly mít určité výhody. Začalo se jim říkat charitativní organizace. Toto všechno však není žádná nová informace. Již v prastaré Bibli je zmínka o fundraisingu pro dobré účely. Hlavním účelem je propojit dárců s cílem darování, s lidmi, kterým se daruje. I proto vznikly různorodé dobrovolnické aktivity, které pomohly tomu, že se dárci cítili být součástí organizace. Do těchto aktivit se řadí například podomní sbírky, sponzorované procházky, prodej sladkostí a jiné. Ne vždy byly tyto akce efektivní, ale svůj záměr plnily. Tímto záměrem bylo zapojit dobrovolníky. Nejdříve dobrovolníci dělali práci zadarmo, poté v některých větších charitativních

organizacích, začaly pomocníky zaměstnávat jako placené fundraisery. Jejich úkolem bylo koordinovat dobrovolníky a vytvářet více příležitostí pro dárcce. Fundraising se stává čím dál profesionálnější. Organizace začínají mít i manažery. (Pegram, 2016)

2.2 Zásady fundraisingu

Aby fundraising prosperoval, mělo by se dodržovat několik zásad. Tyto zásady ve své knize Fundraising neziskových organizací uvádí Boukal (2013). Některé z nich zde budou následně probrány.

2.2.1 Zásada poděkování

Vztah mezi dárcem a obdarovanými je velmi důležitý. Je potřeba jej prohlubovat. Při vytváření takovýchto vztahů hraje roli slušnost. Každý fundraiser a vedení neziskové organizace by mělo dbát na slušné chování a umět poděkovat. Ať je částka daru jakákoliv, vždy je správné poděkovat. Dárci dají raději tam, kde se k nim chovají dobře a uctivě. (P. Fáberová, osobní komunikace 15. 3. 2022)

2.2.2 Zásada optimismu

Fundraiser by měl být pozitivně naladěný člověk. Tento typ osobnosti se nazývá sangvinik. Zejména se tato vlastnost hodí při řešení určitých problémů v organizaci, či mimo ni.

„Lidé tohoto typu osobnosti bývají živí, optimističtí, plní nápadů a bezstarostní. Milují dobrodružství a mají vysokou rizikovou toleranci. S nudou se nespokojí a nenávidí ji, často proto hledají rozmanitost a zábavu.“ (Kubalová, 2020)

2.2.3 Zásada začlenění

Může se stát, že výdaje převyšují příjmy a v tomto případě by se jednalo o fundraising pro přežití. Dalším typem je fundraising k rozšíření a rozvoji neziskové organizace, následován fundraisingem k omezení závislosti neziskové organizace na podporovatelích. Dále fundraising k budování podpory. Zajistit si okruh podporovatelů. A poslední je fundraising k vytvoření udržitelné nevládní neziskové organizace. (Boukal, 2013)

2.2.4 Zásada aktivity

Konkurence je i v neziskovém sektoru poměrně velká. A právě proto je nutné, aby byl fundraiser aktivní a kreativní při hledání zdrojů. Souvisí s tím i osobnost fundraisera. Měl by být extrovertní a asertivní.

„Asertivní fundraiser se vyznačuje následujícími rysy:

- umí otevřeně, upřímně a přiměřeně komunikovat s lidmi na všech úrovních;
- umí aktivně prosazovat svá přání a cíle;
- umí vyjádřit přiměřenou formou své pocity;
- umí požádat o to, co NNO potřebuje;
- umí neříkat „ano“, když chce říci „ne“;
- umí přijmout odmítnutí bez rozladění a pocitů urážky či ponížení;
- umí vyjádřit a zároveň přijmout kritiku či pochvalu;
- umí jednat vždy s plným nasazením.“ (Boukal, 2013 s.52)

2.3 Etický kodex

České centrum fundraisingu má na svých stránkách vyvěšený etický kodex. Je to osobní závazek. Vyvinul se z diskuse členů Klubu profesionálních fundraiserů a členů Koalice za snadné dárcovství. (České centrum fundraisingu, n.d.)

2.3.1 Etický kodex nevládní neziskové organizace pro jednání s dárci

„Vedení společným zájmem o rozvoj svébytné a svobodné občanské společnosti prohlašujeme, že:

- 1) Získané dary využijeme v souladu s naším posláním a s vůlí dárce, ať je vyjádřená písemně nebo ústně. Pokud víme, že bychom dar takto nedokázali využít, odmítneme ho.
- 2) O všech přijatých darech informujeme otevřeně, pravdivě a úplně.
- 3) Odpovídáme za to, od koho přijímáme prostředky a řídíme se přitom zásadami, které zveřejňujeme.
- 4) Přijaté dary využíváme účelně, hospodárně a v souladu s platnou legislativou.
- 5) Využíváme nástroje transparentnosti, především zveřejňujeme stanovy (statut, zřizovací listinu) výroční zprávu, finanční závěrku, případně audit hospodaření atp.

- 6) Za dar vždy poděkujeme a ručíme za to, že se získanými údaji o dárcích bude nakládáno diskrétně a bezpečně v souladu se zákonem o ochraně osobních údajů.
- 7) Ručíme za to, že osoby pověřené, aby naším jménem jednaly s dárci a získávaly jejich zájem a podporu, budou dodržovat etický kodex fundraisera.“ (České centrum fundraisingu, n.d.)

2.3.2 Etický kodex fundraisera

- 1) „Veškerá komunikace fundraisera s dárcem je otevřená, pravdivá a úplná.
- 2) Fundraiser respektuje dárce i jeho odmítnutí, nezneužije slabosti dárce, citově nevydírá a nevyvíjí nátlak.
- 3) Fundraiser oslovuje výlučně takové dárce, kteří jsou pro organizaci přijatelní.
- 4) Fundraiser přijme pouze takový dar, jehož zamýšlené využití je v souladu s posláním organizace a s etickými pravidly organizace.
- 5) Fundraiser jedná tak, aby neohrozil organizaci, její dobré jméno a aby nepoškodil jiné organizace.
- 6) Fundraiser poděkuje vždy, včas a adekvátní formou.
- 7) Fundraiser chrání důstojnost, bezpečí a práva lidí, pro které organizace vykonává svou činnost.
- 8) Fundraiser se vzdělává v oboru a usiluje o kultivaci profese.“ (České centrum fundraisingu, n.d.)

2.4 Fundraising online

V dnešní době, při výskytu nemoci covid-19, začíná být online fundraising nedílnou součástí fundraisingu. Několik měsíců nemohlo probíhat nic prezenčně, tudíž se většina věcí přenesla do online prostředí. Využívá se k tomu internet. Aby se co nejvíce zabránilo osobnímu kontaktu mezi lidmi a tím i šíření této nemoci. Využívá se i kvůli pohodlnosti lidí. Vše se dá zařídit v pohodlí domova. Internet je velká výpomoc. Internet totiž urychluje šíření informací. Jakýchkoli informací, na to je potřeba dát pozor. Na internet má přístup, dalo by se říci, kdokoliv.

Sayana Izmailova napsala několik typů na úspěšný online fundraising. Pár nejdůležitějších se zde rozebere.

Email

První bude rozebrán fundraising pomocí emailu. Je to jeden z nejméně nákladných typů fundraisingu. Tento tip je velmi častý a levný. Tudíž i velmi často využívaný. Důležité je zasílat emaily správným klíčovým lidem, ve správný čas. Zasílat informace, které jsou podstatné. Psát stručně. Využívat vhodné obrázky, nebo videa. (Jepson, 2022)

Virtuální koncert

Netradičním typem je virtuální koncert. Je důležité najít dobrého a talentovaného hudebníka. Může to být příjemný čas pro dárce i pro fundraisery a zaměstnance. (Izmailova, 2021)

Google ads

Google ads, neboli google reklamy jsou další možností. Výhoda spočívá v tom, že tato reklama může být zcela zdarma. To protože google nabízí Google Ad Grant pro neziskové organizace. Znamená to, že se může zvýšit návštěvnost webových stránek dané neziskové organizace. Webová stránka může mít za den odhadem až 300 rozkliknutí od návštěvníků. (Gabbidon, 2022)

Partnerství s influencerem

Časté je i partnerství s influencerem na sociálních sítích. Influencer je osoba, která sdílí svůj život na sociálních sítích. Využívá například Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat, nebo YouTube. Udává určité trendy. Lidé mu důvěřují a on jim dává rady. Tyto rady se týkají dobré kavárny, šamponu na vlasy, různých receptů, sledování televizních pořadů, nebo i politických názorů. V ziskovém sektoru je toto partnerství velmi využívané a prospěšné. I v neziskovém sektoru lze využít influencersy. Více o tomto tématu bude v praktické části této práce. (Izmailova, 2021)

Crowdfunding

Crowdfunding může být velmi zajímavým typem na získávání financí. Je to forma fundraisingu, kde několik lidí dobrovolně přispěje libovolnou částku. Znamená to, že práce není financována několika málo hlavními investory, ale větším množstvím dobrovolných dárců. Koná se prostřednictvím internetu. Existuje spousta platform, kde se dá vytvořit kampaň na konkrétní potřebu, či projekt. Některé kampaně mají stanovený pevný termín. Všechny sbírky mají stanovený cíl, kterého chtějí dosáhnout. Čím více informací nezisková organizace potenciálním dárcům poskytne, tím zvyšuje možnost, že nějaké finance darují. Osobní příběhy,

plné emocií zvyšují úspěšnost veřejné sbírky. Úspěšným příkladem je platforma Kickstarter. (Johnson, 2021)

Challenge

Posledním typem, který zde bude uveden je challenge na sociálních sítích. Anglické slovo challegne znamená výzva. Spočívá v tom, vyzvat dárce, aby udělali nějaký stanovený úkol po tom, co přispějí. Může to být zábavné, či náročné. Při zdolání této výzvy se musí dárce vyfotit, nebo natočit video a umístit ho na sociální síť. Často se využívají i hashtagy, které se pro danou výzvu zvolí. Hashtag se využívá pro označení určitého souboru se společnými znaky. Při rozkliknutí takového hashtagu se objeví všechny příspěvky, ve kterých byl použit a se kterými souvisí. Je to forma klíčového slova. Znáмым příkladem je Movember, nebo Ice bucket challenge. Jen pro připomenutí, Movember je charitativní akce, která rozšiřuje povědomí o mužských onemocněních. Tato výzva spočívá v tom, že se muži na začátku listopadu oholí a poté si nechají narůst knír, který si ponechají po celý měsíc. Ice bucket challenge, neboli kbelíková výzva byla vymyšlena pro zvýšení povědomosti o amyotrofické laterální skleróze. Zúčastněný si musí na hlavu vylít kbelík ledové vody s ledem, sdílet tento čin na sociálních sítích a následně nominovat další lidi. Ti, co výzvu nesplní, by měli zaslat dar organizaci ALS Association. (Izmailova, 2021)

2.5 Tipy na úspěšný fundraising

Sbírka tipů jak na úspěšný již zmíněný fundraising neziskové organizace.

1) Vzájemná pomoc fundraiserů

Každý fundraiser musí řešit své vlastní problémy. Někteří jsou ale více zkušenější než jiní a toho je dobré využít. Být v kontaktu s jinými fundraisery a předejít tak některým chybám je důležitý krok k úspěšnému fundraisingu. (P. Fáberová, osobní komunikace 15. 3. 2022)

2) Využití emocí

Lisa Hirst Carnes tvrdí, že svými zprávami musí být fundraiser inovativní a vynikat, aby zvládl zaujmout dárce. Vykreslení osobních příběhů zvýší pravděpodobnost získání darů. Nebát se použití citů, protože city řídí většinu lidí. (Carnes, 2015)

3) Být připraven na konkurenci

Jak již bylo zmíněno, konkurence se nachází v každém odvětví a ani neziskový sektor není výjimkou. V tomto covidovém období fundraising aplikují i ziskoví podnikatelé. To nezanedbatelně navyšuje konkurenci. Na tento fakt upozorňuje Howard Lake. To dříve nebylo

časté. Nyní některé podniky krachují a hledají finanční pomoc u svých zákazníků. Vzniká i více crowdfundingových kampaní. O to více je potřeba být originální a umět zaujmout správným způsobem. (Lake, 2020)

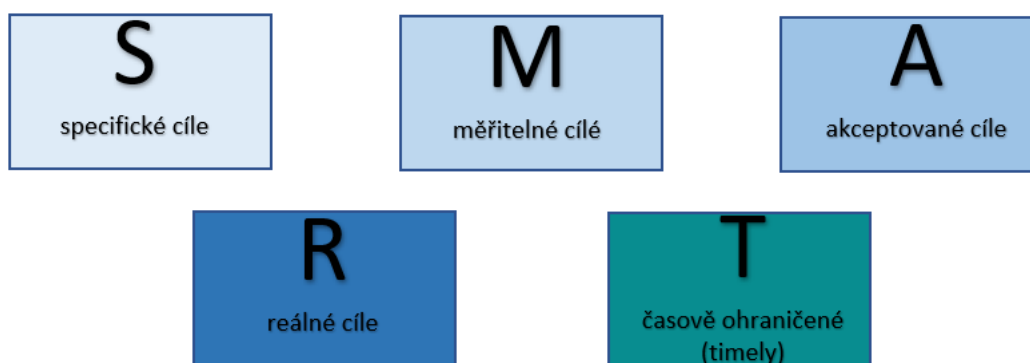
4) Vše zaznamenávat

Je důležité vézt si o všem záznamy. Detailně evidovat činnosti i finance. Může to posloužit tak, že po druhé se neudělá stejná chyba. (P. Fáberová, osobní komunikace 15. 3. 2022)

5) Reálný cíl

Každá organizace musí mít stanovený jasný cíl své činnosti. Tento cíl by měl být stanoven tak, aby byl reálný a dosažitelný. Tvoří se pomocí pravidla SMART. Čermák (2015) rozepsal jednotlivé faktory.

Obr. č. 3: SMART cíle



Zdroj: vlastní zpracování

S – Specific (specifické)

Pro efektivitu plánování je důležité, aby byl cíl stanoven co nejvíce přesně, konkrétně, srozumitelně a specificky.

Co chci udělat?

Proč je cíl důležitý? (Akademie Vzdělávání Online, 2019)

M – Measureable (měřitelné)

Je důležité nastavit si konkrétní milníky. Cíl tedy musí být měřitelný. Měření a zjišťování, jestli se blížíme k cíli, je i motivujícím faktorem.

Jak dlouho to potrvá? (Čermák, 2015)

A – Accepted (akceptované)

Cíle musí být akceptovány, a to odpovědnou adekvátní osobou. Tato osoba musí brát tyto cíle velmi vážně a také rozdělit úkoly pro následné dosažení cíle.

Má tento cíl na starosti správná osoba? (Čermák, 2015)

R – Realistic (reálné)

Cíl musí být reálný s ohledem na zdroje. Nereálný cíl je ztráta času, protože je tím pádem nedosažitelný.

Je cíl reálný, co se týče času?

Je cíl reálný s danými finančními možnostmi? (ManagementMania.com, 2019)

T – Time-bound (časově omezené)

Každý cíl musí mít datum, do kterého by měl být naplněn. Nastavení priorit je zde zásadní.

Kdy má být cíl dosažený?

Co se dnes bude dělat? (Straková, 2021)

3 Organizace Blízký soused

V této části práce bude kladen důraz na charakteristiku dané neziskové organizace. Tato nestátní nezisková organizace je od **2. 11. 2010** registrována jako občanské sdružení. Dříve to bylo občanské sdružení, nyní je to **spolek**. V roce 2014 se změnila legislativa. Spolek nemá povinné členské příspěvky. **Sídlí v Plzni** na adrese sady Pětatřicátníků 94/27. Svě vlastní prostory mají od roku 2014 a na této konkrétní adrese jsou od roku 2020. Tyto prostory jsou v dlouhodobém pronájmu přímo od města Plzeň. Organizaci vede a zastupuje předsedkyně, která je volena Valnou hromadou tvořenou členy spolku. **Předsedkyní** spolku je **Ing. Pavla Fáberová**. Ve spolku pracují a pomáhají zaměstnanci a několik dobrovolníků. Již od roku 2015 jsou mezi zaměstnanci i lidé romské národnosti. Členové romské komunity se pravidelně zapojují i jako dobrovolníci v rámci aktivit spolku. Nezisková organizace si váží pozitivního přínosu od romských zaměstnanců i dobrovolníků. Spolek Blízký soused využívá zkratku BS. V roce 2016 získal akreditaci Evropské dobrovolnické služby v rámci programu Erasmus+. Zástupci neziskové organizace Blízký soused se zúčastnili seminářů ve Finsku, Norsku a Německu. V roce 2019 se stali hostitelskou organizací skupiny z Portugalska v rámci mezinárodní výměny mládeže. Využívají webové stránky blizkysoused.cz, email info@blizkysoused.cz, YouTube kanál Blízký soused a také uvádí telefonní kontakt +420 608 645 584.

- Svou **činnost** směřují na **sociálně vyloučené rodiny**, a to zejména romské národnosti. Avšak nejen na ně. Organizace působí v Plzeňském kraji. Tudiž nejvíce v **Plzni** a jejím okolí. Působí i v Nýřanech, ve Stodě, v Plasích a v Merklíně. Nejprve byla zaměřena pouze na děti a mládež. Nyní se jejich účelovost rozrůstá. Věnují se i dospělým členům komunity. Často to jsou rodiče dětí, které navštěvují kroužky neziskové organizace. Díky dlouholeté spolupráci mají členové Blízkého souseda vybudované vztahy důvěry s celou komunitou. Nastává zde i řešení různých složitých problémů, které se týkají výchovy dětí, financí, či školství. Mezi lety 2018 až 2021 byl zorganizován projekt Už vím PROČ a JAK Operačního programu Zaměstnanost Evropského sociálního fondu. V rámci tohoto programu byly pořádány přednášky pro dospělé zaměřené na podporu pracovních a rodičovských kompetencí. Také zorganizovali několik víkendových a pětidenních výjezdů pro rodiny s dětmi. Hlavní náplní byly workshopy a motivační aktivity pro celé rodiny.
- **Hlavním cílem** organizace je příprava a realizace programů, které **podporují smysluplné využití volného času**. Zaměřují se na vzdělávání dětí a na hladké zapojení se do „dospělého

života“. Snaží se jim vštípit slušné chování. Chtějí nabídnout dětem to, co doma zažít nemohou.

- Pořádají **pravidelné aktivity**. Do těchto aktivit patří **zájmové kroužky** a individuální a skupinové **doučování**. Vedou výtvarné **workshopy** a sportovní a taneční kroužky. Pro rok 2022 vedou konkrétně pingpongový kroužek, již zmíněné doučování, setkání nad Biblií, vyučování angličtiny, setkání teen girls, tancování pro děti, cvičení pro ženy a kroužek vaření. Dosavadní úspěšný projekt se nazývá Písmenka a barvy. Je určen předškolním a mladším dětem.
- Navštěvují s dětmi **akce pořádané jinými subjekty**, jako například **kulturní, sportovní a vzdělávací** akce. Chodí s nimi do bazénu, do zoo, na laser game, či do lanových center. Zapojují se do projektu Uklid'me Česko a Evropský den sousedů. Pro děti je přichystán pestrý a aktivní program, na který není nutné vynaložit velké množství financí, kterých nepřebývá.
- Blízký soused připravuje i řadu **vlastních akcí**, jako například Vánoční a Velikonoční slavnost, Mikulášská besídka, fotbalový turnaj a pravidelné výlety do přírody. Těchto akcí je přes rok přes **30**. Od roku 2011 se pořádají letní **dorostové tábory**. Jsou to tábory skautského typu. Těmito tábory již prošlo 140 dětí a řada z nich opakovaně. Mají dva běhy a každý trvá týden. Dívčí a chlapecké. Zároveň nezapomínají i na děti, které nemohou, nebo nechtějí na pobytové tábory a pořádají **příměstské tábory**. V roce 2020 v klubovně pořádali **Letní školu** podpořenou Plzeňským krajem. Přes coronavirovou krizi se hodně věcí změnilo v různých oblastech. Ani sociální oblast nebyla výjimkou a byla touto pandemií poznamenána. Organizace ovšem nechtěla přestat se svými aktivitami, a tak například doučování probíhalo online formou na internetu. Pro děti to byla velká psychická opora a podpora.

Spolek Blízký soused se řídí šesti principy:

1) **Bezplatnost**

Činnosti, které nabízí jsou zdarma, nebo za symbolický poplatek, aby si je mohli dovolit všechny děti bez výjimky.

2) **Diskrétnost**

Zaměstnanci a dobrovolníci spolku chrání informace, které jim jsou sdělené.

3) **Dobrovolnost**

Nenutí rodiče, aby své děti zapisovali na jejich kroužky, či aby se jim svěřovali.

4) **Služby šité na míru**

Znamená to, že svou činnost zaměřují individuálně na potřeby daného klienta.

5) **Motivace**

Motivují děti. Při dobrých školních výsledcích mohou získat například vstup do bazénu. Motivace se netýká pouze dětí, nýbrž motivují i rodiče k aktivnímu přístupu při výchově dětí.

6) **Aktivní přístup**

Snaží se u klientů podporovat aktivní řešení vlastní životní situace, odpovědnost a samostatnost. (P. Fáberová, osobní komunikace 15. 3. 2022)

„Pomáháme dětem být dětmi, aby z nich vyrostly lepší dospělí!“ toto pronesla předsedkyně spolku Pavla Fáberová (osobní komunikace, 15. 3. 2022), která službu romské komunitě považuje za své životní poslání. Tato věta přivádí k zamyšlení. Spolek se snaží dětem nabídnout křesťanský hodnotový systém. Proto i původ názvu spolku pochází z Bible, konkrétně z Přísloví 27,10 „Lepší blízký soused než bratr vzdálený!“

Jak již bylo výše zmíněno, tato organizace se snaží pomáhat tam, kde je to potřeba. Jejich **vize** je zaměřením se na vzdělání, všestranný rozvoj, podpora tolerance a respektu.

3.1 Akreditace sociální služby

Momentálně je největším cílem Blízkého souseda získat akreditaci sociální služby. Konkrétně se jedná o sociální službu **Nízkoprahové zařízení pro děti a mládež a Sociálně aktivizační služby pro rodiny s dětmi**. Jsou to služby sociální prevence. Formy poskytování jsou ambulantní a terénní. Důležité je dostat se po udělení akreditace do Základní sítě poskytovatelů sociálních služeb Plzeňského kraje. Nebyli by odkázáni pouze na jednorázové příspěvky a dotace, o které musí žádat každý rok. Umožnilo by jim to stabilní pravidelné financování v rozsahu úvazků, které by jim přisoudili. Vedení spolku Blízký soused má již delší dobu za cíl získat akreditaci pro sociální službu a momentálně se jedná o prioritu. Prezентují činnost organizace zastupitelům města i kraje a představují svůj záměr pro sociální službu, svou představu, své cíle.

Žádost bude spolek Blízký soused podávat u **sociálního odboru na kraji**.

Pavla Macháňová (osobní komunikace, 15. 3. 2022), zaměstnankyně spolku Blízký soused, zprostředkovala informace o **cílech**, které si spolek BS stanovil pro získání akreditace.

Získání akreditace by zejména přispělo **stabilizaci financování**. Zvýšilo by to finanční jistotu organizace.

Druhým cílem je možnost **poskytovat další různorodé služby**. Touto akreditací by se spolek zaměřil na rodiny s dětmi. Klienti zaměstnance žádají o pomoc a rady s exekucemi, s hledáním práce, s vyřizováním pasů a jiných dokladů, či s objednáním zdravotních služeb. Společnost Blízký souseď na tyto konkrétní služby zatím není akreditovaná, takže je nemůže poskytovat. A posledním cílem, který si BS stanovil a chtěl by ho naplnit prostřednictvím akreditace sociální práce je **navýšení kapacity zaměstnanců**. Momentálně si nemohou dovolit platit větší množství zaměstnanců. Dobrovolníci jim pomáhají zadarmo, ale i oni mají své práce a zájmy a pomáhají na úkor svých jiných povinností. Pomocí akreditace sociální práce by mohli mít stálé zaměstnance se stálým platem.

3.2 Situační analýzy

V této podkapitole bude rozebráno současné postavení neziskové organizace na trhu. Bude obsahovat informace o povědomí ve společnosti spolku Blízký souseď, jakým způsobem využívají média. Podkapitola zahrnuje analýzu marketingové komunikace, SWOT analýzu a PEST analýzu.

3.2.1 Analýza marketingové komunikace

Média jsou nedílnou součástí každé společnosti. U Blízkého souseda tomu není jinak. Na sociálních sítích je sleduje a podporuje již více než 600 uživatelů. Pravidelný dosah shlédnutí činí více než 3000 uživatelů.

Facebook

Podle jejich interního průzkumu zjistili, že nejvýznamnější sociální síť je Facebook. Skrze něj se o nich dozvídá nová klientela. Právě tam přidávají nové a detailní informace. Na facebookovém profilu lze najít telefonní kontakt, webové stránky, emailovou adresu, instagramový účet i účet na YouTube. Nachází se zde i mapa sídla společnosti. Lze si prohlédnout recenze o této společnosti. Nejnovější příspěvek, který byl sdílen je rozvrh jednotlivých kroužků a společných aktivit. Jednotlivé příspěvky obsahují fotografie a popis dané akce. Mnohdy se tam vyskytují i pozvánky na aktivity pořádané Blízkým souseďem. 12. března 2022 byla nezisková společnost pozvaná do Svíčkárny v Liticích. Vznikl z toho foto příběh, který byl umístěn na facebookovém profilu. Děti měly možnost vyrobit si vlastní svíčky, mýdla i bomby a soli do koupele. Přidáváním fotografií k textu se činnosti lépe vysvětlí. Také

se tím navnadí potenciální klienti, kteří mohou vidět co se přesně dělá. A také je možnost vidět bezprostřední kladné výrazy účastníků.

Tiskoviny

Zároveň se o této nevládní neziskové organizaci zmiňovali ve svých článcích časopisy a další společnosti. Napsal o nich například časopis Respekt, Plzeňský deník, Český rozhlas Plzeň, zpravodaj Trojka, časopis Život víry a časopis Za obzorem.

Televizní vysílání

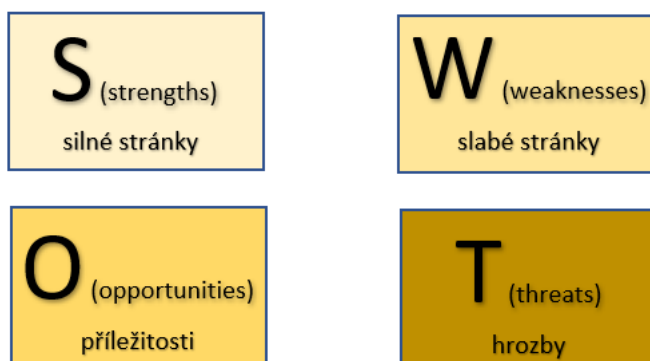
Významným mediálním zážitkem bylo vysílání televize Prima, Milionář mezi námi. Natáčení probíhalo v létě roku 2019. Pořad byl odvysílán v prosinci v roce 2020. Tento pořad vznikl za účelem pomoci sociálně, či zdravotně znevýhodněným občanům. Několik vybraných českých milionářů si zakusilo těžký život na ubytovně. S pouhými 550 Kč. Bez prozrazení své identity navštěvují neziskové organizace, které jim představují svou činnost. Na konci pořadu si vyberou, do jaké neziskové organizace své peníze zainvestují. Investují tam, kam si myslí že je to nejvíce potřeba. Mezi milionáři byl například Jiří Antoš, Lenka Hlavatá, či Karel Janeček. Bylo natočeno 7 epizod, podle stejného počtu zúčastněných milionářů. (P. Macháňová, osobní komunikace, 15. 3. 2022)

Sbírka byla nazvaná jako Čtyři kola pro dětičky. Blízký soused z. s. Patronem této sbírky byl Karel Janeček. Znamý český movitý občan a matematik. Organizátorem sbírky byla skupina Prima a komunitní projekt Prima SVĚT. Podpořilo ji 17 dárců. Někteří anonymně, jiní uvedli své jméno a přidali vzkaz. Sbírka byla ukončena 3. května 2021. Vybralo se 9 % z celkové požadované sumy. To činilo 23 185 Kč z 257 611 Kč. Jejím cílem bylo získat finance na koupi nového automobilu. Nevybrala se dostatečná suma na koupi nového vozu, tudíž byly vybrané peníze využity na opravu a údržbu stávajícího vozidla. (P. Macháňová, osobní komunikace, 15. 3. 2022)

3.2.2 SWOT analýza

Posuzuje vnitřní i vnější okolí společnosti. SWOT analýza je velmi jednoduchá a účelná analýza. Pomáhá zmapovat silné a slabé stránky a příležitosti a hrozby společnosti.

Obr. č. 4: SWOT analýza



Zdroj: vlastní zpracování

Informace na vytvoření této strategické analýzy byly poskytnuty vedením společnosti Blízký soused. Byla sjednána prezenční osobní schůzka, kde se detailně rozebralo postavení neziskové organizace na trhu. Jejich silné a slabé stránky, jejich příležitosti i hrozby.

Obr. č. 5: SWOT spolku Blízký soused

SWOT spolku Blízký soused		
	Pomocné vlastnosti	Škodlivé vlastnosti
Interní prostředí	<p>silné stránky</p> <ul style="list-style-type: none"> → dobrá pověst → 30 let zkušeností v oboru → pestrost týmu → schopnost učit a doučovat děti → hmotné statky → flexibilita → efektivnost a hospodárnost → odbornost zaměstnanců 	<p>slabé stránky</p> <ul style="list-style-type: none"> → jádro tvoří jedna rodina → nestálost finančních zdrojů → vyskytují se jen v Plzeňském kraji → vylepšit webové stránky
Externí prostředí	<p>příležitosti</p> <ul style="list-style-type: none"> → nadnárodní granty → národní granty → rozšiřování řad dobrovolníků → pracovní síla ze zahraničí → zvýšené sociální cítění → akreditace sociální služby → online fundraising 	<p>hrozby</p> <ul style="list-style-type: none"> → konkurence → pomluvy → růst cen vstupů → ekonomická krize a inflace → covid-19 → válka mezi Ukrajinou a Ruskem → předsudky společnosti → investice do klientů co odejdou → odliv kvalifikovaných pracovníků → těžké podmínky u grantů

Zdroj: vlastní zpracování

a) silné stránky

Nezisková organizace má mnoho rozličných silných stránek. Také se jim říká dominantní. Ty nejdůležitější zde budou zmíněny.

- Mezi silné stránky společnosti Blízký soused se řadí velmi **dobrá pověst** ve svém oboru. V Plzeňském kraji jsou již známou organizací, která je spolehlivá a stálá i v nestálé době. Neruší své programy a kluby i přes to, že se občas nepovede získat dotaci na tyto akce. Místo toho se snaží najít jinou cestu, nebo jiný způsob financování.
- Také mají již **30letou zkušenost v oboru**, konkrétně ji má předsedkyně a zakladatelka Pavla Fáberová. Ta se o své zážitky a zkušenosti dělí s ostatními členy spolku.
- Dalším velmi důležitým bodem je **pestrost týmu**. Pracovníci a dobrovolníci jsou rozliční. Různé věkové kategorie, pohlaví, národnosti i povolání. Do týmu patří členka, které je 20 let a je v prvním ročníku na Fakultě filozofické na Západočeské univerzitě v Plzni a její zaměření je sociální práce. Další člen týmu je o něco starší, je jí 26 let. Je to dcera předsedkyně a sestra výše zmíněné členky. Má vystudovanou Fakultu aplikovaných věd. Další člen nyní studuje zubní lékařství. Spolek Blízký soused má ve svých řadách i studentku na Fakultě pedagogické. Momentálně se žíví výukou ve škole. Dalším členem je muž, kterému je 56 let. Je romské národnosti. Jeho práce je vodit děti na kroužky a z kroužků zpět domů. Také pečuje o zahradu a dělá jednoduché údržbářské práce. V jeho kompetencích je i jízda autem, protože vlastní řidičský průkaz. To je mnohdy velmi užitečné pro vyzvedávání balíků a rozvážení materiálních darů rodinám. Dalším romským pracovníkem je paní, které je 33 let a je čerstvě po mateřské dovolené. Tato pestrost personálu spolku přináší benefity. Mohou se na problémy, které řeší, dívat z různých úhlů pohledu. Také právě proto mohou existovat kroužky s různými zaměřeními. Každý člen jejich týmu, jak je ráda nazývá jejich předsedkyně, tvoří důležitou část Blízkého souseda.
- **Schopnost učit a doučovat děti**. Vidět kladné výsledky své práce na konkrétních dětech.
- Mezi silné stránky patří i **hmotné statky**. Od roku 2020 mají pronajaté klubové prostory v centru města Plzně. Přiléhá k nim menší zahrádka, která obsahuje dřevěný altánek a bylinářskou zahrádku. Klubového vybavení každým rokem přibývá. Na sportovní kroužky využívají gymnastické míče. Na vzdělávacích kroužcích mají knihy, učebnice, interaktivní tabuli, promítací zařízení s plátnem, hudební soustavu reproduktorů a další pomůcky k výuce.
- **Flexibilita** dominuje silným stránkám neziskové společnosti. Nenajímají si externí zaměstnance k různým službám, ale snaží se vystačit si se svým týmem. Například webové stránky spravuje sama předsedkyně spolku. V začátcích neměli dostatek financí na tuto službu. Zúčastnila se kurzu, který jí dal informace, znalosti a dovednosti potřebné ke zřízení a spravování sociálních sítí a webových stránek. Sociální síť spravuje Marie Papazianová

a Pavla Macháňová. Marie Papazianová má na starosti Instagram a Pavla Macháňová Facebookový profil spolku BS. Taktéž účetnictví. V neziskové společnosti ho nyní dělá Marie Papazianová spolu s Pavlou Fáberovou. Tudíž opět není potřeba zaměstnat osobu na pracovní pozici účetní. Další službu, kterou si obstarávají sami, je focení a střihaní videí. Tyto technické služby spravuje v neziskové organizaci Pavla Macháňová.

- Z výše zmíněného textu vyplývá, že je spolek **efektivní a hospodárný**. Nejprve si řádně naplánuje a promyslí kam své peníze následně vloží. Souvisí s tím i to, že raději své stávající zaměstnance a dobrovolníky vyškolí, než aby najímali další externí zaměstnance. Hodně činností je závislých na dobrovolnictví, a tudíž společnost téměř nic nestojí.
- Poslední silnou stránkou, o které se zde bude psát, je **odbornost zaměstnanců**. To opět souvisí s tím, že mají pestrý tým.

b) slabé stránky

Každá organizace má i své stinné stránky a ty se ve SWOT analýze nazývají slabé stránky. Je dobré vědět o svých slabých stránkách konkrétně a analyzovat je. Následně se snažit z nich vytvořit své dominantní neboli silné stránky.

- Hlavní **jádro** neziskové organizace **tvoří jedna** obsáhlá **rodina**. Předsedkyně Pavla Fáberová a její děti. Tedy její čtyři dcery a jeden syn. To někdy přináší problémy do řešení určitých věcí ve společnosti. Mohou si brát své osobní konflikty do práce. Mísí se zde poté osobní a profesní život. Někdy mohou být jedinci k určitým osobám už předem nevrlí, či přecitlivělí, a to ztěžuje pracovní podmínky i jednání.
- Další slabou stránkou je **nestálost ve finančních zdrojích**. Každý rok mají jiný rozpočet. Nějaký rok jim vyjdou výhodné dotace a granty a jiný rok jich může být méně, i přes to, že mohou poslat stejný počet žádostí jako minulé roky. Jediná finanční jistota jsou pravidelní individuální dárci. Adekvátní je mít vytvořený finanční plán na daný rok na začátku určitého období.
- Jsou **pouze v Plzeňském kraji**. V případě možnosti by mohli rozšířit svou působnost.
- **Vylepšit dojem z webových stránek** by pomohlo přidat více detailů a textu.

c) příležitosti

- Ohromnou příležitostí je velké množství **nadnárodních grantů**. Tyto granty se vypisují vcelku často. Výhodou nadnárodních grantů je zejména časový rámeček. Aplikují se na období delší, než je jeden rok. Tím se zvyšuje finanční jistota. Také jsou jen zřídka jednorázové. V momentě, kdy se naváže spolupráce a spolupráce prosperuje, není důvod k jejímu ukončení. Naopak se může opakovaně podávat. Což je výhodné pro obě zúčastněné

strany. Společnost Blízký soused navázal spolupráci s Evropskou Unií a získal tím nadnárodní grant. Nyní mají v procesu nový projekt. Nazývá se Norway grants. V dubnu tohoto roku přijedou důležití lidé z Norway grants na jednání. V červnu naopak pojedou vedení Blízkého souseda do Norska.

- Ovšem i **národní granty** se sem zajisté řadí. Plzeňský kraj vypisuje každoročně dotační programy. Město Plzeň a Městský obvod Plzeň 3 vypisují možnost získat grant.
- **Rozšiřování řad dobrovolníků.** Jsou stále noví a noví lidé, kteří rádi smysluplně pomohou a zapojí se ve společnosti. Pro neziskovou společnost to znamená umět tyto lidi oslovit a vhodně zapojit do své činnosti. Naplnit jejich očekávání a stanovit si společné milníky a cíle, ke kterým daná práce povede. Dobrovolníci jako takoví jsou dobrou a hledanou příležitostí v neziskových organizacích obecně.
- **Pracovní síla ze zahraničí** je také možnou příležitostí. Lidé se čím dál častěji stěhují za prací.
- Lidé se začínají více zajímat o své okolí. Mají **sociální citění**. Chtějí pomoci, pokud jim to přijde správné a potřebné.
- Výše zmíněná **akreditace sociální služby** by přispěla k finanční stabilitě.
- Využití **online fundraisingu**. Například crowdfunding je způsob, jak získat finance online.

d) hrozby

Každá společnost si musí vytvořit detailní rozbor hrozeb, které mohou nastat, aby se na ně mohla určitým způsobem připravit.

- Právě sem se řadí problematika **konkurence**. Vstup nových konkurentů na trh. Čím více je obdobných neziskových společností, tím se snižují možnosti na získání finančních darů, grantů, či dotací. Pokud bude trh přesycený neziskovými společnostmi, zájem potenciálních dárců se takzvaně rozštěpí. To znamená, že velmi pravděpodobně to této konkrétní neziskové společnosti nebude ku prospěchu.
- S konkurencí souvisí **pomluvy**. Spolek Blízký soused měl tu možnost setkat se s pomluvami. Jiné neziskové společnosti o nich rozhlašovaly nepravdivé informace. Tyto falešné informace šířily po Plzeňském kraji a tím odrazovaly dárcy i dobrovolníky. Bylo těžké hrozbu pomluv odvrátit.
- Další vážnou hrozbou je **růst cen vstupů**. Pro spolek Blízký soused se jedná zejména o zdražení pronájmu klubových prostor. Také zvýšení cen energií, či pohonných hmot.
- **Ekonomická krize a inflace**. To samozřejmě negativně ovlivní téměř všechny organizace a podniky.

- Vypuknutí další vlny **pandemie covid-19**. Toto je situace, která velmi pravděpodobně může nastat. Poslední restriktce téměř pozastavily činnosti neziskových společností. Opět by se rozhostila nejistota. A to dokonce existencionální.
- Nyní probíhá **válka mezi Ukrajinou a Ruskem**. Česká republika se snaží pomoci ukrajinským občanům a otevírá hranice České republiky. Juna a Mahdalová (2022) uvádí, že je v ČR již ke 14. březnu 2022 více než 283 000 ukrajinských obyvatel. Toto číslo není ani zdaleka konečné. Stát jim odvádí sociální dávky. Je tedy pravděpodobné, že nelze očekávat stejnou finanční pomoc, jako tomu bylo do teď. Peníze směřují jiným směrem. Někteří lidé přispívají a darují peníze i hmotné statky, zejména pak oblečení, jídlo a hygienu. Také nehmotné statky, mezi které se řadí dobrovolnictví při výběru hmotných statků a péče o uprchlíky jako takové. Je to pro mnoho lidí nečekaný výdaj, který změní jejich další plány s financemi.
- Špatným faktorem jsou i **předsudky společnosti**. I přes to, že je dnes Česká republika již demokratický, svobodný a vyspělý stát, tak tu přebývá několik lidí, kteří by se dali nazvat jako rasisté. Mají zavádějící názory. Tato skupina spíše řídne, ale přesto se stále takové osoby objevují. Velmi často to nejsou zlí a sobečtí lidé, někdy dokonce i dobrovolníci, nebo darují finanční dary jiným neziskovým společnostem. Vedení Blízkého souseda pocítuje že stále není příliš populární zajímat se o romské občany, či jejich děti. Někteří vůči nim mají zakořeněné silné předsudky. Nezisková společnost Blízký souseď chce ale těmto romským lidem nabídnout změnu a začlenit je do společnosti. Chce jim pomoci překonat sociální těžkosti, které zažívají. Romové mají nastavený žebříček svých hodnot a priorit odlišně než většina Čechů. Mají jinou kulturu a zvyky. Pokud se jim někdo věnuje a dokáže jim vysvětlit požadavky společnosti, potřeby a nároky, poté mají mnohem větší šanci na plnohodnotné začlenění se do české společnosti.
- **Investice času a peněz do osob**, které se přestěhují a **odejdou**. Romská populace má jinou mentalitu. Jsou nestálí. Často se stěhují za prací, nebo za rodinou. Znamená to, že se spolek dlouhodobě a intenzivně věnuje určité rodině, která se náhle odstěhuje. Bezprostředně tím nenadále ztratí klienty.
- **Odliv kvalifikovaných pracovníků** se řadí do skutečností, které by negativně ovlivnily spolek Blízký souseď.
- Poslední možné ztížení situace tohoto spolku jsou **těžké podmínky u některých grantů**. Je celá řada grantů a dotací. Každý má rozličné podmínky. Některé granty je těžké využít. Jeden konkrétní grant vypsaný Evropskou unií, který spolek Blízký souseď získal měl

nelehké podmínky. Byl určen pro pobyt několika sociálně znevýhodněných osob. Bylo jim hrazeno ubytování, ovšem jen dospělým účastníkům. Ti ale nemohli cestovat bez svých dětí, a tudíž se muselo doplácet za děti. Zároveň nebyly zahrnuté výdaje za jídlo, což bylo pro pořádání výjezdů pro rodiny s dětmi nepraktické z finančních i organizačních důvodů.

Výstupy SWOT analýzy

Strategie SO

Tato strategie kombinuje silné stránky organizace a její příležitosti. Je to ideální stav, do kterého by se každá organizace chtěla dostat. Vzhledem k tomu, že má spolek Blízký soused ve svém oboru velmi dobrou pověst, dlouholetou praxi a je flexibilní, mohl by se pokusit získat další nabízené národní, či nadnárodní granty. Ale také se může pokusit získat více individuálních dárců. Především proto, že je společnost více empatická. Protože má spolek odborné kvalifikované pracovníky, mohl by se zaměřit na získání akreditace sociální služby a tím rozšířit své kompetence a aktivity.

Strategie WO

Zde se kombinují slabé stránky a příležitosti spolku. Slabou stránkou podniku je zejména to, že jádro tvoří jedna větší rodina. Bylo by vhodné využít příležitosti navyšování řad dobrovolníků a přicházející pracovní síly ze zahraničí, aby spolek mohl být tvořen různorodými lidmi i ve vedení. Hrozbu nestálosti finančních zdrojů by dokázaly vyřešit vhodné nadnárodní granty. Jelikož se zvyšuje zájem o dobrovolnictví, je možné že nábor určitých dobrovolníků by mohl pomoci vylepšit organizaci. Zejména pak kdyby to byli dobrovolníci, kteří se vyznají ve vytváření webových stránek a mohli by je vylepšit.

Strategie ST

Tato strategie zahrnuje silné stránky a hrozby. Hlavním cílem je pokusit se pomocí silných stránek odvrátit hrozby. Hrozba konkurence tu byla a vždy bude, ale nejeví se tak markantně v okamžiku, kdy je organizace pevně zakotvená a má dobrou pověst. A dnes se ovšem o spolku Blízký soused dá jistě říct, že má výbornou pověst. Navíc má vedení spolku 30 let zkušeností. Navyšování cen vstupů je negativní fakt, ale nestátní nezisková organizace Blízký soused je hospodárná a efektivní. Tudíž je schopná se vypořádat i s touto hrozbou. Zároveň má určité hmotné statky, takže není nutné v době navyšování cen vstupů příliš nakupovat nové věci. Měla by nakupovat pouze ty potřebné.

Strategie WT

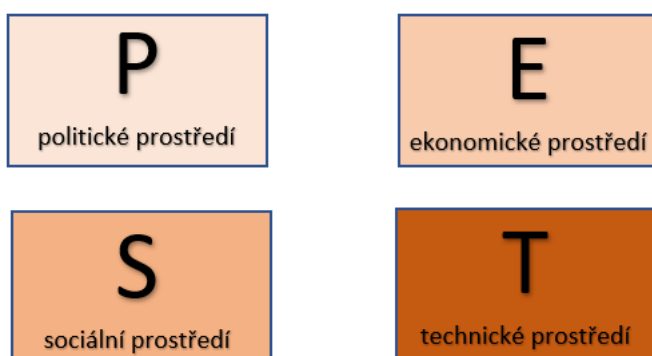
Poslední zmiňovaná strategie je strategie WT. Ta kombinuje slabé stránky a hrozby organizace. V této strategii jde o to vyhnout se ohrožení a minimalizovat slabé stránky. V této fázi se podnik

snaží přežít. Spolek BS by se zde snažil o stabilní finanční zdroje a o rozšíření své práce i mimo Plzeňský kraj. Také by zkoušel potlačit určité hrozby, zejména pomluvy. Snažil by se překonat těžké podmínky u grantů.

3.2.3 PEST analýza

Řadí se do analýz vnějšího prostředí podniku. Zkratka pest obsahuje čtyři faktory, a to politické a právní, ekonomické, sociální a technické. Bývá rozšiřována na zkratku PASTLE. L zahrnuje legislativní prostředí a E enviromentální prostředí. (Edolo, 2019)

Obr. č. 6: PEST analýza



Zdroj: vlastní zpracování

a) politické a právní prostředí

Politické prostředí ovlivňuje daná **politika státu** a Evropská unie. Čeští občané nejsou spokojeni s politickou situací v ČR. Spokojenost za dva roky klesla na pouhých 11 %. Prezidentovi důvěřuje jen 36 % lidí. Toto šetření provedlo Centrum pro výzkum veřejného mínění. Šetření se konalo za vlády Andreje Babiše před jmenováním vlády Petra Fialy. Důvěru tehdejší vládě projevilo 33 %. (idnes.cz, 2022)

Česká republika je součástí **Evropské unie** již od roku 2004. Evropská unie podporuje sociální práci. Pro nevládní neziskovou organizaci to znamená, že může čerpat dotační programy a granty.

Právní prostředí obsahuje zejména základní předpisy, kterými by se měli nevládní neziskové organizace řídit.

Nejdůležitější je pro spolek BS Zákon č. 89/2012 Sb. – Pododdíl 2 – Spolek. (Zákon č. 89/2012 Sb., Spolek)

b) ekonomické prostředí

Spolek Blízký soused je silně ovlivněn ekonomickým prostředím. Jedná se o výše daní a cel, stabilitu měny a měnové kurzy, nezaměstnanost, HDP a inflaci. Pro každou organizaci je optimální prostředí takové, kde ekonomika roste a je stabilní.

Inflace

Český statistický úřad (Český statistický úřad, 2022) uvedl, že je inflace definována jako růst cenové hladiny v čase. Je měřena pomocí přírůstků indexu spotřebitelských cen. Již zmíněný index spotřebitelských cen vyjadřuje procentní změnu cenové hladiny v daném měsíci proti stejnému měsíci předchozího roku. Od října 2021 nastal nárůst hladiny inflace. Míra inflace vyjádřená přírůstkem průměrného ročního indexu spotřebitelských cen vyjadřuje procentní změnu průměrné cenové hladiny za 12 posledních měsíců proti průměru 12 předchozích měsíců. K březnu roku 2022 to činí 6,1 %. Tato stoupající inflace zasahuje mnoho organizací a občanů. Bude to mít na spolek Blízký soused negativní dopady. Znamená to, že za stejný obnos financí získá méně než dříve.

Obecná míra nezaměstnanosti

Dle Českého statistického úřadu (Český statistický úřad, 2022) je obecná míra nezaměstnanosti k měsíci únoru 2022 2,5 %. Obecná míra nezaměstnanosti vyjadřuje podíl počtu nezaměstnaných na celkové pracovní síle. Během minulých dvou let se pohybovala obecná míra nezaměstnanosti mezi 2 - 3,5 %. Zvyšující se nezaměstnanost navyšuje možnost získat nové zaměstnance.

c) sociální prostředí

Do sociálního prostředí patří zejména rozšiřující se empatie obyvatel, navyšující se míra vzdělanosti, úbytek pracovní síly do zahraničí a války, či nepokoje.

Sociální citění

Každým rokem se společnost začíná více zajímat o sociální rovnost mezi lidmi. Lidé jsou více empatictí. Chtějí pomoci těm, kteří jsou na okraji společnosti. Někteří to cítí jako svoji občanskou povinnost. Nejenže se o sociálně znevýhodněné stará stát, ale podílí se tedy i občané.

Míra vzdělanosti

Roste míra vzdělanosti v ČR a význam vysokoškolského vzdělání. Je to určitý statut. Řemeslné práce nemají dostatek zaměstnanců. Pro organizaci Blízký soused to znamená více potenciálních vystudovaných kvalifikovaných zaměstnanců.

Úbytek pracovní síly do zahraničí

Například do Německa, kde získávají vyšší finanční ohodnocení za obdobnou práci. Tato informace je pro spolek jistě negativní.

Války

Nyní ve společnosti převládá zájem o problematiku války mezi Ruskem a Ukrajinou. Existují různé názory, ale většinou je snaha o pomoc Ukrajině a ukrajinským občanům. Zakládají se veřejné sbírky pro lidi, co prchají ze své rodné země, tedy z Ukrajiny. Také tyto uprchlíky někteří ubytovávají ve svých domovech. Je možné, že z tohoto důvodu po nějaký čas nebudou přibývat dobrovolníci, protože budou pomáhat jinde.

d) technologické prostředí

Technických faktorů je celá řada. Spolek Blízký souseď jich využívá jen několik.

Internet

Internet dominuje technologickému prostředí u spolku BS. Skrze internet jedná s klientelou a získává nové klienty. Zjišťuje informace o dotacích, či grantech. Využívá **sociální síť** jako je Facebook, Instagram a YouTube na propagaci. Také **email a webové stránky** jsou pro spolek důležité pro komunikaci.

Počítače, reproduktory, promítače

S těmi výše zmíněnými informacemi souvisí počítače, reproduktory a promítače. Bez toho se společnost již neobejde. Spolek Blízký souseď nestojí na technických faktorech.

3.3 Způsoby financování neziskové organizace v předchozích období

Zde budou probrány způsoby financování. Nejprve se prozkoumá analýza nákladů, výnosů a hospodářského výsledku v předchozích období. Odkud spolek Blízký souseď přijímá finanční zdroje. Následovat bude vysvětlení jaký vztah má spolek BS k fundraisingu a kdo je fundraiser v této společnosti. Poté budou zmíněni individuální dárci, jednotliví soukromí sponzoři a dotace a granty. Na konci podkapitoly bude zhodnocení financování neziskové organizace v minulých období. Sepsání této podkapitoly bylo možné pomocí informací od vedení spolku BS.

3.3.1 Analýza nákladů

Nejprve zde budou rozebrány náklady neziskové společnosti Blízký souseď. V jednotlivých letech v roce 2018, 2019 a 2020. Dle jejich druhů. Tyto roky jsou zvoleny záměrně pro porovnání, zda nastal rozdíl ve výši nákladech při výskytu nové nemoci covid-19. To nastalo

na přelomu roku 2019 a 2020. Níže je přiložená stručná a přehledná tabulka o jednotlivých nákladech společnosti BS v konkrétních letech.

Tab. č. 2: Náklady společnosti Blízký soused v jednotlivých letech

NÁKLADY SPOLEČNOSTI BLÍZKÝ SOUSED			
Druhy nákladů	2018	2019	2020
Spotřeba materiálu	397 708,60 Kč	484 619,28 Kč	583 143,68 Kč
Spotřeba energie	- Kč	- Kč	70 127,60 Kč
Cestovné	48,00 Kč	48,00 Kč	739,00 Kč
Náklady na reprezentaci	13 132,00 Kč	6 941,00 Kč	10 559,29 Kč
Ostatní služby	- Kč	64 201,00 Kč	3 573,00 Kč
Nájem	10 000,00 Kč	55 740,00 Kč	87 103,00 Kč
Vstupy na kult.a sport. akce	18 316,00 Kč	24 387,00 Kč	27 750,00 Kč
Drobná reжіe	238 269,94 Kč	108 851,00 Kč	347 442,69 Kč
Mzdové náklady	947 315,00 Kč	993 103,00 Kč	1 031 610,00 Kč
Zákonné sociální pojištění	171 556,00 Kč	187 871,00 Kč	226 357,00 Kč
Ostatní daně a poplatky	1 500,00 Kč	21 500,00 Kč	- Kč
Ostatní pokuty a penále	754,00 Kč	500,00 Kč	- Kč
Úroky	1 060,00 Kč	- Kč	25,00 Kč
Jiné ostatní náklady	11 937,00 Kč	11 523,00 Kč	11 752,00 Kč
Poskytnuté členské příspěvky	500,00 Kč	500,00 Kč	500,00 Kč
Náklady celkem	1 812 096,54 Kč	1 959 784,28 Kč	2 400 682,26 Kč

Zdroj: Blízký soused, z.s. 2018a, 2019a, 2020a, zpracováno autorkou

• **Náklady v roce 2018**

V roce 2018 náklady celkem činily 1 812 096,54 Kč. To je nejnižší částka za poslední tři roky, které se porovnávají. Nepochybně nejvyšší položkou byly mzdové náklady, tedy 947 315 Kč. Na druhém místě je spotřeba materiálu, která činí 397 708,60 Kč. A třetím nejvyšším druhem nákladů byla drobná reжіe s částkou 238 269,94 Kč. Naopak nejnižší finanční částka byla použita na náklady na cestovné, pouhých 48 Kč. V tento rok neměl spolek Blízký soused žádné náklady typu ostatní služby a spotřeba energie.

• **Náklady v roce 2019**

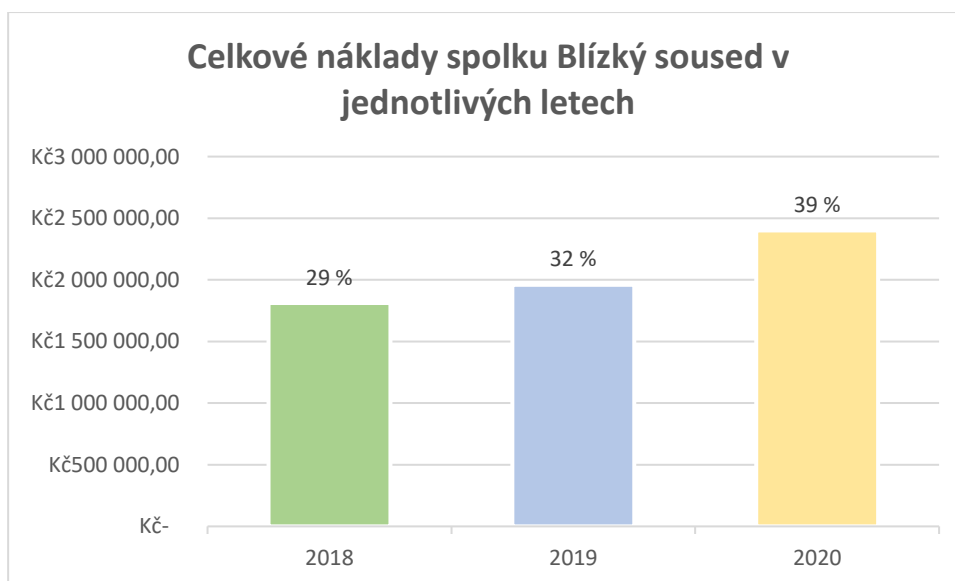
V tomto roce byly celkové náklady 1 959 784,28 Kč. Z toho vyplývá, že se od předchozího roku navýšily o 147 687,74 Kč. Nejvyšší částka byla opět u mzdových nákladů a to 993 103 Kč. Druhou nejvyšší částku obsadila opakovaně spotřeba materiálu s částkou 484 619,28 Kč. U třetích nejvyšších nákladů je oproti minulému roku změna. Toto místo obsadily náklady na zákonné sociální pojištění s částkou 187 871 Kč. Nejnižšími náklady byly opětovně náklady na cestovné se stejnou částkou jako minulý rok a to 48 Kč. V roce 2019 neměla nevládní nezisková organizace žádné náklady na úrocích ani na spotřebě energie.

- **Náklady v roce 2020**

Zde činily celkové náklady 2 400 682,26 Kč. Tato částka je nejvyšší ze všech porovnávaných let. I v tomto roce byly celkové náklady oproti předchozímu roku navýšené. Konkrétně o 440 897,98 Kč. Z toho plyne, že se náklady stupňují každým rokem více. Razantně nejvyššími náklady byly náklady mzdové 1 031 610 Kč. Dále náklady na spotřebu materiálu, které činily 583 143,68 Kč. A třetí nejvyšší náklady v tomto roce byly náklady na drobnou režií s částkou 347 442,69 Kč. Nejnižší nákladovou položkou byly náklady na úrocích a to pouhých 25 Kč. Oproti ostatním rokům neměli žádné náklady typu ostatní daně a poplatky a ostatní pokuty a penále. Náklady na nájem se zvýšily, protože se spolek přestěhoval do jiných prostor. Sídlí v lepší lokalitě v centru města Plzeň. Tento aspekt je výhodný pro jejich klientelu.

Z grafu níže lze vyčíst, že nejvyšší celkové náklady byly v roce 2020 (39 %), poté v roce 2019 (32 %) a nejnižší byly v roce 2018 (29 %). Období před nemocí covid-19 nebylo výrazně jiné, z hlediska nákladů než při probíhající pandemii. I přes to, že se nemohly uskutečňovat téměř žádné prezenční kroužky a aktivity, musel spolek platit například nájem nebo spotřebu energií.

Obr. č. 7: Celkové náklady spolku Blízký souseď v jednotlivých letech



Zdroj: vlastní zpracování

3.3.2 Analýza výnosů

Zde bude uvedeno srovnání výnosů spolku Blízký souseď v čase. Opět jsou vybrány roky 2018, 2019 a 2020. Níže je přidaná tabulka, ve které se nachází jednotlivé druhy výnosů s částkami za určitá období.

Tab. č. 3: Výnosy společnosti Blízký soused v jednotlivých letech

Druhy výnosů	VÝNOSY SPOLEČNOSTI BLÍZKÝ SOUSED		
	2018	2019	2020
Tržby za vlastní výrobky	6 546,00 Kč	4 350,00 Kč	- Kč
Tržby z prodeje služeb	3 600,00 Kč	3 600,00 Kč	14 900,00 Kč
Úhrada za kroužky	10 500,00 Kč	- Kč	- Kč
Úroky	100,92 Kč	101,04 Kč	100,00 Kč
Přijaté příspěvky (dary)	286 100,00 Kč	330 100,00 Kč	216 549,00 Kč
Provozní dotace	1 029 261,06 Kč	1 447 719,61 Kč	1 676 710,06 Kč
Provozní dotace Plzeňský kraj	158 000,00 Kč	125 000,00 Kč	150 000,00 Kč
Provozní dotace Plzeň město	165 000,00 Kč	134 300,00 Kč	397 000,00 Kč
Provozní dotace Úřad práce	210 000,00 Kč	15 000,00 Kč	144 000,00 Kč
Výnosy celkem	1 869 107,98 Kč	2 060 170,65 Kč	2 599 259,06 Kč

Zdroj: Blízký soused, z.s. 2018b, 2019b, 2020b, zpracováno autorkou

• Výnosy v roce 2018

Celkové výnosy v roce 2018 dosahovaly částky 1 869 107,98 Kč. Nejvyšší částka byla u provozní dotace (je to součet dotací od Evropské unie a od UMO 3) a to 1 029 261,06 Kč. Druhá nejvyšší suma činila 286 100 Kč a byly to dary. Třetí nejvyšší částka byla 210 000 Kč u provozní dotace od Úřadu práce. Naopak nejnižší výnosovou položkou byly úroky a to 100,92 Kč. Dle předsedkyně spolku Pavly Fáberové (osobní komunikace 15. 3. 2022), se v tento rok zvýšil objem individuálních darů, které spolek získal.

• Výnosy v roce 2019

V roce 2019 měl spolek Blízký soused celkové výnosy 2 060 170,65 Kč. Což je o 191 062,67 Kč více než rok minulý. Nejvyšší část výnosů obsadila opět provozní dotace s částkou 1 447 719,61 Kč. Dále byly na druhém místě znovu dary s částkou 330 100 Kč. To je o 44 000 Kč víc než předchozí rok. A třetí nejvyšší výnosy v tomto roce byly 134 300 Kč, získané prostřednictvím provozní dotace od města Plzeň. Nejnižšími výnosy byly opětovně výnosy z úroků 101,04 Kč. Výnos úhrada za kroužky byl tento rok nulový.

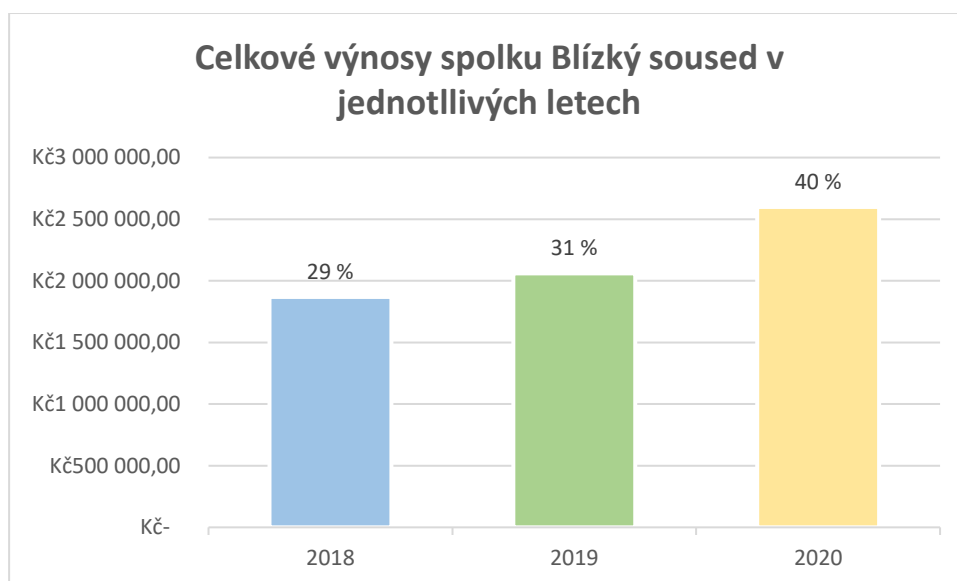
• Výnosy v roce 2020

Zde činily výnosy celkem 2 599 259,06 Kč. Opět byly vyšší než v roce 2019. Navýšily se o 539 088,41 Kč. Tržby za vlastní výrobky a výnos z úhrady za kroužky byl nulový. Nejvyšší částka byla získána znovu prostřednictvím provozní dotace 1 676 710,06 Kč. Na druhém místě je provozní dotace od města Plzeň a to 397 000 Kč. A třetí nejvyšší výnosy v tomto roce byly dary a činily 216 549 Kč.

Z tohoto průzkumu bylo zjištěno, že po celé tři roky spolek Blízký soused získával dotace od Plzeňského kraje, od města Plzeň a od Úřadu práce. Dotace od Úřadu práce byla nejnižší v roce

2019. Bylo to tím, že se pouze dočerpala. Nejnižší částku získanou prostřednictvím darů za poslední 3 roky zaznamenaly v roce 2020. Z grafu přiloženého níže lze vyčíst, že v roce 2018 měl spolek Blízký soused nejnižší celkové výnosy a to 1 869 107,98 Kč (29 %). V dalším roce celkové výnosy činily 2 060 170,65 Kč (31 %). A nejvyšší celkové výnosy s částkou 2 599 259,06 Kč (40 %) byly v roce 2020. V roce 2020 spolek dosáhl zisku především proto, že museli zrušit mnoho plánovaných aktivit.

Obr. č. 8: Celkové výnosy spolku Blízký soused v jednotlivých letech

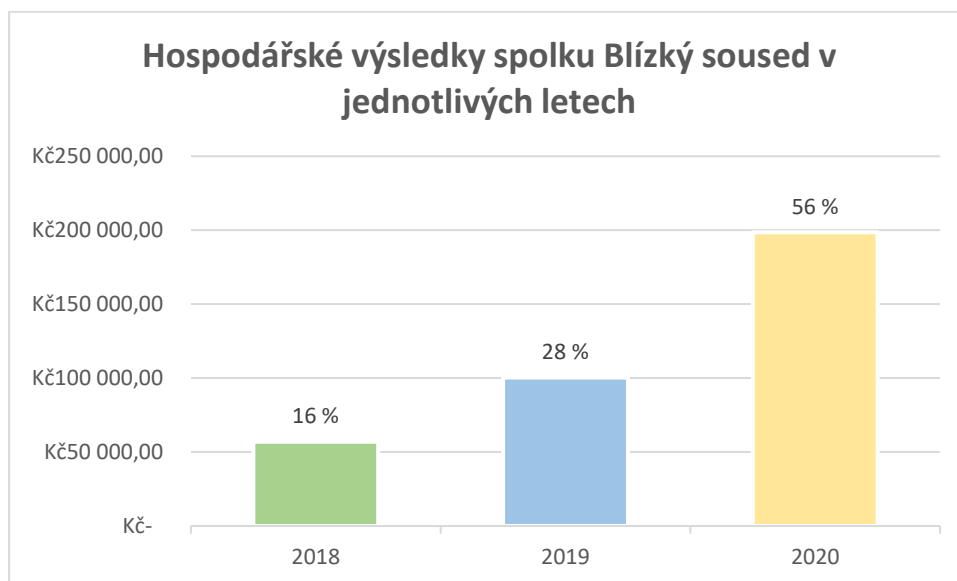


Zdroj: vlastní zpracování

3.3.3 Analýza hospodářských výsledků

Hospodářský výsledek se získá odečtením celkových nákladů od celkových výnosů daného roku. Prostřednictvím výsledku hospodaření lze zjistit, zda je organizace ve ztrátě nebo jestli generuje zisk za určité období.

Obr. č. 9: Hospodářské výsledky spolku Blízký soused v jednotlivých letech



Zdroj: vlastní zpracování

V roce 2018 činil hospodářský výsledek 57 011,44 Kč (6 %). V roce 2019 se hospodářský výsledek navýšil téměř o dvojnásobek na 100 386,37 Kč (28 %). A v posledním zmiňovaném roce, v roce 2020, byl výsledek hospodaření 198 576,80 Kč (56 %). Tento průzkum ukazuje, že výsledek hospodařením každým rokem stoupá. To je pozitivní skutečnost.

3.3.4 Fundraiser

Fundraiser je člověk, který má na starosti získávání finančních prostředků většinou pro neziskovou organizaci. Existuje interní a externí fundraiser. **Interní** pracuje přímo v organizaci. Například to může být manažer, specializovaný zaměstnanec nestátní neziskové organizace, nebo vedoucí. A **externí** fundraiser není součástí dané společnosti a je najímaný. (Domovy Online, 2020)

Spolek Blízký soused zatím **nemá určenou osobu** na tuto pozici. Důvodem je nedostatek financí. Své finanční zdroje se snaží využít co nejvíce na výlety a aktivity s dětmi. Tam kde je to nejvíce potřeba a tam kde je to vidět. Při pozitivním vyvíjení finančních prostředků se nebrání tuto pozici někým obsadit. Dalo by se ovšem říci, že se fundraisingovým aktivitám věnuje Pavla Macháňová spolu s předsedkyní spolku Pavlou Fáberovou. Pavla Macháňová uvedla, že vyhledávají možné finanční prostředky. Probírají se nabídkami grantů a dotačními programy, které jsou vypisované na následující roky. Prezентují již zmíněnou neziskovou nevládní společnost BS. Často pomocí powerpointové prezentace. Již opakovaně dochází a prezentují svou práci a její cíle na úřadu městského obvodu Plzeň 3 a zastupitelům města a kraje.

3.3.5 Individuální dárci

Vedení společnosti Blízký souseď se snaží rozšířit řady svých dárců. Příjem od individuálních dárců je výhodný, protože finance nejsou fixovány na danou věc, či aktivitu, jako tomu je u grantů a dotací. Tato nevládní nezisková organizace má prostřednictvím individuálních dárců větší pole působnosti a svobodnější delegaci peněz. Odhadem dělá konečná suma ode všech individuálních dárců několik desítek tisíc za rok. Někteří přispívají pravidelnou částku každý měsíc. Jiní zašlou větší sumu vždy na začátku roku.

V roce **2021** se zapojilo a přispělo celkem **jedenáct individuálních dárců**. Každý rok to bývá přibližně deset dárců.

V roce 2021 mezi ně patří Vojtěch Kraus, Ilona Kohoutová, Jakub Čechura, Magdalena Kučerová, Dagmar a Karel Řežábkovi, Olšáková Ludmila, Karel Fáber, František Veličkov, Josef Fiala a Vendula Smetáčková.

3.3.6 Sponzoři

Blízký souseď je vděčný za všechny své sponzory. Čím více mají sponzorů, tím větší pocítují podporu a finanční stabilitu. Nemají jich málo. Budou zde rozebráni ti nejvýznamnější, mezi které se zajisté řadí Nadační fond Albert, Křesťanské společenství Plzeň, Sony DADC a nově i Západočeská univerzita.

a) Společnost Albert

Mezi nejdelší sponzorské spolupráce ze soukromých společností se řadí Nadační fond Albert. S Blízkým souseďem si vybudovali pevné a blízké profesní vztahy. Tato dlouhodobá spolupráce je výhodná. Obě strany už se znají a často spolu komunikují na přímo. Jednoduše řečeno to znamená, že místo vypisování žádosti neziskovou organizaci rovnou osloví s nabídkou. Nadační fond Albert má následující grantové programy: Do Alberta na praxi, Zdravá 5, Obchůdky s Albertem a Bertík pomáhá.

Potravinová sbírka

V roce 2021 neziskovou organizaci zapojili do své Potravinové sbírky na jedné z jejich prodejů.

Bertík pomáhá

Podporují tábor organizující neziskovou organizací v projektu Bertík pomáhá každý rok již od roku 2016. Vybírají 80 regionálních projektů ve všech krajích ČR. Poté se koná veřejné

hlasování ve všech hypermarketech a vybraných supermarketech Albert. Lze hlasovat i online. Hlasování probíhá od října do listopadu.

Zdravá 5

Zdravá 5 je vzdělávací program, který se týká zdravého životního stylu. Společnost Albert jej realizuje od roku 2004. Zapojit se mohou mateřské školy, základní školy, či neziskové organizace. Tento program je zdarma a přihlásit se může jakákoliv škola, nebo nezisková organizace. Cílem akce je představit a přiblížit dětem zásady zdravého stravování. Prohloubit povědomí o tom, jak se získávají určité plodiny. Přimět děti, aby neplýtvaly a vážily si potravin. Je to propracovaný projekt. K dispozici jsou výukové programy a výukové materiály. Tento projekt má i své lektory. (Nadační fond Albert, n.d.)

Materiální dary

Dále spolek opakovaně podpořili materiálním darem, konkrétně darovali školní pomůcky a stavebnice lego.

b) Křesťanské společenství Plzeň

Vedení spolku Blízký soused je křesťansky zaměřeno. Jak již bylo zmíněno u charakteristiky společnosti, svým klientům se snaží vštípit křesťanské hodnoty. Také jejich původ názvu spolku pochází z Bible. Nejen proto je podporuje Křesťanské společenství Plzeň. Podporují je finančně.

c) Sony DADC

Dalším příkladem velmi slibné spolupráce je se společností Sony DADC. Celý název společnosti je Sony Digital Audio Disc Corporation. Konkrétně s jejich plzeňskou pobočkou.

Projekt Vánoční krabice

Dali organizaci Blízký soused materiální dar. Opakovaně se zapojili do jejich projektu Vánoční krabice. Zaměstnanci připravují dárky k Vánocům konkrétním vybraným dětem ze seznamu. Nevládní nezisková organizace dárky následně předá na Vánoční slavnosti, kterou pořádají. K dispozici z této slavnosti je fotodokumentace, která je zaslána společnosti Sony DADC. Děje se tak proto, aby existoval jasný důkaz, že dárky byly opravdu doručeny dětem.

Teambuildingová akce

Dále nevládní neziskovou organizaci přizvali na teambuildingovou akci s rodinami. Konal se výlet kolem boveveckých rybníků s hrou pro děti, odměnami a opékáním špekáčků u táborového ohně. Blízký soused přivedl děti a jejich rodiny a zaměstnanci společnosti Sony DADC se postarali o program. Obdobně jako u Nadačního fondu Albert i u této společnosti komunikují napřímo s jejím HR manažerem. HR manažer je personální manažer. Zkratka je

vytvořena z anglického jazyka – human resources. Znamená to, že je spolupráce hladší, stručnější a rychlejší než při zdlouhavém vypisování dotací.

d) Západočeská univerzita

Také Západočeská univerzita v Plzni tento rok spolupracovala s Blízkým sousedem. Přispěla materiálním darem. Dne 14. 2. na Mezinárodní den darování knih vyhlásila **sbírku knih**. Knihy přinášeli studenti, zaměstnanci i veřejnost. Nasbíralo se jich více než 900. Tuto akci zaštiťovala Univerzitní knihovna Západočeské univerzity v Plzni. Akce se konala již po páté. (Pokorný, 2022)

3.3.7 Dotace a granty

Dotace a granty jsou nedílnou součástí finančního plánu většiny neziskových organizací. Také spolek Blízký soused využívá granty a dotace. Vedení společnosti sdělilo důležité informace o této problematice. Granty i dotace slouží k podpoře projektů, které plní cíle zadavatele. Získat grant nebo dotaci není jednoduché. Rozdíl mezi grantem a dotací spočívá v přesnější účelovosti. Grant je přesněji a specifičtěji zaměřen. Dotace se většinou získává ze státního rozpočtu. Skrze granty a dotace se podniku dostává finanční podpora.

Dotační programy se vypíší a neziskové organizace si připraví projekty, které odprezentují. Musí být sdělený cíl projektu a detailní informace. Rozpočtové informace, na jakou cílovou skupinu bude projekt zaměřen, informace o aktivitách, pomocí kterých budou plnit svůj stanovený záměr. Náklady na daný projekt nevládní neziskové organizace hradí státní dotace pouze do určité výše a zbytek hradí společnost sama. Společnost musí náklady vyčíslit před zahájením daného projektu. Nezisková organizace by měla uchovávat doklady o výdajích. Finance by měly být prokazatelné. Dokumentace aktivit a akcí pořádaných v rámci projektu je nepostradatelnou částí. Z fotografií by mělo být vidět kolik osob se zúčastnilo a jaká byla náplň akce. Někdy je evidence klientů přes přihlášky, nebo přes prezenční listiny. Porovnává se, zda to odpovídá s podanou žádostí. Společnost čerpající dotaci má povinnost informovat okolí o získání této dotace. V praxi to znamená například vyvěsit plakáty o konání akce. A v plakátu se zmínit o tom, že je tento projekt financovaný určitou dotací. Plnění dotací se samozřejmě kontroluje. Kontroly mohou být plánované, ale i namátkové. Finance mohou být poskytnuty dopředu, nebo zpětně. Při nesprávném plnění dotačního programu se udělují sankce, nebo se dotace snižuje. (P. Macháňová, osobní komunikace 15. 3. 2022)

Společnost Blízký soused si zakusila **těžkosti při vyhledávání** a plnění dotačních programů. Velmi malé množství sponzorů, či vypisovatelů dotací přispívá na platy, provozní náklady,

dary, občerstvení, daně, či na kancelářské potřeby. Lidé mnohem raději přispějí na konkrétní hmotné věci pro děti.

Tato nezisková nevládní společnost získává, dalo by se říci, již pravidelně dotace či granty od Městského obvodu města Plzeň 3, od Plzeňského kraje, od města Plzeň a od Evropské unie. Nikdy není jisté, zda se povede dotace získat další roky opakovaně. Ovšem některé dotační programy se spolku Blízký soused podařilo získat již několikrát za sebou.

a) Městský úřad Plzeň 3

Spolek Blízký soused geograficky spadá do Městského obvodu Plzeň 3. Ve zkratce UMO 3. Proto zde žádá o určité dotační programy. Městský obvod Plzeň 3 pravidelně vypisuje dotační programy. Příjem žádostí pro rok 2022 byl od 11. 11. 2021 do 31. 12. 2021. Poté následuje lhůta pro rozhodnutí žádostí. To je pro rok 2022 do 30. 6. 2022. Termín předložení vyúčtování dotací je zvolen na 30. 11. 2022 nebo dříve.

Nevládní nezisková organizace získala první dotaci od UMO 3 v roce 2017. Žádali o dotační programy dříve, ale nebylo jim vyhověno. Nebyli ve vybraných neziskových společnostech, které byly finančně podpořené.

Podpora volnočasových aktivit dětí a mládeže

Spolek BS pravidelně žádá o dotační program č. 1. Nazývá se Podpora volnočasových aktivit dětí a mládeže. Maximální peněžní částka pro jednotlivé neziskové organizace činí 100 000 Kč. Cílem tohoto programu je podpořit volnočasové aktivity dětí a mládeže do 19 let z Městského obvodu Plzeň 3. Lze využít na pravidelné celoroční aktivity, či na jednorázové akce pro děti. Žádosti projednává komise.

Sociální oblast – Podaná ruka

Dále spolek BS pravidelně žádá o dotační program č. 3, což je Sociální oblast – Podaná ruka. Maximální peněžní obnos dotace pro jednotlivé organizace je 150 000 Kč. Záměr tohoto dotačního programu je vylepšit kvalitu života zdravotně postiženým osobám, seniorům a skupinám osob ohroženým sociálním vyloučením. Hradí náklady na celoroční činnost organizace. Tento dotační program zahrnuje i náklady na mzdy, což není příliš časté a u neziskových organizací je to žádaná varianta dotace. Avšak na mzdy smí být použito pouze 30 % výše dotace.

Podpora kultury, kulturních aktivit a oživení veřejného prostoru – Místo pro život

Někdy také žádali o dotační program č. 4: Podpora kultury, kulturních aktivit a oživení veřejného prostoru – Místo pro život. Nevládní nezisková organizace Blízký soused zorganizovala pomocí tohoto dotačního programu například akci Den sousedů. Maximální výše

dotace pro jednotlivé organizace činí 70 000 Kč. Hlavní záměr tohoto dotačního programu je podpora a rozšíření kultury a kulturních akcí v Plzeňském kraji. Zlepšení kulturního povědomí.

Podpora sportovních aktivit dětí a mládeže

A posledním dotačním programem, kterého se spolek BS účastnil, byl DP č. 7 – Podpora sportovních aktivit dětí a mládeže. Skrze tento dotační program mohl probíhat fotbalový kroužek. Maximální finanční částka, kterou lze získat touto dotací pro jednotlivé organizace činí 100 000 Kč. Hlavním cílem programu je podpora sportovních aktivit dětí a mládeže do 23 let v Městském obvodu Plzeň 3. Finanční podpora může být určena na jednorázové sportovní akce, či na pravidelné celoroční aktivity organizace.

Individuální dotace

Další možnou variantou je žádost o poskytnutí individuální dotace. Ta se pro rok 2022 podává průběžně od 3. 1. 2022 do 31. 10. 2022. (P. Macháňová, osobní komunikace 15. 3. 2022)

b) Plzeňský kraj

Plzeňský kraj podporuje spolek Blízký soused již od roku 2014. Získali od něho své první dotace a granty.

c) Město Plzeň

Od roku 2015 tuto nevládní neziskovou organizace podporuje město Plzeň. Spolek zde pravidelně žádá o **Dotační program na podporu Volnočasových aktivit dětí a mládeže v oblasti výchovy a vzdělání**. Termín žádosti byl mezi 1. 9. až 15. 11. 2021. Příjem žádostí otevírají na podzim stejně jako UMO 3. Maximální výše dotace je stanovena na 50 000 Kč. (P. Macháňová, osobní komunikace 15. 3. 2022)

d) Evropská unie

Mezinárodní granty a dotace jsou výhodné. Z pravidla se jedná o několikaleté projekty. Zvyšuje to tedy finanční jistotu organizace.

Spolek BS se zapojil do projektu **Už vím PROČ a Už vím JAK**. Patří do Evropského sociálního fondu. Konkrétně do Operačního programu Zaměstnanost. Tento projekt trval 2 a půl roku. Byl rozdělen na dvě části. První část programu se nazývá Už vím PROČ a v rámci této části byly pravidelné setkání v týdnu. Druhá část Už vím JAK zahrnovala výjezdní semináře. Evropský sociální projekt pro rozvíjení rodičovských kompetencí formou pravidelných setkání a pobytových výjezdů měl pozitivní ohlasy. Pomocí tohoto programu proběhlo několik přednášek a seminářů pro dospělé. Témata přednášek byla pestrá. Rozšiřovali znalosti pracovní i rodičovské. Zorganizovaly přednášky o partnerských vztazích, o skrytých

nebezpečí na internetu, o tom, jak se vyhnout exekucím, o těhotenství a mateřství, o manželství a vztazích či o finanční negramotnosti. (P. Macháňová, osobní komunikace 15. 3. 2022)

3.3.8 Vyhodnocení financování organizace

Financování neziskové organizace Blízký soused bylo velmi **různorodé**. Získávali finance skrze dotace a granty. Dále byli financováni individuálními dárci a soukromými sponzory. Individuální dárci přispěli k dobrému chodu spolku. Peněžní prostředky od nich byly a jsou důležitou součástí rozpočtu. Jsou to peníze, které nejsou konkrétně vázány na určitý projekt nebo věc, což spolku Blízký soused dává volnou ruku. Je to vhodné využít na nenadálé nutné výdaje. Využívali dotační programy vypisované Městským úřadem Plzeň 3, kde získali všechny dotační programy, které byly na jejich činnost k dispozici. Využili vše, co se využít dalo. Od Města Plzeň získali dotaci na jejich činnost. Velmi dobrým krokem bylo získání dotace od Evropské unie Už vím PROCĚ a Už vím JAK. Zvýšilo to jejich finanční jistotu hlavně proto, že projekt trval více než 2 roky. **Dlouhodobá spolupráce** s Nadačním fondem Albert organizaci prospěla. Také spolupráce se Západočeskou univerzitou v Plzni, se Sony DADC a s Křesťanským společenstvím v Plzni. Bylo by vhodné **obsadit pozici fundraisera**, aby se tomu vhodný zaměstnanec mohl cele věnovat. Existuje i možnost pronajmout své prostory a tím získat určité finance.

3.4 Návrh fundraisingového plánu na následující období

V této části bakalářské práce budou probrány možnosti financování nevládní neziskové organizace na následující období. Zmíněné zde budou stávající dotace, granty a sponzoři. Ale také nové možnosti financování. Například využití online fundraisingu. Poté bude následovat finanční část fundraisingového plánu v podobě tří návrhů. Vypracovaný plán bude v realistické, optimistické a pesimistické verzi.

3.4.1 Sponzoři

Autor v této části navrhuje pokračovat se stávajícími sponzory a prohlubovat spolupráce.

- Zde se doporučuje oslovit **Nadační fond Albert**, se kterým má spolek Blízký soused úzké vazby. Zapojit se do programu Zdravá 5 a do programu Bertík pomáhá.
- Dále spolupráce se **Západočeskou univerzitou v Plzni**.
- Posledním návrhem je spolupráce se **Sony DADC**.

- Také se nabízí pokračovat v kooperaci s **Křesťanským společenstvím Plzeň**. Spolupráce s Křesťanským společenstvím v Plzni by mohla rozšířit okruh soukromých sponzorů spolku. Křesťanské církve jsou úzce propojené a vzájemně se znají. V Plzeňském kraji je velké množství různých křesťanských církví. Adventisté, Metodisté, Bratrská jednota baptistů, Církev bratrská, Římskokatolická farnost a další. Lidé z těchto církví se mnohdy rádi zapojí do dobročinných projektů.

3.4.2 Nadace Jistota

Tato nadace pomáhá a podporuje aktivity neziskových organizací, konkrétně těm, kteří se věnují zdravotně nebo sociálně znevýhodněným lidem. Příspěvky uděluje pouze nevládním neziskovým organizacím. Nadaci zaštiťuje Komerční banka. Výhodou je, že tato nadace přispívá na mzdové a provozní náklady. Blízký souseď by mohl konkrétně zažádat o program Rodina a děti. Minulý rok, v roce 2021 bylo na tuto oblast uděleno 5 870 378 Kč. Ke dni 8. 4. 2022 není v této oblasti vhodný program. Momentálně je dostupný grant pro neziskové organizace věnující se rodičům samoživitelům. Doporučeno pečlivě sledovat vypisované výzvy v podobě grantů. (Komerční banka Nadace Jistota, n.d.)

3.4.3 Individuální dárci

V minulých letech, bylo individuálních dárců přibližně 10. Proto je vhodné uvést v této části práce pokus o navýšení individuálních dárců. Toho je možné docílit rozšířením povědomí o spolku. Domluvit se se stávajícími individuálními dárci, jestli by byli ochotní zmínit se o spolku BS. Spolek by mohl například přednést prezentace na rozličných místech. Křesťanské společenství Plzeň již spolek podporuje, tudíž by bylo vhodné využít tohoto kontaktu, a právě tam prezentovat své cíle a záměry. Vedení organizace má kontakty u plzeňských Metodistů, s křesťany v Mozaice a u Církve adventistů sedmého dne. I prostřednictvím těchto spojení by bylo dobré zažádat o finanční či jinou pomoc.

3.4.4 Dotace a granty

a) Městský obvod Plzeň 3

Pokusit se opět získat dotační program. č. 1: **Podpora volnočasových aktivit dětí a mládeže**. Maximální možná částka, kterou lze získat je 100 000 Kč. Například provozovat výtvarné a jiné kroužky.

Dále dotační program č. 3: **Sociální oblast – Podaná ruka**. Zde je maximální možná výše finanční podpory 150 000 Kč.

Dotační program č. 4: **Podpora kultury, kulturních aktivit a oživení veřejného prostoru – Místo pro život**. Lze z této dotace získat nejvýše 70 000 Kč.

A DP č. 7: **Podpora sportovních aktivit dětí a mládeže**. Maximální možná finanční částka, kterou lze získat je 100 000 Kč. Je možné tuto dotaci využít opět na fotbalový kroužek, nebo na taneční kroužek, či na jiné sportovní aktivity. Na tyto výše zmíněné dotační programy přijímají žádosti na podzim.

b) Plzeňský kraj

Ke dni 7. 4. 2022 Plzeňský kraj neotevřel dotační titul, který by spolek Blízký souseď mohl splnit a aplikovat. Tudíž je dobré stále sledovat vypisování dalších dotačních titulů pro případ, že by nějaký mohl spolek využít.

c) Město Plzeň

Město Plzeň podporuje tento spolek několik let. I proto by bylo vhodné podat opět žádost o dotační program. Spolku nejvíce vyhovuje **Dotační program na podporu Volnočasových aktivit dětí a mládeže v oblasti výchovy a vzdělání**. Žádosti opět přijímají na podzim.

d) EHS a norské granty – projekt Rodina učí rodinu

Informace o tomto projektu autor získal rozhovorem s vedením spolku Blízký souseď. Trvání projektu je od ledna roku 2022 do dubna roku 2024. Financovaný je prostřednictvím Norských fondů v programu Lidská práva. Konkrétně se nazývá Norway grants. Fondy Evropského hospodářského prostoru a Norska podporují neziskové organizace v ČR již 15 let. Jejich cílem je snížit ekonomické a sociální rozdíly v Evropském hospodářském prostoru. Jejich záměrem je také vybudovat spolupráci. V rámci projektu bude spolek Blízký souseď realizovat kroužky, doučování, výlety, tábory a výjezdy pro rodiny s dětmi. První byl uskutečněný v únoru tohoto roku. Program byl pestrý pro děti i dospělé. Hráli hry, zašli do bazénu, ale také probírali témata výchovy dětí a finanční gramotnost. (P. Macháňová, osobní komunikace 15. 3. 2022)

3.4.5 Online fundraising

Do online fundraisingu patří crowdfunding a partnerství s influencerem. Tato novodobá metoda se čím dál tím více rozšiřuje do české společnosti.

a) Crowdfunding

Tato možnost by byla vhodná při hledání financí na **koupi** nového **automobilu**, které spolek nutně potřebuje. Nebo lze využít na **nákup sportovních pomůcek**. Také je možné vybírat **na konkrétní rodinu** se specifickými potřebami. Většina rodin, se kterými je spolek Blízký souseď ve styku patří k sociálně vyloučeným lidem. Často nemají finance na základní životní potřeby.

www.znesnaze.cz

Jak již bylo zmíněno v části Analýza marketingové komunikace, Blízký souseď se zprostředkovaně zúčastnil crowdfundingu. Bylo to v projektu Milionář mezi námi skrze webový portál www.znesnaze21.cz. Nabízí zveřejnit veřejnou sbírku. Veřejné sbírky jsou osvobozené od daně. Peníze organizace získá i přes to, že se nevybere cílová částka. Založení je za několik minut a ověření do 24 hodin.

www.darcovskasms.cz

Webový portál www.darcovskasms.cz nabízí založit sbírku za krátký čas. Sbírký jsou poskytovány **sociálně**, nebo **zdravotně znevýhodněným** osobám. Dávají možnost nevládním neziskovým organizacím říct si o pomoc **bez zdlouhavé byrokracie**. Nyní u nich probíhá více než 300 sbírek. Pro dárce je to snadný a rychlý způsob, jak přispět. Mobilní operátoři poskytují služby bezplatně. Je ale nutné zaplatit registrační **poplatek**, který činí 700 Kč bez daně. Poplatek je to jednorázový, zahrnuje prověření organizace a další administrativní úkony. Roční poplatek se platí každý rok a činí 3000 Kč opět bez daně. Zahrnuje konzultace, dostupné statistiky, administrativní podklady a další náležitosti. (Dárcovská SMS, n.d.a)

Jak je z názvu webu jasné, tato sbírka se koná prostřednictvím SMS. Dárci mohou zasílat 30 Kč, nebo 60 Kč nebo 90 Kč. Z každé konkrétní částky plyne organizacím 29 Kč, 59 Kč a 89 Kč. Peníze mají neziskové organizace již za 3 pracovní dny na svých účtech. Darovat lze jednorázově či trvale. Dárci si mohou nastavit trvalou DMS, to znamená že pravidelně každý měsíc odejde stejná suma, kterou si zvolí. DMS je zkratkou pro dárcovskou SMS. Organizace by měla získat nejméně 300 SMS za 3 měsíce. V opačném případě se po konzultaci sbírka deaktivuje. (Dárcovská SMS, n.d.b)

Tento způsob není nevhodný, ale kvůli existenci určitých poplatků by bylo dobré jej využít na projekt, na který je potřeba vybrat větší množství financí.

www.darujme.cz

Další web specializující se na veřejné sbírky se nazývá www.darujme.cz. Je to **největší platforma online darování** v České republice. V roce 2021 přes tento dárcovský portál putovalo 562 milionů Kč. Darujme.cz se snaží pomáhat již 10 let a stojí za ním Nadace Via.

Ta rozvíjí filantropii a komunitní život. Projekty **nejsou časově ohraničené**, tudíž lze přidat urgentní, ale i dlouhodobé projekty. Existují tu určité povinné poplatky. Organizace zaplatí provozní **poplatek** za zprostředkování daru ve výši 2 % celkové darované částky. Jednorázový registrační poplatek. Dále pravidelný roční poplatek. Od 18. 3. 2021 do 30. 4. 2023 je registrace i roční poplatek zcela zdarma. (Darujme.cz, n.d.)

Jiné roky bylo účtováno 500 Kč bez daně za registrační poplatek a 365 Kč bez daně za pravidelný roční poplatek. (Darujme.cz, 2021)

b) partnerství s influencerem

Vhodnou metodou online fundraisingu je partnerství s někým veřejně známým. Je to možnost nefinančního fundraisingu. Domluvit si pohovor a přednést prezentaci a cíle spolku, či konkrétního projektu. Protože spolek Blízký soused sídlí v Plzni je nejvhodnější vybrat osobu, která žije v Plzni, nebo je s ní nějakým způsobem spojena. Pro spolek je důležité rozšířit povědomí zejména v kraji kde působí. Potenciální influencer by se mohl o spolku BS zmínit na sociálních sítích. Například by mohl využít Instagram, Facebook, Twitter, YouTube, nebo Snapchat.

Vhodným kandidátem je herec **Martin Stránský**. Žije v Plzni. Známy je především ze seriálu Ordinace v růžové zahradě. Také si ho lidé spojují se seriálem Dr. House, kde daboval samotného Dr. Gregoryho, tedy House. Vystupuje v Divadle Josefa Kajetána Tyla v Plzni.

Dalším kandidátem je známý matematik z plzeňského kraje. Jmenuje se **Karel Janeček**. Zúčastnil se výše zmíněného pořadu Milionář mezi námi. Je to vlivná osoba, která by dokázala zviditelnit spolek Blízký soused.

Petr Čech je dalším kandidátem na influencerství. Je to oceňovaný bývalý český fotbalový brankář. Narozen byl v Plzni.

Posledním návrhem na spolupráci je **Aneta Chovanová**. Ta je profesionálním influencerem. Je to známá influencerka žijící v Plzni. Proslavila se na svém instagramovém profilu pod přezdívkou A.N.D.U.L.A. Na instagramovém profilu ji sleduje více než 240 000 uživatelů. Nevěnuje se ničemu konkrétnímu. Sdílí svůj každodenní život na sociálních sítích a baví tím své sledující.

3.4.6 Finanční část fundraisingového plánu

Jelikož spolek Blízký soused zatím neuveřejnil Výroční zprávu na rok 2021, autor bude při sestavování plánu vycházet především z Výroční zprávy z roku 2018, 2019 a 2021. Jedná se tedy o odhady dle informací vedení neziskové organizace Blízký soused. Existují tři možné

scénáře finančního fundraisingového plánu. Realistický, který je nejvíce pravděpodobný, že nastane. Dále optimistický plán, kde se přiklání spíše ke kladnému vývoji situace. A pesimistický plán, u kterého se předpokládá negativní vývoj.

odhad realistického fundraisingového plánu

Realistický plán má největší možnost, že se v realitě uskuteční. Bere se v potaz průměrné navyšování nákladů i výnosů dle minulých období.

Tab. č. 4: Realistická varianta odhadu nákladů a výnosů pro rok 2022

Realistická varianta odhadu nákladů a výnosů pro rok 2022			
Druhy nákladů	Částka	Druhy výnosů	Částka
Spotřeba materiálu	680 000,00 Kč	Tržby za vlastní výrobky	5 000,00 Kč
Spotřeba energie	24 000,00 Kč	Tržby z prodeje služeb	7 300,00 Kč
Cestovné	1 000,00 Kč	Úhrada za kroužky	3 500,00 Kč
Náklady na reprezentaci	10 160,00 Kč	Úroky	100,00 Kč
Ostatní služby	22 600,00 Kč	Přijaté příspěvky (dary)	270 000,00 Kč
Nájem	100 000,00 Kč	Provozní dotace Norské granty	2 900 000,00 Kč
Vstupy na kult.a sport. akce	30 000,00 Kč	Provozní dotace UMO 3	250 000,00 Kč
Drobná reжіe	231 521,00 Kč	Provozní dotace Plzeňský kraj	145 000,00 Kč
Mzdové náklady	1 100 000,00 Kč	Provozní dotace Plzeň město	232 100,00 Kč
Zákonné sociální pojištění	230 000,00 Kč	Provozní dotace Úřad práce	350 000,00 Kč
Ostatní daně a poplatky	7 700,00 Kč		
Ostatní pokuty a penále	418,00 Kč		
Úroky	360,00 Kč		
Jiné ostatní náklady	11 700,00 Kč		
Poskytnuté členské příspěvky	500,00 Kč		
Náklady celkem	2 449 959,00 Kč	Výnosy celkem	4 163 000,00 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Tento odhad je tvořen dle informací z roku 2018, 2019 a 2020. Náklady a výnosy, které se nestupňují každým rokem, byly navrženy průměrem z těchto tří let. Řadí se sem spotřeba energie, náklady na reprezentaci, ostatní služby, drobná reжіe, ostatní daně a poplatky, ostatní pokuty a penále, úroky a jiné náklady. Z výnosů sem patří provozní dotace od Plzeňského kraje, od města Plzeň, tržby za vlastní výrobky, tržby z prodeje služeb, dary a úroky. Jelikož se náklady na spotřebu materiálu každým rokem zvyšují odhadem o 100 000 Kč, je velmi pravděpodobné, že se zvýší i v tento rok. Nejspíše se navýší náklady na cestovné, z důvodu zdražení ropy. Nájemné by mělo být přibližně stejné jako minulý rok. Od roku 2020 je spolek BS v nových prostorách. Vstupy na kulturní a sportovní akce se každým rokem navyšují. Totéž i mzdy a zákonné sociální pojištění.

Tržby za výrobky by v tomto období opět mohly nastat. A to skrze zapojení se do akce Obchůdky s Albertem. Děti vyrábí vánoční výrobky a prodávají je ve stáncích na prodejních Albert. Dotace od Úřadu práce a Norský grant jsou již potvrzené dotace, které podnik získá. Od

ledna roku 2022 začal působit Norský grant, který činí na rok 2,9 milionu korun. Úřad práce by měl pro tento rok poskytnout, dle výpočtu vedení spolku BS, 350 000 Kč za rok.

odhad optimistického fundraisingového plánu

Optimistický návrh bere v potaz to, že by vyšly všechny zmíněné dotace a granty. Také že se sníží určité náklady. Z posledních 3 let se zohlední nejnižší náklady a nejvyšší možné výnosy.

Tab. č. 5: Optimistická varianta odhadu nákladů a výnosů pro rok 2022

Optimistická varianta odhadu nákladů a výnosů pro rok 2022			
Druhy nákladů	Částka	Druhy výnosů	Částka
Spotřeba materiálu	583 143,68 Kč	Tržby za vlastní výrobky	5 000,00 Kč
Spotřeba energie	24 000,00 Kč	Tržby z prodeje služeb	7 300,00 Kč
Cestovné	739,00 Kč	Úhrada za kroužky	3 500,00 Kč
Náklady na reprezentaci	7 000,00 Kč	Úroky	100,00 Kč
Ostatní služby	22 600,00 Kč	Přijaté příspěvky (dary)	300 000,00 Kč
Nájem	87 103,00 Kč	Provozní dotace Norské granty	2 900 000,00 Kč
Vstupy na kult.a sport. akce	20 000,00 Kč	Provozní dotace UMO 3	250 000,00 Kč
Drobná reže	231 521,00 Kč	Provozní dotace Plzeňský kraj	145 000,00 Kč
Mzdové náklady	1 031 610,00 Kč	Provozní dotace Plzeň město	232 100,00 Kč
Zákonné sociální pojištění	226 357,00 Kč	Provozní dotace Úřad práce	350 000,00 Kč
Ostatní daně a poplatky	- Kč	Darujme.cz	300 000,00 Kč
Ostatní pokuty a penále	- Kč		
Úroky	- Kč		
Jiné ostatní náklady	11 700,00 Kč		
Poskytnuté členské příspěvky	500,00 Kč		
Náklady celkem	2 246 273,68 Kč	Výnosy celkem	4 493 000,00 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Spotřeba materiálu, náklady na nájem, náklady na cestovné, mzdy a zdravotní pojištění se v tomto odhadu nebudou zvyšovat, nýbrž zůstanou vysoké jako v roce 2020. Spotřeba energie, jiné ostatní náklady a ostatní služby se zprůměrují s předešlými roky. Sníží se náklady na vstupy na akce, protože spolek BS využije zlevněné vstupné. V kině Cinema City je akce Levné pondělí. Ta se doporučuje využít. Během státního svátku 28. října se v Plzni otevře několik památek za symbolických 28 Kč. Je to svátek dne vzniku samostatného československého státu. Sníží se náklady na reprezentaci, protože v Plzeňském kraji má spolek silnou komunitu. Nevzniknou žádné náklady druhu – úroky, ostatní daně a poplatky a ostatní pokuty a penále. Všechny zaslané žádosti budou vyhověny. Získají tedy dotaci od Norských grantů, od UMO 3, od Plzeňského kraje, od města Plzeň a od Úřadu práce. Na platformě Darujme.cz pomocí crowdfundingu získají 300 000 Kč na nákup nového automobilu. Opět se zapojí do Obchůdku s Albertem, tudíž získají tržby za vlastní výrobky. Tržby z prodeje služeb, úhrada za kroužky a úroky se odhadnou průměrem z minulých let. Přijaté příspěvky od individuálních dárců se navýší. Bude to z toho důvodu, že spolek uskuteční již zmíněné prezentace a rozšíří tak povědomí o své činnosti.

odhad pesimistického fundraisingového plánu

Téměř všechny druhy nákladů se rok od roku navyšují. Tudíž v tomto pesimistickém odhadu se též navýší. Budou se brát v potaz nejvyšší částky určitých nákladů z posledních 3 sledovaných let. Uvádět se budou i předpokládané výnosy na daný rok.

Tab. č. 6: Pesimistická varianta odhadu nákladů a výnosů pro rok 2022

Pesimistická varianta odhadu nákladů a výnosů pro rok 2022			
Druhy nákladů	Částka	Druhy výnosů	Částka
Spotřeba materiálu	680 000,00 Kč	Tržby za vlastní výrobky	- Kč
Spotřeba energie	91 165,00 Kč	Tržby z prodeje služeb	3 600,00 Kč
Cestovné	961,00 Kč	Úhrada za kroužky	- Kč
Náklady na reprezentaci	13 200,00 Kč	Úroky	100,00 Kč
Ostatní služby	64 200,00 Kč	Přijaté příspěvky (dary)	200 000,00 Kč
Nájem	104 524,00 Kč	Provozní dotace Norské granty	2 900 000,00 Kč
Vstupy na kult.a sport. akce	33 300,00 Kč	Provozní dotace Plzeňský kraj	125 000,00 Kč
Drobná reže	350 000,00 Kč	Provozní dotace Plzeň město	- Kč
Mzdové náklady	1 237 932,00 Kč	Provozní dotace Úřad práce	15 000,00 Kč
Zákonné sociální pojištění	271 628,00 Kč		
Ostatní daně a poplatky	22 000,00 Kč		
Ostatní pokuty a penále	800,00 Kč		
Úroky	1 060,00 Kč		
Jiné ostatní náklady	12 000,00 Kč		
Poskytnuté členské příspěvky	500,00 Kč		
Náklady celkem	2 883 270,00 Kč	Výnosy celkem	3 243 700,00 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

S ohledem na politickou situaci, konkrétně války mezi Ukrajinou a Ruskem, je velmi pravděpodobné, že se razantně navýší náklady na spotřebu energie. Především plynu a ropy, které se většinou dováží z Ruska. Za několik málo týdnů se cena paliv markantně zvýšila. V této variantě se bude předpokládat, že navyšování bude pokračovat. Předpokládané zvýšení je 30 % oproti předchozímu roku. To se promítne také do cestovních nákladů. Jelikož se zdražuje, budou navýšeny náklady na nájem, náklady na vstupy na akce, mzdové náklady a zákonné sociální pojištění. Odhadem to bude navýšení o 20 % oproti předchozím rokům. V této pesimistické variantě se bude uvažovat, že do nákladů budou patřit i ostatní daně a poplatky a ostatní pokuty a penále v podobné výši jako v rocích kdy byly tyto náklady největší.

V této variantě se berou v potaz nulové tržby za vlastní výrobky. Také úhrady za kroužky budou nulové. Sniží se přijaté příspěvky od individuálních dárců, vzhledem k začínající nepříznivé ekonomické situaci. U provozních dotací bude uznána minimální výše. Provozní dotace od Města Plzeň a od UMO 3 zde nebude uznána.

Zhodnocení plánů

Spolek BS má dle autora velmi slibný vývoj. Do budoucna by mohl rozšířit svou působnost i mimo Plzeňský kraj. Mohl by rozšířit i své pole působnosti pomocí akreditace sociálních služeb. Dle návrhů finančního fundraisingového plánu by s velkou pravděpodobností spolek ustál i pesimistickou variantu plánu. Jedním z důvodů je velmi výhodná dotace od Norských grantů, která činí 2,9 milionu korun. I přes to, se ale doporučuje pravidelně sledovat vypisované nadnárodní granty a pokusit se navázat nefinanční spolupráci s influencery.

Závěr

Cílem bakalářské práce bylo zanalyzovat současné postavení nevládní neziskové organizace a její financování. A poté najít vhodné možnosti financování a navrhnout fundraisingový plán na následující období.

V analýze marketingové komunikace bylo zjištěno, že nejefektivnější sociální síť je Facebook. Je tedy dobré pokusit se vylepšit i jiné sociální sítě, a ještě více zdokonalit využívání Facebooku a daného profilu. Organizace Blízký souseď má mnoho silných stránek. Má pestrý a kvalifikovaný tým. Mezi slabé stránky patří nestálost finančních zdrojů. Největší příležitostí jsou přibývajícím ochotní dárce a akreditace sociální služby. Akreditace by spolku rozšířila obzory. Mohli by se věnovat dalším rozličným službám. Naopak mezi hrozby patří konkurence a navyšující se inflace.

Pomocí analýzy nákladů a výnosů bylo zjištěno, že se každým rokem navyšují celkové náklady i celkové výnosy. Ovšem výsledek hospodaření je rok od roku vyšší. To je kladná skutečnost. Období před výskytem nemoci covid-19 nebylo nějak významně odlišné než jiná období. Spolek Blízký souseď měl v každý pozorovaný rok dotace od Plzeňského kraje, od města Plzeň a od Úřadu práce. Autor vedení spolku doporučuje obsadit pracovní pozici fundraisera konkrétní osobou, která by se tomu cele věnovala. Tento zaměstnanec by měl čas na kvalitní analýzu a vyhledávání potenciálních zdrojů a vypisování žádostí o dotace a granty.

Prostřednictvím informací od vedení spolku Blízký souseď byl proveden rozbor zdrojů financování. Zjistilo se, že by bylo ideální rozšířit řady individuálních dárců. Především proto, že to neziskové organizaci rozšíří pole působnosti. Peníze od individuálních dárců nejsou fixovány na danou věc, či aktivitu. Ideální by bylo využít stávajících kontaktů k rozšíření individuálních dárců. Například prezentovat své aktivity a cíle v Křesťanském společenství Plzeň, ale i kdekoli jinde. Autor doporučuje pravidelně sledovat vypisované nadnárodní granty. Například granty vypisované Evropskou unií. Nadnárodní granty totiž zvyšují finanční stabilitu a jistotu organizace. Spolupráce se zpravidla navazuje na několik let. Autor navrhl nové typy na financování spolku. Zejména se jedná o online fundraising. Spolek by mohl zkusit využít crowdfunding. Vyzkoušet by mohl online platformu www.znesnaze21.cz, www.darcovskasms.cz, nebo www.darujme.cz. V neposlední řadě stojí za zmínku partnerství s influencerem. Spočívalo by to v tom oslovit známé plzeňské osobnosti. Přednést jim své cíle, záměry a aktivity. A sjednat spolupráci. Navrhnout byl například herec Martin Stránský, fotbalista Petr Čech, či matematik Karel Janeček. Poté byl navrhnout finanční fundraisingový

plán na následující období v realistické, optimistické a pesimistické variantě. Válka mezi Ukrajinou a Ruskem zapříčinila navyšování cen vstupů, zejména plynu a ropy. Každým rokem se navyšují náklady, ale i výnosy. Náklady na vstupné se mohou snížit pomocí využití určitých výhod, jako je například Levné pondělí v kině Cinema City. Významným zdrojem jsou Norské granty, které činí odhadem 2,9 milionu korun. Tato spolupráce posune spolek Blízký sused velmi kupředu.

Seznam použitých zdrojů

- Akademie Vzdělávání Online (2019). *Cíl by měl být SMART*. Dostupné 12. 4. 2022 z <https://a-v-o.cz/podnikani/cil-by-mel-byt-smart/>
- Blízký soused, z. s. (2018). *Výroční zpráva 2018*. Dostupné 13. 4. 2022 z <https://www.blizkysoused.cz/foto/vyrzpr/2018/2018.pdf>
- Blízký soused, z. s. (2019). *Výroční zpráva 2019*. Dostupné 13. 4. 2022 z <https://www.blizkysoused.cz/foto/vyrzpr/2019/2019.pdf>
- Blízký soused, z. s. (2020). *Výroční zpráva. 2020*. Dostupné 13. 4. 2022 z <https://www.blizkysoused.cz/foto/vyrzpr/2020/2020.pdf>
- Boukal, P. a kolektiv. (2013). *Fundraising pro neziskové organizace*. Praha, Česko: Grada.
- Břešťan, R. (2020). *Nejbohatší neziskovky v ČR: v čele jsou sportovci, přes půl miliardy jde na fotbal*. Dostupné 6. 12. 2021 z <https://hlidacipes.org/nejbohatsi-neziskovky-v-cr-v-cele-jsou-sportovci-pres-pul-miliardy-jde-na-fotbal/>
- Carnes Hirst, L. (2015). *5 Keys to Successful Fundraising*. Dostupné 27. 12. 2021 z <https://www.arcstone.com/blog/blog-/5-keys-to-successful-fundraising>
- Čermák, M. (2015). *Co jsou to SMART cíle a jak je definovat*. Dostupné 12. 4. 2022 z <https://www.cleverandsmart.cz/co-jsou-to-smart-cile-a-jak-je-definovat/>
- České centrum fundraisingu (n.d.). *Etický kodex*. Dostupné 26. 12. 2021 z <https://fundraising.cz/ccf/kluby-fundraiseru/>
- Český statistický úřad (2022). *Nejnovější ekonomické údaje*. Dostupné 11. 4. 2022 z <https://www.czso.cz/csu/czso/aktualniinformace#124>
- Darujme.cz (n.d.). *O darujme.cz*. Dostupné 12. 4. 2022 z <https://www.darujme.cz/o-darujme/>
- Darujme.cz (2021). *Rušíme roční a registrační poplatky za užívání Darujme.cz*. Dostupné 12. 4. 2022 z <https://www.darujme.cz/clanek/rusime-poplatky-za-uzivani-darujme-cz/>
- Dárcovská SMS (n.d.a). *Ceník poplatků za službu Dárcovská SMS*. Dostupné 12. 4. 2022 z <https://www.darcovskasms.cz/cenik-poplatku-za-sluzbu-darcovska-sms.html>
- Dárcovská SMS (n.d.b). *O projektu Dárcovská SMS*. Dostupné 12. 4. 2022 z <https://www.darcovskasms.cz/darcovska-sms/o-projektu-darcovska-sms.html>
- Domovy Online (2020). *Fundraising a jeho základní pojmy (1/6)*. Dostupné 12. 4. 2022 z <https://www.domovyonline.cz/aktuality/116-fundraising-a-jeho-zakladni-pojmy>
- Dorňáková, T. (2021). *Fakta: Důvěra v neziskové organizace je v Česku nízká*. Dostupné 26. 10. 2021 z <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/fakta-duvera-v-neziskove-organizace-je-v-cesku-nizka-154038>
- Edolo (2019). *PEST ANALÝZA*. Dostupné 19. 4. 2022 z <https://edolo.cz/clanky/pest-analyza/>
- Gabbidon, J. (2022). *30+ Top online fundraising ideas for 2022 and beyond*. Dostupné 12. 4. 2022 z <https://join.mobilize.us/blog/30-top-online-fundraising-ideas-for-2021-and-beyond>
- Hejduková, P., Hommerová, D. & Krechovská, M. (2018). *Řízení neziskových organizací: klíčové oblasti pro jejich udržitelnost*. Plzeň, Česko: Západočeská univerzita v Plzni.

- idnes.cz (2022). *S politickou situací nejsou Češi spokojeni. Prezidentovi důvěřuje třetina*. Dostupné 12. 4. 2022 z https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/pruzkum-politicka-situace-spokojenost-lidi-cesi-prezident-snemovna-senat.A220107_132504_domaci_mgn
- Izmailova, S. (2021). *25 Online Fundraising Ideas Perfect for Any Cause (Social Distancing Approved!)*. Dostupné 25. 12. 2021 z <https://www.wildapricot.com/blog/online-fundraising>
- Jepson, T. (2022). *12 Fundraising Email Best Practices To Drive High Response Rates*. Dostupné 12. 4. 2022 z <https://www.causevox.com/blog/12-fundraising-email-best-practices-drive-high-response-rates/>
- Johnson, S. (2021). *What Is Crowdfunding?* Dostupné 12. 4. 2022 z <https://www.businessnewsdaily.com/4134-what-is-crowdfunding.html>
- Juna, P. & Mahdalová, K. (2022). *Uprchlíci v datech: Podívejte se, kolik lidí našlo azyl ve vaší obci*. Dostupné 14. 3. 2022 z <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/fakta-uprchlici-v-datech-podivejte-se-kolik-lidi-naslo-azyl-ve-vasi-obci-193127>
- Kolafa, M. (2014). *Mýty a fakta o nestátních neziskových organizacích*. Dostupné 5. 12. 2021 z <https://kolafa.blog.idnes.cz/blog.aspx?c=436719>
- Komerční banka Nadace Jistota (n.d.). *O nadaci*. Dostupné 7. 4. 2022 z <https://www.kb.cz/cs/nadace-jistota/o-nadaci#zakladniinformace>
- Kubalová, P. (2020). *Jste sangvinik, flegmatik, cholerik nebo melancholik? Jaká práce vám sedne nejlépe?* Dostupné 27. 12. 2021 z <https://www.zeny.cz/lifestyle/jste-sangvinik-flegmatik-cholerik-nebo-melancholik-jaka-prace-vam-sedne-nejlepe-6698.html>
- Kulda, H. (2020). *Zásady efektivní online komunikace a praktické tipy, jak řídit tým na home office*. Dostupné 8. 3. 2022 z <https://blog.freelo.cz/zasady-efektivni-online-komunikace-a-prakticke-tipy-jak-ridit-tym-na-home-office/>
- Lake, H. (2020). *Love for fundraisers in a time of coronavirus*. Dostupné 2. 1. 2022 z <https://fundraising.co.uk/2020/03/12/love-for-fundraisers-in-a-time-of-coronavirus/>
- Ledvinová, J. (n.d.). *TÉMA: Fundraising – proč a jak?* Dostupné 3. 1. 2022 z <https://svkkl.cz/ctenar/clanek/2050>
- ManagementMania.com (2019). *SMART (Specific, Measurable, Achievable, Realistic, Time Specific)*. Dostupné 12. 4. 2022 z <https://managementmania.com/cs/smart>
- Ministerstvo vnitra České republiky (n.d.). *Občanské aktivity*. Dostupné 12. 12. 2021 z <https://www.mvcr.cz/clanek/obcanske-aktivity-118893.aspx?q=Y2hudW09Ng%3D%3D>
- Nadační fond Albert (n.d.). *ZDRAVÁ 5*. Dostupné 12. 4. 2022 z <https://www.nadacnifondalbert.cz/stranka/jak-pomahame/36-zdrava-5>
- Novotný, J. (2004). *Ekonomika a řízení neziskových organizací (zejména nevládních organizací)*. Praha, Česko: Oeconomica.
- Novotný, Z. (2015). *Základy ekonomiky*. (11. vyd.). Břeclav, Česko: Střední průmyslová škola Edvarda Beneše a Obchodní akademie Břeclav.
- Ort, V. (n.d.). *Často kladené otázky*. Dostupné 2. 1. 2022 z <http://www.fundraiser.cz/faq.htm#b>
- Pačesová, V. (2021). *Zakládáme neziskovku: jakou právní formu zvolit?* Dostupné 7. 12. 2021 z <https://veronikapacesova.cz/zakladame-neziskovku-jakou-pravni-formu-zvolit/>
- Pegram, G. (2016). *A Brief History of Fundraising*. Dostupné 24. 12. 2021 z <https://101fundraising.org/2016/05/brief-history-fundraising/>

Pokorný, J. (2022). *Knihovna předala darované knihy organizaci Blízký souseď*. Dostupné 12. 4. 2022 z <https://info.zcu.cz/clanek.jsp?id=4211>

Pelikánová, A. (2018). *Účetnictví, daně a financování pro nestátní neziskovky*. Dostupné z <https://www.bookport.cz/kniha/ucetnictvi-dane-a-financovani-pro-nestatni-neziskovky-5029/>

Salajka, R. & Zbytovská, L. (2016). *Zájmové sdružení právnických osob a nový občanský zákoník*. Dostupné 11. 4. 2022 z <https://www.epravo.cz/top/clanky/zajmove-sdruzeni-pravnickych-osob-a-novy-obcansky-zakonik-101589.html>

Statistika počtu nestátních neziskových organizací 2005 – 2020 (n.d.). *Statistika počtu nestátních neziskových organizací 2005 – 2020* Dostupné 11. 4. 2022 z https://neziskovky.cz/data/Statistika%20po%4%8dtu%20NNO_b%c5%99ezen2020txt17146.pdf

Straková, T. (2020). *Neverbální komunikace, staň se mistrem 1/2*. Dostupné 1. 2. 2022 z <https://www.prazskybarcamp.cz/blog/neverbalni-komunikace-stan-se-mistrem-1-2/>

Straková, T. (2021). *Metoda SMART, jak správně nastavit vaše cíle*. Dostupné 12. 4. 2022 z <https://financniarchitekti.cz/metoda-smart-jak-spravne-nastavit-vase-cile/>

Superia.cz (2021). *Kdo je to Fundraiser? Co znamená a jaký je význam slova Fundraiser?* Dostupné 2. 1. 2022 z <https://kdojeto.superia.cz/profese/fundraiser.php>

Šedivý, M. & Medlíková, O. (2017). *Úspěšná nezisková organizace*. (3. vyd.). Praha, Česko: Grada.

Švalbach, M. & Bürger, J. (2019). *Daňové aspekty darování*. Dostupné 2. 1. 2022 z https://www.vzornepravo.cz/cz/blog/danove-aspekty-darovani.b-7-1.html?utm_medium=PR+%C4%8D1%C3%A1nek&utm_source=epravo&utm_campaign=blog-danove-aspekty-darovani

Takoví jsme (n.d.) *Financování neziskovek*. Dostupné 11. 4. 2022 z <https://takovijsme.cz/co-jsou-neziskovky/>

Vláda ČR (2018). *Rozbor financování nestátních neziskových organizací*. Dostupné 6. 12. 2021 z <https://www.vlada.cz/cz/ppov/rnno/dokumenty/rozbor-financovani-nestatnich-neziskovych-organizaci-168259/>

Wealth magazin (2021). *Jaký je rozdíl mezi nadací a nadačním fondem?* Dostupné 18. 4. 2022 z <https://wmag.cz/jaky-je-rozdil-mezi-nadaci-a-nadacnim-fondem/>

Zákon č. 89/2012 Sb., Spolek

Ženatá Pecháčová, N. (2020). *Jaké právní formy můžou využít neziskové organizace?* Dostupné 7. 12. 2021 z <https://www.fbadvokati.cz/cs/clanky/7371-jake-pravni-formy-muzou-vyuzit-neziskove-organizace>

Seznam tabulek

Tab. č. 1: Základní účetní příklady	19
Tab. č. 2: Náklady společnosti Blízký soused v jednotlivých letech	44
Tab. č. 3: Výnosy společnosti Blízký soused v jednotlivých letech	46
Tab. č. 4: Realistická varianta odhadu nákladů a výnosů pro rok 2022.....	59
Tab. č. 5: Optimistická varianta odhadu nákladů a výnosů pro rok 2022.....	60
Tab. č. 6: Pesimistická varianta odhadu nákladů a výnosů pro rok 2022	61

Seznam obrázků

Obr. č. 1: Podíl objemu dotací poskytnutých NNO ze státního rozpočtu v roce 2016 dle podpořeného odvětví (v %)	13
Obr. č. 2: Procentuální zastoupení jednotlivých typů neziskových organizací	17
Obr. č. 3: SMART cíle	28
Obr. č. 4: SWOT analýza	35
Obr. č. 5: SWOT spolku Blízký soused	35
Obr. č. 6: PEST analýza	41
Obr. č. 7: Celkové náklady spolku Blízký soused v jednotlivých letech	45
Obr. č. 8: Celkové výnosy spolku Blízký soused v jednotlivých letech	47
Obr. č. 9: Hospodářské výsledky spolku Blízký soused v jednotlivých letech	48

Seznam příloh

Příloha A: Účetní osnova

Abstrakt

APA 6: Kučerová, M. (2022). *Využití fundraisingu neziskové organizace* (Bakalářská práce), Západočeská univerzita v Plzni, Fakulta ekonomická, Česko.

APA 7: Kučerová, M. (2022). *Využití fundraisingu neziskové organizace* [Bakalářská práce, Západočeská univerzita v Plzni].

Klíčová slova: fundraising, fundraisingový plán, nezisková nevládní organizace, spolek, Plzeň

Bakalářská práce je zaměřena na nevládní neziskové organizace. Konkrétně na fundraising těchto organizací. Cílem této práce je vypracovat teoretický přehled o neziskových organizacích a fundraisingu a aplikovat jej v praktické části práce. Charakterizovat vybranou nevládní neziskovou organizaci. Analyzovat současné postavení organizace pomocí určitých analýz. Konkrétně je použita SWOT analýza a PEST analýza. Poté vyhodnotit financování neziskové organizace v minulých obdobích dle rozboru financování a také pomocí vhodných analýz. Výstupem práce je návrh fundraisingového plánu na následující období.

Abstract

APA 6: Kučerová, M. (2022). *Use of fundraising in a nonprofit organization* (Bachelor Thesis). University of West Bohemia, Faculty of Economics, Czech Republic.

APA 7: Kučerová, M. (2022). *Use of fundraising in a nonprofit organization* [Bachelor Thesis, University of West Bohemia].

Key words: fundraising, fundraising plan, nonprofit organization, Pilsen

The bachelor thesis is focused on non-governmental non-profit organizations. Specifically on the fundraising of these organizations. The aim of this work is to develop a theoretical overview of non-profit organizations and fundraising and apply it in the practical part of the work. Characterize a selected non-governmental non-profit organization. Analyze the current position of the organization using certain analyzes. Specifically, SWOT analysis and PEST analysis are used. Then evaluate the funding of the non-profit organization in previous periods according to the analysis of funding and also using appropriate analyzes. The output of the work is a draft fundraising plan for the next period.

Zkratky

z. s.	zapsaný spolek
o. p. s.	obecně prospěšná společnost
NNO	nevládní nezisková organizace
MD	má dáti
D	dal
MPSV	Ministerstvo práce a sociálních věcí
UMO 3	Úřad městského obvodu 3
BS	Blízký soused
DP	dotační program